

2019

INFORMES EN CONTRASTE

07 TURISMO RESPONSABLE

TRANSFORMACIONES EN LAS RELACIONES DE GÉNERO EN EXPERIENCIAS DE TURISMO COMUNITARIO EN CENTROAMÉRICA

ERNEST CAÑADA





INFORMES EN CONTRASTE
07

Transformaciones en las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario en Centroamérica

Ernest Cañada

Alba Sud Editorial
Serie Informes en Contraste, núm. 7, 2019

Este informe ha sido realizado con el apoyo de la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo (ACCD) en el marco del proyecto «Los Objetivos del Desarrollo Sostenible y el turismo: estrategia de educación para el desarrollo» (convocatoria 2017).



Del texto: Ernest Cañada



De esta edición:
Alba Sud Editorial
info@albasud.org
www.albasud.org

Coordinación editorial: Ernest Cañada e Ivan Murray

Diseño gráfico: Boixader & Go
Fotografía de portada: Cooperativa Nuevo Amanecer, UCA Mirafior, Nicaragua. Imagen de Alam Rodríguez Zelaya

Barcelona, 2019
ISBN: 978-84-09-14360-3



Ernest Cañada Mullor

Investigador y comunicador social especializado en turismo responsable y trabajo decente. Actualmente trabaja como coordinador de Alba Sud. Es también docente en la Universidad de Barcelona. Está vinculado profesionalmente a Centroamérica desde el año 1998, donde ha residido por más de diez años.

Entre sus últimos trabajos de análisis del turismo comunitario destaca: Cañada, E. (2019). Los mercados del turismo comunitario en América Latina. Perspectivas para una agenda de investigación. *Investigaciones Turísticas* (en prensa); Cañada, E. (2017). Contribución del turismo comunitario a la economía campesina: la Cooperativa Los Pinos en El Salvador. En J. Gascón y C. Milan (Coords.) *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?* (pp. 111-137) La Laguna (Tenerife): PASOS, RTPC, Colección PASOS Edita núm. 18; Cañada, E. (2017). Transformaciones en el mundo rural centroamericano en la construcción del espacio turístico. En L. Zizumbo y N. Monterroso Salvatierra. *Repensando el turismo sustentable* (pp. 141-183). Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México; Cañada, E. (2017). Ernest Cañada (2017). [Estructuras de intermediación turística procomunitarias. La experiencia comercial de ACTUAR en Costa Rica](#). *Gazeta de Antropología*, 33(1); Cañada, E. (2015). La comercialización del Turismo Comunitario en América Latina: un debate sobre la viabilidad de la economía popular. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, Universidad de Costa Rica – Instituto de Investigaciones Sociales, 41, 159-189; Cañada, E. (2015). La Comercialización Internacional del Turismo Comunitario. *La Experiencia en América Latina*. *Ara Journal*, 5(2), 33-47. También ha escrito dos libros de sistematización de experiencias de turismo comunitario en formato de comunicación popular: Cañada, E. (2014). *Turismo comunitario en Centroamérica. Experiencias y aprendizajes*. Managua: Editorial Enlace, Colección Mejores Prácticas; Cañada, E. y Fandiño, M. (2009). *Experiencias de Turismo Comunitario en Nicaragua. Aportes a la economía campesina*. Editorial Enlace, Colección Mejores Prácticas, Managua. Igualmente es autor del siguiente material: Cañada, E. (coord.) (2015). *Catálogo Latinoamericano de Turismo Rural Comunitario*. Barcelona: Alba Sud Editorial.

Agradecimientos

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento a diversas personas del equipo de Alba Sud en Centroamérica y Catalunya. A Xenia Ortiz en El Salvador, Angélica Duarte y Alam Ramírez en Nicaragua y Arturo Silva en Costa Rica por su ayuda en el levantamiento de información en la última ronda de visitas entre finales de 2018 y principios de 2019 en varias de las iniciativas analizadas. Igualmente agradezco especialmente a Marisa Mullor y Luna Reinoso la revisión atenta de la última versión del texto y la discusión de algunos de sus argumentos.

También mi reconocimiento y aprecio para Merche Brossa, por la larga conversación que mantuvimos durante el año 2015 en el Centro de Mujeres Xochilt Acalt en Malpaisillo, Nicaragua, sobre algunas de las observaciones y argumentos que años después han visto luz en este informe.

Agradezco, por supuesto, a todas las mujeres que entrevisté y que participaron en los distintos grupos de discusión, así como a las siete organizaciones comunitarias que participaron en esta investigación. El turismo comunitario puede dar lugar a distintos tipos de dinámicas sociales. Su avance en determinados aspectos no tiene porqué traducirse inmediatamente en otras dimensiones, y por eso es importante que unas experiencias puedan aprender de otras. El presente análisis ha sido realizado con el mayor respeto y aprecio por los esfuerzos llevados a cabo por todas estas iniciativas. Su generosidad en la atención que me brindaron a lo largo de todos estos años espero que pueda ser devuelto con un documento que ayude a generar conocimiento útil para las iniciativas comunitarias y que sirva para fortalecer apuestas por un desarrollo más equitativo entre mujeres y hombres.



ÍNDICE

Stribrawpa, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada

- pág. 6 **1. Introducción**
- pág. 7 **2. Avances y límites en el análisis de género en el turismo comunitario**
2.1. Estado de la cuestión: un debate polarizado
2.2. Límites, hipótesis y posibles pistas alternativas
- pág. 17 **3. Objetivos y metodología**
- pág. 20 **4. Resultados**
4.1. Estado de la cuestión: un debate polarizado
Cooperativa Los Pinos
Finca Magdalena
Ecoposada El Tisey
UCA Mirafior
Los Campesinos
AsoProLA
Stribrawpa
4.2. Modelos para un análisis de los impactos de género
- pág. 107 **5. Conclusiones**
- pág. 110 Referencias bibliográficas

1.

INTRODUCCIÓN

Durante las dos últimas décadas los estudios sobre género y turismo han crecido ampliamente. Algunas de las temáticas priorizadas desde esta perspectiva han sido el análisis de las oportunidades y desafíos del turismo como forma de reducir la pobreza (Moreno y Cole, 2019) y los impactos de estas actividades en las comunidades locales (Vizcaíno-Suárez y Díaz-Carrión, 2018). Dentro de este campo de investigación, el turismo rural y, en particular, el turismo comunitario ha tenido un especial peso. Esto puede explicarse, en parte, por su creciente relevancia en las agendas de desarrollo. Desde la década de 1990, diversas formas de turismo rural han adquirido protagonismo en América Latina como parte de las políticas de desarrollo que han promovido la terciarización de las economías campesinas. El origen de este proceso viene marcado por la caída de los precios de los productos alimentarios en el mercado internacional y la retirada del Estado como garante de las políticas agrarias en coherencia con el consenso neoliberal que logró imponerse en esos años (Hernández-Asensio y Pérez-Galán, 2012).

Centramos nuestro análisis a partir de la revisión y discusión de la literatura disponible y de nuestra propia investigación, desarrollada en siete iniciativas de turismo comunitario.

El análisis de los impactos de género de la actividad turística bajo gestión comunitaria se ha convertido en uno de los debates destacados en la intersección entre los estudios de género, desarrollo y turismo. Sin embargo, sus resultados no han producido consensos claros y predomina la polarización entre visiones contrapuestas. En este estudio centramos nuestro análisis a partir de la revisión y discusión de la literatura disponible y de nuestra propia investigación, desarrollada en siete iniciativas de turismo comunitario en Costa Rica, Nicaragua y El Salvador.

Frente a otro tipo de interpretaciones del turismo comunitario, que han puesto el acento en aspectos como el hecho de ser una oferta basada en lo rural o en la participación de la población local, en esta investigación se toman en cuenta aquellas perspectivas que enfatizan la idea de gestión de base local (Cabanilla, 2018), de gestión basada en el control colectivo por parte de la población local sobre el conjunto de la actividad (Cañada, 2013, 2014) o de la participación local colectiva en el desarrollo, gestión y repartición de beneficios del turismo, asentada en la propiedad y control de la propia actividad, e integrada en la economía local (Ruíz-Ballesteros, 2017; Ruíz-Ballesteros et al., 2008).

2.

AVANCES Y LÍMITES EN EL ANÁLISIS DE GÉNERO EN EL TURISMO COMUNITARIO

2.1. Estado de la cuestión: un debate polarizado

La discusión en el ámbito de las ciencias sociales sobre qué efectos ha tenido el turismo comunitario en las relaciones de género, y en particular sobre la medida en que ha podido favorecer el empoderamiento¹ de las mujeres involucradas, no se ha traducido en un consenso claro. Las posiciones son encontradas, aun entre autoras que se identifican con perspectivas feministas. A grandes rasgos, y a pesar del riesgo de esquematizar en exceso, sobresalen tres perspectivas en esta discusión.

VISIÓN OPTIMISTA

Una primera interpretación destaca los aspectos positivos que han tenido para las mujeres la introducción del turismo en contextos rurales bajo gestión comunitaria. Hay estudios, como el del reconocido caso de Prainha do Canto Verde, en el nordeste de Brasil, en los que se ha atribuido al turismo comunitario la capacidad de promover dinámicas virtuosas en diversos ámbitos: la equidad de género, la inclusión social y el empoderamiento y organización de la comunidad (Burgos y Mertens, 2017). En el caso del cantón de Cotacachi, en Ecuador, también se ha resaltado que el desarrollo turístico comunitario, protagonizado mayormente por mujeres, ha incrementado sus ingresos, autonomía y participación, a pesar de los obstáculos derivados de las desigualdades por razones de género existentes (Ortiz *et al.*, 2008). A partir del caso de la isla de Taquile en Perú, se ha resaltado el hecho que el desarrollo del turismo comunitario posibilitó que las mujeres pudieran incrementar las ventas de su producción textil a turistas que visitaban la comunidad, y que esto facilitó que empezaran a ganar dinero por su cuenta, lo cual, se argumenta, influyó en las relaciones de género (Zorn y Farthing, 2007).

En una revisión de la literatura realizada por Pérez-Galán y Fuller (2015) sobre los impactos de género del turismo en zonas rurales, sin diferenciar estrictamente iniciativas de gestión comunitaria, entre los aspectos positivos identificados se señalan los siguientes: generación de oportunidades de empleo; incremento de la autonomía

¹ Según Sarah Mosedale se entiende por empoderamiento “el proceso por el cual las mujeres redefinen y amplían lo que es posible para ellas desear, hacer y ser, en situaciones donde ellas habían tenido restricciones, en comparación con los hombres, para ser y hacer lo que deseaban” (citado por Murgaldy, 2015: 54).

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

financiera; establecimiento de contactos con el mundo exterior; adquisición de nuevas habilidades; construcción de redes de apoyo; mejora de la valoración social del trabajo realizado por las mujeres; desarrollo de un papel más activo y reconocido en el ámbito público; favorecer los procesos de empoderamiento.

En investigaciones centradas propiamente en el análisis de las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario se destaca el hecho de haber facilitado **dinámicas que han contribuido a transformar los roles de género**. Así, por ejemplo, la gestión colectiva de alojamiento para turistas en casas de familia, dirigido por las mujeres Ghale de la comunidad Barpak en Nepal, habría servido para emanciparlas de las nociones culturales más conservadoras sobre los roles de género (Acharya y Halpenny, 2013). Otro estudio sobre el caso de Giao Xuan en Vietnam (Tran y Walter, 2014), identifica que la introducción del turismo en las áreas rurales **ha ayudado a acabar con la división de trabajo tradicional**. A través de la participación en el turismo comunitario, se ha considerado que tanto mujeres como hombres pueden construir nuevas identidades de género al participar en tareas reproductivas, productivas y comunitarias que tradicionalmente estaban muy acotadas en función de determinados roles de género. De esta manera, se resalta que, mientras los hombres pueden aprender a cocinar, limpiar y cuidar a los niños para que funcione el negocio turístico familiar, las mujeres trabajan como guías turísticas o asumen nuevos roles en la esfera pública, de donde previamente se las excluía. Así, el desafío de las relaciones de género tradicionales ha dado lugar a una división más equitativa del trabajo. Aunque estos cambios también han podido comportar reacciones en contra: hubo hombres que rechazaron el control de las mujeres sobre los ingresos del hogar y la violencia de género continuó estando presente o se acentuó como reacción a estos cambios. A pesar de este tipo de comportamientos, el turismo comunitario habría supuesto, según se describe, múltiples beneficios para

La introducción del turismo en las áreas rurales ha ayudado a acabar con la división de trabajo tradicional.

las mujeres que se retroalimentan entre sí: mejoría en el bienestar material, con nuevas fuentes de ingreso; acceso a los factores de producción; mayor confianza en ellas mismas y, por tanto, más participación y posibilidades de control en el desarrollo de la actividad turística (Tran y Walter, 2014).

En el mismo sentido, diversos trabajos consideran que **este tipo de desarrollo turístico ha sido propicio para que se produjeran procesos de empoderamiento de las mujeres que participan en ellos**. El estudio de la comunidad Vatuolalai en Fiji, explica que las mujeres pueden empoderarse a través de su involucramiento empresarial en el turismo. Este empoderamiento, se afirma, les permite liberarse de roles tradicionales y adquirir nuevas formas de capital (social, político, personal y económico) y crear espacios personales donde ejercen con autonomía el control sobre sus asuntos (Movono y Dahles, 2017). En otro estudio, realizado en la comunidad de Santa Bárbara del cantón de Cotacachi, Ecuador, se destaca el carácter no premeditado de los procesos de empoderamiento de las mujeres indígenas que participan en iniciativas de turismo comunitario. Así, gracias a las actividades turísticas se generarían una serie de sinergias que darían lugar a un empoderamiento espontáneo del cual sus protagonistas no son conscientes. Esto se explica por el hecho que,

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

gracias a la actividad turística, las mujeres tienen que desarrollar nuevas habilidades, como hablar en público y relacionarse con los turistas, y han logrado un mayor poder de decisión dentro de sus hogares, que luego deriva también en más capacidad para generar ingresos y tener mayor autonomía financiera, así como visibilidad en la comunidad, lo cual redundaría en una revalorización de ellas mismas (García, 2015, 2017). Finalmente, otra investigación señala que la promoción del turismo rural en aldeas rurales de Botswana, habría favorecido procesos de empoderamiento enfatizando la dimensión de libertad que habría supuesto para ellas. En este caso, no está muy claro si el modelo de gestión es de carácter colectivo, porque la investigación hace referencia tanto a iniciativas particulares de mujeres emprendedoras como de mujeres empleadas en otros negocios turísticos, siempre en un contexto rural. En cualquier caso, se concluye que su participación en la actividad turística les dio la libertad de tomar decisiones en cuestiones como poder comprar tierras, construir casas, buscar intereses comerciales adicionales, mantener a sus familias, educar a sus hijos, viajar y relacionarse socialmente con una amplia gama de personas, incluyendo a los turistas extranjeros. Y que este empoderamiento tendría también una especial dimensión psicológica, por cuanto se incrementó la confianza en ellas mismas para sostener sus iniciativas y tomar decisiones sobre su futuro (Moswete y Lacey, 2015).

De un modo más modesto en cuanto a las perspectivas de cambio que cabría esperar, también se ha remarcado la **capacidad del turismo comunitario de generar nuevos escenarios de cambio gradual en las relaciones de género**, más que transformaciones drásticas e inmediatas. Este sería el caso, por ejemplo, de la experiencia de las mujeres Mukono Parish, en el suroeste de Uganda, quienes, en un contexto de una cultura profundamente machista, habrían logrado avanzar en un proceso de transformación progresiva de toda la comunidad (Boonabaana, 2014). Así, las mujeres mukono, que necesitan el permiso de sus respectivos maridos para poder dejar el ámbito doméstico, preocupados por si establecen relaciones con otros hombres, habrían conseguido, gracias a la iniciativa turística comunitaria, poder hacer algunos trabajos desde sus casas que les reportan ingresos que revierten en la economía familiar. Romper las barreras entre el espacio público y el privado ha permitido a estas mujeres expandir sus horizontes sociales, facilitando que se unieran entre ellas para empezar proyectos propios. En este ámbito de la economía colectiva y a través de grupos de mujeres, han podido realizar inversiones en propiedades como casas de alquiler, tierras o plantaciones de árboles. Además, a través de las reuniones semanales vinculadas a las iniciativas turísticas, han fortalecido sus relaciones con otras mujeres y se ha establecido una red de apoyo que tiene en cuenta las necesidades de cuidados y de emergencias de cada una de ellas. La perspectiva del estudio asume que no hay soluciones rápidas para transformar las relaciones de género y facilitar el empoderamiento de las mujeres, pero subraya que posibilitar la generación gradual de este tipo de cambios no debe ser menospreciado (Boonabaana, 2014).

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

VISIÓN TÉCNICA CORRECTIVA

Otra línea de interpretación es la que resalta los aspectos positivos potenciales del turismo comunitario para las mujeres, pero subraya también la necesidad de **incluir una perspectiva de género en la planificación y acompañamiento técnico para alcanzar cambios significativos**, en coincidencia con lo planteado en otros estudios referidos a procesos de planificación turística más amplios (Swain,1995). En este caso se podría considerar que los cambios pueden ocurrir, pero para ello se requiere de una intervención técnica que contribuya a que se materialicen, corrigiendo la reproducción de dinámicas de desigualdad predominantes.

Diferentes investigadoras han resaltado la necesidad, importancia y potencialidad de un acompañamiento técnico con perspectiva de género en el desarrollo de las iniciativas de turismo comunitario para transformar en un sentido más equitativo las relaciones entre hombre y mujeres (Araujo, 2016; Duffy *et al.*, 2012; Forsac-Tata, 2016; Moreno, 2018a), o que tome en cuenta tanto el género como la etnia para garantizar una mayor equidad en la distribución de los beneficios del turismo (Phommavong, 2012). De este modo, en los procesos de planificación y acompañamiento técnico se deben valorar las desigualdades por razones de género para garantizar que las decisiones sobre el desarrollo reflejen los intereses de los diversos grupos y miembros de la comunidad, incluyendo a mujeres y

Para que el turismo comunitario pueda generar cambios en términos económicos, en los medios de vida, en la conservación ambiental o en la preservación cultural, los procesos de planificación deben incluir la variable género.

hombres (Scheyvens, 2000). Asimismo, se asume que el machismo está presente en las comunidades y que actúa como un obstáculo e inhibidor de la participación y empoderamiento de las mujeres y que, por tanto, hay que actuar sobre él. Esto incluye aspectos como la violencia de género, que puede recrudecerse por el temor de ciertos hombres a los cambios generados en las mujeres a causa de la dinámica turística impulsada (Duffy *et al.*, 2012).

Igualmente se entiende que para que el turismo comunitario pueda generar cambios en términos económicos, en los medios de vida, en la conservación ambiental o en la preservación cultural, los procesos

de planificación deben incluir la variable género. Factores como la división sexual del trabajo, las relaciones de género y el acceso diferencial y el control sobre los recursos ambientales, culturales y medios de vida, deben ser introducidos en el análisis de los procesos de acompañamiento para poder valorar si los cambios introducidos a través de turismo benefician o perjudican a las mujeres (Walter, 2011). Pero más allá de la necesidad de incorporar la perspectiva de género en el diseño y planificación de los proyectos de turismo comunitario, Forsac-Tata (2016), a partir del análisis de un caso en el sudeste de Camerún, argumenta que es imprescindible que este enfoque esté también presente en las políticas regionales y nacionales de turismo, si no se quieren perpetuar las desigualdades entre hombres y mujeres. Y, es más, para empoderar a las mujeres involucradas en proyectos de turismo comunitario, considera que es necesario concientizarlas sobre las desigualdades de género y hacerles entender su derecho a expresar su voz. Para ello se requiere darles formación y capacitarlas para provocar un cambio de mentalidad y desarrollar capacidades que les permitan ser más participativas a nivel comunitario (Forsac-Tata, 2016).

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

Ciertas investigaciones alertan también de **límites en los procesos de transformación y de la necesidad explícita de acompañar los procesos de empoderamiento y transformación social**. Por ejemplo, a partir de un estudio en Göreme (Turquía) y Mukono Parish (Uganda), se ha señalado que iniciativas turísticas a pequeña escala pueden ofrecer posibilidades para renegociar los roles y las relaciones de género en sociedades patriarcales tradicionalmente conservadoras. Pero los procesos de empoderamiento de las mujeres a través del desarrollo del turismo solo pueden darse cuando ellas mismas desafían las normas y culturas existentes en una sociedad para mejorar efectivamente su posición y bienestar (Tucker y Boonabaana, 2012). Por su parte, Scheyvens (2007) establece, a partir de la revisión de diversos estudios de caso, que el ecoturismo comunitario, como es denominado en su artículo, podría tener efectos de empoderamiento de las mujeres, pero también de desempoderamiento. A través de la participación activa de las mujeres en la actividad turística pueden darse cambios en los roles y relaciones de género, que pueden traducirse en el desafío de los estereotipos y roles de género tradicionales, el aumento del respeto de la comunidad hacia las mujeres o el impulso a que los hombres asuman roles no tradicionales dentro del hogar, mientras sus esposas participan del trabajo comunitario. Pero también pueden detectarse efectos de desempoderamiento cuando las mujeres son excluidas de ciertos empleos; en la medida que no disponen de la misma libertad que los hombres para dedicarse a ciertas actividades (como el guiado turístico); o si en los proyectos de desarrollo social apoyados por los ingresos del ecoturismo se invierte de manera desigual en beneficio de las actividades masculinas. El desempoderamiento mayor de las mujeres en este tipo de iniciativas, según se argumenta, es su falta de control sobre el desarrollo del ecoturismo comunitario. Debido a esta contradicción en los resultados se defiende la necesidad de una planificación que tenga en cuenta un enfoque de género (Scheyvens, 2007).

Este enfoque técnico valoriza además los cambios experimentados por las mujeres como un aporte positivo para el propio desarrollo turístico. A partir de un caso de estudio con iniciativas de pueblos indígenas lacandones en Chiapas, México, se ha podido observar que el recurso a ciertas metodologías para el diseño y planificación de proyectos turísticos comunitarios, además de promover la participación de grupos tradicionalmente excluidos, como mujeres, personas ancianas y en edad infantil, supone un aporte esencial para el diseño de productos indígenas vinculados al patrimonio de la comunidad (Espeso-Molinero, *et al.*, 2016).

VISIÓN PESIMISTA

Finalmente, sobresale también otra corriente de interpretación que ha enfatizado cómo **la participación de las mujeres en el turismo comunitario ha reproducido las estructuras de desigualdad existentes o, incluso, ha empeorado su situación**. Esta concepción se fundamenta en diferentes aspectos. En primer lugar, se remarca que, al analizar el empleo generado desde una perspectiva de género, queda en evidencia que **la participación laboral de las mujeres está centrada en tareas que pueden ser consideradas una extensión del trabajo doméstico y de cuidados**, como la prestación de servicios de alojamiento y manutención al turista o la elaboración y venta

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

Aunque estos trabajos aportan una diversificación en la fuente de ingresos, no se ha modificado la división tradicional de tareas por género ni el control masculino de los recursos obtenidos.

de artesanías (Pérez y Fuller, 2015). Mientras tanto los hombres suelen ocupar puestos mejor valorados y fuera del hogar (Duffy, 2012). De este modo, los negocios familiares de alojamiento reproducen los roles de género tradicionales, por lo que la percepción de que el turismo podría ser una herramienta que ayuda a las mujeres a liberarse de los roles tradicionales no necesariamente tiene porqué ser así (Bensemman y Hall, 2010).

También se argumenta que, aunque estos trabajos aportan una diversificación en la fuente de ingresos, en la medida que no se ha modificado la división tradicional de tareas por género ni el control masculino de los recursos obtenidos, **el turismo ha supuesto una intensificación de la jornada laboral de las mujeres** (Pérez y Fuller, 2015). En

el caso concreto del proyecto turístico del ejido El Rosario, Michoacán, en México, se identificó que el aumento de la carga de trabajo, en ausencia de un cambio en los roles de género, provocó que las horas de sueño de las mujeres involucradas en el proyecto disminuyeran y que los horarios de alimentación se vieran alterados, además de la imposibilidad de disponer de momentos de esparcimiento en épocas de llegada de turistas (Rodríguez y Acevedo, 2015). Este aspecto es también reconocido en otros estudios que tienen una visión positiva de los efectos que puede tener el turismo comunitario en las mujeres (García, 2017; Tran, 2014). O en experiencias de turismo rural que no necesariamente se basan en una gestión comunitaria (Flores y Barroso, 2011). Por otra parte, también se ha cuestionado que **el incremento de ingresos no necesariamente se traduce en una mejora de la situación de las mujeres** si la capacidad de decisión sobre qué hacer con ellos se mantiene en manos de los hombres cabezas de familia (Ticker y Boomabaana, 2012). Aunque las mujeres puedan disponer de recursos propios y, por tanto, una mayor autonomía, su posición de subordinación no es resultado únicamente de una dependencia económica, si no que en ella interviene también un sistema ideológico que construye normas y costumbres profundamente arraigadas (González e Izcara, 2019).

A partir de la experiencia de la Unión de Cooperativas Tierra y Agua en Nicaragua, Murguialday (2015) sintetiza buena parte de estas críticas y llega a la conclusión que la introducción del turismo comunitario no ha contribuido a un empoderamiento de las mujeres en esta iniciativa y que su impacto ha sido limitado. En estas cooperativas cercanas a la ciudad colonial de Granada, si bien las mujeres han podido acceder a nuevos puestos de trabajo e ingresos, los empleos alcanzados reproducen la división sexual tradicional del trabajo y, aunque han logrado disponer de dinero propio y sentirse menos dependientes, no han alcanzado mayores niveles de autosuficiencia y autonomía económica; por otra parte, a pesar de participar en la actividad turística no llegan a acceder a funciones directivas y gerenciales, y tampoco se ha traducido en más capacidad para decidir sobre aspectos relevantes del funcionamiento de esta actividad; igualmente no se vislumbra un mayor empoderamiento subjetivo y colectivo que haya facilitado una mayor consciencia de sus derechos y organización para defenderlos.

También se ha cuestionado que **el acompañamiento técnico en los procesos de puesta en marcha y apoyo de las iniciativas de turismo comunitario, puede**

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

haber contribuido a reproducir las desigualdades de género. En la medida que se ignora la perspectiva de género se naturaliza la desigualdad existente entre hombres y mujeres en las comunidades. Así, más que una mayor participación en las actividades turísticas lo que correspondería sería un acceso más equitativo de hombres y mujeres a la propiedad, la tecnología, la información, el conocimiento y la gestión. Ignorar las desigualdades de género provoca, por ejemplo, que los procesos de capacitación técnica encasillen a las mujeres en roles tradicionales y reproduzcan la situación existente: hombres formándose como guías o intérpretes y mujeres en la alimentación, la higiene o la elaboración de artesanías tradicionales (Pérez y Fuller, 2015). Al mismo tiempo, también se han cuestionado las **dinámicas de participación de las mujeres en las políticas y proyectos de desarrollo local** que tienden a reproducir estereotipos que naturalizan las desigualdades de género (Anderson, 2011).

Por otra parte, también **se han denunciado las políticas de desarrollo que a través de la promoción del turismo comunitario han perpetuado las inequidades de género.** Enfoques como el “pro-poor tourism”, orientados fundamentalmente a aumentar ingresos de las comunidades pobres, y en particular de las mujeres, y que hegemonizaron durante años las políticas de la cooperación internacional, al no tener en cuenta las desigualdades de género lo que han hecho es reproducirlas y acentuarlas. Por ello se considera imprescindible que las políticas de desarrollo en entornos rurales traten de revertir los mecanismos socioculturales, políticos e institucionales que limitan el acceso de las mujeres a los recursos y espacios de toma de decisión (Pérez-Galán y Fuller, 2015).

En aquellos casos, en los que los procesos de planificación de los proyectos de turismo comunitario incorporan una perspectiva de género, atenta a corregir dinámicas que reproduzcan o acentúen las desigualdades de género, y traten de generar dinámicas de empoderamiento de las mujeres, se identifica también el límite de ser iniciativas de “arriba hacia abajo” en las que los esfuerzos de los actores externos no tienen porqué ser correspondidos con las expectativas de la población local y, por tanto su sostenibilidad queda en cuestión (Fuller, 2013).

2.2. Límites, hipótesis y posibles pistas alternativas

A la luz de los resultados de la investigación disponible, el balance sobre los impactos que ha tenido la introducción del turismo bajo formas de gestión comunitaria y, por tanto, distintas al turismo predominante de capital privado, parece encontrarse ante el conocido **dilema de la dualidad**: la multiplicación de casos de estudio no parece más que abonar la disparidad de resultados, provocando cierto bloqueo en el análisis (Cohen y Cohen, 2012).

Esta situación guarda ciertas similitudes con el debate descrito por Milano y Gascón (2017) en relación a los efectos del turismo en las economías campesinas e indígenas, en el sentido que la suma de investigaciones no resuelve de forma razonablemente concluyente el debate. En ese caso, la disparidad de resultados se intenta explicar a

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

través de la formulación de tres hipótesis: a) la *hipótesis de la diferencia*, por cuanto la variedad de resultados podría deberse a las características de distintos contextos; b) la *hipótesis epistemológica*, que implicaría que las lentes teóricas con las que se llega a investigar una determinada situación predetermina su mirada y las conclusiones a las que puede llegar; y, finalmente, c) la *hipótesis metodológica*, que supondría que el momento en el que se realiza la investigación determina los posibles resultados en función del estado evolutivo de aquel destino o iniciativa turística, cuyas distintas fases han sido descritas por Butler (1980).

Para el caso de los impactos de género del turismo comunitario pareciera que estas tres hipótesis podrían ayudar a entender parte de la disparidad detectada en los resultados de la investigación. La variedad de contextos de los estudios de caso disponibles refleja puntos de partida diversos en los que deberá desarrollarse la actividad turística comunitaria y que, a pesar del marco de dominación patriarcal común, podría influir en los cambios y en su profundidad, si es que los hubiera. Por otra parte, enfoques teóricos diferenciados pueden ayudar a explicar cómo se conciben los cambios en las relaciones de género o qué se entiende por empoderamiento de las mujeres. La metodología y capacidad de análisis en las distintas investigaciones también puede dar lugar a resultados contrapuestos. Igualmente, los procesos de transformación pueden ser graduales y, por tanto, el momento en el que se desarrolla la investigación puede influir también en cómo pueden ser evaluados.

Además de estas tres hipótesis, para esta investigación cabría plantear una cuarta **hipótesis de pluralismo en el objeto de estudio**. En los análisis sobre turismo comunitario es común la mezcla de estudios de caso en los que los modelos de gestión distan mucho de tener un carácter comunitario o colectivo, con lo cual se formulan conclusiones que se atribuyen de forma generalizada al turismo comunitario basadas en experiencias que se limitan a formas de turismo rural, entendido como aquel que tiene lugar en la ruralidad, o incluso a desarrollos turísticos en los que predomina el capital privado sin diferenciar los contextos ni formas de gestión. Esta confusión va en detrimento de una comprensión más clara de las dinámicas del turismo comunitario propiamente. Es por este motivo que en la presente revisión bibliográfica se ha procurado hasta donde ha sido posible limitar los análisis a estudios de caso o trabajos de revisión enfocados turismo comunitario (aunque en algunos textos puedan ser llamados de formas distintas, como ecoturismo comunitario o turismo rural comunitario). Asimismo, la diversidad en las formas en las que se organiza el turismo comunitario, aún cuando nos refiramos a formas de gestión colectiva, es tan grande que pueden estarse comparando experiencias tan distintas entre sí que dificulten el diálogo y el análisis de resultados.

¿Teniendo en cuenta los términos en los que está planteado el debate, es posible salir de esta situación de aparente bloqueo y elaborar explicaciones más plausibles y matizadas de porqué se producen estos distintos resultados? Algunos estudios de caso, apuntan también la **necesidad de valorar en términos contradictorios y más matizados los cambios en las relaciones de género que pueden llegar**

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

a producirse, en el sentido apuntado ya por Scheyvens (2007) en el artículo de revisión bibliográfica anteriormente mencionado. Así, el análisis sobre la introducción del turismo comunitario, como consecuencia de la declaración de un Área Natural Protegida, en la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas, México, aporta luz en esta dirección. Según Díaz-Carrión (2010), si bien la participación de las socias de las iniciativas de la reserva reproducen los roles tradicionalmente asignados a las mujeres, que van acompañados de desvalorización por su vínculo con los trabajos de cuidados y domésticos, además de generar segregación horizontal y vertical, ellas mismas destacan una serie de aspectos positivos de su implicación en esta nueva actividad: la relación con otras personas, tanto de la comunidad como de fuera de ella; el aprendizaje de nuevas habilidades; un mayor reconocimiento público o el acceso a nuevos roles. En este sentido, y a pesar de sus limitaciones, el turismo comunitario es considerado un instrumento útil para introducir cambios sociales, también en las relaciones de género, si a través de él se logran cuestionar los roles tradicionales de mujeres y hombres (Díaz-Carrión, 2010).

Otro ejemplo se encuentra en el análisis de las relaciones de género en cuatro iniciativas de turismo comunitario asociadas a la Red Pachaq Paqaneq en Perú, que pone en evidencia el “impacto heterogéneo” de este tipo de procesos (Pérez-Galán y Fuller, 2015). En algunas de ellas se pudo visualizar un aumento de la autonomía personal de las mujeres, así como de su independencia económica y seguridad frente a sus parejas. En otras más bien destaca la sobrecarga de trabajo y el hecho que los beneficios económicos obtenidos no redundan en mayor autonomía de las mujeres o en una mejoría de su consideración social.

Un estudio de caso en Huatulco, también en México, introduce la idea de que la posibilidad que se produzcan cambios en las relaciones de género y su distinto nivel de profundidad podrían tener que ver también con diferentes modelos organizativos para la gestión de la actividad turística (Fernández y Martínez, 2010). En esta investigación se considera que las iniciativas turísticas comunitarias de esa área, en su mayoría en forma de cooperativas, generan un clima más favorable para el empoderamiento de las mujeres involucradas que las formas organizativas de carácter privado. El marco de gestión colectiva pareciera que contribuye a generar ambientes que rompen el aislamiento de las mujeres y generan espacios para una mayor toma de conciencia y auto-reconocimiento, lo cual facilitaría procesos de empoderamiento por encima de las dinámicas individuales que se mantienen en el ámbito familiar, donde resultaría más difícil generar dinámicas de cambio en las relaciones de género. Finalmente, se plantea como hipótesis para futuras investigaciones la necesidad de comprobar si las características de la composición de quienes integran las empresas comunitarias, diferenciando cuando todas son mujeres o se trata de organizaciones mixtas, puede dar lugar a diferencias significativas en los procesos de empoderamiento (Fernández y Martínez, 2010). De forma complementaria, otro estudio en la misma zona de las Bahías de Huatulco realizado años después, identificó un mayor nivel de empoderamiento entre mujeres que son sus propias jefas que aquellas que son empleadas en empresas turísticas. Esto se explicaría por tener que asumir un mayor

2.
AVANCES Y
LÍMITES EN EL
ANÁLISIS DE
GÉNERO EN
EL TURISMO
COMUNITARIO

nivel de responsabilidad y por no estar sujetas a otras formas de subordinación. El hecho que el éxito o fracaso de sus iniciativas dependieran de ellas las ha ayudado a asumir nuevas aptitudes (Mendoza y Chapulín, 2015).

En la presente investigación, lejos de lecturas binarias en términos absolutos, se propone la necesidad de caracterizar mejor las experiencias de turismo comunitario y, más que entenderlo como un modelo único, tomar en cuenta la pluralidad en sus formas de gestión y organización. A partir del análisis de distintas iniciativas y formas de organización cabría preguntarse si no sería más útil tratar de identificar ciertas regularidades a partir de la variable gestión-organización y formular posibles modelos que nos ayuden a interpretar mejor una dinámica compleja que parece generar resultados distintos. Es así que se plantea una **quinta hipótesis** para tratar de explicar resultados distintos en términos de impactos de género del turismo comunitario: **la hipótesis de las diferencias en los modos de gestión y organización**. Así, los resultados diversos en las transformaciones de género podrían ser también explicadas por los distintos modelos en los que se lleva a cabo la gestión comunitaria de la actividad turística. Esta hipótesis podría aportar nuevas perspectivas para comprender procesos diversos, contradictorios y necesariamente complejos.



Cooperativa Nuevo Amanecer, UCA Mirafior, Nicaragua. Imagen de Alam Ramirez Zelaya.

3.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Este informe tiene como objetivo analizar qué tipo de impactos y transformaciones se producen en las relaciones de género en iniciativas de turismo comunitario en Centroamérica. Igualmente nos preguntamos sí, en correspondencia con la quinta hipótesis propuesta, procesos organizativos y de gestión colectiva distintos pueden dar lugar a resultados significativamente diferentes desde una perspectiva de género y, en ese caso, identificar patrones que nos permitan formular modelos con los que interpretar resultados aparentemente contradictorios.

La investigación se realiza a partir del análisis comparativo de siete estudios de caso correspondientes a iniciativas de turismo comunitario de El Salvador, Nicaragua y Costa Rica, en concreto: Cooperativa Los Pinos (El Salvador), Finca Magdalena, Ecoposada El Tisey y UCA Mirafior (Nicaragua), Los Campesinos, Stribrawpa y ASOPROLA (Costa Rica). Inicialmente las iniciativas fueron seleccionadas en el marco de una investigación más amplia, no ceñida al análisis de la transformación de las relaciones de género, en función de los siguientes criterios: estar en activo en el negocio turístico por más de cinco años; recibir ingresos por turismo de forma regular; no depender de un proyecto de cooperación (aunque pueden haber tenido apoyos externos diversos); diversidad en las formas organizativas. Se valoró que era importante que estas iniciativas hubieran tenido éxito en su principal cometido: desarrollar una actividad comercial regular que les hubiera permitido generar y diversificar sus ingresos. Se descartaron otras opciones en las que se hubiera producido un fracaso en términos comerciales y que la actividad turística hubiera dejado de funcionar. La opción era poder analizar los efectos sociales derivados de la puesta en marcha de una nueva actividad económica con un razonable nivel de consolidación.

Con el fin de evitar el riesgo de una mirada demasiado corta en el tiempo, que puede distorsionar los resultados, por reflejar únicamente un determinado momento en su evolución, se apostó por dar continuidad en el tiempo a esta investigación. Así, para cada una de estas iniciativas se han realizado sucesivas visitas de trabajo de campo, con una duración de una a dos semanas en cada una de ellas, entre los años 2009 y 2019 (tabla 1).

3.
OBJETIVOS Y
METODOLOGÍA

Tabla 1.
Visitas de trabajo de campo por iniciativa

INICIATIVAS	VISITAS REALIZADAS	PERÍODOS DE INVESTIGACIÓN
Cooperativa Los Pinos	4	Mayo 2009 Febrero 2014 Junio 2015 Septiembre 2018
Finca Magdalena	4	Abril 2009 Febrero 2014 Mayo 2015 Septiembre 2018 Enero 2019
Ecoposada El Tisey	4	Marzo 2009 Marzo 2014 Junio 2015 Diciembre 2018
UCA Mirafior	4	Abril 2009 Febrero 2014 Mayo 2015 Enero 2019
Los Campesinos	2	Marzo 2014 Mayo 2015
Stribrawpa	3	Febrero 2014 Mayo 2015 Agosto 2018
AsoProLA	3	Marzo 2014 Mayo 2015 Enero 2019

Fuente: elaboración propia.

Durante las visitas de trabajo de campo se realizaron entrevistas a diferentes miembros de las iniciativas, que fueron repitiéndose en la mayoría de casos en sucesivos encuentros (tabla 2). Fundamentalmente se entrevistó a las personas más involucradas y activas en cada una de las iniciativas, tanto asociadas como vinculadas laboralmente, pero también se tomó en cuenta la necesidad de contrastar su visión con la de personas que jugaban papeles de menor responsabilidad o que no estaban vinculadas con la actividad turística, e incluso con la experiencia comunitaria. Además de cada uno de los casos estudiados se llevó a cabo un diario de campo en el que se registraron observaciones y se tomó nota de conversaciones informales. En la mayoría de iniciativas se tuvo también acceso a información documental propia (documentos de constitución, libros de actas, registro de visitas) y en el caso de la Cooperativa Los

3.
OBJETIVOS Y
METODOLOGÍA

Pinos se pudo consultar la contabilidad completa de la empresa. En todos los casos se realizó como mínimo un grupo de discusión mixto con la mayoría de integrantes de las iniciativas sobre la marcha de la actividad turística y los distintos impactos que había generado, a excepción de la UCA Mirafior, que solo se realizó en una de sus iniciativas, la Cooperativa Nuevo Amanecer. También se realizaron grupos de discusión solo con mujeres en cada una de las iniciativas en los que se discutió específicamente qué tipo de cambios se estaban produciendo en las relaciones de género, en su bienestar, en dinámicas de reconocimiento y participación en espacios de toma de decisiones y procesos de empoderamiento.

Tabla 2.

Personas entrevistadas por sexo y por iniciativa

INICIATIVAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Cooperativa Los Pinos	14	9	5
Finca Magdalena	19	9	10
Ecoposada El Tisey	4	2	2
UCA Mirafior	23	7	16
Los Campesinos	9	5	4
Stribrawpa	23	13	10
AsoProLA	9	3	6
Total	101	48	53

Fuente: elaboración propia

Para la última ronda de entrevistas se contó con el apoyo de investigadoras e investigadores de los respectivos países para algunas de las iniciativas en las que se desarrolló este análisis: Xenia Ortiz en Cooperativa Los Pinos en El Salvador, Angélica Duarte en Finca Magdalena y Alam Ramírez en Ecoposada El Tisey y UCA Mirafior en Nicaragua, y Arturo Silva en ASOPROLA en Costa Rica.

4. RESULTADOS

4.1. Casos de estudio

Para cada una de las siete iniciativas analizadas, a continuación, se describe su origen y las principales características de su oferta turística y del tipo de clientela que atienden, así como resultados más significativos. Dadas las características de la investigación y la hipótesis propuesta, se considera necesario analizar de forma detallada las formas distintas en las que es organizada y gestionada la actividad turística. A partir de aquí se describen los principales impactos identificados en las relaciones de género y en los procesos de empoderamiento de las mujeres, si es que se puede considerar que existan y en qué términos. Los casos analizados son identificados previamente con información básica en la tabla 3.



COOPERATIVA LOS PINOS



FINCA MAGDALENA



ECOPOSADA EL TISEY



UCA MIRAFLOR



LOS CAMPESINOS



STRIBRAWPA



ASOPROLA

4.
RESULTADOS

Tabla 3.

Características de las iniciativas de turismo comunitario analizadas

INICIATIVAS	PAÍS	OFERTA TURÍSTICA	CLIENTELA PRINCIPAL	MODELO ORGANIZATIVO	ACTIVIDADES PRODUCTIVAS en orden de importancia*
Cooperativa Los Pinos	El Salvador	Restaurante, miradores sobre el lago Coatepeque, recorrido por bosque de café y cabañas.	Turismo doméstico.	Cooperativa de gestión colectiva centralizada.	Café y turismo.
Finca Magdalena	Nicaragua	Albergue y cabañas, restaurante, entorno natural y productivo, senderismo, tour al volcán maderas, tour sobre petroglifos precolombinos.	Turismo internacional "tipo mochilero".	Cooperativa de gestión colectiva centralizada.	Turismo, café, granos básicos (frijol, maíz y arroz) y miel.
Ecoposada El Tisey	Nicaragua	Restaurante, alojamiento en cabañas y espacios compartidos mirador y entorno natural en reserva, tour por comunidades aldeanas.	Turismo doméstico.	Gestión familiar.	Turismo, tecnología agrícola orgánica, agricultura, ganadería, flores y productos lácteos.
UCA Mirafior	Nicaragua	Alojamiento en casas de familia en cabaña o habitación, entorno natural y productivo, senderismo, cabalgatas, observación de aves.	Turismo internacional "tipo mochilero".	Unión de cooperativas con alojamiento familiar y oficina de información y reservas compartida.	Café, frijoles, turismo y miel.
Los Campesinos	Costa Rica	Alojamiento en cabañas individuales o colectivas, entorno natural, puente colgante, pozas naturales y actividades de aventura.	Turismo internacional.	Cooperativa de gestión colectiva centralizada.	Turismo.
Stribrawpa	Costa Rica	Alojamiento en albergues con habitaciones individuales o colectivas, entorno natural, cultura indígena (Bribri), elaboración de chocolate.	Turismo internacional.	Asociación de gestión centralizada.	Turismo, banano y cacao.
AsoProLA	Costa Rica	Alojamiento en albergue con habitaciones individuales y colectivas, actividades de voluntariado, entorno natural y productivo.	Turismo y voluntariado internacional.	Asociación de gestión centralizada.	Turismo, agricultura de huerto, café, mermeladas y miel.

Fuente: elaboración propia.

*A raíz de la crisis política de Nicaragua iniciada en abril de 2018, la actividad turística ha caído enormemente. En los casos de las iniciativas más dependientes del turismo internacional, Finca Magdalena y UCA Mirafior, la llegada de visitantes ha sido prácticamente nula, mientras que en el caso de la Finca El Tisey, a pesar de la disminución de llegadas, se ha mantenido abierta. En esta columna se mantiene el orden de importancia de actividades productivas previa a dicha crisis.

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA LOS PINOS



Cooperativa Los Pinos, El Salvador. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

La Cooperativa Los Pinos está ubicada en el municipio de El Congo, en el Departamento de Santa Ana, en El Salvador, a orillas del Lago Coatepeque. Fue constituida en 1980 y en la actualidad cuenta con 87 miembros, 70 hombres y 17 mujeres. Con una extensión de 285 hectáreas se dedica fundamentalmente a la producción y comercialización del café, su principal actividad, y los servicios turísticos (Cañada, 2017a).

Antes de ser una cooperativa, la finca era propiedad de Rafael Guirola, miembro de una de las catorce familias más poderosas de El Salvador, la oligarquía cafetalera que había dominado el país por décadas y cuyo poder se había asentado en una profunda desigualdad en el acceso a la tierra. La situación de quienes trabajaban en la finca en régimen de colonato era extremadamente penosa.

Aquí era un sistema de colonos. Las familias que habitaban dentro de los terrenos de la hacienda no tenían una garantía de trabajo permanente. Había días que se trabajaba y, de repente, se paraban los trabajos sin ninguna justificación. Solo decían que no había trabajo y que cada quien rebuscara qué hacer. En las casas no había acceso a energía eléctrica, solamente en la casa del mandador. Tampoco había acceso al agua. Cada familia tenía un cántaro, unas 30 botellas de agua, por la mañana, y lo mismo por la tarde. Ese era todo el acceso que por familia se tenía, y no alcanzaba ni para cocinar. Entonces la mayoría de la gente tenía que ir al lago a lavar su ropa, a bañarse. Y naturalmente tampoco se tenía acceso a la salud. Era una situación bastante precaria. Hoy muchos desconocen la situación real que se vivió en esa época.

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

(SG02, socio y técnico de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

En ese tiempo ni las casas dejaban que se repararan. Se vivía en casas de zacate, no dejaban criar animalitos, ni sembrar matas de güisquil. Eran políticas del patrono, que no quería que la gente se asentara.

(TH01, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

La desigualdad existente y las condiciones de miseria en las que vivía la mayoría de la población rural fueron creando un ambiente de agitación social reprimido recurrentemente por los diferentes gobiernos y el Ejército en defensa de los intereses de los grupos oligárquicos. En 1979 se produjo un golpe de Estado en El Salvador que instaló una Junta Revolucionaria de Gobierno, con el fin de realizar algunas reformas sociales que pusieran fin al avance de la organización popular en la guerrilla del FMLN. Poco tiempo después, el 5 de marzo de 1980, se decretó la Ley Básica de Reforma Agraria que establecía que nadie podía disponer de más de cien hectáreas, por lo que muchas de las fincas de grandes propietarios fueron intervenidas y entregadas a sus colonos.

La Cooperativa Los Pinos fue creada en ese contexto, con los colonos que en esos momentos trabajaban en la finca.

El 6 de marzo, como a eso de las 10 de mañana, de repente vino un puño de soldados y empezaron a llamar a la gente para decirle que la finca iba a ser intervenida y que se iba a formar una cooperativa.

(OM01, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Con esa medida, el Estado buscaba desactivar las bases potenciales del movimiento insurgente. Sin un apoyo real a las cooperativas recién creadas todo hacía prever su fracaso y que las tierras fueran progresivamente regresando a sus dueños originales.

Nadie sabía nada de reforma agraria, ni cuál era el objetivo. Eso fue como una cortina de humo para detener la rebelión de la gente.

(TH01, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

A pesar de todo la Cooperativa Los Pinos logró sobrevivir y, gracias al trabajo colectivo, pudieron hacer diversos proyectos sociales que revirtieron la inestabilidad y precariedad en la que vivían sus antiguos colonos. La mejora de las viviendas, disponer de un solar en el que cultivar, la llegada de la luz eléctrica, la posibilidad de trasladarse a un centro de salud en situaciones de emergencia o el apoyo en la educación son algunas de las mejoras especialmente destacadas por sus miembros.

Yo me acuerdo bien cuando se comenzó con el desarrollo social. A cada uno nos regalaron una docena de láminas. Para nosotros recibir esa docena de láminas era grandísimo. Era poder componer la casita y ya no mojarse, porque eran chorros de agua, por un lado y por otro, y había que envolverse en la cobija y echarse un plástico encima para no mojarse. Entonces esa angustia ya terminó. Después

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

vino el proyecto de la luz, cuando las casitas ya estaban más o menos. Y fue una gritazón que le agarró a la gente cuando se dieron cuenta que ya había luz eléctrica. Para nosotros ha sido un gran cambio, ha sido una felicidad, porque los desarrollos sociales que se han dado han sido inmensos. Para nosotros el cooperativismo ha sido una gran experiencia.

(TH01, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Cuando entró la cooperativa las oportunidades de educación se abrieron. Muchos hemos sido beneficiarios de decisiones que tomaron los consejos de administración y las asambleas en aquella época. Contrataron maestros para que vinieran a dar clases a la cooperativa. También dieron el transporte para ir a estudiar fuera de la cooperativa, cuando fuera necesario. Y eso permitió que muchos de los asociados nos capacitáramos y ya generáramos condiciones distintas, con una visión más empresarial.

(SG02, socio y técnico de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Desde sus orígenes la Cooperativa se dedicó a la producción de café, dando continuidad a la especialización productiva de la hacienda expropiada. Con 279 hectáreas dedicadas a este cultivo, prácticamente el 98% de la extensión de la finca se dedica al café. Su importancia también se refleja en los puestos de trabajo generados. En 2018 trabajaron en la producción de café 210 personas, 73 mujeres y 137 hombres. De este total 39 personas estaban asociadas a la Cooperativa, 4 mujeres y 35 hombres.

En 1992 la Cooperativa adquirió un beneficio que les ayudó a ahorrar costes y vender en mejores condiciones, además de poder procesar el café de otros productores. A pesar de estos avances, tiempo después, la caída de los precios internacionales del café de 2001, que redujo en una cuarta parte los valores alcanzados el año anterior, de 150 a 40 dólares por quintal en la Bolsa de Nueva York (Flores, et. al., 2002), les afectó de forma grave. Esto hizo que decidieran dar un paso más para ampliar y diversificar sus fuentes productivas. Por una parte, trataron de garantizar una mayor estabilidad en los precios de venta a través del mercado de comercio justo y, por otra, introducir los servicios turísticos. A partir de entonces empezaron a vender la mayoría de su café a través del mercado del comercio justo en Europa.

Una de las virtudes del mercado de comercio justo es que además de garantizar mayor estabilidad en los precios aporta un premio por volumen de cantidad vendida que debe ser invertido en beneficios sociales tanto a los miembros de la Cooperativa como a los trabajadores contratados, en gran medida de las comunidades cercanas.

En el café certificado tenemos un precio fijo de 140 dólares y un premio de 20 dólares por quintal. Y de esos 20 dólares, 5 son para inversiones en el cultivo, para mejorar la productividad, y 15 para obras sociales. A final del año, si hemos

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

exportado 4.000 quintales, por hablar así en números enteros, son 4.000 por 20 son 80.000 dólares, y de ellos 20.000 son para mejorar la producción y 60.000 para proyectos sociales.

(JRR02, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Sin embargo, a partir de la cosecha del año 2013-2014 la producción disminuyó fuertemente a causa de la plaga del hongo de la roya, que afectó a buena parte de las plantaciones de Centroamérica. La roya incidió tanto en el volumen producido como en la cantidad de café que pudo calificar para venderse en mercado de comercio justo. El café con broca, quebrado o mordido por los animales no puede venderse en este mercado. La consecuencia fue una disminución significativa en los ingresos globales generados por el café en la Cooperativa.

La otra gran medida que tomaron después de la caída de los precios internacionales del café en 2001, fue tratar de poner en marcha servicios turísticos.

La idea de hacer turismo nació a raíz aquella crisis el 2001. Entonces se pensó que la Cooperativa tenía que diversificar sus rubros, viendo que ya no podíamos depender solo del café.

(JRR02, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Sin embargo, esta apuesta no fue rápida. Cuando la Cooperativa puso en marcha las actividades turísticas a partir de 2007 decidieron que la gestión fuera en colectivo, como las otras actividades de la finca.

Desde nuestro nacimiento hemos sido una cooperativa colectiva, y el esfuerzo ha estado siempre en el bien común. Y con el turismo consideramos que era mucho más viable ponerle el mismo rumbo, porque de esta forma ya habíamos tenido



Cooperativa Los Pinos, El Salvador. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

experiencias que nos habían mejorado la capacidad empresarial de la cooperativa. La finca la trabajamos en colectivo, y el beneficio también es colectivo, entonces con el turismo igual.

(SG02, socio y técnico de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Para poner en marcha el turismo en la Cooperativa construyeron una cocina y un restaurante, con vistas al lago Coatepeque, varias cabañas, un sendero del restaurante a la orilla del lago, con varios miradores, y un muelle para facilitar el baño de los turistas equipado con tres lanchas. También construyeron un salón comunal para poder organizar eventos. Y compraron todo el equipamiento necesario para la cocina, el restaurante y las cabañas. Todas estas infraestructuras fueron financiadas con fondos de PREMODER, un Programa del Ministerio de Agricultura, la prima de beneficio social de las ventas de café a través del comercio justo y fondos propios de la Cooperativa. Las primeras construcciones las hicieron entre los años 2008 y 2009 y la primera semana del mes de setiembre de 2009 abrieron finalmente al público. A medida que el turismo empezó a generar ingresos, pudieron hacer mejoras en las infraestructuras y darles mejor mantenimiento, como arreglar los senderos y cercarlos.

La Cooperativa dispone de un Plan Estratégico en el que han visualizado qué necesitaban y qué inversiones debían realizar para consolidar su oferta turística. Además, para la gestión del turismo, el Consejo de Administración de la Cooperativa creó un Comité de Turismo. Éste se reúne una vez al mes y sirve para coordinarse mejor y generar la información que necesita el Consejo de Administración para tomar decisiones. Este órgano está compuesto por su presidente, que forma parte del Consejo de Administración, el chef, la cajera y un miembro del Comité de Vigilancia.

Los turistas que visitan Los Pinos son en su mayoría salvadoreños que viven en el gran San Salvador, y que pueden llegar a la finca en unos 45 minutos en vehículo propio. También les visitan personas de origen salvadoreño que viven en el exterior, principalmente en Estados Unidos, y que regresan a su país por vacaciones, y unos pocos extranjeros. Igualmente es destacable la clientela vinculada a diferentes instituciones públicas y privadas (universidades, colegios, iglesias) que han encontrado en la Cooperativa un lugar adecuado para organizar actividades. En su mayoría son gente de clase media. Desde un principio los dirigentes de la Cooperativa tuvieron claro que este era el perfil de clientela que querían tener.

Nosotros veíamos que nuestro público era la clase media, pero ni media alta ni media baja, simplemente clase media. Queríamos ser un lugar donde el que no puede ir a los lugares caros tuviera dónde venir. Si uno está debajo de la clase media no puede gastar en un restaurante, o si puede no lo hace porque sus prioridades son otras.

(OM02, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Las entradas de visitantes y turistas a la Cooperativa han evolucionado positivamente y en 2018 superaron las veinte mil personas. Inicialmente conocieron el lugar por medio de recomendaciones de otras personas que ya lo habían visitado y por algunos

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

reportajes que les hicieron en medios de comunicación locales. Últimamente, la promoción en redes sociales ha incrementado las visitas. Acostumbran a ser clientes del restaurante que, en algunos casos, hacen otro tipo de actividades. Así las visitas de medio día son la base del negocio turístico de la Cooperativa. Esta evolución positiva se ve reflejada también en los ingresos generados por el turismo. Destaca tanto el crecimiento progresivo en los ingresos totales y beneficios generados como la estabilidad con la que se ha producido esta progresión. Desde el año 2014, más del 80% de los ingresos de turismo son generados en el restaurante. La evolución positiva de los ingresos por turismo, que en 2018 alcanzaron cerca de los 200.000 dólares, frente a los poco más de 300.000 procedentes del café, han permitido tener otra fuente de ingresos relevante, y atemperar los impactos de las oscilaciones vinculadas al café que, por causas diversas, son muy fuertes.

Además, gracias al turismo, la producción de café de la Cooperativa ha encontrado nuevos mercados, por los que recibe más incluso que en el mercado de comercio justo, ya sea en bolsas de libra de café tostado molido o en tazas en el restaurante.

En los dos últimos años las ventas del café tostado molido se han venido incrementando. La demanda es más fuerte. Tanto de las personas que vienen del exterior como de la propia comunidad, que nos hacen pedidos. Antes del turismo no teníamos esta amplitud. Entonces el turismo ha venido también a posicionar la parte del café tostado molido de la Cooperativa.

(JRR01, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Debido a la gran afluencia de visitantes el restaurante necesita proveerse constantemente de numerosos alimentos, lo cual ha estimulado nuevas actividades productivas. Así, la Cooperativa ha puesto en marcha un invernadero, para la producción de verduras y hortalizas, y un estanque para tilapias. Otros productos son comprados, cuando se puede, en la misma comunidad. Uno de los problemas que se han encontrado para poder ampliar la compra en las comunidades cercanas es la dificultad para garantizar la continuidad en el suministro y en su calidad.

Los socios de la Cooperativa se muestran satisfechos con la introducción del turismo y los cambios que ha generado. Destacan el hecho de que se hayan creado nuevos empleos y oportunidades para gente de la comunidad y que se empiece a reducir la dependencia con respecto al café, especialmente por los problemas de inestabilidad que se han vivido en los últimos años.

El turismo ha sido una oportunidad. Primeramente, porque genera empleos, hay trabajo para la gente en la misma comunidad, porque esa gente que mira en el restaurante no es gente de afuera, esa es gente de aquí. Es una forma de no depender del café, ni del maquilado allá en el beneficio. Es mejor tener varias opciones, que de poquito en poquito se hace bastante. La otra cosa me gusta del turismo es que yo soy muy amigo del medio ambiente, y me alegro cuando decimos que vamos a cuidar toda la cuenca del lago, no talar árboles, no cazar animales. (...) Y también me siento feliz, porque veo que la gente tiene donde ir con su familia

4.

RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

y descansar tranquilamente con seguridad. La gente del mismo nivel mío, en aquellos tiempos no tenían acceso a un restaurante como éste, sino que estábamos todos privados. Ahora no, la gente de la comunidad ves que viene, que deme una tacita de café, que quiero esto, que quiero esto otro, porque el turismo no es solo de los grandes, turismo somos todos, y el turismo lo hacemos todos, desde los pobres hasta el de alto nivel. Por eso me gusta el turismo.

(THO1, socio de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Los factores de localización de la iniciativa turística (cercanía a un atractivo natural frecuentado y proximidad con buena comunicación desde un gran centro urbano emisor potencial de turistas) han sido importantes para su éxito. Son condiciones favorables, pero no determinantes. Sobre estas bases se asienta un fuerte proceso de organización colectiva, visión empresarial, capacitación e inversión de recursos propios y conexión con un mercado potencial.

Gracias a la Cooperativa la vida de las personas asociadas y sus familias ha mejorado significativamente en relación a la situación previa a su formación. En los últimos años se ha tomado también una medida para que las personas mayores, que ya no están en edad de trabajar, reciban una pensión con fondos de la Cooperativa. Una de sus socias afirma que si no fuera por la Cooperativa probablemente ni tan siquiera vivirían ahí:

Si no hubiera habido la Cooperativa, probablemente ya no viviríamos en este lugar. Nos tendríamos que haber ido a otro lugar. A saber.

(LNG, socia de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

IMPLICACIONES PARA LAS MUJERES

Dadas las características de la Cooperativa, su modelo de gestión y el tipo de negocio turístico puesto en marcha, la principal aportación de esta nueva actividad para las mujeres, socias o no, según declaran ellas mismas, ha sido la creación de empleo no tradicional en la propia comunidad, aunque con una participación menor que la de los hombres. En 2018, el turismo generó 20 puestos de trabajo, que eran reforzados con 4 más en las temporadas altas. Del total de 24 empleos, 15 fueron ocupados por hombres y 9 por mujeres. Son trabajos de cocina, atención en el restaurante, limpieza de las cabañas y guiado turístico. Los salarios que paga la cooperativa se establecen por el salario mínimo legal, que es algo mayor al de trabajo en las actividades del café. Los puestos de mayor responsabilidad y salario son los de responsable de cocina (chef) y de caja. En los últimos años, varias personas han ocupado estos dos puestos, pero en su mayoría han sido hombres. De estas 24 personas contratadas, 11 son socias de la Cooperativa, y de ellas solo 3 son mujeres.

La generación de este nuevo tipo de empleos, distintos a los que tradicionalmente generaba el café, son valorados como una forma de reducir los estímulos a la emigración por parte de la comunidad.

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

En la parte de empleo nos ha servido como para que nuestra gente ya no emigrara.

(SG02, cargo técnico de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Una de las socias de la Cooperativa, actualmente en su Consejo de Administración, trabajó como cajera del restaurante entre 2009 y 2012. En ese momento su salario estaba entorno a los cien dólares quincenales más propinas, mientras que los trabajos a los que podía acceder como mujer en el campo (básicamente tareas de fertilización, abono, siembra o mantenimiento del cafetal), eran solo de 57 dólares quincenales. Para ella el trabajo en el turismo ha sido una oportunidad de empleo para muchas personas jóvenes, tanto mujeres como hombres, porque las alternativas de trabajo se reducen al trabajo en el campo, la maquila, la construcción o emigrar a otro país. En concreto, en comparación con la maquila destaca:

La gente que trabaja en maquila es bastante explotada, tanto en sus horarios como en sus salarios, y ahí no tienen oportunidad de crecer. Están en lo que se les pone y se les exige y exige cumplir metas. En cambio, aquí no, es bastante diferente. Esto del turismo es una experiencia bastante nueva.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

La referencia al trabajo en la maquila, que en el departamento de Santa Ana es abundante, es remarcada por otra socia en el mismo sentido:

Con el turismo ha habido más empleo, tanto para jóvenes, como para mujeres. Ahora hay más trabajo que antes, porque antes uno tenía que salir a buscar a fuera el trabajo, a las maquilas y todo eso. Y ahora, gracias a Dios, acá tenemos el trabajo. Ha ayudado bastante. Y es mejor, porque en la maquila hay mucha presión, y tiene que mañanear uno mucho más, y el pasaje también le cuesta más. Y aquí uno en la comunidad no paga pasaje y hasta para almorzar va uno a la casa, y allá toca pagar pasaje y alimentación también.



Cooperativa Los Pinos, El Salvador. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

(YM04, socia de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

COOPERATIVA
LOS PINOS

Otra de las cajeras del restaurante, explica que anteriormente había vivido ocho años en San Francisco, Estados Unidos, donde trabajó como cajera en un McDonald's y en una gasolinera, valora la importancia de haber podido conseguir un empleo en su misma comunidad y que el trato y condiciones laborales fueran mejores que los que tradicionalmente había tenido:

Cuando regresé [de EEUU] traía ahorros, pero luego tuve que buscar trabajo y no lo encontraba. Por suerte vine a dejar el currículum y me quedé. Yo vivo a menos de 10 minutos en bus. Este trabajo me parece muy bien, porque está cerca de mi casa, el salario no está mal y el ambiente me gusta. En el McDonald's era bien difícil porque se trabaja bajo presión y aquí no, la presión nosotros mismos la ponemos, dependiendo de la afluencia de clientes, porque en realidad depende de nosotros que el cliente esté satisfecho, y gracias a Dios no hemos tenido ninguna queja. En cambio, en McDonald's los jefes están encima y los clientes nunca están satisfechos. Entonces, si uno encuentra un trabajo aquí hay que cuidarlo, porque trabajos no hay ahorita.

(EVO1, empleada del restaurante, comunicación personal)

En este sentido, para las socias y trabajadoras de la Cooperativa consultadas, además de la oportunidad de tener un empleo cerca de su casa, con lo cual los gastos disminuyen, comparativamente las condiciones laborales son también mejores que en otros posibles empleos.

Otro de los aspectos que, a tenor de varias de las socias de la Cooperativa, más a cambiado en la vida de las mujeres que se han involucrado en la actividad turística han sido ciertos cambios en su comportamiento y actitud, que reflejarían una mayor autovaloración.

Nosotras, como mujeres, éramos tímidas, como que no nos gustaba hablar o involucrarnos en las actividades, pero por medio del turismo, somos muchas las mujeres que nos hemos visto beneficiadas y hemos cambiado nuestra forma de pensar. Ya no solo pasar todo el día en la casa sino trabajar fuera, ver algo diferente, y participar en lo que son las capacitaciones, como de liderazgo y equidad de género, nos ha ayudado mucho, para ver las cosas diferentes. Ver que nosotras tenemos el mismo valor que los hombres, que valemos lo mismo.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

A través de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), la Cooperativa ha recibido de forma continuada por varios años capacitaciones relacionadas con la perspectiva de género, por separado, tanto por parte de mujeres como de hombres. Estas capacitaciones son organizadas conjuntamente con personas de otras cooperativas.

Al principio, cuando nos decían que íbamos a tener un taller de género con CLAC, hay no, con miedo, y preferían ir a trabajar y no venir, y decían: «No, yo no quiero

4.
RESULTADOS
COOPERATIVA
LOS PINOS

participar, yo no quiero que me pregunten». Tímidas totalmente. Y ahora no, ahora estamos esperando el día, porque queremos compartir, porque es un momento muy especial, entre mujeres, en el que compartimos experiencias.

(SLO4, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Otra de las socias, que lleva cuatro años participando en estos talleres de capacitación, y que, según cuenta, tienen una periodicidad mensual, relata que gracias a estos han perdido el miedo a hablar en las asambleas de la Cooperativa y en otros espacios.

Nosotros sentimos que nos han ayudado bastante [las capacitaciones], porque las mujeres antes éramos bastante tímidas, como que teníamos miedo a hablar y ahora, gracias a Dios, ya no, ya se nos quitó ese miedo de hablar en asambleas.

(SLO4, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

De todas formas, aunque parece que ha habido algún cambio de actitud por parte de los hombres cuando las mujeres hablan en estas asambleas, aún persisten dinámicas discriminatorias, o las transformaciones no son tan profundas como cabría esperar, de acuerdo con los diferentes testimonios recogidos.

Se ven cambios también en los hombres, porque ahora las mujeres también podemos opinar en las asambleas. Antes era empezar a hablar una mujer y no ponían atención, era plática tras plática. Ahora ya se ve un orden y un respeto hacia la mujer.

(LNG, socia de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Antes las mujeres socias ni tan siquiera participaban ni hablaban en una asamblea, nadie tenía el valor de aportar sus ideas, por temor a que fueran rechazadas o que se burlaran de ellas. Ahora no, ahora como que las mujeres están más despiertas.

(SLO4, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Las mujeres tenemos todo el derecho de opinar [en las asambleas], y algunas lo hacemos, pero otras no, porque nos da pena, porque a veces los mismos compañeros nos hacen burla, y entonces como que le bajan la moral a uno, y ya para la siguiente asamblea pues mejor no hablo. Yo casi que no opino, pero es por lo mismo, porque uno se pone nervioso. Pero sí, ahí le dan la participación a las mujeres para que opinemos.

(ZJP04, socia de la cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

En algunos casos, estos cambios podrían alcanzar hábitos y distribución de tareas domésticas y de cuidados en algunas familias, con una mayor implicación de determinados hombres. A pesar de las afirmaciones en este sentido de algunas de las mujeres más involucradas en los talleres de capacitación en género, no existe suficiente certeza sobre la profundidad y continuidad de estos cambios.

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

El fin de semana, como trabajamos los dos, nos queda para hacer las tareas del hogar a partes iguales. Y mi esposo me ayuda a hacer la limpieza, y así dicen varias que también sus esposos.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Las compañeras también platican de los esposos y en sus hogares dicen que tienen el respaldo de ellos.

(LNG, socia de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

Lo que sí parece que se ha producido es un cambio formal en la composición de los diferentes órganos de gestión y decisión de la Cooperativa, con una mayor presencia de mujeres en estos.

Y en los consejos de administración la mayoría eran hombres los que se elegían, y ahora no, ahora también se eligen tanto hombres como mujeres. Ahora las mujeres, con esto del género, han tenido como un realce. A veces a los hombres esto no les gusta mucho, pero se tienen que aguantar.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

En parte, este cambio parece haberse producido por recomendación o exigencias de organismos externos, que habrían favorecido que hubiera un mayor número de mujeres en este tipo de espacios.

Cuando nosotros, como Cooperativa, gestionamos alguna ayuda fuera, con alguna organización, ellos nos piden que como mínimo el 30% de la membresía tiene que ser cubierta por mujeres. Y eso ha abierto a los socios que nosotras somos una parte fundamental. Ahora se ha logrado que se involucre siempre una mujer, en la Junta de Vigilancia, en el Consejo de Administración, en los comités que hace la Cooperativa, que siempre se involucre una mujer. Lo tenemos como parte de un requisito que las mujeres sean parte de todo. (...) Y en el proceso, los hombres ahora ya lo ven como algo normal, que todos tenemos los mismos derechos.

(SL04, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

De hecho, la Cooperativa cuenta con una política de género, elaborada a instancias de un proyecto de cooperación internacional. Sin embargo, según lo observado, no parece que este documento tenga un especial seguimiento en los órganos de dirección de la Cooperativa. Lo que sí parece haberse producido, es que un grupo de socias, gracias a los procesos de capacitación continuados en enfoque de género y una mayor participación en órganos de decisiones, han empezado a organizarse y demandar un mayor protagonismo y responsabilidad.

El turismo ha abierto una ventada de oportunidad para que seamos más mujeres líderes dentro de nuestras organizaciones. Hemos [sic] un grupo de 10 mujeres socias que estamos en un proceso de capacitación constante en diferentes áreas.

4.
RESULTADOS

COOPERATIVA
LOS PINOS

La misión de nosotras como mujeres es posicionarnos más, tener un papel más fuerte dentro de la cooperativa, y que esto nos permita tener más oportunidades como mujeres.

(SLO4, directiva de la Cooperativa Los Pinos, comunicación personal)

El hecho de que la mayoría de familias de la Cooperativa estén vinculadas a iglesias evangélicas no parece que haya contribuido a que la perspectiva de género, promovida por algunas instituciones con las que mantienen colaboración, calara en mayor medida. Sin embargo, el control social ejercido por estas iglesias puede haber contribuido a una reducción del alcoholismo y la violencia de género. Pero no se ha estudiado con suficiente detalle qué tipo de influencia ha podido tener este factor en los procesos de empoderamiento de las mujeres de la Cooperativa.

En cualquier caso, los cambios en las relaciones de género vinculadas directamente al turismo por sí mismas parecen ser reducidas. Se concentran fundamentalmente en las dinámicas de cambio que puede provocar una mayor autonomía económica, por disponer de empleo dentro de la comunidad en mejores condiciones que en otros espacios laborales. Sin embargo, la vinculación de la Cooperativa a una estructura como CLAC ha favorecido un proceso de sensibilización y capacitación en perspectiva de género continuo a lo largo del tiempo. Esto, sumado a algunas exigencias de mayor participación de las mujeres en las estructuras de gobernanza internas, han abierto posibilidades de ciertos cambios, tanto por el incipiente proceso de empoderamiento de algunas mujeres de la Cooperativa, como por la aceptación de los hombres a tomarlas más en cuenta y ser más respetuosos.



Cooperativa Los Pinos, El Salvador. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

FINCA MAGDALENA



Finca Magdalena, Nicaragua. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

Finca Magdalena se encuentra ubicada en la isla de Ometepe, Nicaragua. Es una iniciativa turística de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, formada en 1983 gracias al proceso de reforma agraria que se llevó a cabo en los años 80 durante la Revolución Sandinista (Cañada y Fandiño, 2009). Antes de la cooperativa, la finca había sido propiedad de varias familias ganaderas.

Esta fue una finca propiedad de una familia Viales, una señora heredera que se casó con un señor que se llamaba Zacarías Velásquez. Ellos aquí vivían. Ella trabajaba duro en la finca, criaba chanchos y tenía vaquitas criollas. Mire, esa señora cómo se ponía las pilas. Lamentablemente el marido no la valoró. Viajaba de aquí para allá, hacía sus agostos en Granada y se corrompió en andar vagando y la cosa es que enjaronó la finca y los vinieron a sacar a puertas cerradas. Después vinieron los Baltodano, unos terratenientes que tenían tierra por donde quiera. Ellos pusieron un mandador, que era el que gobernaba la finca. De los Viales a los Baltodano fue como en el 1966, porque en el 1968 yo tuve a mi hija y ya no estaba yo aquí. En el tiempo de los Viales, los dueños nos daban donde vivir, y allá vivíamos [en la finca] con mi mamá, ahí crecimos. Pero cuando vinieron los Baltodano ya salimos y tuvimos que andar prestando un pedacito de tierra para poner una casita. Sacaron toda la gente que vivía en las tierras de aquí. No le daban tierras a nadie para trabajar, y mucho menos para vivir. Eran malos esa gente, muy malos. Y prepararon tierras para traer ganado, eran ganaderos. Y a partir de la Revolución vino el gobierno y hizo transacciones con ellos, para dejar esta finca en manos de los campesinos. Entonces el Frente Sandinista dejó en manos de los campesinos esta Finca.

(AF05, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

Inicialmente la Cooperativa se formó con 83 personas y tenía una extensión de unas 1.200 hectáreas de tierra, pero sufrió diversas divisiones hasta quedar compuesta por sus actuales 24 miembros, 19 hombres y 5 mujeres, que se han mantenido hasta la fecha. En esas divisiones se fundaron otras cooperativas, aunque en su mayoría acabaron repartiéndose la tierra en parcelas particulares. Para quienes integraron la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, mantener la propiedad colectiva de la tierra ha sido un elemento fundamental en su historia. Dos de sus socias lo explican en los siguientes términos:

Muchos no quisieron trabajar unidos. No estaban de acuerdo con esa unidad. Decidieron que mejor les daban sus tierras y trabajarlas como individuales. Entonces vino el MIDINRA y dividió las tierras.

(AF01, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Nosotros, gracias a Dios, no nos dividimos. Estamos siempre unidos, trabajando, porque hemos mirado que la unidad da mucha fuerza. Por eso seguimos unidos. Aunque es duro, es difícil, porque no todos tenemos los mismos pensamientos, las mismas ideas. Pero cuando se dan las reuniones se consensua, entonces la mayoría es la que gana. Así hemos vivido. Esta tierra es el esfuerzo de los que fueron a luchar por una Revolución que fuera justa, por eso la estimamos y no hemos vendido ni una pulgada, porque reconocemos los esfuerzos de aquellos que fueron a derramar su sangre.

(DA01, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Inicialmente la finca estaba dedicada al café y a la ganadería. A principios de los años 90, con el cambio de régimen político, tras las elecciones de 1990 en las que venció la coalición Unidad Nacional Opositora (UNO), encabezada por Violeta Barrios de Chamorro, el sector cooperativo vivió una etapa especialmente difícil. La Cooperativa Carlos Díaz Cajina se encontró sin el apoyo de las políticas gubernamentales que había recibido en los años anteriores y sin mercados en los que vender su producción de café y bananos, que hasta ese momento adquiría el gobierno. Las nuevas políticas monetarias agravaron la situación, y la Cooperativa, como muchas otras en esos años, adquirió una gran deuda con los bancos. La solución, para no deshacerse de parte de la propiedad, acabó siendo la venta de su ganado. Desde entonces se han dedicado al cultivo de café, granos básicos (frijol, maíz y arroz) y, posteriormente, a la producción de miel. La vinculación al mercado de comercio justo, a través del hermanamiento de la isla de Ometepe, con dos islas de Canadá y Estados Unidos, facilitó que desde mediados de los años 90 la Cooperativa pudiera vender casi toda su producción de café, con garantía de precios previamente establecidos, más primas para inversión social. Posteriormente esta vinculación comercial se mantuvo solamente con Estados Unidos, porque la Cooperativa no quiso asumir los costes de una segunda certificación que les pedían sus socios en Canadá, que además de la certificación de café orgánico querían una certificación de café en sombra. Sin embargo, la producción de café era decreciente, porque los cafetales de la finca eran viejos y necesitaban ser renovados.

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

En ese contexto, a mediados de los años 90, el turismo empezó a ser visto como una oportunidad para generar otros ingresos. La actividad empezó de un modo espontáneo, a partir de las demandas de los propios turistas que, en sus excursiones al volcán Maderas, con una altitud de 1.340 metros sobre el nivel del mar, y en cuyas faldas está ubicada la Finca, les pedían si podían brindarles algún tipo de bebida o comida. Uno de los atractivos de ese volcán era la laguna que tenía en su cráter, y por ese motivo eran muchas las personas que querían ascender hasta ella. Así lo recordaba uno de los socios de la Cooperativa:

Para entonces el volcán se dio a conocer como una zona de montaña. Pasaban turistas por aquí y preguntaban si no teníamos café, gaseosas, comida; y nosotros solo teníamos, frijolitos para nosotros, no para vender. Así nace la idea de empezar a vender café, gallopinto,... Así nace la idea del turismo. Nosotros pasábamos aquí todos los días de la vida y mirábamos esto como cualquier parte; pero nuestros amigos extranjeros, que venían sobretodo a comprar café, comenzaron a decirnos: «Este lugar es muy especial, es muy bonito».

(BC01, socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

De este modo, empezaron a ofrecer servicios de alimentación y luego convirtieron la antigua casona cafetalera en un albergue, en el que ofrecieron alojamiento y servicio de restaurante, y también acondicionaron un área para hamacas y otra para camping, a precios más baratos. Como parte de este proceso de cambio, ajardinaron el área colindante al albergue, que se convirtió en parte del atractivo de Finca Magdalena.

La infraestructura que tenía la finca no era adecuada. Estamos hablando de una finca de trabajadores o peones, que éramos nosotros mismos. De una finca que antes tenía ganado, un beneficio viejo de café; pero así empezamos, vendiendo comida, haciendo unos cuartitos... Lo que íbamos agarrando lo íbamos invirtiendo, y comenzamos a cambiar la finca. No le hemos cambiado su estructura, la hemos mantenido, pero fuimos mejorando las partes que estaban todas deterioradas. (...) Fuimos mejorando poco a poco, cambiando la estructura, ofreciéndole un mejor servicio de comida al turista, invirtiendo en el camino hacia la laguna... El corral, que era de ganado, hoy es un jardín. El campamento, que antes se utilizaba para peones, ahora es una cocina para nosotros los trabajadores.

(BC01, socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Posteriormente dispusieron también de varias cabañas, que les permitió poder ofrecer un servicio de más calidad y privacidad para quienes lo demandaban. En total podían tener una capacidad de alojamiento máximo para unas cincuenta personas.

Desde un inicio la mayoría de turistas que visitaban la Finca eran jóvenes extranjeros, “mochileros”, que habían conocido la finca a través de guías de turismo como *Lonely Planet*. Posteriormente, diversos reportajes realizados por ONG y medios locales dieron a conocer aún más a la Finca, sobre todo dentro de Nicaragua, hasta que fueron incorporados en la promoción y rutas organizadas por el propio gobierno, que llegó

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

a promover la isla para ser reconocida como una de las siete maravillas del mundo. En los últimos años, se promovieron también por medio de las redes sociales. Las reservas al principio las hacían por medio de su propia página web, pero en los últimos años empezaron a usar el portal de reservas Booking.com. La mayoría de turistas se quedaba a dormir en la finca y al día siguiente subían al volcán, en una excursión que acostumbra a durar unas ocho horas. También aprovechan para disfrutar el entorno natural, observar petroglifos y hacer otras excursiones. Asimismo, ofrecían la posibilidad de observar distintos procesos productivos que se daban en la finca.

Gracias a los aportes de esta nueva actividad, que pronto llegó a convertirse en su principal fuente de ingresos, fueron varios los socios y socias que pudieron mandar a sus hijas e hijos a estudiar a la Universidad. También pudieron impulsar otras actividades, sobre todo el café, y renovar parte de su plantación. Además, para dar suministro al restaurante del albergue se amplió la producción agraria. Así lo explicaba uno de los socios de la Cooperativa:

Ahora ya no nos dedicamos solo al frijol, al maíz, al arroz; también cultivamos verduras. Antes no las producíamos porque no estábamos acostumbrados. Pero ahora estamos viendo que los turistas consumen mucho repollo, lechugas, zanahorias y otros productos como esos, por eso queremos cosecharlos de mejor calidad: frescos, orgánicos, más sanos, y en nuestras propias tierras.

(JAL01, socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Durante muchos años, Finca Magdalena fue la iniciativa de turismo comunitario de Nicaragua que más personas recibía. A mediados de los años 2000, alojaron hasta seis mil personas por año. Pero con el cambio de década, y un mayor posicionamiento internacional de la isla de Ometepe, empezaron a tener más competencia, y el número de llegadas a la Finca disminuyó casi en la mitad. En este contexto de crecimiento turístico generalizado en el país, la demanda de tierra en Ometepe aumentó también significativamente, con el consiguiente incremento de precios, tal como explica otro de los socios de la Cooperativa.

Fíjese que ha habido grandes bajas. Cuando nosotros iniciamos solo éramos nosotros, y de ahí se fueron levantando otros negocios. Hay muchos extranjeros que ofrecen sus servicios y quizás eso nos ha hecho contra peso, y por eso es que ha bajado el número de turistas.

(AF02, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

La presión por la compra de tierras ha venido creciendo paulatinamente. En este momento es algo como incitante, porque anteriormente venía alguien y te decía: «Te doy mil dólares por la manzana de tierra». Pero hoy, un poco más abajo de donde estamos nosotros, la misma manzana se cotiza entre 10.000 y 15.000 dólares. La situación económica presiona cada vez más, y si tus actividades no te generan las utilidades necesarias para poder encontrar un equilibrio, entonces vas a tener que empezar a vender la propiedad. Esto es una situación bastante difícil para nosotros,

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

como campesinos y como socios de esta cooperativa. Otro problema que está causando la venta de tierras es la creación de nuevos negocios turísticos que hacen competencia a la Cooperativa. El crecimiento de los inversionistas extranjeros en la isla, disminuye nuestras posibilidades como isleños.

(FP01, socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Por otra parte, una serie de problemas internos afectaron la capacidad de reacción de la Cooperativa para adaptarse a dinámicas desfavorables. Estos problemas tuvieron que ver con dificultades de control administrativo interno sobre los ingresos generados por el turismo que acentuaron algunas discrepancias internas o la dificultad para tener una política de recursos humanos adecuada a sus necesidades como empresa cooperativa. Estos conflictos, a su vez, dificultaron la posibilidad de un progresivo relevo generacional a causa de desconfianzas mutuas. Esto provocó también cierto desánimo.

Ellos nos expusieron que la gente se quejaba porque no estábamos atendiendo bien. Yo lo único que les dije que eso dependía de ellos, porque ellos tienen que buscar a las personas según sus capacidades, en el área que la persona tiene la capacidad de desempeñar. Porque, por ejemplo, en recepción usted no va a poner a una persona que no tiene carácter para recibir a las personas. En las mesas usted tampoco va a poner a una persona que le tire el plato y dé la vuelta. En la cocina usted no puede tener una persona que les sirva crudo el arroz, que están malos los frijoles. Solo porque es hijo de socio, ustedes no lo van a mantener. Ustedes tienen que tratar de tener un buen servicio y ver dónde es que estamos capacitados, si es que estamos capacitados para desempeñar un trabajo en lo que es el área de turismo. Y si yo, aunque sea hija de socia, me prueban en todos los lados y me dicen, mirá, es que en ninguno, pues yo me siento mal, pero eso no es culpa de ustedes, porque ustedes tienen un hotel, un restaurante, y ustedes tienen que dar un buen servicio. No dar me por caridad, no dar me por quedar bien con la fulana, no, tiene que ser para poder tener un buen servicio.

(YT03, trabajadora del área de turismo e hija de socia, comunicación personal)

Paralelamente, a partir de 2012, la Cooperativa decidió dividir sus tierras para facilitar su cultivo de granos básicos y plátanos, básicamente, en parcelas asignadas a cada miembro, algo más de 7 hectáreas cada una. En un primer momento dejaron únicamente la producción de café y miel en gestión colectiva, pero posteriormente repartieron también las parcelas de producción de café, unas 21 hectáreas. De este modo, lo que se mantuvo en manos de la Cooperativa fue su proceso de comercialización, mientras que los trabajos de producción fueron asumidos también por cada familia. Esto aligeró radicalmente los gastos de la Cooperativa, que se habían vuelto inasumibles a causa fundamentalmente de la sobrecarga de trabajos pagados en la producción de café. En un contexto de rendimientos decrecientes de las cosechas de café, estos sobrecostos productivos, así como la incapacidad de poner orden interno, hacían inviable su continuidad. Esta fue la mejor opción que encontraron en aquel momento para revertir la dinámica negativa en la que se vieron inmersos.

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

Hubo un tiempo en el que la cooperativa decidió asignar para trabajar una cantidad de tierra a cada uno de los socios. Se adoptó esta manera de trabajo y ahora se viene reconociendo que es una de las mejores alternativas: cada quien trabaja sus propias manzanas de tierra para que produzca sus propios granos. Ciertas cosas se dividieron y ciertas cosas las manejamos como cooperativa. Como socio produce su propio plátano, café, frijoles y maíz para sostener su familia. Y la Cooperativa lo llama a él tantos días de aportación para limpiar los alrededores de la finca y limpiar los senderos que son el área común. El café igual, se dividió, y la cooperativa maneja el acopio y el proceso, pero cada quien maneja sus propias parcelas de café. El socio viene y corta su café, lo entrega a la Cooperativa y se envía a los Estados Unidos, y ellos envían el dinero y la Cooperativa nos paga.

(MC05, socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Eso fue lo mejor que podíamos hacer, porque hoy yo cuido mi café con gran esmero y cada uno de mis compañeros, y antes no, antes era muy diferente. Ahora le quito hasta el último bejuquito que se le sube, su ramita seca y todo, estoy al cuidado yo.

(CL03, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Años atrás, los miembros de la Cooperativa tuvieron la capacidad de entender bien que estaban en un lugar privilegiado y que podían aprovecharlo por medio del turismo. Supieron ajustarse al mercado potencial que tenían. Y fueron exitosos hasta el punto de ser la principal iniciativa comunitaria de Nicaragua en cuanto a número de visitas. Ya en la época de bonanza y cuando recibían a una gran cantidad de turistas, de algún modo se podría interpretar que se acomodaron y no lograron fortalecerse como iniciativa empresarial ni mejorar sus capacidades y mecanismos de gestión. En este contexto, el crecimiento turístico de la isla acentuó la competencia de nuevas iniciativas orientadas a un perfil de turista muy semejante al suyo (mochileros extranjeros que buscaban un lugar barato en un entorno natural), y entonces no tuvieron la suficiente capacidad para hacer frente a esta nueva realidad, y la actividad turística empezó a decaer.



Finca Magdalena, Nicaragua. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

Años después, a consecuencia de la crisis política iniciada en abril de 2018, y de la represión desatada que afectó fuertemente la imagen del país, el turismo internacional decayó fuertemente en Nicaragua, y Finca Magdalena tuvo que cerrar su alojamiento temporalmente, y solo se ofrecen servicios de restaurante por medio de reserva. Esto ha provocado también algunas reflexiones en algunos de sus miembros sobre el mismo desarrollo turístico, tal como lo explica uno de ellos:

Ahora lo que hemos querido rescatar es cómo no apostarle únicamente al turismo. Si bien es cierto, y a nadie se lo voy a discutir, que el turismo es la actividad que más ingresos nos ha generado, pero también puede verse afectado por la naturaleza, por conflictos sociales o cualquier otro, y se puede dar en cualquier momento una crisis. En el caso de nosotros, como productores rurales, deberíamos apostarle a la diversificación del cultivo y a un mejor sistema técnico.

(FP05, socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

IMPLICACIONES PARA LAS MUJERES

En los inicios de la Revolución Sandinista las mujeres de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina tuvieron que asumir el trabajo de campo en la finca, que tradicionalmente hacían los hombres, porque la mayoría de ellos fueron movilizados a causa de la guerra.

Luego se fueron a las milicias todos los hombres y nos quedamos unas diez mujeres cuidando aquí. Seguimos produciendo café y granos básicos, con la ayuda de los hijos menores de 15 años, los pobrecitos, a ellos les tocaba sacrificarse.

(AF05, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Sin embargo, a pesar de haber asumido esta responsabilidad, cuando ellos regresaron continuaron tomando de nuevo la responsabilidad y control de las actividades productivas y de las decisiones sobre la marcha de la Cooperativa. De hecho, las situaciones de discriminación que, por ejemplo, se traducían en distintos salarios entre hombres y mujeres, continuaron dándose durante años. La lucha por la equiparación salarial en los trabajos del campo fue probablemente, según cuentan sus protagonistas, la primera gran lucha que tuvieron que dar para reivindicarse. Así lo recuerda una de las socias que vivió muy de cerca aquel episodio:

Cuando comenzamos aquí, en la Cooperativa, había una diferencia, ellos ganaban 12 córdobas, y nosotras 10 córdobas. Pero un día dijimos, no es posible, si en el campo andamos todos y nos dan las mismas tareas por qué nos van a pagar menos. Eso fue en el 90. Porque nosotros comenzamos aquí en el 83, y todo ese tiempo nosotras dejamos que ellos tuvieran mayor pago que nosotras. Pero después yo fui la responsable de las mujeres en la isla, iba a muchos talleres de género y por ahí les decía a mis compañeras: no es posible que ellos sean más que nosotras, y lo logramos. Reclamábamos la igualdad, por qué los hombres nos trataban de humillar. Y retamos a los hombres, les dijimos: si ustedes escogen café más o igual que nosotras, está bien, ganen más que nosotras, si ustedes lavan más rápido una

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

maleta de ropa, está bien, ganen más que nosotras, si ustedes cocinan más rápido que nosotras, está bien, ganen más que nosotras. Entonces dijeron que sí, que iban a ir a escoger café y que si hacían más seguían ganando más, pero no hicieron ni la mitad que nosotras. Unos estuvieron en contra, otros a favor, pero lo logramos.

(CLO3, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Desde la formación de la Cooperativa, una de las dificultades que tuvieron las mujeres socias es que ellas estaban en franca minoría: 19 hombres frente a 5 mujeres. Y cuando empezó a desarrollarse el turismo, solo dos de las socias se integraron. De este modo, las mujeres han tenido menos capacidad de influencia en las decisiones que se tomaban sobre la marcha del área.

Nosotras tenemos un problema como las socias que somos, porque ya hoy solo somos cinco. Y Rosario ya no trabaja, Cecilia tampoco, Emelina tampoco, las únicas que hemos quedado trabajando somos Aura y yo.

(CLO3, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Durante todos estos años, la Cooperativa no se ha destacado por impulsar un programa de igualdad de género, o promover capacitaciones. Y a parte de las dos socias que se vincularon a la actividad turística, las mujeres no han tenido un especial protagonismo en la vida de la Cooperativa. De este modo, las principales implicaciones de la introducción del turismo se han planteado en términos de empleo para algunas mujeres, es especial hijas de socios y socias. Estos empleos tampoco han sido pensados como parte de una estrategia de empoderamiento de género y muestran claras inconsistencias desde la perspectiva de favorecer una mayor equidad entre hombres y mujeres.

En términos de estructura laboral, los empleos en el área de turismo están fuertemente segmentados: las mujeres se dedican al trabajo de atención a los turistas (recepción, cocina, restaurante, limpieza, lavandería, almacén) y los hombres a los trabajos de guiado, mantenimiento del jardín y de las infraestructuras. Mayoritariamente estas trabajadoras son hijas de socios o socias, a excepción de dos socias, que por años han trabajado en la misma área de turismo. Las funciones de las empleadas en el área de turismo están organizadas de forma rotatoria, de tal modo que todas asumen por períodos las distintas tareas.

No nos dan toda una semana de trabajo, solo cuando hay mucho turismo. Ahora, en esta época, que es baja trabajamos cinco días. Y en época alta todos los días. Por ejemplo, la semana pasada a mí me tocó trabajar en bodega y restaurante, esta semana me dieron solo hospedaje, la otra semana no sé, me dan dos días libres, pero me los dan variados. Y si trabajo cinco días me pagan cinco días, lo que trabajo nada más, si trabajo seis, seis, si trabajo dos, dos. Pero cuando hay menos turismo no es todo el personal el que trabaja. Por ejemplo, cuando no hay turismo,

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

la mesera, la chica que rotan a las mesas no tiene trabajo, entonces las mismas que está en recepción es la que se encarga de tener limpio el restaurante, la de bodega a ayudar a sacar algún servicio de comida o ayudar en la cocina.

(YT03, trabajadora del área de turismo e hija de socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Los salarios son pagados quincenalmente según los días de trabajo realizados, que varían según la ocupación de la Finca. El salario percibido es regulado por el Estado, con una retribución correspondiente al salario mínimo en Pequeñas y Medianas Empresas. Las mujeres, por un trabajo de jornada completa, en 2015 recibían 108 córdobas diarios más el almuerzo. En cambio, los hombres, en el área de turismo acostumbran a tener empleos de media jornada, por los que en ese mismo año recibían 80 córdobas diarios sin derecho a alimentación. Además de esta diferencia, desfavorable a las mujeres, los salarios son considerados por varias de sus trabajadoras demasiado bajos.

Uno alcanza para sobrevivir, uno alcanza para gastos de agua, de luz, eso, pero el problema es cuando tenemos un gasto adicional, y más si metemos a los hijos a estudiar, como mi hija, que estudia en universidad privada, y tengo que pagar mensualidad y todo eso.

(YT03, trabajadora del área de turismo e hija de socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Sin embargo, también valoran la oportunidad de disponer de un empleo cerca de su casa. Una de las cocineras de la Finca, hija y esposa de socios de la Cooperativa, cuenta que, aunque hay hoteles en la isla que pagan algo mejor, trabajar aquí tiene otras ventajas:

Pues la ventaja es que aquí estamos más cerca de nuestros hijos. Como vivimos allá abajo en el pueblo, pues la ventaja es esa, que los hijos los tenemos cerca, y en otros hoteles que tal vez le dan dormida a uno, porque somos de largo.

(GC03, trabajadora del área de turismo e hija de socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

De hecho, haber generado empleo en la comunidad que pueda ser ocupado por mujeres es uno de los argumentos más repetidos por socias y trabajadoras cuando valoran qué aspectos positivos ha comportado el desarrollo turístico en la Cooperativa. De alguna forma estos argumentos tienen que ver con los discursos que tradicionalmente ha hecho la industria turística, en el sentido que gracias a los empleos en el turismo las mujeres pueden acceder a un salario y mantener sus responsabilidades de cuidado.

Con el turismo hemos logrado dar trabajo a muchos jóvenes de nuestra comunidad. Si no tuviéramos el turismo no podríamos darles trabajo, porque el café o el plátano es temporal, mientras que el turismo nos ha permitido darles esa oportunidad de trabajo. (CL01, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

En la comunidad, si no fuera por este trabajo, creo que no habría otro, bueno en el campo, o en parte sí, pero no un trabajo fijo.

(NC03, trabajadora del área de turismo e hija de socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

En el área de turismo casi todos somos hijos de socios. Quizás no estamos tan preparados profesionalmente con un diploma, pero tenemos la oportunidad de aprender y de ver si podemos desempeñar ese trabajo. Y si no lo podemos desempeñar, entonces nos dan la oportunidad de otro trabajo que sí podamos hacer.

(YT01, hija de socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina y trabajadora en Finca Magdalena, comunicación personal)

Pues trae muchos beneficios para las hijas de los socios que no pueden salir afuera a trabajar, ellas pueden venir a trabajar su turno, ya saben que van para sus casas, a ver sus hijos, no tienen que irse, porque al irse para Managua, por ejemplo, se sabe que se van un mes y no los miran, mientras que aquí en el lugar tienen oportunidad de estar diario en sus casas.

(AF03, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Además, también valoran que el ambiente laboral sea agradable y reciban un buen trato.

Acá en la finca es muy diferente, porque todos nos sentimos como familia, hay más comunicación entre el personal. En ese otro negocio donde yo estuve, trabajé poco tiempo, porque yo ahí siempre me sentía tensa, no sé si era por el tipo de personas, que son extranjeros, pero yo siempre me sentía presionada.

(AF03, trabajadora del área de turismo e hija de socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)



Finca Magdalena, Nicaragua. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

Aquí la diferencia es que me siento como en familia, mientras que en Costa Rica no, ahí tenía un buen salario, y aunque la familia era muy buena y todo, pero hay más presión de trabajo, porque en Costa Rica se trabaja bajo presión, aquí no, aquí uno trabaja tranquilo, se siente en familia. Me siento más tranquila acá, porque sé que aquí trabajo tantas horas y ya me voy a mi casa, sé que veo a mi familia sé que veo a mis hijos. El salario es grande allá, pero es duro, aquí el salario es bajo, pero compensa que uno está en familia, en casa y todo eso.

(YT03, trabajadora del área de turismo e hija de socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Para las socias de la Cooperativa vinculadas al turismo, ya de edad avanzada cuando se hicieron estas entrevistas, destacaban que gracias al empleo en el turismo sus hijas ya no tenían que hacer trabajos más pesados en el campo, lo cual valoraban muy positivamente.

Para nosotras las mujeres el trabajo en el campo es más duro, mientras que adentro es más favorable. Esta a sido la principal ganancia para nosotras las mujeres.

(CLO1, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Nosotras trabajábamos mucho en el campo, ese era el único negocio que había, el campo. Si era muy pesada la tarea nos fajábamos para tener la oportunidad de poder ganar. Hoy, con el turismo, la mujer trabaja aquí dentro, que unas lavando, otras cocinando, limpiando. Las mujeres hemos tenido beneficios porque ya no vamos al monte, si acaso cuando hay necesidad en la recolecta de café, pero son casos de emergencia.

(AF01, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

En el campo viene el sol, la lluvia, y uno sufre mucho, es muy duro y sufre, pero lo hace porque tiene la necesidad de ir al campo, pero aquí hay otra facilidad, mucho mejor.

(CLO3, socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

En términos personales, algunas de las trabajadoras más jóvenes, hijas de socios y socias de la Cooperativa, destacan que gracias a este tipo de trabajo y la interacción con otras personas de fuera de la comunidad les ha ayudado a ser más desenvueltas y a tener más seguridad.

Yo he cambiado mucho. Cuando iba al colegio era una persona que no tenía el valor de hablar a las demás personas, porque tenía mucha timidez; ahora no me da pena nada. He cambiado mucho como persona. Ya puedo decirle a la gente: ¡Bienvenido!, ¡pase adelante!, ¿qué desea? Y no me da nervio. Cuando empecé me daba mucha pena, peor cuando no entendía lo que me decían. Ahora si no me entienden con palabras les hago señas o dibujos.

(YT01, hija de socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina y trabajadora en Finca Magdalena, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

Me gusta mucho interactuar con los clientes, principalmente cuando estoy hablando inglés con ellos. Hay clientes que les gusta conversar acerca de lo que ellos hacen y les gusta preguntarme acerca de lo que nosotros hacemos y les gusta que les cuente y eso.

(NC03, trabajadora del área de turismo e hija de socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

Pero también argumentan que les ha permitido conocer a mujeres de otros lugares que, por ejemplo, han decidido retrasar la maternidad, y que esto les ha servido para tomar ejemplo de la posibilidad de tomar otras decisiones a las tradicionales en su comunidad con respecto a su ámbito personal.

Yo me di cuenta cuando empecé a trabajar, que veía que algunas turistas decían que tenían 26 años y no tenían hijos. Bueno, decía yo, aquí, las del pueblo, hay unas que tienen 15 años o 18 años, y ya tienen 2, 3 hijos. Entonces yo dije: ¿Por qué las turistas tienen 26 años y no tienen hijos y las de acá tienen 16 años y ya tienen hijos? Tener hijos es algo de pensarlo porque es algo difícil económicamente, es algo difícil porque si el niño se enferma, si el niño no tiene zapatos, si el niño no tiene camisa, ¿entonces? Y ahora hay muchas más maneras de prevenir que las mujeres no salgan embarazadas a temprana edad, pero si ellas quieren ya es otra cosa. Uno aprende y uno tiene que ver su futuro, que el futuro de uno sea bueno, sea estable. Yo platicaba con mis amigas y yo les decía: Mirá las turistas, ellas tienen sus hijos a los 30 años entonces por qué nosotras no podemos hacer lo mismo. Yo pienso tener un hijo entre los 26 y los 30, pero a veces también surge que cuando uno está evitando los hijos, no siempre funcionan, pues, que dicen que los métodos a veces fallan, entonces ya uno no puede hacer nada. Pero ese es mi pensar: tener un hijo hasta los 26 o 30 años.

(NC03, trabajadora del área de turismo e hija de socio de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

En algunos casos, algunas de ellas explican que hay más igualdad en sus parejas, aunque tampoco creen que pueda generalizarse. Una de ellas, trabajadora de la cocina y el almacén, cuenta que su esposo, que es guía turístico en la Cooperativa, además de cultivar su parcela, colabora también en las tareas del hogar, aunque dice que no es lo habitual.

Él contribuye porque, por ejemplo, si yo estoy acá trabajando [en la Finca], entonces él está en la casa con las niñas, y si hay que cocinar o hacer otro tipo de cosas él lo hace. Pero pienso que es una excepción, porque acá en Nicaragua hay hombres machistas que piensan que solo las mujeres deben hacer las tareas de la casa. En el tiempo que estoy con él, los dos hemos aprendido de cada uno, porque nosotros platicamos y son uno de los temas de que ahí nomás cuando comenzamos a convivir teníamos que hablarlos para podernos entender, entonces los dos hemos llegado a un acuerdo y por eso los dos colaboramos con las tareas de la casa.

(AF03, trabajadora del área de turismo e hija de socia de la Cooperativa Carlos Díaz Cajina, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

FINCA
MAGDALENA

Los resultados en términos de transformación de las relaciones de género y de un mayor empoderamiento de las mujeres en esta Cooperativa parece más bien pobres. Las decisiones en el Consejo de Administración y otros órganos de gobernanza han quedado muy centralizadas en los hombres, claramente en mayoría. La percepción del turismo como un espacio laboral para sus hijas y esposas, ha lastrado las posibilidades de mayores cambios. El empleo turístico ha servido básicamente para mantener las estructuras familiares, y evitar que las mujeres salieran en mayor medida de la comunidad para buscar un empleo remunerado, de tal forma que se mantuviera la distribución de responsabilidades domésticas y de cuidados en manos de las mujeres. Algunos de los cambios más destacados para hacer frente a la discriminación por género son anteriores a la introducción del turismo. Más bien pareciera que el turismo ha servido como nicho de refugio para estas mujeres que en su juventud protagonizaron esas luchas. Los problemas de administración y gestión de la Cooperativa parece que han lastrado las potencialidades de la misma iniciativa para ampliar los procesos de transformación iniciados en la década de los ochenta. En cierta medida, ante los problemas acumulados en la gestión de las actividades agrícolas y la dificultad para hacer frente a la competencia de otras iniciativas turísticas, que progresivamente han reducido el peso de esta actividad, la solución encontrada parece situarse en un repliegue en la producción familiar y el mantenimiento de ciertas acciones colectivas estratégicas. En este contexto, la crisis política de Nicaragua desde abril de 2018, y la drástica caída del turismo internacional, sumado a su trayectoria, certifican que esta actividad difícilmente pueda tener un rol de transformación en las relaciones de género, más allá de experiencias particulares.

4.
RESULTADOS

ECOPOSADA EL TISEY



Ecoposada El Tisey, Nicaragua. Imagen de Alam Ramirez Zelaya.

DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

La EcoPosada El Tisey es una finca familiar ubicada a unos 25 kilómetros de Estelí, dentro del área protegida El Tisey-Estanzuela. Tiene una extensión de unas 56 hectáreas. En ella se combina la agricultura orgánica, la investigación y desarrollo de biotecnologías, la ganadería y la producción de flores, con la oferta de servicios turísticos, que durante los últimos años ha sido su principal fuente de ingresos. El lugar es frecuentado sobre todo por nicaragüenses, especialmente los fines de semana, cuando llegan muchas personas para almorzar y pasear por la finca, en la que se ha destinado casi la mitad de su extensión a la conservación del bosque, lo cual la hace especialmente atractiva para quienes la visitan. También atienden a numerosos grupos que aprovechan sus instalaciones para actividades de capacitación, especialmente en cuestiones de agricultura orgánica.

La finca pertenece a los nueve hermanos de la familia Cerrato Jirón, que heredaron de su padre a finales de los años 90. A su vez, éste había recibido de su padre la mitad de aquella finca y su esposa otra parte, a la que añadieron otra parte que compraron y así lograron juntar toda la extensión. En aquel momento la tierra estaba dedicada al cultivo de manzanilla, granos básicos, café, tomate y repollo. Anteriormente, durante la década de los 80, se introdujo en la zona el cultivo de la patata, que fue acompañado de una fuerte destrucción ambiental, a causa de la deforestación que se produjo para preparar los terrenos y el uso de agroquímicos. Sin embargo, la extensión de las plagas sobre aquel cultivo bajó la producción y, al cabo de un tiempo, dejó de ser rentable, por lo que cesó su cultivo. Además, la finca estuvo varios años prácticamente abandonada, porque estaba ubicada en zona de guerra y era peligroso quedarse allá.

4.
RESULTADOS

ECOPOSADA
EL TISEY

La situación política del país era grave. En los años 80 llegó un momento que aquí ya no se podía producir, porque era muy peligroso. O sea, en los primeros años de la Revolución, cuando todos vivimos en paz, sí había bastante producción, pero luego no podías venirte a dormir aquí tranquilamente, tenías que dejar los cultivos. Aquí hubo un combate, en el 84, exactamente en este lugar, y hubo que salir corriendo. Entonces, a partir de ahí pues ya era un poco temeroso, se venía no más, se levantaba un poco de fruta, lo que se podía y ya. Estuvo solo mucho tiempo.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Cuando heredaron de su padre la finca, la decisión de los hermanos Cerrato fue mantener su unidad y no dividirla en parcelas particulares para cada uno de ellos.

Cuando la recibimos no quisimos hacer parcelas y dividirla entre los herederos que estamos vivos. Hacerla en pedacitos significaba dañar el bosque y cambiar el uso del suelo.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Una de las características de la finca en ese momento era la dinámica de recuperación del entorno natural que se había estado viviendo durante los últimos años en aquel territorio. En 1992 la zona había sido declarada como Reserva Natural El Tisey-La Estanzuela y la finca, al quedar dentro de un área protegida, se vio obligada a cambiar sus prácticas productivas tradicionales. Así, se reforestaron áreas que se habían perdido a causa del cultivo de patatas. Otro factor que favoreció su recuperación ecológica fue que a mediados de los años 90 una institución la eligió para hacer prácticas de conservación de suelos y experimentar con diferentes tecnologías para agricultura orgánica.

La actividad turística la iniciaron en 2001, por iniciativa de una fundación encargada de la gestión de la reserva natural, que quería promover entre las personas que poblaban la zona otras fuentes de ingresos que fueran más amigables ambientalmente.

Eso fue inducido más que todo por la organización que co-manejaba la Reserva, FIDER, Fundación para el Desarrollo Rural. Ellos tenían un componente que la USAID había donado, creo que era de 20.000 dólares. Con ese componente, FIDER trataba de diversificar la reserva porque había que hacer cambios, para hacer otras actividades que no estuvieran destruyendo el medio ambiente, sembrando, contaminando, haciendo más huertas, entonces es que entra el componente de turismo. Ellos tenían esta plata, pero para préstamo, para crédito, entonces se nos propuso que trabajáramos, porque teníamos el atractivo que era el mirador, y así, medio rogaditos, que unos queríamos y otros no, empezamos a trabajar.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Así, las primeras visitas fueron fundamentalmente de grupos que traían diferentes instituciones y ONG para realizar capacitaciones. Dos de los hermanos Cerrato explican

4.
RESULTADOS

ECOPOSADA
EL TISEY

que al principio empezaron con mucha incertidumbre y sin saber muy bien cómo iba a funcionar aquella nueva actividad, y que a medida que fue creciendo la demanda fueron adaptando sus infraestructuras.

Realmente nosotros no hemos hecho una planeación, sino que el turista te va guiando por dónde ir, cuáles son sus necesidades, y en base a eso se hace. Por ejemplo, ahorita estamos construyendo este auditorio porque hemos tenido que rechazar varias reservaciones y les hemos tenido que decir que no los podíamos atender. O hemos tenido que invertir en los senderos, porque la gente siente una incomodidad para bajar, para desplazarse, y eso te obliga a modificarlos.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Al principio no teníamos la certeza de que esto iba a ser una fuente de ingresos porque ni sabíamos muy bien qué era eso del turismo, ni podíamos identificar al turista, pensábamos que el turista era el «chele», el extranjero, no veíamos al turista local y nacional, ni conocíamos sus demandas o cómo atenderlos... Por eso empezamos con algo pequeño, una construcción sencilla de ladrillo y madera motoserrada que yo mismo hice. Según fuimos identificando las exigencias de las personas que nos visitaban y generando ingresos, empezamos a pensar en crear otro tipo de condiciones. Ha sido un proceso en el que las inversiones se han hecho poco a poco, porque no podemos meternos en una jarana cuando la demanda no te va a pagar eso.

(DC02, co-propietario de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Con los años, además de alojamientos colectivos fueron construyendo también cabañas en las que podían ofrecer mayores comodidades. En total disponen de 45 camas distribuidas en dos salones comunitarios y 9 cabañas. Todas esas infraestructuras fueron realizadas con recursos propios o por medio de pequeños préstamos de microfinancieras, algún programa gubernamental y con las tarjetas de crédito, pero no recibieron donaciones, ni de la cooperación internacional ni del gobierno.

Nosotros sacamos a través de las tarjetas de crédito, entonces ella [se refiere a otra hermana] saca un préstamo y yo saco otro, y entonces con eso nosotros vamos invirtiendo. Y más lo que se va ahorrando, porque la inversión hay que irlo pagando de lo que uno va haciendo. No nos endeudamos con bancos, así, de sacar un préstamo, que te piden los estados financieros, propiedades, eso no. Porque los bancos la mayor parte queda en seguro, abogado, comisiones, hipotecas, entonces no nos renta, no nos gusta cada año estar pagando 500, 600 dólares, por un préstamo. Solo tuvimos un financiamiento con un banco, que nos dio 15.000 dólares, y de esa mala experiencia venimos, y dije yo que no, que no volvíamos. Entonces, nos resulta más fácil con el extra financiamiento.

(LC03, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Sin embargo, más que el alojamiento, la actividad que más visitantes les ha reportado ha sido el restaurante, especialmente en fines de semana, que pueden llegar a recibir

4.
RESULTADOS

ECOPOSADA
EL TISEY

a más de cien personas. De hecho, la mayoría de las personas que les visitan son nicaragüenses que vienen a visitar la finca, pasear por el bosque, ir al mirador y comer. Conocen la finca a través de otros contactos y por algunos medios de comunicación y la difusión realizada por algunas ONG nicaragüenses, y más recientemente por la promoción realizada en redes sociales. En menor cantidad llegan personas extranjeras, sobre todo jóvenes mochileros y, a través de alguna tour-operadora, gente mayor. Cabe mencionar también que reciben algunas personas en actividades de turismo científico, sobre todo interesadas por las tecnologías agrícolas.

La agricultura nos trae otro tipo de turista, y aunque no le saquemos ventaja en cuestiones de ventas del producto, pero sí en capacitaciones, en parcelas demostrativas. Entonces ese turista, que viene, se queda, y come aquí.

(NC03, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

La afluencia de visitantes se estabilizó en torno a las 10.000 personas al año, mientras que alojadas podían variar entre las 1.200 y las 1.500. Sin embargo, a causa de la crisis política de abril de 2018, bajaron considerablemente las llegadas. A pesar de esta situación la finca continuó abierta y ha logrado mantener el negocio, y al cabo de unos meses volvían a tener una frecuentación cercana al 80% de lo que tenían el año anterior, a diferencia de lo que ha ocurrido en otras iniciativas de turismo comunitario en Nicaragua orientadas fundamentalmente hacia el turismo internacional, que en su mayoría tuvieron que cerrar total o parcialmente.

El trabajo en la finca fue organizado entre los diferentes miembros de la familia de acuerdo con sus habilidades e intereses, de igual forma que las principales decisiones son tomadas por todos ellos por consenso.

Salvador se dedica a la ganadería, Marco al bosque, Dimas a la agricultura, Vicente se encarga de todo lo que es construcción, fontanería y electricidad, Liliam, que estudió contabilidad, lleva la administración, Victoria ayuda en la cocina y yo me dedico al turismo. Somos nosotros, los hermanos, los que decidimos, y aquí nos matamos, aquí nos peleamos y aquí nos arreglamos.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Nos organizamos de acuerdo al trabajo que hay que hacer y tomando en cuenta las preferencias y habilidades de cada uno. Yo, por ejemplo, me dedico a la agricultura, pero cuando es necesario, dejo botado el arado y el machete y me vengo a atender a la gente.

(DC02, co-propietario de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Antes de la crisis de 2018, la Ecoposada era atendida por seis miembros de la familia y entre cuatro y seis personas que eran contratadas de forma permanente para el servicio en el restaurante, cocina, limpieza y tareas en el campo, y en temporada alta podía aumentar la contratación de otras personas de forma temporal. Básicamente eran otros miembros de la familia o vecinos de la comunidad. Los salarios tenían como

4.
RESULTADOS

ECOPOSADA
EL TISEY

referencia lo regulado por ley, en torno a los 100 córdobas diarios, a lo que añadían los tres tiempos de comida y el alojamiento, porque en su mayoría se quedaban en la misma finca, más algunas prestaciones, como vacaciones, séptimo día o aguinaldo, aunque no tienen seguro.

Esta fuerte presencia de visitantes en el restaurante ha estimulado la producción agrícola en la finca, en especial de maíz, café, hortalizas y frutas (como naranjas, limones, naranja agria y banano).

Con el maíz sembramos variedades criollas para cosechar un producto de calidad, con el que hacemos rosquillas y cosa de horno. Solo en las rosquillas ocupamos unos 20 quintales al año, pero si incluimos el gasto en las tortillas, en atol y elotes, el consumo total en el negocio puede llegar a unos 55 quintales...aunque todavía no todo lo que se produce no se consume en la finca.

(DC02, co-propietario de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Además, la venta directa de la producción también se ha visto favorecida por esta presencia de visitantes. Así, en la misma finca venden productos de huerto: zanahoria, remolacha, brócoli, lechugas, cilantros, perejil, cebollines, calabacín. Igualmente se vende leche, cuajada, flores, plantas ornamentales, orquídeas. Y el café es comercializado con su propia marca, Café Tisey.

Esta demanda de alimentos, ha estimulado también el abastecimiento local. Una de las productoras de la comunidad explica así su relación con la finca:

Yo le vendo diario a la Eco Posada de 10 a 15 libras de cuajada y a veces huevos. Antes, cada 8 días, tenía que mandar esta producción a Estelí en el bus. Ahora la vendo aquí mismo y me ahorro ese pasaje.

(BC01, productora, comunicación personal)

Una de las particularidades de la familia que ha desarrollado la Ecoposada El Tisey es el elevado nivel académico y cultural de varios de sus miembros. Algunas de ellas estudiaron en la universidad y se desempeñaron como profesionales antes de poner en marcha el negocio turístico. Y de hecho no se instalaron en la finca hasta iniciar esta nueva actividad. Otro de los hermanos se ha convertido en un experto en la investigación de tecnologías vinculadas a la agricultura orgánica, de tal modo que ha colaborado con diferentes universidades en su desarrollo. Además, desde finales de los años setenta participó en el Movimiento de Expresión Campesina Artística y Teatral (MECATE) (Galich, 2011), con quien llegó a desarrollar una obra de teatro para concientización campesina sobre los riesgos y oportunidades del turismo, *Pedro, Juanita y el hotel de Mr. Hai*, producida en formato audiovisual por Fundación Luciérnaga en 2007.

Al ser preguntados si se consideran una iniciativa de turismo comunitario, algo que se les cuestionó en algún momento cuando se integraron en la Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario (RENITURAL) en el año 2006, afirman que sí, y defienden

4.
RESULTADOS

ECOPOSADA
EL TISEY

las estructuras familiares como base de articulación de las comunidades rurales en Nicaragua, y que en su caso se basan en una suma de familias distintas constituidas en cooperativa e insertadas en una comunidad con la cual se muestran comprometidos de forma activa.

La estructura familiar es mejor, porque es la que trabaja por un interés propio, y en el caso de las cooperativas o asociaciones uno no se siente como dueño, y para que esto pueda desarrollarse es a través de sentirte dueño, si no, no funciona. Es desde la familia donde puede haber un mayor compromiso y desarrollo. Y estamos insertados en una comunidad no solo porque somos pobladores de una comunidad, sino porque también somos activistas de la comunidad. Participamos siempre en las diferentes actividades que se realizan para el desarrollo de la misma. Además, nosotros compramos lo que se produce en la comunidad. Y la comunidad ya no tiene que pagar pasaje para ir a venderlo más barato, es parte también del compromiso que nosotros tenemos aquí.

(DC02, co-propietario de la Ecososada El Tisey, comunicación personal)



Ecososada El Tisey, Nicaragua. Imagen de Alam Ramírez Zelaya.

IMPLICACIONES PARA LAS MUJERES

La puesta en marcha del negocio turístico facilitó que las hermanas de la familia regresaran a la finca y dejaran sus otras ocupaciones profesionales. De algún modo, fue un aliciente para volver a insertarse en la ruralidad, después de años de estudiar y desarrollarse profesionalmente en ambientes urbanos.

Antes de la experiencia turística, apenas habían quedado cuatro varones en la propiedad, dedicados a producir de forma individual granos básicos, hortalizas y el ganado. Las mujeres no estábamos aquí, cada una trabajaba por su cuenta. A la finca solo llegábamos si había que sembrar o cosechar café. Pero cuando empezó

4.
RESULTADOS

ECOPOSADA
EL TISEY

la experiencia del turismo, tres hermanas volvimos a la propiedad y las mujeres nos hemos involucrado más que los varones. Yo, por ejemplo, volví de la ciudad a la finca y ahora soy la presidenta de la cooperativa familiar.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

En su caso, no fue la introducción del turismo lo que pudo facilitar un cambio, si no que su empoderamiento como mujeres independientes y profesionales hizo que vieran en el turismo una oportunidad para mejorar sus condiciones de vida, prosperar, tener un negocio propio y construir comunidad a partir de la articulación con sus hermanos. En este caso, además, el turismo se ha convertido en la principal fuente de ingresos de la iniciativa, y en ella las mujeres tienen un peso decisivo.

Hoy las mujeres somos las que administramos y las que proponemos en qué invertir, aunque siempre hay una comunicación con los demás hermanos para decidir qué se hace y qué no se hace. Además, gestionamos, representamos, hemos tenido la oportunidad de participar en capacitaciones, en redes y en coordinaciones nacionales e internacionales; y cómo no, también cocinamos y atendemos las mesas; pero estos trabajos son compartidos con los varones. En realidad, todos hemos cambiado.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Aquí las que tomamos decisiones somos las mujeres, Nohelia y yo. Y hemos cambiado, porque ya no le trabajamos a otro. Nos dedicamos a trabajar aquí, de aquí comemos, de aquí nos vestimos, de aquí nos calzamos.

(LC03, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Este retorno a las zonas rurales lo ven como parte de un proceso de mejora de las condiciones en la zona que lo habría facilitado.

Ahora vivir en el campo no se puede comparar a como era unos 30 años atrás, que nadie quería vivir aquí. Ahora la gente está buscando el campo. Aquí ahora mucha gente vive aquí como en la ciudad, tienen su energía eléctrica, sus medios para comunicarse, cobertura hay por todos lados. Aquí la gente tiene cable, la mayoría de la gente tiene su cable, tienen todo lo que tienen en una ciudad, su alumbrado público.

(NC03, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

El turismo tiene también el aliciente que les permite conocer y mantenerse en comunicación con otras personas,

Aquí uno tiene más relaciones con la gente, conoce más gente, hay como una mentalidad más abierta hacia afuera.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

ECOPOSADA
EL TISEY

Lejos de ser una experiencia aislada, consideran que el desarrollo turístico en la zona ha facilitado que muchas mujeres asumieran un rol protagonista en estos nuevos negocios y que se hayan empoderado desde un mayor compromiso y responsabilidad con una actividad que les ha dado más autonomía.

La vida aquí ha mejorado bastante, porque te genera [el turismo]. Nosotros aquí en la ruta, la ruta le decimos a la calle principal, hay mucha gente que se está dedicando a hacer productos para vender, hay como una tendencia a dedicarse al turismo, y la mayoría son mujeres, que están haciendo rosquillas, porque saben que el domingo se mueve el turismo. Las mujeres son las que prácticamente llevan la economía de su casa. Realmente, aquí, quien decide es una mujer, sobre lo que hace y sobre lo que se va a invertir.

(NC03, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)

Esta dinámica de asumir mayores responsabilidades no se limita al negocio familiar, también se ha extendido en otros ámbitos de coordinación de la comunidad o de carácter partidario.

Uno tiene cargos políticos en la comunidad también y eso te obliga a dedicarle más tiempo. Además, yo soy secretaria adjunta del Frente, y también tenés que darle tiempo, porque tenés que estar en reuniones.

(NC02, co-propietaria de la Ecoposada El Tisey, comunicación personal)



Ecoposada El Tisey, Nicaragua. Imagen de Alam Ramírez Zelaya.

4.
RESULTADOS

UCA MIRAFLOR



UCA Mirafior, Nicaragua. Imagen de Alam Ramirez Zelaya.

DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

La Unión de Cooperativas de Mirafior se fundó en 1990 por iniciativa de quince cooperativas agropecuarias, ubicadas en su mayoría en Estelí, en la Reserva Natural de Mirafior-Moropotente, con una extensión total de 206 Km² y distintos ecosistemas. Estas cooperativas se dedicaban básicamente a la producción y comercialización de café, leche, horticultura y setas, y para algunas familias de estas cooperativas, con una oferta en sus propias casas, el turismo se convirtió desde finales de la década de los noventa en una fuente de ingresos más. Para su impulso y coordinación la UCA Mirafior habilitó una serie de estructuras organizativas específicas. Los turistas que llegaban eran mayoritariamente de origen extranjero, especialmente jóvenes “mochileros”.

La introducción del turismo fue visto para algunas familias como una opción para ampliar y diversificar sus ingresos, además de las actividades agropecuarias tradicionales. Así lo explicaban dos personas de la comunidad de El Cebollal, que durante años fueron las iniciativas que mayor número de turistas recibieron:

Yo me había metido a cultivar orgánico, pero tenía muchas dificultades por la falta de certificación y fracasé. Entonces, poco a poco, me fui metiendo al ecoturismo. Un amigo de mi hijo era de los Cuerpos de Paz y él me animó a hacer algo así, porque conocía de mi cocina.

(CP02, socia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicación personal)

La idea del turismo vino a través de la organización. Como estamos en un área protegida, teníamos que sacarle algo más a la zona, porque ya no se podía cultivar papas, por los químicos.

(JAR01, socio de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

En la zona contaban con una larga experiencia en la atención a brigadistas y cooperantes, tanto nacionales como extranjeros, que llegaron durante la Campaña Nacional de Alfabetización, en brigadas de solidaridad o en trabajos de acompañamiento desde la cooperación internacional.

Para mí no fue difícil porque tengo 26 años de trabajar con *cheles*². Antes de la Revolución yo tenía un cuarto clandestino y luego alojamos a alfabetizadores y a cooperantes internacionales. Ahí vas conociendo las costumbres de la gente de otros países. Las brigadas nos dejaron el recuerdo de cómo tratar a los cheles, qué les gusta y qué no. Nosotros tenemos otra cultura. Por ejemplo, no hay que preguntarles cuántos años tienen, no les gusta el ruido, etcétera. Las brigadas fueron una gran experiencia.

(CPO2, socia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicación personal)

En todo este proceso de aprendizaje tuvo también una especial influencia la presencia de gran cantidad de profesores de inglés norteamericanos vinculados al Centro de Educación Mundial, una ONG con sede en Managua, quienes se quedaban durante meses en las comunidades. El dinero que obtenían por la alimentación y hospedaje, más sus consejos, sirvieron de incentivo para que algunas familias se animaran a adentrarse en la puesta en marcha de alojamientos turísticos. También fueron importantes las visitas de otras cooperativas que venían a conocer la experiencia de la UCA Mirafior en cuestiones relacionadas con la producción agropecuaria.

A partir de 1997, o incluso antes, llegaron muchas visitas de organismos para ver la experiencia de producción orgánica, el cultivo de café, de hortalizas, la forma de manejar los recursos naturales. Al final vimos que esto tenía mucho costo, porque teníamos que poner transporte, técnicos, comida, alojamiento, etcétera. Llegó un momento en que la UCA no tenía tanto dinero para eso, entonces se decidió que se podía recibir gente, pero que ellos tenían que pagar su comida y aportar algo a la gente que los iba a atender. A partir de ahí vimos que hacía falta un cuarto, una cama... De ahí la idea de acondicionar algunas casas, para que los visitantes pudieran compartir con las familias.

(FMO1, personal técnico de la UCA Mirafior, comunicación personal)

A partir de ahí empezaron a llegar cada vez más visitantes con perfiles distintos a los que habían recibido hasta el momento, así como con otras necesidades y demandas. Las inversiones que hicieron las familias para mejorar sus casas o cabañas fueron inicialmente pequeñas y, a medida que el negocio iba funcionando, fueron progresando.

Se tuvo la idea de que el productor acondicionara su casa para alojar a uno o varios turistas, para que la familia tuviera un ingreso más al vender un servicio de alimentación o alquilar un cuarto, y a medida que el turismo fue creciendo, algunas

² Chele es la forma popular de denominar en Nicaragua a personas de tez blanca, que mayoritariamente son de origen extranjero. El término puede ser empleado también para referirse a personas nicaragüenses, pero habitualmente se usa como sinónimo de persona extranjera.

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

familias decidieron invertir y mejorar las condiciones de alojamiento, hasta el punto que hoy tenemos productores que han construido cabañas con capacidad de alojar hasta quince o veinte personas.

(MS01, directivo de la UCA Mirafior, comunicación personal)

Empecé con mi cuarto y otro que tenía; tuve que pasar a dormir a la cocina. De lo que salió al principio de rentar los cuartos, fui avanzando. Pero al principio no tenía ni sábanas. Pienso que el turismo comunitario va así, invirtiendo de poquito en poquito; no tenés una cantidad de dinero para invertir, si no que con lo poco que vas recogiendo, vas mejorando. También con la experiencia, vas viendo lo que necesitás. La misma gente te va mostrando cómo le gustaría, qué quisiera, por eso una va poco a poco.

(CP02, socia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicación personal)

Así, el modelo turístico de la UCA Mirafior se estructuró en torno a **una oferta de carácter familiar en el que la convivencia cotidiana tenía un fuerte peso**, y eso también parecía atraer más a una clientela extranjera que nacional.

Les gusta hacer tour de aves, de orquídeas, cabalgatas, y también caminatas a senderos, a lugares de vistas, miradores, y también incorporarse en el quehacer de la familia, bastante, bastante, por ejemplo, hacer las tortas de banano, de coco, hacer las tortillas muy de mañana, el café, tostar el café. Los nicaragüenses son muy poco para incorporarse en la vida cotidiana, lo más que a ellos les gusta es montar a caballo, y caminar poco. El extranjero se queda de uno a tres días y el nacional se queda uno, no les gusta quedarse mucho, por el frío.

(EB04, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

La mayoría quiere ir a caminar, ir al mirador, a los senderos, a la cascada, al río, montar a caballo, otros observar aves, muy de mañana, ver algún cultivo de café, otros quieren descansar, pero la mayoría siempre quieren conocer la comunidad. Algunos turistas quieren aprender a hacer cuajada, otros quieren aprender como se hacen las tortillas, otros turistas quieren aprender a echar tortillas, sacar la leche de las vacas.

(DI02, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

En 2002 la UCA Mirafior estructuró mejor su oferta de turismo: organizó un sistema de guías propios, creó una Oficina de Información en la ciudad de Estelí y contrató a una persona para que coordinara el Programa de Turismo. A partir de ahí se consolidaron dieciséis establecimientos familiares que ofrecían servicios de alojamiento en habitaciones dentro de sus casas o en cabañas aparte, distribuidos por las tres grandes zonas de la Reserva. Su oferta turística combinaba la posibilidad de convivir con las familias campesinas acompañándolas en sus actividades cotidianas, con la realización de excursiones guiadas, tours por los cultivos de café y su catación, cabalgatas o el visionado de aves.

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

En la comunidad de Sontule, un grupo de mujeres decidieron organizarse colectivamente y crearon la Cooperativa Nuevo Amanecer, asociada a la UCA Mirafior, dedicada también a los servicios turísticos. Los maridos de la mayor parte de las mujeres que fundaron esa iniciativa eran miembros de otras dos cooperativas dedicada al café, asociadas también a la UCA. Según cuentan ellas no podía entrar en esas cooperativas porque no tenían tierras, que eran propiedad de sus esposos o no estaban casadas, y por eso decidieron crear su propia organización para poder acceder a algún tipo de ayuda, y posteriormente les sirvió para gestionar la actividad turística que empezó a llegar a su comunidad.

Iniciamos en 1996 como un grupo de dieciocho mujeres. La idea de organizarnos surgió porque había dos cooperativas de varones y ellos tenían su financiamiento a través del cultivo de café. Nosotras no podíamos entrar a esas cooperativas, y queríamos formar un grupo aparte. Éramos mujeres sin tierra, porque los dueños eran los varones, y por eso queríamos entrar a la UCA Mirafior, para obtener pequeños financiamientos. Ya en ese mismo año quedamos inscritas como cooperativa de 28 mujeres³. Hay mujeres solas, madres solteras.

(IF02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Trabajamos con el ecoturismo, un poco de café y huertos familiares. Los requisitos para que se integren nuevas mujeres es que reciban las 40 horas de capacitación, ser mayores de edad y disponibilidad para trabajar en grupo.

(MSV02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Una de las particularidades de esta iniciativa, a diferencia de las otras familias, que se vinculaban directamente con la UCA Mirafior a través de su Comisión de Turismo, es que en este caso, al organizarse de este modo, pudieron integrar en la actividad a mujeres cuyas casas no estaban en buenas condiciones para poder alojar a turistas.

La diferencia con otras cooperativas, es que nosotras hemos buscado la manera de beneficiar con la visita de los turistas a todas las integrantes de la Cooperativa y si es posible a toda la comunidad. Aquí todas las mujeres participan en la atención a los turistas, pero como no todas tenemos condiciones para tenerlos en nuestras casas, las que no pueden alojar se van a las casas de las otras y cocinan y ayudan a atender a los turistas. Al final todas se reparten por igual los beneficios.

(IF02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Al principio los estudiantes del Centro de Educación Mundial venían a pocas casas porque no teníamos condiciones en la mayoría de nuestras casas. Pero poco a poco hemos ido mejorando nuestras casas. No todas tenemos las mismas condiciones, pero las que las tenemos ayudamos a las que no; ellas cuidan en nuestras casas y así trabajamos juntas, y los ingresos los repartimos entre todas por igual.

(MSV02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

3 Posteriormente su número disminuyó porque varias emigraron fuera de la comunidad en búsqueda de mejores oportunidades.

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

Este mecanismo funcionó durante un tiempo, y gracias a los ingresos del turismo progresivamente fueron más las casas en las que pudieron alojarse los turistas. Esta limitación además era un problema porque fundamentalmente recibían grupos grandes de estudiantes de Estados Unidos, que llegaban a través de una ONG.

El año pasado tuvimos cuatro grupos, de unas veinte personas cada uno. Los estudiantes se alojan solamente en las casas que tienen buenas condiciones, que por el momento son sólo 12.

(MSV02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

En términos organizativos, la UCA Mirafior ha contado en diversos momentos de su historia con personas voluntarias procedentes de otros países que les han ayudado a estructurar su oferta y diversos procedimientos de gestión. Aunque su contribución ha sido muy relevante, en algunos casos esta fuerte presencia y protagonismo de personas externas ha comportado también tensiones y algunos conflictos.

La creación de una Oficina de Turismo de la UCA en Estelí, dada la enorme extensión en la que estaban ubicadas las distintas familias que ofrecían turismo, fue una de las estrategias clave para organizar su oferta y distribuir a los visitantes.

Cuando llegan los turistas a la Oficina empezamos con una descripción general de la Reserva Mirafior. Tenemos un mapa de toda la Reserva, donde pueden ver sus diferentes zonas y en el que hemos ubicado las casas de familia y las cabañas. Les contamos qué pueden ver en cada lugar y los recorridos que tenemos, para que ellos decidan qué lugar visitar y lo que quieren hacer. Unos quieren intercambiar experiencias y prefieren alojarse en la casa de una familia; otros quieren conocer el café, hacer excursiones... Desde la Oficina se intenta equilibrar un poco la distribución de los turistas entre distintos alojamientos. Pero no es fácil, porque no todos tienen las mismas condiciones, ni están ubicados en la misma zona; otro problema es que a veces llegan turistas que quieren ir a un lugar que les recomendaron. Lo mismo hacemos con los guías: tratamos de organizar el trabajo de forma rotativa. La recepción de los turistas en la Oficina también sirve para explicarles de entrada qué se puede hacer y qué no dentro de la Reserva. La preocupación por el cuidado del medio ambiente ha sido constante desde la creación de la UCA, cuando se implicó activamente para que Mirafior fuera declarada Reserva Natural. (...) La UCA no dispone de servicio de transporte. Lo que hace es orientarles para que puedan tomar el bus y explicarles dónde se tienen que bajar.

(ARO1, técnico de la Oficina de Turismo de la UCA Mirafior, comunicación personal)

A través de la Oficina de Turismo también se organizaban los cobros a los turistas, aunque si los turistas llegaban directamente a las iniciativas, eran ellas las que después tenían que entregar el 20% de comisión de cada venta para aportar al funcionamiento de esta estructura. En el caso de las personas que hacían de guías la comisión a entregar era del 25%.

4. RESULTADOS

UCA MIRAFLOR

Una vez que los turistas deciden qué van a hacer, se les cobra y se les entrega un recibo que deben entregar en el alojamiento al que se dirigen. El Coordinador del Programa se encarga de pagar a los alojadores y a los guías. La UCA se queda un 20% para cubrir los gastos de funcionamiento del Programa. Cuando los turistas llegan directamente a los alojamientos, los alojadores son los que pagan lo que le corresponde a la UCA. Los guías y los que alquilan caballos también aportan un 25% de lo que reciben.

(ARO1, técnico de la Oficina de Turismo de la UCA Miraflores, comunicación personal)

Otra de las iniciativas que puso en marcha la UCA Miraflores fue la creación de una Comisión de Turismo, integrada por cinco personas, elegidas entre quienes prestan servicios turísticos (alojamiento y guiado). Una vez elegidos eran reconocidos por el Consejo de Administración de la UCA como responsables del funcionamiento de esta actividad. La Comisión tenía como función evaluar y tomar decisiones sobre cualquier medida que afecte al Programa de Turismo, aunque determinadas decisiones siempre debían ser aprobadas por el Consejo de Administración de la UCA.

Durante años, una de las principales ocupaciones de la Comisión de Turismo fue la de velar por la calidad del servicio, tomando en cuenta que la mayoría de iniciativas habían empezado desde hacía poco tiempo, y que la mala imagen de una podía afectar al resto. Para ello creó un sistema de evaluación permanente de los alojamientos:

Cada mes hago un recorrido por todos los alojamientos. Llego de improviso, porque los turistas pueden llegar en cualquier momento y hay que estar preparado. Reviso sobretodo las camas, los baños, las duchas, la cocina. También reviso el buzón de sugerencias que tenemos en todos los alojamientos. Si hay turistas hablo con ellos y les pregunto cómo se han sentido, cómo es la atención. Después de cada supervisión hago un informe que va a la Comisión y al Consejo de Administración. Después que la Comisión lo revisa, si hay problemas, se manda una notificación a quién corresponda para que los arregle. Si no los resuelve, tenemos que aplicar una sanción.

(ARO1, técnico de la Oficina de Turismo de la UCA Miraflores, comunicación personal)

Sin embargo, uno de los problemas que no llegó a resolverse y que fue fuente de conflicto en algunas ocasiones fue la distribución desigual de visitantes, tanto entre zonas como entre familias, así como también entre guías. Igualmente, la gestión de los recursos obtenidos del turismo por parte de las personas que se encargaban de la Comisión como del mismo Consejo de Administración de la UCA, ha provocado diversas situaciones de tensión e incluso enfados y malestar.

En sentido contrario por su impacto positivo, son numerosos los testimonios que aseguran que el turismo ha impulsado otras actividades y servicios relacionados con la atención a los turistas, además del alojamiento. Durante años creció la oferta de guiado, cada vez más especializado en múltiples aspectos, como aves, orquídeas o café. La economía local también se vio dinamizada por el alquiler de caballos o el uso

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

del transporte público. Igualmente hubo un estímulo de la diversificación agrícola y el incremento de la demanda, tanto en fincas que atendían a turistas como en otras. Hubo algunos productos (como remolacha, zanahoria, pipián o chayote) que, aún siendo tradicionales en la zona, fueron potenciados, y otros que fueron introducidos en ese momento (como brócoli, coliflor o rábano) para poder ofrecer platos más variados. Esto supuso un importante cambio en el manejo de muchas fincas, que antes se dedicaban a cultivar granos básicos en mayor escala.

Hemos introducido el cultivo de plantas frutales y musáceas (diferentes especies de bananos) que les gustan a los turistas y que utilizamos para la elaboración de jugos. Lo mismo ha ocurrido con el cultivo de plantas para infusiones (zacate de limón, valeriana, ajeno, naranja agria). Con el incremento de la demanda en las propias comunidades ha aumentado la transformación de productos alimentarios, como mermeladas con diversas frutas de la zona, yogurt, queso amarillo, quesillo, queso de crema, queso de hierbas, vinagre, jamón de cerdo, salsas de tomate...

(ARO1, técnico de la Oficina de Turismo de la UCA Mirafior, comunicación personal)

Además, en momentos en los que el turismo aumentó significativamente, también creció la demanda de productos alimentarios en la zona.

En la comunidad compramos huevos, leche y queso cuando no hay en la casa, o cuando las vacas no están dando leche. También se compran algunos cultivos que se producen en la comunidad, aunque también compramos en otras comunidades, como El Cebollal o La Perla, donde el clima es mejor para el cultivo de repollo y papa. En las pulperías también compramos los productos de limpieza (papel higiénico, jabón), el arroz y el aceite; también se benefician las demás personas de la comunidad.

(ARO1, técnico de la Oficina de Turismo de la UCA Mirafior, comunicación personal)



UCA Mirafior, Nicaragua. Imagen de Alam Ramirez Zelaya.

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

No tengo capacidad suficiente para producirlo todo en mi huerto, entonces compro o cambio con mis vecinos. Por ejemplo: elotes, chayotes, huevos (compro unos cien huevos semanales), pollo, leche, cuajada. Para intercambiar doy bananos, presto bueyes o ayudo a la gente con bananos, azúcar, arroz o aceite, a cambio de trabajos de limpieza.

(CP02, socia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicación personal)

Otros productos, como papel higiénico, productos de limpieza, aceite o arroz, son adquiridos en comercios locales o en Estelí, la ciudad más cercana.

Otro aspecto positivo que ha sido destacado de la introducción del turismo, es que la mayoría de familias han dedicado una parte de los ingresos, además de reinvertirlo en la propia actividad, en cuestiones como la salud, la educación o su misma vivienda.

Todo lo que gano lo reinvierto en turismo. El turismo no siempre está bueno, entonces guardo un margen para los meses malos. Las ganancias del café las manejo a parte. Mi calidad de vida ha mejorado. Antes no tenía donde dormir; ahora tengo mi cuarto; y las muchachas pueden tener su uniforme, sus botas, su medicina. Sin turismo no hubiera podido hacerlo.

(CP02, socia de cooperativa vinculada a la UCA Mirafior, comunicación personal)

Hemos mejorado el nivel de vida de nuestros hijos, se ha diversificado la alimentación de la familia, hay mejores aportaciones a la cooperativa y a la UCA, porque es necesario mantener la organización, y ahorita, con un fondo de becas, tenemos ocho estudiantes en la universidad y cuatro que ya salieron. Ahora en la comunidad hay ingenieros, agrónomos y veterinarios.

(IF02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Con el poquito de ingreso que nos dejaba el turismo, yo mandaba a estudiar a mi hija. Gracias al turismo y a una beca de la cooperativa ella sacó su carrera. Y todos mis hijos han estudiado por medio del turismo, porque con el ingresito que dejaba, nosotros los apoyábamos a ellos para viajar, porque tiene que pagarse bus de aquí y pagarles los alimentos allá.

(RT04, socia Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

También aprende uno a alimentarse diferente, a no usar muchas cosas, condimentos o a usarlos más naturales, que no los tenemos que andar comprando por ahí, y comemos más sano. En mi caso, a mí me ha enseñado mucho lo del turismo. Hasta como alimentarse uno, porque de estas personas a veces uno va aprendiendo muchas cosas, poco a poco. Aquí en Nicaragua nosotros estamos acostumbrados a comer frijoles y arroz, frijoles y arroz, y desconocemos que tenemos las cosas ahí, y no sabemos cómo preparar unas chayitas, unos pipianes, una papa, muchas cosas, a innovar. En transcurso de este tiempo he aprendido a alimentarme diferente, y a vivir diferente.

(DI02, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

En los últimos años, antes de la crisis política de 2018, la llegada de turistas empezó a reducirse significativamente. Si en los buenos momentos la UCA Mirafior había gestionado la llegada de entorno a los dos mil turistas al año, el incremento de la competencia y el decaimiento de la acción de promoción y comercialización de la Comisión de Turismo y su equipo técnico, que en parte reflejaban también tensiones internas, redujeron las llegadas. En algunas iniciativas prácticamente no llegaban turistas en los últimos años, y después de la crisis política de abril de 2018, la caída fue drástica. Esto ha provocado también algunas reflexiones sobre el tipo de turismo por el que habían apostado tradicionalmente, muy centrado en una clientela extranjera, y por la comparación de cómo ha ido en otras iniciativas ahora valoran más el turismo nacional.

A fin también el pasar una crisis que ha sido tan lastimosa haberla tenido, pero también nos ha dado una lección, en el caso de nosotros Mirafior, la atención de nosotros ha estado más enfocado en extranjeros, en relación al Tisey, ellos están más con nacionales, hablábamos hace tres días con el muchacho del Tisey de la familia del Tisey, ellos no han tenido baja en el turismo, se han mantenido llenos, entonces que pasa, nosotros nos enfocamos en el extranjero donde deberíamos de habernos enfocado también en el nacional.

(EB04, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

IMPLICACIONES PARA LAS MUJERES

Una de las valoraciones más comunes entre las mujeres que participan en las iniciativas turísticas de la UCA Mirafior es que gracias a esta nueva actividad han cambiado sus dinámicas cotidianas, y que ahora no solo se dedican a las tareas domésticas y de cuidados, si no que salen más de sus casas y, afirman, se pueden desarrollar más.

La mujer en Mirafior estaba solo de ama de casa, no salía, solo hacerle la comida al marido y cuidar a los niños. Ahora no, ahora ella sabe que tiene sus derechos también, de hablar con las personas, de desarrollarse como persona, como ser humano. Ella antes solo sabía que tenía que hacer el almuerzo para el marido, el desayuno y la cena, no sabía que ella podía como salir de esa rutina. Entonces sí ha ayudado bastante.

(YT04, nuera de propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

Yo siento que ha sido muy bueno en la vida de las mujeres. La mujer ha salido como de la cueva hacia afuera, brinda y también percibe, para mí ha sido muy importante. Ahora no solo estamos enmarcadas en el quehacer tradicional de nosotras, sino que hemos salido a capacitarnos, a ver nuevas culturas, a relacionarnos, a intercambiar, que si hemos tenido un turista de los EEUU ya nos cuenta como es su cultura, y nosotros también.

(EB04, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

4. RESULTADOS

UCA MIRAFLOR

En mi familia hay democracia. Lo que hacemos nosotros es organizarnos en cuanto al trabajo, quien cuida, cuando cuida, quien va a salir, esa parte controlarla, pero de que el esposo va a estar ahí que por qué vas a ir ahí, ese impedimento, eso no. Aquí las mujeres y los hombres mandamos.

(EB04, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

La introducción del turismo ha supuesto que la carga de trabajo de las mujeres se ha incrementado, según reconocen ellas mismas, pero al mismo tiempo resaltan que ha aumentado también su autonomía y su capacidad de decisión, por lo que mayoritariamente valoran positivamente esta experiencia.

Con el turismo trabajamos bastante, pero nos ayuda. Me gusta conversar con los estudiantes. Poco a poco adquirimos nuevos conocimientos y nos enriquecemos.

(MSV02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Yo pienso que la situación de la mujer ha mejorado. He podido observar a todas las que estamos haciendo este tipo de actividad y creo que sí que hemos mejorado. Es bastante dedicación, pero hemos mejorado. Es bastante sacrificio, porque hay que estar trabajando muy duro cuando hay gente. Hay que dedicar tiempo, hay que tener paciencia, aprender a ser un poco responsable. Uno tiene que dedicarle mucho tiempo y trabajar duro. Para mí es bastante difícil y tengo que estar haciendo muchas actividades a la misma vez. Pero pienso que sí, vale la pena, porque a la par que uno trabaja, mejora. He podido observar en el resto de las mujeres que están haciendo esto y hemos mejorado. Las miro diferentes. Y yo también me miro diferente. Ahora tengo más acceso a tener mis cosas. Puedo comprar más cosas. Se me hace más fácil, ahora tengo los recursos.

(DIO2, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

También destacan que gracias a este nuevo tipo de actividad han perdido timidez y se sienten más seguras.

Cuando vienen los grupos es que todas las mujeres nos reunimos. Hay mujeres que somos bastante tímidas para hablar. Y con cada grupo que va viniendo, como que cada día nosotras perdemos el temor a hablar.

(MSV02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

En aquellos tiempos, que un turista viniera y me hiciera preguntas a mí me daba nervios contestarle. Cuando venía un turista yo lo que hacía era agarrar para adentro, en vez de salir a recibirlo, me iba a para adentro. Eso ha mejorado, porque uno va perdiendo el miedo.

(RT04, socia Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

La relación de las mujeres de las distintas iniciativas de la UCA con las turistas también parece haber contribuido a que pudieran conocer y valorar otras formas de entender su desarrollo personal y profesional o la maternidad, entre otros aspectos. La convivencia

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

en el ámbito familiar ha facilitado también este tipo de conversaciones, que requieren un mayor nivel de intimidad que una simple interacción por la prestación de un servicio de alimentación o alojamiento.

Las turistas que vienen son más independientes. Aquí en la comunidad las chavalas sólo piensan en casarse y hacer la comida al esposo, y nada más que a eso me voy a dedicar. En cambio, con el turismo, una puede estudiar, pensar en otras cosas que no sea sólo casarse. Por qué sí es bueno casarse, pero cuando ya tengas tus ideas bien plantadas.

(YRB, hija de propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

Me gusta la convivencia, las experiencias diferentes, de los diferentes países, eso me ha enseñado a muchas cosas a mí. La vida social de ellos es súper diferente, y uno aprende como es la vida de ellos. Acá, en los países latinoamericanos, los hombres son machistas, y yo he visto cómo son las culturas de ellos, no son como somos nosotros, entonces todo ese tipo de cosas a mí me han gustado de ellos.

(DIO2, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

La experiencia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, en la comunidad de Sontule, parece mostrar una mayor profundidad en los cambios detectados. La combinación de un modelo de atención familiar con organización cooperativa solo de mujeres, parece haber dado un mayor impulso a los procesos de empoderamiento y transformación en las relaciones de género.

Nosotras a toda reunión que nos invitan ahí vamos. Queremos aprender cada día más, y más, y más. Nos gusta involucrarnos en las actividades porque nos gusta el trabajo social, ayudar a nuestra comunidad. Nosotras andamos en todo metidas, menos en misa, jajaja.

(MSV02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)



UCA Mirafior, Nicaragua. Imagen de Alam Ramirez Zelaya.

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

También identifican cambios en sus parejas, y afirman que, gracias al turismo, y a los ingresos que genera para las familias, habrían aceptado inicialmente que las mujeres participaran en actividades de capacitación y reuniones de coordinación.

Al inicio los maridos se sintieron incómodos, porque las mujeres andaban en reuniones y actividades, pero luego los fuimos concientizando de la importancia de lo que hacíamos. Ahora las cooperativas de varones no dicen nada, porque de una u otra manera, están involucrados, por ser los esposos y porque también ellos resultan beneficiados: ya no son los únicos que deben aportar para la casa.

(IF02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Hemos superado bastante lo de que la mujer tenía que estar donde decía el hombre. Ahora no. En nuestro caso, ahora le decimos al marido, vamos para tal parte y cuidan la casa. Ellos están capacitados. Trabajan en organización. Y son hombres que sólo viven en reunión, así como nosotras, así que no tenemos ese problema.

(MSV02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Antes los hombres le decían a uno: no tenés permiso para ir a tal parte, tenés que estar en la cocina, aquí es donde tenés que estar. Y ahora no, porque por medio del turismo y de las organizaciones les han dado también a ellos capacitaciones, entonces ahora no, yo me voy a una reunión y no me dice nada, antes no, ni a Estelí podía ir pidiéndole el permiso, y ahora no, estamos mejor.

(RTO4, socia Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Esto ha supuesto, que los hombres se integraran también en la atención cotidiana a los turistas, y también en tareas domésticas y de cuidados.

Antes los esposos pensaban que sólo nosotras teníamos que atender a esa gente, porque era a través de nosotras que llegaban, pero ahora ven que ese ingreso es para toda la familia. Y también como la mayoría de esposos están también en cooperativa, y se capacitan.

(DCG02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

Muchas familias han cambiado. Han aprendido a compartir las actividades de la casa con los esposos y demás varones. Antes quizás decían que el trabajo de la casa era para las mujeres, pero ahora no. El turismo ha ayudado mucho. Porque ellos cuando ven a los turistas en la casa ven la necesidad de integrarse y trabajar y conversar con los estudiantes. Ahora los esposos, cuando ven a los turistas en la casa y miran la necesidad de integrarse, trabajar y conversar con los estudiantes, han aprendido a compartir las actividades de la casa. Antes quizás decían que este trabajo era para las mujeres, pero ahora no. El turismo ha ayudado mucho.

(MSV02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

UCA
MIRAFLOR

Uno de los aspectos más destacados de este proceso de empoderamiento es que las mujeres han llegado a asumir mayores responsabilidades más allá de los propios negocios turísticos y forman parte de los órganos directivos de la UCA Mirafior, llegando incluso a su presidencia.

Las mujeres están ahora en la junta directiva de la UCA o como promotoras. También se ha valorado a la mujer, por su capacidad para administrar mejor que los varones.

(IF02, socia de la Cooperativa Nuevo Amanecer, comunicación personal)

En la UCA siempre que hay asambleas y siempre que hay conformación de comité, de comisiones, se está exigiendo que sean el 50% hombres, el 50% mujeres y si las mujeres están participando en dichas actividades o convocatorias están saliendo en esa distribución y si hay, si las hay en esas posiciones.

(EB04, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

A nivel de UCA Mirafior hay muchas mujeres, incluso la presidenta es una mujer ahora, y hay muchas mujeres, en la junta directiva, junta de vigilancia, comisión de educación. Pienso que con las mujeres hay más confianza ahora, más responsabilidad.

(DI02, propietaria de alojamiento turístico vinculado a la UCA Mirafior, comunicación personal)

Los problemas de gestión de la actividad turística y la caída general de la visitación que se ha producido en los últimos años, y de forma muy aguda desde abril de 2018, podría truncar o limitar algunos de los procesos de cambio detectados.



Dora Iglesias, UCA Mirafior, Nicaragua. Imagen de Alam Ramirez Zelaya.

4.
RESULTADOS

LOS CAMPESINOS



Los Campesinos, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

Los Campesinos es una iniciativa turística, propiedad de la Cooperativa Los Campesinos, ubicada en la comunidad de Quebrada Arroyo, en la provincia de Puntarenas de Costa Rica. La comunidad de Quebrada Arroyo se formó durante los años cincuenta, en un área totalmente boscosa, cuando llegaron las primeras familias que ocuparon el área asentándose en un territorio que deforestaban y preparaban para poder sembrar. Uno de los miembros de la iniciativa recuerda cómo fue aquel proceso:

Lo que más necesitaba uno era tierra para hacer campo para la agricultura. El bosque se apeaba con el hacha o con motosierra. Toda la madera se quemaba. Y después sembrábamos. Esa era la costumbre de nosotros.

(MA01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

En esa época la mayoría de familias cultivaban en parcelas particulares frijoles, maíz, arroz, yuca y plátanos, para el consumo propio y para vender. Toda la producción de granos básicos era adquirida por el Consejo Nacional de Producción (CNP), un organismo público creado en 1956, y que establecía precios preferentes para los productores. Sin embargo, desde 1985 dejó de desarrollar esa función, como parte de las medidas adoptadas con el II Programa de Ajuste Estructural, cuya intención declarada era llevar a cabo una reestructuración del aparato estatal. Una de sus actuaciones fue recortar los fondos del CNP. Este cambio supuso un duro golpe para las economías campesinas, porque se quedaron sin poder vender su producción. A continuación, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) empezó a promover otros cultivos con potencialmente más salida en el mercado internacional. Las familias de Quebrada Arroyo, como muchas otras en distintos lugares del país, probaron diferentes alternativas de cultivo.

4.
RESULTADOS

LOS
CAMPESINOS

Empezamos a sembrar cúrcuma, que sirve como colorante. Pero eso no tenía mercado y fracasó. Duró solo como dos años. Luego vinimos con la pimienta. Y la pimienta negra se dio muy bien, pero igual, no había buen mercado, y además apareció una plaga. La cultivamos también por poco tiempo. Entonces nos indujeron a sembrar cacao, que era un poco más rentable. Pero en ese momento todo el mundo lo estaba sembrando, y como nosotros empezamos más tarde, y había mucha demanda, la semilla que nos vendieron era mala. Los cacaotales se levantaron bien, pero a la hora de producir dieron muy poca cosecha, muy pocos frutos. Entonces vino la amonilia, un hongo que causa la enfermedad del cacao. Al final, después de siete, ocho años, también hubo que abandonar el cacao.

(MA01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Después de fracasar con cultivos como la cúrcuma, la pimienta o el cacao sembraron vainilla, a la que pudieron dedicarse por doce años.

El MAG nos ayudó con 2.000 plantas de vainilla. Escogieron a 10 personas y les dieron 200 plantas a cada uno. Cuando yo me di cuenta que era un producto bueno vendí terneros, cerdos, y me compré 500 plantas y las sembré.

(MM01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

La mayoría de la producción de vainilla de la comunidad la adquiría un mismo comprador, que la pagaba a precios distintos según su calidad y cómo estaba clasificada. Insatisfechos con la situación, en septiembre de 1994 varios productores de la comunidad crearon la Asociación de Productores de Vainilla (ASOPROVA), formada por 22 hombres y una mujer, con objetivo de juntar la producción y venderla todos juntos. Gracias a esta iniciativa mejoraron el sistema de clasificación y consiguieron mejores precios, y esto permitió que la asociación dispusiera de algunos ahorros.

Sin embargo, poco tiempo después, en 1996, apareció una plaga del hongo *fusarium* que afectó a las plantaciones de vainilla y en dos años quedaron prácticamente destruidas, a pesar de los esfuerzos infructuosos por salvarlas con diferentes sistemas de tratamiento.

Cuando ya estábamos en un buen proceso, buen dinero y buen producto, se nos vino la enfermedad. Apareció un hongo, que se llamaba *fusarium*. Nosotros hicimos todo lo posible tratando de matarlo, pero no hubo remedio.

(MA01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Ese mismo año, además de la plaga, la comunidad sufrió el paso del huracán César, que destruyó prácticamente todos los caminos, con lo que quedaron aislados. Esto provocó que de las cuarenta familias que había en la comunidad solo quedaran dieciséis. Muchas de ellas decidieron vender sus parcelas.

Eran propiedades grandes a precios muy bajos. Las compraron extranjeros, y algunos ticos, pero más que todo extranjeros.

(FP01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

LOS
CAMPEÑINOS

En ese contexto, las pocas familias que quedaron en la comunidad trataron de buscar alguna fuente de ingresos alternativa, y así llegaron a la idea de introducir el turismo, para lo cual decidieron invertir los ahorros que les quedaban de la venta de la última cosecha de vainilla en la adquisición de una finca y gestionarla colectivamente para turismo.

Cuando terminó la vainilla todo el mundo decía que de qué íbamos a sobrevivir. La gente decía que para qué nos íbamos a quedar si aquí nos íbamos a morir de hambre. Y mucha gente se fue y nos fuimos quedando solos. Entonces nació la idea de comprar esta finca.

(GAMO1, socia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Uno de los miembros de la Cooperativa relata cómo surgió la iniciativa:

Yo ya había visto que llegaban turistas a Quepos, a Londres, por aquí cerca. Y entonces Romualdo, el dueño de esta propiedad, que era socio también de ASOPROVA, me dijo que se quería ir y que nos vendía la finca. Nosotros teníamos 2 millones y medio de colones que nos quedaban de la vainilla. Entonces convocamos una asamblea extraordinaria. Unos estaban a favor de comprar la finca y que nos pusiéramos a trabajar en turismo. Otros decían que no, que mejor dividíamos la plata y que hasta ahí había llegado la ASOPROVA. José Matey, que era el responsable del MAG, y al que habíamos invitado a la asamblea porque nos había ayudado todo ese tiempo, dijo que nosotros estábamos sobre una mina, y que si un extranjero comprara esta finca lo primero que haría sería poner un rótulo que dijese «propiedad privada», y que nosotros no seríamos dignos de irnos a bañar a las pozas. Al final votamos y salió que sí, que íbamos a comprar el terreno. Nos costó 5 millones de colones. 2 se los pagamos de golpe, y los otros 3 uno cada año.

(MMO1, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

La finca tenía 33 hectáreas, en las que había una serie de recursos naturales que podían tener potencialidad turística, como una quebrada, una cascada, pozas naturales y un mirador. A través del Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del PNUD, a quienes contactaron a través de funcionarios del MAG, lograron apoyo para la construcción de infraestructuras. Inicialmente el PPD rechazó la propuesta, porque en la asociación no había prácticamente mujeres, solo una. Por este motivo decidieron integrar a las esposas de los socios, como relata uno de ellos:

Éramos todo hombres y una sola mujer. En ese momento tuvimos que correr. Entonces, hicimos una asamblea extraordinaria y afiliamos a nuestras esposas.

(MMO1, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Después de este cambio, en 1998 el PPD aprobó un proyecto para ejecutar en tres años dedicado a la construcción de infraestructura con la que poner en marcha el proyecto turístico, básicamente dos cabañas, un puente colgante y 3 kilómetros de senderos. Gracias a otro proyecto del Fondo Canje Costa Rica Canadá pudieron construir también un restaurante. Con esta infraestructura empezaron a funcionar en el año 2003. Posteriormente, gracias a un tercer proyecto del Programa Araucaria

4.
RESULTADOS

LOS
CAMPELINOS

de la cooperación española lograron construir dos cabañas más. En total, a través de donaciones fueron más de 100.000 dólares que pudieron invertir en construcciones. Además, recibieron una donación del Instituto Mixto de Ayuda Social, gracias a la cual compraron un vehículo para el transporte de turistas, equipo de rapel, utensilios de cocina y equiparon una oficina. Posteriormente, cuando ya estaban recibiendo turistas pudieron reinvertir parte de los beneficios y construyeron seis cabañas más y pudieron dar mantenimiento a las diversas infraestructuras de la finca. Estas fueron decisiones consensuadas en asamblea por los socios y socias de la Cooperativa, tal como explica uno de sus miembros.

Cuando la cooperativa cierra el año fiscal se realiza la asamblea en noviembre. Si hay excedentes los socios deciden si desean que sean repartidos o los invierten en infraestructura o reparaciones. En 2011 teníamos unos 7 millones de colones para el cierre de Asamblea. Entonces vino un huracán y un árbol que estaba en la parte de arriba cayó sobre el puente colgante. Entonces los excedentes no se repartieron si no que sirvieron para la reconstrucción del puente colgante.

(JPM01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

La introducción del turismo supuso un cambio en la relación entre la comunidad y el bosque: si antes el modelo productivo estaba orientado a deforestar y ganar terreno para cultivo, con el inicio de la actividad turística se valora, según afirman sus socios, su protección.

Antes teníamos una conciencia muy depravada en lo que es cortar árboles. Y la flora y la fauna estaba muy despreciada. Con el turismo aprendimos que una de las cosas que había que hacer era protección del medio ambiente. Ahora lo cuidamos para que haya más turismo.

(MA01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)



Los Campesinos, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

LOS
CAMPEÑINOS

Si uno no cambia el turista no va a venir. Todo eso lo dejamos atrás y en vez de trozar estamos sembrando árboles, y animales que no había acá ahora están llegando. Si vamos en contra de la naturaleza el turismo no va a venir.

(MM01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

La gente nos pregunta que por qué se ha hecho tanta montaña, pero es porque estamos protegiendo, porque sabemos que al turista, extranjeros y nacionales, les gusta mucho lo que es la naturaleza.

(GAM01, socia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Inicialmente no fue fácil que llegaran turistas, aunque estaban relativamente cerca del Parque Nacional Manuel Antonio. Pero fue gracias a la asociación ACTUAR, una red de turismo rural comunitario que funcionó en Costa Rica entre los años 2001 y 2018 (Cañada, 2017b), y de la que formaron parte desde su fundación que empezaron a recibir visitas. Desde un inicio se orientaron hacia un turismo extranjero que podía pagar precios elevados. ACTUAR, además de promoverles y llevarles turistas, también les apoyó para que dos de sus miembros pudieran capacitarse como guías turísticos por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y que pudieran conseguir el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), que otorga ese mismo organismo.

Además de ACTUAR, con el tiempo otras tour-operadoras también se interesaron en incluirlos en su oferta. En la mayoría de casos venden paquetes de una noche y dos días, o dos noches y tres días, que básicamente hacen senderismo, visitan las piscinas naturales, pasan por el puente colgante. Hay algunos que se interesan especialmente por el rapel y actividades de aventura. Las llegadas de turistas anuales oscilan en torno a los setecientos y ochocientos por año. La relación con estas tour-operadoras es valorada positivamente.

Nosotros buscamos el contacto con ellas, a excepción de ACTUAR, que somos socios. Desde mi punto de vista la relación que mantenemos con las tour-operadoras es bastante flexible. Ellos saben lo que nosotros ofrecemos, nosotros sabemos qué ofrecen de nosotros. Entonces lo que ellos venden es lo que nos remuneran a nosotros. No tenemos problemas. Por la parte económica la relación ha sido también muy leal por ambas partes. Entonces yo estoy satisfecho con el trabajo que hacemos en conjunto, porque no hemos tenido discusiones por algún turista o alguna tarifa.

(JPM01, gerente de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Gracias a esta diversificación de sus relaciones comerciales, que incluyó también acuerdos directos con algunos hoteles para visitas de un día, que se han ido incrementando progresivamente, cuando se produjo el cierre de la asociación ACTUAR a finales de 2018, con la que estaban fuertemente vinculados, lograron mantener la actividad comercial y siguieron recibiendo turistas.

4.
RESULTADOS

LOS
CAMPEÑINOS

En 2007, cuando el turismo ya estaba funcionando, los miembros de la Asociación decidieron organizarse como cooperativa, y así se constituyó la Cooperativa Los Campesinos. Varios de sus socios explican las razones del cambio y los debates que tuvieron:

Como vimos que el proyecto comenzó a crecer y crecer, nos dimos cuenta que si no se hacían muchas inversiones no había posibilidad de distribuir los excedentes entre los asociados, porque es sin ánimo de lucro. Así fue que buscamos otro manto jurídico que nos apoyara.

(FP01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Nos interesamos en pensar cuál forma jurídica nos interesaba más. Pensamos en una sociedad anónima, que en algunas cosas son buenas, pero en otras no, porque como decimos los ticos el que tiene más presupuesto traga más pinol. Si entre los socios alguien tiene buen dinero, entonces el que tuviera más acciones sería el que mandara. Vimos que por ese lado no nos correspondía, porque lo que queríamos era algo que fuera de todos, y que todos tuviéramos opciones parecidas. Entonces nos formamos en lo que es el cooperativismo, y nos dimos cuenta que la cooperativa de autogestión era lo que más nos convenía. En la cooperativa hay mejores condiciones para poderle hacerle frente a la situación y tiene mejor acogida.

(MA01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Se decidió por la cooperativa porque se sabe que es el sistema más solidario y más transparente. Y además es más fácil para recibir crédito o capacitación.

(AC01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Los que eran socios de ASOPROVA no tuvieron ningún requisito para entrar en la cooperativa recién formada y se incorporaron nuevos miembros. En 2015 la Cooperativa estaba formada por 45 personas, 23 mujeres y 22 hombres. Los que quisieron integrarse una vez constituida tuvieron que pagar una cuota de afiliación, unos 300 dólares, que podían cubrir aproximadamente en un año con el trabajo que hacían en la misma Cooperativa. Al cabo de un tiempo pusieron otros requisitos para nuevos ingresos, y si no se era hijo de socio, la membresía costaba unos 1.000 dólares, y cumplir además con una serie de condiciones, que debían someterse a decisión de la asamblea de miembros. Uno de los socios explica cuáles eran estas consideraciones regidas por sus estatutos:

Haber vivido como mínimo un año en la comunidad, ser de buenas costumbres, ser una persona honrada, no tener muchos problemas con los vecinos, o no estar metido en lo que es droga.

(FP01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Este crecimiento de la afluencia de turistas ha hecho que la Cooperativa pudiera generar una serie de puestos de trabajo. Los empleos creados en el turismo para el año 2014 eran los siguientes: dos recepcionistas, cuatro cocineras, cuatro ayudantes

4.
RESULTADOS

LOS
CAMPEÑINOS

de cocina, tres camareras de habitación, que limpian las cabañas, un encargado de mantenimiento, seis guías (dos de ellos certificados). Esta estructura laboral muestra una clara segmentación por la que las mujeres se encargan de la recepción, cocina y limpieza y los hombres del guiado, mantenimiento y gerencia. En algún momento han incorporado a hombres como ayudantes de cocina, pero su participación ha sido minoritaria. Las únicas que tienen un salario fijo son las dos mujeres que trabajan en recepción. El resto, que trabaja de forma rotativa, cobra según las horas trabajadas.

Aquí no tenemos un salario mensual fijo. Somos co-dueños de la organización y entonces nadie tiene un salario mensual fijo. Solo tienen salario fijo mensual las dos muchachas de recepción, porque es un turno estricto, y no puede estar cerrado. La recepción siempre tiene que estar abierta de domingo a domingo. Las demás personas laboramos por horas trabajadas y de acuerdo al salario establecido, y la Cooperativa estamos sobre el mínimo. Las cocineras tienen un rol de trabajo (tienen que rotar el trabajo, para que cuando se realicen los pagos sea lo más equitativo posible, porque en la Cooperativa siempre buscamos que no sea un solo beneficiado, o que uno sea mucho más beneficiado que otros).

(JPM01, gerente de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Otro de los beneficios que según los miembros de la Cooperativa ha tenido el proyecto turístico ha sido el de incrementar las compras de alimentos a sus mismos miembros:

Los socios que tenemos producción le vendemos al restaurante de la Cooperativa. En mi casa, por ejemplo, vendemos queso, huevos, leche, limones, naranjas, mandarinas, plátanos, yuca. Y a veces también tenemos pollo. Se compra fuera, se cría y se vende. Y mi papá vende frijol cuando produce bastante y le sobra. Hay otras cosas que se tienen que comprar fuera, lo que son tomates, culantro, repollo, apio, chile, y también arroz y azúcar.

(FR01 socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Sin embargo, los vínculos entre agricultura y turismo parecen ser contradictorios. Mientras aumenta la demanda de productos alimentarios disminuyen las familias que mantienen producción, porque la mayoría se dedican casi en exclusiva al turismo. De hecho, uno de los socios afirmaba en 2014 que solo cinco familias mantenían actividad agropecuaria en sus parcelas.

La producción de alimentos ha bajado mucho. La mayoría de los vecinos, que son compañeros de la Cooperativa, se dedican al trabajo en Los Campesinos, y se han apartado un poco de sus propiedades. Algunos las han dejado en conservación. Somos pocos los que mantenemos la tradición de sembrar frijoles. Hasta el momento, gracias a Dios, con lo que es turismo nos ha ido bien, y hemos tenido dinero. (...) Pero no sabemos de aquí a mañana qué puede pasar. Podemos contar hasta hoy, pero mañana no sabemos. No sabemos si mañana puede pasar algo a nivel internacional y se nos bajan la cantidad de turistas.

(FR01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

LOS
CAMPEÑINOS

Una de las razones aducidas para explicar este proceso es la competencia de alimentos traídos de otros países con menores costos:

Son pocas las familias que quedan cultivando alimentos porque ahora vienen productos mucho más baratos de otros países, como Nicaragua o Panamá. Entonces usted se va con un quintal de frijoles a Quepos y lo anda todo el día al hombro y no lo vende. Los poquitos que todavía se dedican a la agricultura lo dejan para la casa y si sobra nos lo compramos entre nosotros mismos. En Coope Campesinos le compramos primero a los socios.

(MA01, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Sobre el futuro de la Cooperativa durante la última visita planeaban dos posibles fuentes de conflicto. Por una parte, la gestión de los derechos de las personas que, siendo socias de la Cooperativa ya no están presentes en la comunidad y, por tanto, no participan en los roles de trabajo, y que demandarían cambios en la forma de reparto de los beneficios generados sobre otras formas de distribución, ya sea por vía de reinversión o por remuneración de horas de trabajo realizadas. Por otra parte, uno de los socios había empezado en su propia finca otro proyecto de turismo, que podía ser interpretado como una forma de competencia a la propia Cooperativa.



Los Campesinos, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

IMPLICACIONES PARA LAS MUJERES

La incorporación de las mujeres en el proyecto turístico, cuando aún funcionaban a través de la asociación ASOPROVA, como ya se ha explicado, fue condicionada por la exigencia del Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del PNUD para poder aprobarles un proyecto. No había un interés real por hacer ese cambio por parte de los hombres. Y por su parte, las mujeres tampoco plantearon ese cambio como una oportunidad de empoderamiento.

4. RESULTADOS

LOS CAMPEÑINOS

Como esa asociación no habían incluido a las mujeres, cuando mandaron el proyecto al PNUD apenas se lo devolvieron, porque apenas aparecía una señora. Mi esposo, que entonces era el presidente de la asociación, para que entrara el proyecto convocó una reunión con todos los señores y sus esposas para que las asociaron. Algunos estuvieron de acuerdo otros no, pero tuvieron que aceptar, porque sino no entraba la ayuda.

(JFM01, socia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Este hecho pone en evidencia el carácter instrumental con el que los hombres incorporaron a las mujeres en el proyecto. La Cooperativa ha logrado ofrecer exitosamente servicios turísticos a personas de origen extranjero en su mayoría y que comercializan a través de distintas tour-operadoras y hoteles cercanos. El control del negocio está fundamentalmente en manos de hombres, y la participación de las mujeres se concentra en ciertos trabajos y tareas, que igualmente reproducen una tradicional división del trabajo entre hombres y mujeres que da lugar a una clara segmentación horizontal de los puestos de trabajo por razones de género. No se observa ni se identifica en las entrevistas o los grupos de discusión, una preocupación específica sobre cómo avanzar en la superación de las desigualdades de género existentes.

Las socias de la Cooperativa fundamentalmente expresan sentirse satisfechas por poder trabajar en la comunidad.

Yo me siento beneficiada por tener un trabajo fijo en un pueblo remoto como éste. Aquí en el pueblo no hay otras fuentes de empleo remuneradas.

(YM01, socia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Antes las mujeres solo podíamos estar en la casa, y no había ningún ingreso por ningún otro lado. Entonces con una fuente de empleo como la que hay ahorita, aunque sea poquito, nos ganamos algo. A parte de la Cooperativa en la comunidad no hay ninguna otra fuente de empleo.

(GAM01, socia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Si no tuviera este trabajo me tendría que ir afuera, a trabajar en algún hotel.

(LA01, socia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Y por su parte, algunos de sus esposos valoran positivamente esta entrada de dinero en las familias.

Antes solo el marido era el que trabajaba e ingresaba dinero en la casa, y ese dinero tenía que alcanzar para todo, para la comida, para los libros de escuela, para la luz, el teléfono, y todo lo demás. Y como los precios todos van para arriba, pero los salarios se mantienen, y entonces con el trabajo de la esposa se ayuda a pagar algunas cosas. Entonces se hace un poco más fácil salir adelante y mantenerse en la comunidad.

(FPO1, socio de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

LOS
CAMPEÑINOS

Como en otras experiencias, las mujeres participantes en esta iniciativa también identifican que la interacción con personas de otros lugares les ha ayudado a perder cierta timidez y retraimiento.

Uno comparte con personas que vienen de otros lugares. Cuando empecé a trabajar en la pulpería cuando veía llegar a un cliente yo sentía pena, y me preguntaba si le sabría hablar o si me entenderían. Y así comencé, y ahora más bien me gusta que lleguen clientes. Lo que sí me dificulta un poquito es el inglés, pero, aunque sea por señas, se les entiende.

(GAMO1, socia de la Cooperativa Los Campesinos, comunicación personal)

Más allá de estos dos aspectos, creación de puestos de trabajo en la comunidad a los que pueden acceder algunas mujeres, que reduciría la necesidad de emigrar para encontrar empleo, y los efectos de la interacción cotidiana con personas de otros lugares, no se han podido encontrar evidencias de otras reflexiones sobre qué ha supuesto para ellas, tampoco en términos de una mayor autonomía económica. Asimismo, las mujeres de la Cooperativa tampoco mencionan alguna iniciativa o espacio propio a través de la cual hayan querido enfrentar a lo largo de estos años con el fin de reducir situaciones de discriminación o de desigualdad por razones de género.



Los Campesinos, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

ASOPROLA



ASOPROLA, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

En el municipio de Altamira de Boley, a dos kilómetros y medio del Parque La Amistad, el área protegida más grande de Costa Rica con cerca de doscientas mil hectáreas, un grupo de vecinos y vecinas creó en 1997 la Asociación de Productores La Amistad, conocida como ASOPROLA. Su principal actividad es el cultivo y comercialización de productos orgánicos, en especial café, bananos, hortalizas, miel y mermeladas y progresivamente fue tomando peso el turismo, aunque sin abandonar la agricultura. Las personas que les visitan, en su mayoría de origen extranjero, pueden alojarse en albergues de la asociación o en casas de familias de la comunidad y convivir con la población local, una opción que está muy vinculada con los programas de voluntariado que desarrollan.

Los orígenes de ASOPROLA están vinculados a la respuesta que trató de dar la población de Altamira de Boley ante la crisis del café, del que dependía totalmente, a causa de una caída en la producción y en su calidad, como consecuencia del uso continuado de agroquímicos.

El café era todo convencional, pero no había enfermedades como las que hay ahora, la cosecha era sumamente abundante porque las tierras eran nuevas, y la ganadería era muy buena por la misma razón. Sin embargo, eso empezó a ir de más a menos. En el café entraron las enfermedades, como el ojo de gallo. La planta ya no resistió más y los agroquímicos no sostuvieron las embestidas de las plagas y enfermedades. Entonces empezó a retroceder la producción inmensamente y mermó la entrada de capital. La misma situación económica se hizo insostenible y la gente empezó a vender sus propiedades.

(JEM01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

ASOPROLA

La organización empieza en un momento muy crítico, con una economía muy debilitada, porque la zona era totalmente agrícola dependiente de café, y muchas familias deciden irse, dejar las tierras, irse a buscar empleos a otros lugares. Otros se van solos y dejan a la familia aquí. Y hay un fenómeno muy fuerte de migración a EEUU de manera ilegal, dejando la familia. Entonces la organización nace en ese ambiente. Puede imaginarse que con muchas adversidades.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

En este contexto particularmente complejo, la iniciativa de crear una asociación fue de unas pocas familias del municipio, que veían la necesidad de crear una alternativa económica y dejar de depender de los agroquímicos.

Unas poquitas personas empezamos a creer que era la parte tradicional la que nos estaba afectando, una la parte química y la otra los monocultivos, y que había que ir cambiando. Entonces nos animamos unas tres o cuatro personas y empezamos a hacer un cambio.

(JEM 01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Siempre recordamos que en esa época lo que teníamos por aquí era un fogón y un plástico de techo, donde empezamos a hacer las primeras reuniones. Fue en un sitio baldío, así empezó el proyecto.

(MV01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

La idea de diversificar la producción, dejar de usar agroquímicos y reducir la dependencia de grandes transnacionales, tanto para el suministro de agroquímicos como en la comercialización del café, no fue muy bien recibida por el resto de la población del municipio, a la que no le parecía muy realista la propuesta.

En ese momento, cuando se les hablaba de sembrar árboles, la gente decía que si íbamos a comer árboles. Cuando decíamos de usar menos agroquímicos, nos decían que nos íbamos a morir de hambre, que era imposible sobrevivir de esa manera. Cuando hablábamos de soltarnos de transnacionales o de empresas grandes que recibían café, para ellos era imposible, y decían que nosotros éramos muy tontos. Nos decían que éramos locos, que éramos fracasados y hacían muchos chistes de nosotros. Entonces lo tuvimos que llevar un poco escondido. Pero nosotros sabíamos que esa cantidad de químicos no funcionaba, que el monocultivo no funcionaba, que pegar fuego no funcionaba, que la ganadería extensiva no funcionaba, que todo eso desbarataba los suelos.

(JEM 01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

La mayoría no lo veían económicamente viable, porque se habían acostumbrado a ser productores, pero nunca habían visto la etapa de agroindustria, y mucho menos la etapa de comercialización, y en ese momento la gente miraba que era imposible, una locura. Y la locura más grande no era esa, sino pensar en que íbamos a producir orgánico, porque eso no sirve, porque para producir hay que usar el abono y hay que usar el químico, que eso es una cochinada que no sirve.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

4.
RESULTADOS
ASOPROLA

A pesar de todo, aquel grupo inicial empezó a impulsar la reforestación y a producir reduciendo el uso de agrotóxicos, motivados por conciencia, pero también por experiencias personales negativas.

Empezamos a bajar la aplicación de agroquímicos, pero sin haber oído hablar de la agricultura orgánica. Nosotros solo pensábamos en bajar la incidencia de los agroquímicos, porque estábamos viendo el daño que estaban haciendo en la naturaleza, y porque yo me intoxicqué y tuve que estar ocho días en el hospital con una enfermedad terrible. Yo usaba todo tipo de agroquímico, hasta el más bravo. Llegó un momento en que yo maté la planta con el agroquímico y no maté la plaga. Y casi me mato yo también. Yo tenía un dolor de cabeza intenso, después se me durmió la mitad del cuerpo. Vomitaba. Y tenía pérdida de conocimiento, loco. Entonces todo eso incidió. Teníamos que hacer un cambio obligatorio como fuera.

(JEM 01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Los primeros años fueron inciertos en resultados, y estuvieron dedicados básicamente a poner en marcha legalmente a la asociación, hasta que en 2004 se logró procesar el primer lote de café orgánico de 23 quintales. Sin embargo, ese café no pudo venderse, porque no estaba certificado ni la asociación tenían canales de venta establecidos. Durante los siguientes años lograron consolidar la producción y comercialización de café procesado, gracias a su certificación como producto orgánico y de comercio justo, de tal modo que empezaron a venderlo en Italia a través de la cooperativa CONAPI. Su cosecha anual, con altos y bajos, se ha situado en los últimos años en torno a los mil quintales. Este café es producido por algo más de cuarenta familias, tanto socias como no socias. Posteriormente decidieron comercializar también café convencional, sobre todo para facilitar la transición hacia fincas orgánicas. En ambos casos se comercializa como café de comercio justo, pero el orgánico va destinado a un comprador y el convencional a otros.

Nosotros empezamos produciendo, procesando y vendiendo café solo orgánico. Después nos dimos cuenta que no nos podíamos quedar ahí, porque el beneficio iba a llegar a muy poca gente. Porque la transición puede durar de 3 años a más. Entonces pensamos que esas fincas que entraban en transición, había que buscar mercado también para ese café.

(JEM 01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Paralelamente fueron consolidando la comercialización de banano y hortalizas orgánicas, producidas en las fincas de cada familia y que la asociación acopia y vende de forma conjunta. En el caso del banano, producido por unas 25 familias, se adquiere cada quince días y se distribuye en el mercado internacional. En cambio, las hortalizas, producidas por una decena de familias, se distribuyen localmente en el mismo municipio y en San Vito, a unos treinta y cuatro kilómetros, a través de un programa que las lleva directamente a las casas de unas ciento cincuenta familias registradas previamente en esa iniciativa. En este caso la asociación adquiere la producción en cada parcela unas tres veces por semana. Lo que se produce es básicamente

4.
RESULTADOS
ASOPROLA

lechuga, repollo, culantro, zanahoria brócoli, rábanos, apio, tomates y pepinos. Para las familias productoras la venta de banano y hortalizas es muy productiva porque les genera ingresos a lo largo de todo el año, y funciona, según expresan, como “caja chica”. También han incursionado en otras actividades como la producción de miel, mermeladas, yogures y encurtidos, principalmente. Toda esta multiplicación de actividades responde a la idea de ASOPROLA de estimular la participación de muchas familias, sean socias o no, en diferentes actividades productivas.

En relación a los orígenes del turismo en el municipio, en los primeros años, en un contexto de incertidumbre de la asociación sobre hacia dónde dirigir sus esfuerzos, apareció también la idea de introducir esa actividad como una fuente de ingresos más, pero sin que estuviera muy claro cómo hacerlo, e incluso con muchas dudas entre parte de sus miembros.

Se van dando ideas, pero no ideas con una proyección definida, sino que son como ideas locas, y alguien dice, bueno, ¿y por qué no trabajamos turismo rural?

(LM01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Yo al principio fui escéptico del turismo, porque yo conocía otra experiencia de turismo. Un pariente mío, un hermano propiamente, ya trabajaba en la costa pacífica con turismo y entonces en Costa Rica se manejaba la idea de que el turismo solo buscaba las playas. Y entonces yo decía, pero lo que aquí tenemos son montañas, campesinos y fincas, ¿quién va a venir? Esa era una idea que se manejaba, o que por lo menos yo era la que manejaba. Además, yo siempre lo vi con cierto recelo, porque siempre se nos ha dicho que el turismo trae aspectos negativos a las comunidades: prostitución, drogas, otro tipo de cultura. Entonces, yo era escéptico. Y nunca pensaba que se pudiera dar este tipo de turismo que hoy tenemos aquí, el rural, sea de aventura o sea comunitario.

(MV01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Nosotros no teníamos idea que podíamos trabajar en turismo, es más, cuando le hablábamos a mi papa, nos decía que si acaso aquí teníamos mar para hacer turismo.

(JEN01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Al mismo tiempo, gracias a los avances que estaban teniendo en la agricultura orgánica, empezaron a recibir visitas de personas que venían de fuera, y fue necesario habilitar formas de atenderles, lo cual nunca habían hecho antes. Esta experiencia ayudó a que el desarrollo turístico no fuera tan abrupto.

Ya después empezamos a trabajar con agricultura orgánica, y en ese momento en Costa Rica no había mucha gente que estuviera haciendo eso. Entonces alguien nos empezó a poner cuidado, gente de afuera, universidades y cosas así, y empezaron a visitarnos gentes, a conocer lo que estábamos haciendo en agricultura. Era vacilón porque nosotros no teníamos nada para atenderles, cada vez que hacíamos

4.
RESULTADOS
ASOPROLA

una actividad cocinábamos en las casas de las compañeras y debajo de un árbol servíamos un almuerzo. Entonces en un determinado momento fue necesario en hacer una pequeña soda⁴. Pero la vida relacionamos eso con turismo rural.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

De este modo empezaron a recibir algunos turistas, pero la actividad aún no había sido bien planificada, y las acciones realizadas eran puntuales, sin mucha visión de qué se pretendía, según manifiestan varias de las personas de la directiva de la asociación.

Era un turismo desplanificado, como una idea de vender comida y que la gente camine, pero no había nada planificado. Estábamos pensando en un restaurante, pero no sabíamos a quién le íbamos a vender. No había un mercado definido, no había una inversión definida, no había una promoción definida. Era como una idea loca, digamos, sin estar claro lo que se buscaba, con nivel de desconocimiento muy amplio.

(LM01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

En 2004 entraron en contacto con el Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del PNUD, que les apoyó con un fondo de 20.000 dólares con el que empezaron a construir un pequeño espacio donde servir bebidas y comidas, un invernadero para hortalizas orgánicas y algunos senderos, además de invertir en algunas capacitaciones. Pero a tenor de sus asociados, lo más destacado de ese primer proyecto es que sentó las bases de una estructura de gestión y administración más clara y ordenada, y a partir de ahí empezó a crecer ASOPROLA.

Pero lo más importante es que se creó experiencia en manejo de recursos, se empezó a darle forma a la organización, y entonces es nace verdaderamente ASOPROLA.

(LM01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Al crecer una cosa, crecieron un montón de otras cosas paralelas. No solamente el turismo y la agricultura orgánica, sino también la incorporación de la mujer, la incorporación de los jóvenes, la incorporación de las familias. Yo pienso que nosotros, suerteramente, hemos hecho que se propaguen cosas buenas. Ha habido una efervescencia de cosas interesantísimas.

(JEN01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

A partir de los años 2005 y 2006, ASOPROLA estableció relaciones con ACTUAR, gracias a la vinculación que hizo el PPD, que estaba apoyando a ambas organizaciones. A través de ACTUAR y su equipo técnico lograron identificar las potencialidades turísticas que tenían y estructurar mejor su oferta.

Entonces se empieza a ver que la producción de café atraía visitantes, que a la gente le gustaba ver las hortalizas, y que se podía ligar esto con el parque, y

4 Soda es una expresión costarricense para referirse a un pequeño restaurante.

4.
RESULTADOS

ASOPROLA

empieza a cambiar un poco el chip. Entonces sí se empieza a trabajar un poco más fuerte y, yo lo digo siempre, ACTUAR fue el impulsor del turismo rural comunitario en ASOPROLA. Entonces hay todo un proceso con ACTUAR que nos lleva a ser lo que somos ahorita, sin ser lo máximo y sin ser lo peor. ACTUAR desde ese entonces empieza a trabajar el tema de capacitación, con una persona como Kyra orientando: OK, esto se lo podemos vender, esto no. Y elaborando un manual de ventas, hecho en base a costos, que era algo desconocidísimo para una comunidad como Altamira.

(LM01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Hacia 2007, por medio también de ACTUAR, recibieron un primer grupo de personas voluntarias, procedente de una universidad de San Francisco, Estados Unidos. La experiencia fue positiva y se interesaron más por esa modalidad de turismo.

Fue bonita la experiencia, porque nosotros nunca habíamos estado en eso y era como súper interesante compartir con gente de otras culturas después de las horas de trabajo, hacer las comidas, visitar a las familias en las fincas y todo ese tipo de cosas. Fue bonito. Era el primer grupo y cuando se iban a ir, llamaron a las señoras que más habían trabajado con ellas y les dieron como 150 dólares en propina y eso en la vida se había recibido acá.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

A partir de ahí, y a pesar de las dificultades provocadas por la crisis financiera mundial, empezaron a consolidar la recepción de grupos de voluntariado a través de distintas organizaciones del mundo. Así lograron establecer un **programa de voluntariado** para personas interesadas en apoyar a la comunidad y conocer mejor su realidad. Estos programas son coordinados con más de una decena de organizaciones e iglesias extranjeras, básicamente de Estados Unidos y Canadá. Quienes les visitan pueden participar en distintos procesos de las actividades agrícolas, como la siembra o la



ASOPROLA, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS
ASOPROLA

recolección. También pueden colaborar en plantar árboles, decorar con cerámica las construcciones de las infraestructuras de ASOPROLA, pintar edificios de uso comunal o dar clases de idiomas extranjeros a las personas de la comunidad. Además, llevan a cabo diferentes actividades culturales para que puedan conocer mejor a la gente del lugar.

Una de las tareas de los grupos de voluntariado que más sobresalen es la colaboración en los procesos de decoración de diferentes infraestructuras, como el restaurante, baños, paradas de autobús, senderos y rotulaciones, creadas por ASOPROLA bajo el diseño de un artista local, Francisco Quezada. Su obra es de una gran singularidad artística, con reminiscencias al famoso arquitecto catalán Antoni Gaudí, producida básicamente con material de reciclaje, como llantas de automóvil, cerámica y vidrio. Por sí misma su obra atrae también a muchas personas que desean visitar las instalaciones de la asociación.

La organización en ese momento estaba empezando y era muy abierta al que quisiera aportar ideas y siempre se escuchaba a la gente. Había un artista que tenía una idea, pero nunca antes había tenido la oportunidad de mostrarlo. Y entonces llegó Pancho y nos planteó la idea que con el proyecto del PPD podíamos comprar materiales y que él podía diseñar una soda, y se le dijo que estaba bien. Cuando lo empezó a hacer todos estábamos arrepentidos, estábamos con mucho miedo de qué nos iban a decir. Pero cuando terminó era algo impresionante. Él tiene la capacidad de reutilizar todo, lo que uno tiene en la cabeza que es basura, para él puede ser arte. Es una capacidad única que tiene.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Cuando nos dicen que es único y que les agrada, pues sentimos orgullo, digamos, satisfacción, de haberlo podido implementar.

(MV01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

La capacidad de alojamiento de ASOPROLA es actualmente de unas cuarenta personas en tres espacios distintos, aunque la mayoría de personas voluntarias viven mayoritariamente en las casas de una veintena de familias de la comunidad que brindan este servicio.

Además de los grupos de personas voluntarias, progresivamente han ido consolidando otros segmentos de turismo. Por una parte, cada vez llegan más estudiantes de diferentes universidades de Costa Rica y, por otra, personas extranjeras interesadas en un turismo de naturaleza y de aventura. En algunos casos llegan por medio de acuerdos con tour-operadoras y en otros directamente por su cuenta.

En los últimos años ha crecido otro perfil turista. El de caminantes, el de experiencia con el bosque. Hay un cliente que está llegando al país, europeo, muy interesado por el tema de recursos naturales y del bosque. Pero no están comprando el servicio a una tour-operadora, lo hacen de manera directa, individual, de repente suena el teléfono o se bajan del bus y llegan preguntando.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

ASOPROLA

Para ASOPROLA la incursión del turismo ha sido positiva para la población del municipio en múltiples aspectos.

Una ventaja ha sido el desarrollo infraestructura, ha impulsado eso. El intercambio cultural, poderse relacionar con un americano, con un canadiense, un australiano, un europeo. Por lo menos yo, rompí esa barrera de temor, y sí, es posible el diálogo, la convivencia con esos jóvenes. Y también la generación de empleo y así mover la economía del pueblo, y se ha visto el avance, verdad. Y se genera consumo. Por ejemplo, el turismo consume mucho de lo que se produce aquí, el café, las hortalizas, banano. También se crean otros proyectitos que se ven beneficiados por la visitación, como una heladería, donde otras vecinas venden queso, pan artesanal. Dinamiza la economía del pueblo. Además, ha creado cierta confianza en el residente en que es posible desarrollarse aquí.

(MV01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Se genera una economía diferente, porque hay que estarlos atendiendo, y hay una fuente de empleos para mujeres y jóvenes principalmente. En eso ha sido más fuerte el turismo, en dar oportunidades a las mujeres y a los jóvenes, porque el hombre ha estado siempre más ligado a la actividad agrícola. Entonces eso sí ha cambiado mucho desde que se creó ASOPROLA y empezamos a hacer actividades, las oportunidades de trabajos para jóvenes y mujeres que antes eran muy escasas o no había prácticamente.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Además, este desarrollo turístico ha ido a la par de la producción agrícola. Sus miembros no conciben una actividad sin la otra.

El turismo y la producción son gemelos. De hecho, cuando vienen turistas nosotros los llevamos a ver banano orgánico, el café orgánico, el cacao orgánico, que estamos empezando en la zona baja, los colmenares, la agroindustria. Nosotros sin producción no podríamos hacer turismo. La producción es el complemento del turismo, el complemento perfecto del turismo. Sin producción el turismo se nos debilita o se nos muere.

(JEN01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

A lo largo de su historia ASOPROLA tomó algunas decisiones organizativas que parecen haber dado buenos resultados y que les han fortalecido. Una de ellas fue diferenciar las personas asociadas de las que eran beneficiadas, de tal modo que quienes eran miembros era porque estaban interesados en la asociación y no únicamente para obtener algún tipo de beneficio de ella. Esto por una parte clarificó las distintas formas de relacionarse con la asociación y amplió su base social, que de forma directa tiene relación con más de doscientas personas de las cuales más de setenta están asociadas.

Nosotros le llamamos socio al que se afilió y es asambleísta de la asociación. Y los que no son socios son los beneficiarios, los que reciben beneficios de alguna u otra

4.
RESULTADOS

ASOPROLA

forma. Esa son la mayoría de la gente que trabaja con ASOPROLA, los beneficiarios, porque nosotros no queremos imponerle a nadie que tiene que ser socio para poder estar en una actividad, más bien nos gusta y nos sirve que estén integrados a ASOPROLA. A nosotros nos sirve como asociación y a ellos les sirve porque se benefician también.

(JEN01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

Es que al principio éramos solo socios, pero no funcionaba la cosa, porque éramos muchísimos y costaba ponernos de acuerdo. Actualmente [2014] legalmente salimos registrados un poquito más de 70 socios. Fuimos más, llegamos como a 140, pero hubo una depuración de compañeros que estaban inscritos legalmente pero que nunca participaba en las actividades. Entonces, ahora, si alguien quiere la afiliación, se le afilia, pero después de haber trabajado y demostrado que no es que quiere ser socio por ser socio, sino que está involucrado en alguna actividad y tiene un nivel de compromiso. El que quiere asociarse y demuestra que es una persona que está a fin con los objetivos de la organización entra. Pero no hay diferenciación, por ejemplo, en el tema de precios de productos, nada de eso. Pero el asociado tiene esa influencia, por esa participación en los espacios de toma de decisiones.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Por otra parte, desde muy al principio se acogió y dio espacio a un grupo de niños, niñas y adolescentes. De esta participación se consolidó un grupo de mujeres muy jóvenes que han acabado siendo una pieza fundamental en la dirección de ASOPROLA.

ASOPROLA ha sido una organización que siempre ha tenido las puertas abiertas, todas las personas lo hacemos, pero don Enrique [el presidente] a cualquier persona recibe, siempre ha sido como emblemático en eso. Cualquier persona que quiera ayudar, que se integre.

(YSH201, socia de ASOPROLA, comunicación personal)



Yendri Suárez, ASOPROLA, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

ASOPROLA

IMPLICACIONES PARA LAS MUJERES

Una de las características que destaca claramente de ASOPROLA es el papel que ejercen un grupo de mujeres jóvenes que forman parte de su junta directiva y que han asumido niveles de responsabilidad centrales en el funcionamiento de la asociación. Casi todas empezaron a participar en la asociación desde niñas y fueron asumiendo un liderazgo clave, hasta formar parte de su junta directiva.

A su vez, la propuesta de estimular en cuantas más familias mejor la producción agrícola, la agroindustria y las actividades de atención y servicio al turismo han abierto la posibilidad de que muchas mujeres, incluso ya de edad avanzada, asumieran nuevas responsabilidades y se produjeran cambios importantes en su vida cotidiana. Con el tiempo este proceso de participación derivó en la organización de un grupo de mujeres dentro de ASOPROLA, pero legalmente constituido, que ha derivado en cada vez más espacios de reflexión y capacitación, además de estimular las actividades productivas.

Antes aquí la mujer no estudiaba, ni se capacitaba, no iba a reuniones, no eran miembros de una junta de vecinos, todo ese tipo de cosas. Pero aquí han habido muchas capacitaciones y eso ha despertado en la mujer que puede hacer algo más que cocinar, lavar, atender a mis hijos en la casa y ayudar a mi marido, sino que yo también puedo ganarme algunos cincos haciendo tal cosa.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Ha habido un crecimiento terrible, y nosotros gozamos, porque decimos que las señoras de estar queditas en las casas, que se traían a una reunión y costaba que hablaran algo, ya nos regañan a nosotros y nos mandan a hacer cosas. Ahora hay como más independencia y todavía no he oído queja de ningún esposo, yo pienso que la mayoría están bien contentos.

(JEN01, socio de ASOPROLA, comunicación personal)

De algún modo, la posibilidad generada por ASOPROLA de que muchas mujeres se hayan podido vincular económicamente con diferentes actividades productivas, no únicamente el turismo, ha generado un mayor nivel de autonomía financiera y de capacidad para tomar decisiones.

Yo siento que por tener fuentes de empleo y aportar en términos económicos a la manutención de la familia, ahora tienen más carácter para opinar. Antes normalmente trabajaban todo el día en sus casas, y no estaban viviendo mal, pero siempre estaban dependiendo de que las llevaran o de que les compraran algo. No había esa libertad de me compro esto o le compro eso a mis hijos con algo que es mío. En cambio, es muy diferente ahora, ya ellas están ganando, compran los útiles de las güilas⁵, se compran un par de zapatos sin tanta necesidad, cosa que antes tenían que sacar del presupuesto del esposo y andar rogando: necesito unos zapatos, comprame un par de zapatos. Ahora ellas trabajan. Vienen a trabajar a la

5 Güilas es una expresión costarricense para hacer referencia a los niños y las niñas.

4.
RESULTADOS
ASOPROLA

organización y brindan algún servicio, cocinando, lavando, o venden algún producto que están comercializando: una artesanía, una hortaliza, pollos, queso, leche, mermeladas. Casi todo el dinero termina en sus casas, pero es su dinero, que ella está invirtiendo por gusto propio, y es ella la que lo maneja.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Ganar autonomía económica es clave, por ejemplo, mi mamá, la semana pasada, en un curso que tuvimos sobre habilidades en liderazgo y en facilitación, decía, que para ella uno de los cambios más drásticos en su vida fue pasar de depender cien por ciento económicamente de mi papá a ser una mujer que se compra las cosas que quiere por lo que ella misma genero. Eso es uno de los cambios más fuertes.

(YS02, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Igualmente, son numerosos los testimonios que avalan que la presencia del turismo les ha ayudado a ganar confianza en sí mismas y más capacidad para desenvolverse en diferentes contextos.

Muchas mujeres eran muy tímidas, aquí hay muchas compañeras que nunca salían de la casa, o salían donde ciertas vecinas, pero se topaban con alguien desconocido y les daba miedo hablarle. Ahora la gente socializa, las güilas ya desde chiquitillas hacen amistad y no tienen miedo ni nada de eso.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Yo recuerdo que cuando vinieron los primeros suizos acá, te lo juro que a mí me preguntaban: ¿cómo se llama? Y a mí me daba vergüenza contestarles. Ellos me llegaban a preguntar cosas y para mí era un miedo hablarles. O sea, si las personas estaban comiendo, yo no iba a comer con ellos, o yo no me sentaba a comer y tenía que esperar que ellos terminaran de comer. Y mucho menos pararme al frente de treinta o cuarenta personas, y menos con setenta y ochenta que hemos tenido alguna vez. Yo eso no lo hacía nunca, me moría de miedo. Me temblaba la voz. Y hoy en día es súper normal. Yo hablo con vos y lo hago bien, y yo antes no hacía eso.

(YSH201, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Y esto, en el caso de las mujeres más jóvenes, se traduce también en cómo se están planteando su desarrollo personal.

El cambio más fuerte que yo veo en las mujeres jóvenes, es que aquí antes todas las mujeres en lo que pensaban era en ser madre y esposa, y ahora las que estamos de esta edad lo que menos estamos pensando es en ser madres y esposas, cada una está pensando en ver como saca su proyecto y menos en marido e hijos.

(YS02, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Todas estas transformaciones de las jóvenes directivas de ASOPROLA no las asocian directamente con el turismo sino con el proceso de organización más amplio que se ha

4.
RESULTADOS
ASOPROLA

vivido en Altamira de Bioley, que incluye la actividad turística pero muchas más cosas también. Además, identifican en las dinámicas de capacitación y espacios de reflexión generados, acompañados de una mayor autonomía económica de las mujeres, buena parte de las razones que explican estos cambios. Sin duda también ha contribuido la apertura de miras y apoyo del grupo de hombres que creó inicialmente la asociación, que no vieron con recelo ni obstaculizaron este proceso de empoderamiento de las mujeres, y en particular de las más jóvenes.

De todas formas, y a pesar de las transformaciones identificadas, algunas de sus jóvenes directivas asumen también los límites de este proceso y los retos que aún quedan por superar.

Antes el cien por cien de las actividades de la casa dependían de la mujer, y eso ha cambiado bastante. Ya me dice alguna compañera, Rafa ya recoge a las chiquillas y hace la comida, y cuando yo llego las chiquillas están dormidas y han comido y todo eso. Pero aquí aún hay hombres, que si no está una mujer en la casa no comen. En ASOPROLA tenemos una compañera que su papá no come sin su mamá. Ella siempre está en la casa, pero si tuvo que salir, ya a las 4 se tiene que ir para la casa, o no se viene para la oficina sin asegurarse que el almuerzo quede listo. Y ella a veces cuenta que, aunque deje el almuerzo listo, el papá no come, por no servirse.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Ha habido enormes cambios y es una comunidad bastante madura, sin embargo, sigue habiendo temas que una, como mujer, percibe. Tenemos hombres excelentes que no les importa que la señora llegue a las 9 de la noche a la casa. Pero hay hombres que todavía tienen problemas con eso. Sigue habiendo retos que superar.

(YS01, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

Hay muchos cambios, pero hay problemas con eso de las tareas domésticas, para mi no, pero para mi mamá o para Patricia, se está convirtiendo en una doble labor. Ella me dice: llegamos a la casa y voy cansada de trabajar y él se sienta en el sillón a ver el partido, y yo tengo que ponerme a lavar, a cocinar, a limpiar y hacer todo lo que normalmente hubiera hecho durante el día si estaba en la casa. En los hombres más jóvenes sí que hay correspondencia, pero en los mayores sí que está costando que el hombre cumpla un rol en el aseo de la casa, lavar ropa, o ese tipo de cosas, y ellas lo están asumiendo como una doble jornada, en el sentido de que están saliendo de día a trabajar fuera de la casa, o en su actividad productiva, y todo el trabajo de la casa lo están teniendo que asumir por la tarde. Eso es lo que yo realmente les vivo escuchando. Y sí que hay conflictos, no le voy a decir que no, pero talvez no son malos los conflictos.

(YS02, socia de ASOPROLA, comunicación personal)

4.
RESULTADOS

STRIBRAWPA



Stribrawpa, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

Stribrawpa es una asociación e iniciativa turística comunitaria liderada por mujeres Bribri, aunque también participan hombres, ubicada a orillas del río Yorkín, en Costa Rica, muy cerca de Panamá. La comunidad en la que se encuentra la iniciativa se llama también Yorkín y está constituida por poco más de doscientas personas. El pueblo Bribri está organizado por clanes familiares, y es de la mujer de quien se hereda la vinculación al clan. Con los años, Stribrawpa se ha convertido en una de las experiencias de turismo comunitario más reconocidas y valoradas de Costa Rica.

En los años 70 la comunidad Bribri de Yorkín se vio afectada por una fuerte plaga del hongo de la *monilia* que arruinó la producción de cacao. Aunque también cultivaban arroz, frijoles, maíz y diversos tubérculos para el autoconsumo, y bananos que vendían cada quince días, éste era su principal fuente de ingresos.

Antes sacaban su cacao para comprar lo necesario. El arroz, frijoles y el maíz ellos lo producían. Pero más que todo, con el cacao comprábamos aceite, sal, candelas, fósforos, ropa, zapatos, eso era lo que comprábamos. Pero después de la amonilia fue la dificultad, porque ya la gente no tenía para comprar. De ese tiempo para allá empezó a faltar dinero, entonces la gente emigró a las bananeras de La Chiquita en Cahuita, en Sixaola. La mayoría de los jóvenes, de 19, 20 años, se fueron a trabajar allá.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

Bueno en ese tiempo se subsistía de dos formas, más que todo de lo que generaba el cacao, de la venta del cacao, y lo otro era también de lo poco que generaba la venta del banano. Y apenas vino la enfermedad eso fue un desastre. Eso fue rápido, porque esa enfermedad se proliferó rápido.

(PP01, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

En consecuencia, muchos hombres tuvieron que dejar la comunidad e ir a trabajar a plantaciones bananeras. Esto tuvo un fuerte impacto en la vida de la comunidad, porque además de la separación familiar, el alcoholismo y la desatención a las familias se convirtieron en problemas comunes. Además, el uso intensivo de agrotóxicos en las plantaciones les provocó diversos tipos de cáncer y problemas de esterilidad.

Yo trabajé fumigando banano, trabajé varios meses y después regresé. Regresé porque el veneno me hacía efecto ya. Sentía quemazón de la piel. Lo que uno va fumigando la brisa le pega en la cara, en el cuerpo y también en la vista. Entonces tuve que dejar eso.

(JB02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

Estuve como ocho años y luego volví. Se ganaba algo, le quedaba algo de dinero en los fines de mes, pero había que estar esclavizado trabajando hasta parte de la noche. Por eso fue que dejé de trabajar ahí y porque había muchos químicos, y ya me sentía cansado de cintura, tanto estar trabajando con un cuchillo en curvo, entonces ya sentía dolor. Yo pedía rotación de trabajo y no me daban, por el rendimiento en práctica que uno ya tiene, entonces me cansé y decidí venirme otra vez.

(AP02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

Algunos que se fueron corrieron la suerte de ser afectados por los efectos secundarios que dan los químicos, y algunos quedaron estériles, porque había sustancias que fumigaban que eran tóxicas. Algunos murieron de eso, no les sirvió de nada ir a ganar un poco más afuera, porque perdieron la vida.

(PP01, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

Salían los hombres, unos se enfermaban, otros la tomaban en vicios, en guaro, y no traían nada para la casa, y la familia esperando, y cuando llegaban, llegaban sin nada.

(PM02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

En este contexto, un grupo de mujeres de la comunidad, preocupadas por la falta de alternativas económicas tras la caída del cacao, tuvo la idea de elaborar y vender artesanías en lugares turísticos.

Yo miraba que era necesario cambiar esa vida que llevábamos. Los hombres allá rápidamente se enfermaban de los químicos, de los pesticidas que echaban. No podían tener hijos y morían jóvenes, de 50 años ya estaban muriendo, y si se enfermaban lo único que les decían era: ya está enfermo, váyase para su casa. Entonces se nos ocurrió organizarnos, porque estábamos individuales, cada uno en su casa. Entonces empezamos a organizarnos como mujeres, empezamos tres

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

mujeres. Creo que fue en el año 91, porque yo tenía 21 años. Empezamos nosotras solas las mujeres, no teníamos apoyo de los hombres, no teníamos apoyo de los más mayores. Entonces estaba difícil organizarnos, no sabíamos dónde buscar apoyo, dónde buscar ayuda. Según nosotras, la forma de mejorar las condiciones de la familia era haciendo artesanías de madera y de semillas. Nada más que no sabíamos hacer muchas artesanías porque la cultura se había perdido.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

La iniciativa no fue bien vista por algunos hombres, a quienes no parecía bien que las mujeres se ausentaran de sus casas para vender su mercadería o para participar en talleres de capacitación.

Fue un tiempo de lucha muy difícil porque los hombres bribris estaban acostumbrados a que sus señoras eran solo para estar en la casa, cuidar sus hijos, ayudarles a ellos en el monte, no para estar en organización. Entonces los hombres no querían que ellas se organizaran, ellos pensaban solo los hombres eran los que tenían derecho a organizarse.

(DPO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

A través de la asociación ANAI, dedicaba a temas agrícolas, y en particular a buscar alternativas a la crisis del cacao, lograron un pequeño apoyo para traer a una mujer de otra comunidad de edad avanzada para que les enseñara a mejorar la elaboración de sus artesanías de acuerdo con la tradición. De este modo lograron ampliar la producción, que llevaban a lugares turísticos a vender, como Puerto Viejo o San José. Así pasaron alrededor de seis años, durante los cuales fueron capacitándose en distintos temas a través de organizaciones como ANAI o el CATIE. Sin embargo, los elevados costes de transporte y de vida en esas ciudades no hacían provechoso su esfuerzo en la venta de artesanías.

Íbamos y veníamos sin plata, porque había que pagar hospedaje, transporte, alimentación, era mucho gasto y no ganábamos nada.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Nos fue mal, porque hacíamos las artesanías y nos íbamos a vender a Puerto Viejo. Allá sí teníamos la dicha de venderlo todo, pero, ideay, teníamos que gastar en pagar carro, bote, dormida, comida. Cuando veníamos ya no traíamos dinero, entonces vimos que no era rentable para nosotras.

(PM02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Entonces organizaron un taller en la comunidad para pensar juntos cómo querían que fuera su futuro y qué alternativas podían llevar a cabo. Ahí fue que se planteó la posibilidad de desarrollar una oferta turística en la propia comunidad, con el propósito de que llegaran compradores de sus artesanías y evitar los gastos de llevarlas a vender a otro lado. Tenían la experiencia previa de que personas que llegaban a la comunidad con la asociación ANAI, para trabajar en los problemas del cacao, ya les

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

estaban comprando sus artesanías ahí mismo. Sin embargo, se encontraron de nuevo con el rechazo de algunos hombres de la comunidad, que seguían viendo mal esta otra iniciativa del grupo de mujeres, que además consideraban que no era posible.

Nosotras tres organizamos una reunión. Había muchos varones que eran líderes, pero ellos no estaban de acuerdo con nosotras, porque no estaban acostumbrados a mirar a las mujeres como líderes, ellos estaban acostumbrados a mirar a las mujeres en la casa nada más, no como líderes, muchos menos ver salir a una mujer a una reunión, a un taller, no, no. Entonces ellos dijeron que no estaban de acuerdo, que eso era de balde y que eso no iba a existir. Decían que lo que nosotras estábamos pensando era un sueño que no iba a ser realidad, porque para ellos ya se había perdido la cultura: ya nadie habla el idioma, ya nadie come las comidas que se hacían acá, ya nadie está consciente de los bosques, volver atrás es muy difícil. También dijeron que dónde íbamos a conseguir trabajo en estas montañas, que aquí es difícil. Nosotras decíamos que íbamos a mejorar la economía, y eso era lo que ellos no entendían. Entonces nosotras dijimos que vamos a buscar la forma, que hay que buscar la forma como mejorar esto.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

En el grupo de mujeres había una preocupación creciente por la necesidad de rescatar la cultura Bribri, empezando por el idioma, que se estaba perdiendo. Uno de los motivos de esta desaparición era la desvalorización que sufría, que se manifestaba, por ejemplo, en el hecho que los maestros y maestras que llegaron a la comunidad, que no lo hablaban, exigieron a las familias que no hablaran bribri con sus hijos e hijas, porque si lo hacían no iban a aprender bien el español.

Cuando yo tenía seis años mi padre me puso en la escuela, y yo hablaba solamente bribri, no hablaba nada de español. Pero los mismos maestros les prohibieron a nuestros papás que ellos nos hablaran bribri. En unos años lo olvidamos, todos los que hablábamos bribri lo olvidamos. Lo olvidamos completamente. Cuando ingreso a la organización es que planteamos eso como objetivo y lo volvemos a recuperar. Mi mamá me empezó a hablar en bribri, mi abuelita, que habla muy bien el Bribri, ella no habla ni una palabra en español, y con eso yo fui aprendiendo de nuevo. Pero como ya era adulta me costó, pero sí hablo y entiendo todo. Y ahora en la escuela todos los niños lo hablan, y aprender a leer y escribir en bribri, esa es la ventaja de ellos.

(PM02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Gracias a un pequeño tour operador de Puerto Viejo empezaron a recibir en la comunidad a los primeros turistas. El grupo seguía impulsado por las tres mujeres que empezaron, a las que se sumaron las madres de dos de ellas y alguna otra mujer, pero eran muy pocas. Además, por presiones de su marido, una de las mujeres que iniciaron aquel proceso tuvo que abandonar.

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

Tenía muchos problemas con el esposo. El esposo era muy machista, no la dejaba salir a reuniones, pero ella se iba y siempre tenía problemas. Ella sabía que no podía vivir mucho tiempo con él, entonces lo que hizo fue separarse y se fue de aquí, se fue a Puerto Viejo.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

En este contexto, el grupo de mujeres decidió evitar los problemas con los hombres, especialmente con los mayores, y trabajar para integrar a más mujeres jóvenes e impulsar ya las actividades vinculadas con el turismo.

Lo que yo pensé en aquel tiempo, porque había muchas discusiones con la gente mayor, fue: no voy a discutir con los mayores. Ellos querían seguir con su machismo de que las mujeres no podían salir a ninguna parte, no podían participar en reuniones, no podían opinar. Cada vez que yo venía era una discusión con ellos, cada vez que había una reunión había un problema con ellos, cada vez que venía eran insultos y ofensas. Hay gente que yo tuve que llevarlos hasta la policía para que no me vinieran a ofender o que me respetaran. Entonces lo que yo hice fue no llamarlos a reuniones, ni visitarlos. Lo que yo busqué fue a los jóvenes, más las que estaban de la edad mía. A esas era a las que yo llegaba y les decía que había que cambiar la vida, que la vida que teníamos no era buena para nosotras y que como mujeres teníamos que ver la situación de la comunidad, que teníamos que mejorar, y que los mayores ya hasta ahí iban a llegar y que el futuro de la comunidad éramos nosotras, y que nosotras íbamos a tener hijos y teníamos que educarlos no como ellos los estaban educando.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

La principal dirigente del grupo, Bernarda Morales, estuvo participando en los años anteriores en diversos procesos de capacitación con diferentes organizaciones, en cuestiones de liderazgo, organización o turismo, así como perspectiva de género. Y a medida que la asociación incorporó a más jóvenes, tanto mujeres como algunos hombres, fue haciendo formaciones sobre las relaciones de género.

A mi me parecía que se debía capacitar a las mujeres y a los hombres, no solo las mujeres, porque ellos siguen agrediendo a las mujeres o pensando en esa mente que solo los hombres pueden sacar la comunidad y no las mujeres. Entonces yo les decía que no debía ser así. Yo les decía a ellos que el machismo no era nuestro, porque nuestra cultura no era eso. En nuestra cultura los hombres trabajaban junto con las mujeres, las mujeres hacían lo que podían y los hombres también, ellos son más fuertes, harán las cosas más fuertes y nosotras haremos las menos fuertes, pero lo hacíamos todo en conjunto, todo se unía.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Hace como dieciocho años dijimos que todos los que van siendo socios tienen que recibir capacitaciones en tema de género. Los que participaron aprendieron el tema género, y los que no quisieron aceptarlo, pues se retiraron del grupo, porque

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

querían decir: yo soy el que mando, yo soy el que decido, yo, la mujer no tiene ni voz ni voto, y lo que yo digo eso es lo que tiene que ser. Entonces fueron ese tipo de hombres los que se retiraron.

(PM02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Al principio fue difícil, porque en ese inicio había muchos hombres que no comprendían, no les parecía que nosotras dirijamos, ellos querían dirigir, porque decían que la cabeza es el hombre, no la mujer. Pero después nosotras dijimos que no. Tuvimos que tener una capacitación con el liderazgo y eso nos ayudó muchísimo a comprender que las cosas no eran así.

(FM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

En un determinado momento, dos iniciativas de esa misma comunidad compitieron entre sí para conseguir el apoyo del Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del PNUD: una de servicios turísticos, impulsado por el grupo de mujeres, y otro para reactivar la producción de cacao, encabezada por un grupo de hombres. El PPD decidió finalmente apoyar la propuesta turística encabezada por el grupo de mujeres y así empezó la construcción de las infraestructuras de alojamiento y cocina para poder atender a los turistas en la comunidad.

Con el proyecto de nosotros, el de los varones, queríamos sembrar más banano, cacao, maíz, tener un motor de transporte y un bote para transportarnos. Esa era la propuesta de nosotros, todo grande, pero sin pensar nada más, solo así, trabajar pues, y la propuesta de ellas fue muy diferente, de buscar una mejor economía para la comunidad, de buscar que la cultura no se pierda, cuidar los bosques.

(EMA02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

Los hombres estaban bravísimos, pero muchísimo. Y decían ellos que las mujeres no podían manejar ese proyecto, porque las mujeres no sabían manejar una organización.

(DPO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)



Stribrawpa, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

La iniciativa, conformada en 1992 bajo el nombre de Asociación Indígena Stribrawpa, que en idioma Bribri quiere decir “Mujeres artesanas”, fue ideada e impulsada con tres grandes objetivos: el rescate de la lengua materna, la mejora de la economía familiar y la protección del medio ambiente. En ella pueden también participar hombres, aunque su junta directiva solo está constituida por mujeres.

Los hombres no han sido parte de la directiva, porque ellos dicen que nosotros fuimos las luchadoras para que existiera esta organización, y que ellos estaban vivos, y no muriendo a esas edades de 50 años, porque nosotras fuimos muy resistentes. Ellos eran jóvenes y veían lo que nuestros papás nos decían y todo, y ellos dicen que no era justo que nosotras lleváramos tanto insulto. Entonces ellos dicen que no quieren ser de la junta directiva, que mejor que sigan las mujeres. Ellos siempre dicen que nosotros pensamos buenas cosas, y que sigamos. Ellos no están en estos momentos como con ganas de llegar al poder, de quitarle el poder a las mujeres, ellos están conscientes de que fuimos las luchadoras y quieren que sigamos de líderes. Siempre es lo que han dicho ellos.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Las mujeres son las fundadoras, entonces, nosotros, cuando hacemos asamblea, cuando la junta directiva se vence, cuando vamos a votar, nosotros no votamos por un varón, sino a las mujeres, ya todos son conscientes de decir, gracias mujeres, que ustedes pudieron hacer esto por nosotros, y que sean siempre ustedes las que brillen siempre ahí. Y no hay ningún hombre que diga que no, porque todos están agradecidos y saben que esa es una verdad, que si esas mujeres no hubieran pensado eso no tuviéramos el trabajo que tenemos, un trabajo que en la mañana estamos trabajando y en la tarde estamos en el hogar con nuestra familia, que verdaderamente eso es algo bonito, que no tenemos que salir a otro lado.

(EMA02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

El número de personas asociadas en Stribrawpa está en torno a las cuarenta, diecinueve mujeres y veintiún hombres, aunque no todo el mundo está activo al mismo tiempo, de tal modo que las que trabajan realmente pueden ser unas treinta y cinco. Una vez constituida la asociación, su asamblea determinó que las nuevas admisiones, excepto las de hijos e hijas de las personas que ya eran parte, debían pagar quinientos mil colones (más o menos unos mil quinientos dólares), que pueden ser aportados hasta en cinco años. Pero mientras no se ha terminado de pagar la contribución no se tienen plenos derechos en la asociación.

Cuando empezamos nosotros no cobrábamos nada, creo que pasamos como quince años sin cobrar nada. Pero después, pasados los quince años, ya nosotros teníamos bienes y todo, y nosotros dijimos que no es fácil crear una organización y después que otro llegue suave y que no le cueste nada. Teníamos que cobrar lo que cuesta hacer todo esto, más que todo que lo que está hecho es aporte de los asociados, entonces no debería de ser que uno después mundo entre gratis. Entonces empezamos a hacer reglas, reglamentos para entrar a la organización.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

Stribrawpa estuvo presente también en el proceso de conformación de la asociación ACTUAR, en la que su principal líder llegó a ser vicepresidenta y presidenta de su junta directiva. Formar parte de ACTUAR les ayudó especialmente para promocionarse y que les empezaran a llegar turistas de forma regular, además de aprender a mejorar la calidad de los servicios ofertados y los procedimientos de gestión, lo cual permitió que pudieran trabajar directamente con diversas tour-operadoras. Esto les permitió seguir funcionando cuando ACTUAR fue disuelta a finales de 2018.

Actualmente el principal ingreso de la comunidad es el turismo. Entre 2014 y 2018 las llegadas anuales de visitantes han oscilado entorno a los mil doscientos o mil trescientos. De estos aproximadamente la mitad pasan la noche en la comunidad (una o dos, como mucho) y la otra mitad solo se queda durante el día. Disponen de seis albergues con capacidad para treinta personas y dos comedores dentro de la misma comunidad. Además, han habilitado un programa para recibir a personas voluntarias, que pasan una temporada en la comunidad y que pueden apoyar en distintos trabajos comunales, como reparar o construir algo, o bien si se quedan por más tiempo pueden colaborar en la gestión administrativa de la misma iniciativa turística. En esos casos se alojan en casas de familias y no en los albergues colectivos. La gran mayoría de los turistas que reciben son extranjeros y, en orden de importancia, sus países de procedencia son: Francia, Alemania, España, Estados Unidos y Canadá. Llegan a Yorkín fundamentalmente a través de tour-operadoras y, en menor medida, de forma directa a través de su perfil en Facebook, pero siempre con reserva previa.

Tiene que mandar un correo electrónico o venir por medio de una agencia que nosotros conocemos, sino no se le atiende, porque no viene con una recomendación.

(VPO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

El principal atractivo para los turistas, además del viaje en canoa por el río Yorkín desde Puerto Bambú, que puede durar entre una y dos horas, dependiendo del nivel del agua del río, según la época del año, y de la visita a la comunidad, es la participación en diversas actividades de carácter cultural.

Tenemos el proceso de chocolate. Se empieza desde la finca a explicarles cómo es una mata de cacao, cuánto tiempo dura, cómo se fermenta, cómo se seca, el tostado, y luego ya el proceso de preparar el chocolate en pasta y comerlo. También les enseñamos cómo se tira con arco y flecha, que es como nuestros abuelos cazaban peces y animales del bosque. También les enseñamos a tejer las suitas para los techos. Contamos historias bribri, y les enseñamos algunas palabras también.

(DPO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

El trabajo vinculado con el turismo se organiza en distintos roles y de forma rotatoria. En los distintos trabajos participan tanto mujeres como hombres, a excepción de los boteros, que son solo hombres.

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

Hay boteros, cocineras, guías, salones, los que preparan la cama, los que lavan, los que limpian, los que hacen las actividades culturales. Todos trabajamos, los treinta y cinco que somos, en forma rotativa. Digamos, tenemos personas que solo trabajan en guías, otros en cocina, otros en actividades culturales, otros en los botes, que esos sí son solo hombres, ninguna mujer va allí porque se necesita mucha fuerza. De forma rotativa quiere decir que, por ejemplo, si somos siete guías, hoy le toca a una persona y mañana a otra, y así es que todos trabajamos iguales.

(DPO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Las retribuciones por cada tarea no son fijas, sino que dependen del número de turistas que se atienden y del esfuerzo que se considera que supone, con tarifas establecidas en la asamblea de la asociación. Los trabajos que reciben mayor remuneración son los de boteros, cocineras y guías, y los que menos reciben tienen que ver con alguna actividad cultural, como enseñar el proceso de elaboración del chocolate, contar historias del pueblo Bribri o enseñar a tirar con arco y flecha.

Después del turismo, la siguiente fuente de ingresos de la comunidad en importancia es el cacao, que se volvió a cultivar con otras variedades más resistentes a la monilia y con un mejor mantenimiento. A continuación, el otro producto relevante es el banano, que cada quince días se corta y se lleva a vender a Puerto Bambú. Asimismo, todas las familias producen en sus parcelas granos básicos y otros tubérculos y frutas para su autoconsumo.

Con el fin de evitar una dependencia excesiva en relación con el turismo tomaron la decisión de que todas las personas involucradas en la asociación en alguna de sus actividades tienen la obligación de producir alimentos en sus respectivas parcelas familiares y vender parte de su cosecha a la asociación.

Yo trabajo como cocinera. En temporada alta tres días por semana, y en temporada baja quizás una vez por semana. Y cuando no trabajamos aquí, entonces vamos para la finca. La finca es de toda la familia, trabajamos todos, también mi esposo y mis hijos. No la abandonamos nunca.

(FMO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Nosotros estamos metidos en el turismo, pero no con esa idea de que solo el turismo, hacer solo el turismo, y olvidarnos de todo. En nuestras mentes no es eso, sino buscar solo una parte de algo, de un medio, y la otra parte es la agricultura, la producción. Entonces no es que digamos que todos los días lleguen, por decir algo, 50 personas, porque esto estuviera hundido todo esto, sino buscar un medio.

(EMA02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

También han habilitado medidas de control a través de su reglamento interno para incidir ante posibles comportamientos no correctos, especialmente de los hombres como, por ejemplo, ser irrespetuoso con una compañera de trabajo, ser violento con su pareja o gastarse en alcohol el dinero de sus ingresos por trabajos para la

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

asociación y desatender a su familia. Si alguien incumple el reglamento en alguna de estas cuestiones que tienen que ver con su comportamiento personal puede ser amonestado.

Todos esos reglamentos se leen a la persona cuando llega y se le pone un papel para que lo firme que él está de acuerdo y que se compromete a cumplirlo. Lo hemos hecho por el licor, más que todo por el licor. Se les da beneficios, pero no para gastarlo en guaro, sino en beneficio de su familia.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Hay un reglamento que dice que el socio que entre aquí es para estar mejor con su familia, para que esté bien con sus hijos, para que tenga una economía un poco mejor, no dice que es para andar borracho tomando, para eso son las leyes. Todo socio que entra aquí le leemos el reglamento de lo que es la organización y si ellos dicen sí, sí, entonces ellos ya saben que si hay algo malo serán castigados, y ya a varios les hemos puesto las sentencias. Nosotros los advertimos antes que pase, y ya no se pueden poner enfadados, porque ya les hemos avisado, porque eso es como irrespetar a la organización. El reglamento tiene muchas cosas, como eso de faltar el respeto a su compañera de trabajo, como drogadicción, como que se lleva los bienes de la organización, todo eso será castigado, multado.

(CSM02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

A su vez, y con el fin de evitar que el éxito turístico de la comunidad provocara la llegada de un gran número de personas procedentes de otras comunidades en búsqueda de empleo, decidieron apoyar la puesta en marcha de otras iniciativas turísticas y asumir que no querían sobrepasar los mil quinientos turistas al año.

Al principio nos preocupamos porque muchas personas se estaban asociando en la organización. Nos preocupamos porque entonces teníamos que aumentar de visitantes para que pudiera alcanzar para todos. Pero hemos hecho un plan estratégico, hemos trabajado en ese plan, y dijimos que era mejor organizar a otras comunidades, dos e Costa Rica y dos en Panamá, para que puedan tener sus ingresos. Mejor que los visitantes se repartan y que no se nos concentren todos aquí, eso es lo que estamos haciendo. Y nosotras las apoyamos y buscamos los amigos que tenemos para que ayuden también al otro lado.

(BM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

La meta a la que queremos llegar son mil quinientos turistas por año. Esa es la meta que buscamos. Nosotros creemos que con mil quinientos tenemos para todos.

(DP01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Vea, con mil quinientas personas estamos bien, porque no queremos ser millonarios tampoco, queremos estar viviendo mejor, esa es la palabra, que no nos haga falta el arroz en su casa y con sus hijos, que todos estén bien.

(CSM02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

Las familias que no son de la asociación reciben diversos beneficios de forma indirecta por la presencia del turismo en la comunidad, ya sea por la compra de alimentos dentro de la comunidad o por la creación de infraestructuras y equipamientos de uso comunal, como es el caso del colegio de educación secundaria.

Aquí lo que ofrecemos al turista son productos de la comunidad, entonces si nosotros los socios no tenemos se le compra a cualquier persona que tiene de la comunidad. Por ejemplo, pollos, verduras, frutas. Entonces, si alguien de aquí no tiene y un vecino tiene piña, por ejemplo, se le compra, entonces, igual recibe beneficio. También lo que es la secundaria, que fue tramitado por donaciones por la asociación, porque antes aquí no había secundaria, y los muchachos llegaban a primaria y no seguían.

(DPO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Ahora hay trabajo en la comunidad, la gente ya no se va porque no haya trabajo.

(DPO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Se ha rescatado lo que es la cultura. Antes, por ejemplo, ya nadie quería consumir las cosas naturales de aquí. Entonces ahí se ha rescatado un poco. Y si usted ve, la escuela, el colegio, nuestras casas, todo está hecho como es la cultura de nosotros.

(DPO1, socia de Stribrawpa, comunicación personal)



Stribrawpa, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

STRIBRAWPA

IMPLICACIONES PARA LAS MUJERES

La experiencia de Stribrawpa es fundamentalmente un proceso de empoderamiento de un colectivo de mujeres que logra transformar su comunidad e integrar a una parte de los hombres en una nueva dinámica social más equitativa y de mayor bienestar para todo el mundo. Su desarrollo parte de un contexto hostil, en el que los hombres de la comunidad se oponen a su proceso de organización y tienen que vencer estos obstáculos, que en algunos momentos pudieron llegar a ser muy duros y desagradables. Incorporar desde su inicio un programa de capacitación en equidad de género les permite ir transformando actitudes y comportamientos, tanto de las mujeres como de los mismos hombres que quieren integrarse en la asociación. Además, desarrollan una serie de estrategias organizativas que velan porque puedan mantenerse estos avances, como un reglamento que regula sobre ciertos comportamientos personales o, aunque la asociación sea mixta, que su directiva siga en manos de mujeres.

Una las implicaciones que ha tenido para las mujeres de la asociación, más que ganar autonomía y capacidad de decisión, que la toman desde un inicio, ha sido la transformación efectiva del comportamiento de sus esposos e hijos, de tal manera que, a la par de un mayor bienestar material, han conquistado un mayor nivel de equidad de género en su comunidad. Son diversos y numerosos los testimonios que muestran evidencias de estos cambios.

Mi padre no le daba oportunidad a mi madre a tomar decisiones, ni a ser parte de un grupo, ni que pudiera salir a alguna parte, para ellos, su concepto era que la mujer tenía que tener hijos, cuidar, lavar, y que cuando ellos vienen atenderlos. Eso era el concepto de ellos en tiempos atrás. Hoy en día, con todos esos cambios de capacitaciones, el hombre ayuda a la mujer a lavar en la casa, a cocinar, a limpiar, cuida los bebés, y si hay que ir a una reunión ellos se quedan cuidando.

(PM02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Los hombres han cambiado. Ahora, si yo tengo que irme a San José, mi esposo se queda con los niños y él los atiende, los ve. Han visto que la idea que nació de mujeres ha funcionado, que no solo beneficia a la mujer sino a toda la familia y a la comunidad.

(DP01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Ahora los maridos también trabajan en casa, cocina, lavan. Antes no lo hacían. Cuando empezamos nuestra organización dijimos que no, que teníamos que tener trabajo los dos, tanto en el campo como en la casa, porque si tenemos hijos, los hijos no son solo de la mamá, también de los papás. Imagínese que cuando nosotras comenzamos teníamos que recibir capacitaciones porque éramos las líderes de la organización y los chiquitos había que dejarlos, entonces los papás los cuidaban, sabían que las mujeres iban a reuniones y a traer proyectos para la comunidad.

(FM01, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

Antes los hombres aquí eran machistas. Ahora no, ahora ellos comprendieron que las cosas no son así, que todo tienen que ser igual. Ellos cambiaron por medio de la organización, con talleres que se hacen.

(SC02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Mi esposo ha cambiado también, y él en todo te está ayudando. Si hay que ayudar en la casa, él de ayuda, y nosotros también en el campo le ayudamos, trabajamos en conjunto, no es solo que él trabaja en el campo, llega a la casa y ya, no, ahora el hombre trabaja también, termina con uno haciendo lo que hay que hacer en la casa. Ayudan a lavar, ayudan a cocinar, ayudan a cuidar a los niños, cuando no estamos nosotros. Si estamos en una reunión, ellos están con los niños en la casa. Y si ellos no están, nosotros estamos en la casa con los niños, entonces compartimos el trabajo de todo, todo el trabajo de todo. y Anteriormente lavar trastos era una vergüenza para los hombres, antes ver a un hombre en una cocina era difícil y les daba vergüenza estar en la cocina, era difícil para ellos que otro compañero los viera lavando porque se sentían mujeres. Pero con las capacitaciones ya todos iban entendiendo y se fueron quitando eso.

(BM02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Yo me acuerdo que a mí a veces me llamaban a San José y yo, digamos, si estábamos reunidos decía que estaba bien, pero cuando iba para la casa yo iba pensando, ¿cómo le digo para yo poder salir? Yo tenía que decirle que iba a salir hasta dos o tres días iba y que él tenía que quedarse cuidando a los niños, y eso a él no le gustaba, pero tenía que aceptarlo porque los niños estaban pequeños. Teníamos cinco hijos y estaban pequeños. Pero se fue acostumbrando con el tiempo, y en dos años hizo el cambio y no tenemos problemas. Y ahora aquí hay jóvenes que se han criado dentro de la organización, y ahora tienen su familia y siempre tienen ese carácter de ayudarse uno a otro entre pareja, que cuidan atentos a sus hijos, que si hay que cocinar cocinan, que si hay que lavar lavan, y si tienen que cuidarlo, los cuidan.

(PM02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)

Algunos hombres de la asociación se expresan en un sentido similar sobre las transformaciones que han vivido en la comunidad.

Hace unos 50 años atrás, los hombres aquí eran muy machistas, ellos eran los que gobernaban. Decían: se tiene que hacer esto y la mujer tenía que hacerlo. Ahora, gracias a Dios, pienso que ya han dejado mucho ese orgullo, porque ahora el valor es por igual, ellos han llegado a saber que en realidad ambos valen igual. Yo en mi casa friego, lavo, cocino, porque yo pienso que el hombre tiene que hacer eso también, tiene que aprender a defenderse. Hay personas que nos han dicho que eso es trabajo de mujer, que no tenemos que ver en eso, pero ni modo, si hay que hacerlo hay que hacerlo, en el caso mío yo lo hago.

(GP02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

4.
RESULTADOS
STRIBRAWPA

Cuando mi esposa tiene que salir entonces cocino yo, friego platos o lavo la ropa. Antes no lo hacíamos, pero vino un estudio de liderazgo moral y entonces fue que empezamos a valorar el trabajo de la casa y que no solamente tiene que ser la mujer, sino que el hombre también tiene que ayudar. Algunos hombres dicen que eso es trabajo de mujer, pero a veces la mujer está ocupada en otra cosa, o viene cansada, y hay que ayudar.

(JB02, socio de Stribrawpa, comunicación personal)

Por otra parte, uno de los indicadores más claros del proceso de transformación y empoderamiento que han vivido las mujeres de la asociación Stribrawpa es que, además de la dirección de la iniciativa turística, han sido elegidas y han asumido cargos de representación en otros ámbitos. Así, por ejemplo, una de las socias ha sido presidenta de la Junta de Vecinos de Yorkín y de la Junta de Salud y otra ha llegado a ser presidenta de ACTUAR y forma parte de la Junta Directiva de la Asociación de Desarrollo Indígena Bribri de Talamanca, que agrupa a las veintidós comunidades del territorio indígena y es el principal ámbito de gobierno en el territorio indígena Bribri.

Nosotros, como Stribrawpa, siempre hemos dicho que tenemos que participar para que alguien de Stribrawpa quede dentro de la junta de vecinos, porque si nosotros no participamos y participan personas que no son de Stribrawpa, nos van a tirar machete, como dicen, entonces tal vez por eso siempre pensamos que mejor participamos miembros de Stribrawpa.

(PM02, socia de Stribrawpa, comunicación personal)



Stribrawpa, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

4.
RESULTADOS

4.2. Modelos para un análisis de impactos de género

En ninguno de los casos estudiados la introducción del turismo fue planteado de forma expresa con el objetivo de transformar las relaciones de género en un sentido más equitativo y para empoderar a las mujeres. Lo que se proponía era fundamentalmente superar una situación de crisis rural e incrementar y diversificar las fuentes de ingresos de determinadas economías campesinas, y reducir así su vulnerabilidad ante una situación de cambio negativo. Solamente en el caso de Stribrawpa podría considerarse tal circunstancia, pero el empoderamiento de las mujeres que impulsaron esa iniciativa fue previo, y en paralelo, al crecimiento del turismo. Pero en este caso tampoco podría afirmarse que el proceso de empoderamiento fuera consecuencia buscada del desarrollo turístico.

Sin embargo, lo que sí se percibe a través de los distintos casos analizados es que la consolidación de una oferta turística comunitaria, bajo distintas formas de organización y gestión, dio lugar a cambios diversos en las relaciones de género y, en algunos casos, estuvo vinculado también a un proceso de empoderamiento de las mujeres que participaron en tales iniciativas. La profundidad de estos cambios varió significativamente entre unas experiencias y otras, de tal modo que no es posible afirmar de forma concluyente que el turismo comunitario transforme las relaciones de género y empodere a las mujeres. Sin embargo, a partir de las experiencias estudiadas podemos identificar factores organizativos y de gestión que contribuyen más o menos a que estos procesos de cambio tengan un determinado sentido. Así, es posible proponer tres modelos explicativos de los impactos del turismo comunitario en las relaciones de género:

A) PRIMER MODELO: BAJA TRANSFORMACIÓN.

Se produce cuando las iniciativas de turismo comunitario son gestionadas por cooperativas grandes y organizadas previamente en torno a alguna actividad agraria, como podría ser el caso de Los Pinos en El Salvador, Finca Magdalena en Nicaragua o Los Campesinos en Costa Rica. En estos casos las estructuras de gobierno de las iniciativas están en manos de hombres, bajo los esquemas que tradicionalmente han predominado en este tipo de estructuras organizativas. El desarrollo del turismo está vinculado a cierta capacidad de inversión que permite poner en marcha formas de gestión colectiva centralizada, sobre todo en los alojamientos y servicios de alimentación. La tendencia es que se creen puestos de trabajo que son ocupados de forma significativa por mujeres, con una clara segmentación horizontal y vertical del trabajo. Está asociado también a bajos salarios, en correspondencia con la legislación laboral de cada país, y escaso reconocimiento público. Así, las transformaciones en las relaciones de género son limitadas y no se identifican procesos de empoderamiento claros por parte de las mujeres. Para muchas de ellas este modelo permite que puedan encontrar empleo remunerado en sus mismas comunidades y no se vean forzadas a tener que emigrar para tener un salario, a la vez que pueden tener un mayor nivel de autonomía económica con respecto a sus parejas. Sin embargo, disponer de un empleo remunerado fuera del hogar no necesariamente conlleva procesos de empoderamiento.

4.
RESULTADOS

En algunos casos la participación y asunción de cargos de responsabilidad por parte de las mujeres, o incluso la elaboración de políticas de género, está vinculado a demandas de actores externos con las que estas instituciones han establecido relaciones de colaboración. En ocasiones, esto puede dar lugar a respuestas artificiales para satisfacer a los financiadores, que tienen poco recorrido en términos prácticos. Sin embargo, cuando esto va acompañado de políticas de capacitación a lo largo del tiempo, centradas en los análisis de género, como en el caso de Los Pinos, puede facilitar que los cambios sean más consistentes y que puedan abrirse paso nuevos liderazgos por parte de mujeres cooperativistas, como parece estar produciéndose en esta iniciativa.

B) SEGUNDO MODELO: MEDIA TRANSFORMACIÓN.

Se produce cuando el turismo es gestionado a través de estructuras de carácter familiar y son las mujeres quienes se ocupan fundamentalmente de la actividad turística. Este podría ser el caso de la UCA Miraflor y la Ecoposada El Tisey en Nicaragua y, en parte de ASOPROLA en lo que respecta al programa de voluntariado con alojamiento en casas de familia. En este tipo de situación, en la que hay menor capacidad, o interés, de inversión colectiva en estructuras de gestión colectiva centralizada, la atención al turismo se produce a través de las familias participantes en sus hogares, o en cabañas propias en las mismas parcelas.

En las casas se produce una clara división de tareas por género, mientras las mujeres se ocupan de la atención y, sobre todo, de la convivencia cotidiana con las personas que les visitan, los hombres se concentran en las actividades agropecuarias, en tareas de construcción y mantenimiento de las infraestructuras y, en ocasiones, en el guiado. Las mujeres acostumbran a cobrar y gestionar los recursos vinculados al turismo. En los casos analizados se ha descrito con frecuencia el incremento de carga laboral para las mujeres que puede suponer este modelo de gestión, pero al mismo tiempo tienen mayor control y autonomía de los recursos económicos generados. Este aspecto es resaltado de forma muy enfática por varias de las mujeres participantes. Por otra parte, gracias a los ingresos que entran en la familia por medio del turismo, los hombres parecen aceptar mejor que las mujeres tengan una mayor participación en actividades formativas o de coordinación fuera de sus casas. Esto facilita también que las mujeres dispongan de más espacios propios para compartir con otras mujeres en los que se puede romper el aislamiento y generar dinámicas de reflexión compartida. Asimismo, este nuevo papel de las mujeres gestionando recursos propios puede derivar en un mayor reconocimiento público. Finalmente, el contacto cotidiano con turistas parece contribuir a un incremento de la seguridad y la confianza de las mujeres en ellas mismas. También posibilita espacios íntimos en los que compartir con otras personas que no son de sus comunidades y, en particular, con otras mujeres, sobre las relaciones de género o aspectos como la maternidad o el desarrollo personal. En este tipo de situaciones las dinámicas de cambio en las relaciones de género parecen ser mayores que en el modelo anterior. Sin embargo, los procesos de empoderamiento se pueden ver limitados si no se dispone de estructuras colectivas más amplias en las que capacitarse o consolidar procesos de cambio más allá del ámbito familiar.

4.
RESULTADOS

A pesar de la descripción de mayores cambios desde una perspectiva de género de los modelos basados en estructuras familiares sobre las estructuras colectivas centralizadas, esta forma de organización puede conllevar otro tipo de problemas que habría que tomar también en cuenta. Así, el desarrollo turístico a partir de bases familiares puede acentuar las desigualdades entre familias dentro de una misma comunidad, en la medida que las comunidades no son homogéneas y existen diferencias previas que el turismo puede acentuar, ya que quienes pueden gestionar turismo son las familias que se encuentran en mejores condiciones de partida (Gascón, 2013), a no ser que sean muy conscientes de estos riesgos y habiliten mecanismos correctores, como los que puso en marcha en sus inicios la Cooperativa Nuevo Amanecer de la UCA Mirafior en Nicaragua, y así incorporar a todas sus integrantes en la gestión turística, aunque las casas de algunas de ellas no estuvieran en buenas condiciones.

C) TERCER MODELO: ALTA TRANSFORMACIÓN.

Se produce en estructuras de gestión colectiva centralizada en iniciativas dirigidas por mujeres o donde éstas tienen un rol muy relevante en su dirección. Este podría ser el caso de Stribrawpa y, en cierta medida, de ASOPROLA, ambas en Costa Rica. En estos casos se parte de un empoderamiento de las mujeres que se traduce en la misma gestión de la iniciativa, con decisiones que buscan explícitamente corregir las desigualdades de género y las situaciones de discriminación. Disponer de espacios propios de formación y reflexión orientada a generar este tipo de cambios en forma consciente se convierten en un factor fundamental de transformación. En estos casos los procesos de empoderamiento provocan cambios también en la dinámica familiar, con la generación de dinámicas más equitativas dentro de las familias. Asimismo, todo esto se traduce en que el papel de liderazgo de algunas de estas mujeres no se limita exclusivamente a la iniciativa turística, si no que se desarrolla también en otros ámbitos de la comunidad o más allá de ella.

A excepción del caso de la Cooperativa Nuevo Amanecer, integrada en la UCA Mirafior, ninguna otra iniciativa analizada está formada exclusivamente por mujeres. En esta Cooperativa, sin embargo, los volúmenes de turismo gestionado son bastante limitados y concentrados en algunos momentos del año. Esto ha limitado las posibilidades de transformación que pudieran estar vinculados con el impulso del turismo. Cabría por tanto valorar la necesidad de tener en cuenta dentro de este modelo otros casos gestionados exclusivamente por mujeres. En el caso de Stribrawpa, dirigido solo por mujeres, y en el de ASOPROLA, donde tienen un rol directivo muy relevante, lo que sí se puede observar es que este protagonismo de las mujeres en el desarrollo turístico impulsa propuestas más equitativas e inclusivas para el conjunto de sus comunidades.

5.

CONCLUSIONES

La pretensión de poder tener repuestas definitivas y en términos absolutos sobre la pregunta de qué papel tiene el turismo comunitario en las relaciones de género parece tener una difícil resolución. El debate sobre esta cuestión está situado en una situación de bloqueo, por cuanto la multiplicación de estudios de caso aislados con resultados dispares no genera suficiente consenso en torno a unas conclusiones suficientemente robustas. Metodológicamente pueden tomarse algunas opciones que ayuden a intentar salir de esta situación y realizar análisis más matizados y atentos a la complejidad que conllevan este tipo de procesos sociales. Uno de estos pasos puede ser la realización de análisis comparativos conjuntos en la misma investigación tomando en cuenta determinadas variables, como las formas de organización y gestión de la actividad turística, que pueden mostrar un amplio abanico de opciones según diferentes contextos y opciones institucionales. Sin embargo, no serían estas las únicas variables a tener en cuenta. Así, habría que tener en cuenta también factores cómo de dónde surge la iniciativa y qué la impulsa. La investigación puede abrirse a otros elementos de comparación. Por otra parte, disponer de suficiente perspectiva histórica en el análisis de las experiencias de turismo comunitario puede ayudar a contextualizar y entender mejor los procesos de cambio en curso, y evitar así lecturas demasiado puntuales y, en algunos casos, superficiales.

En la literatura disponible sobre los cambios en las relaciones de género y posibles procesos de empoderamiento de las mujeres en iniciativas de turismo comunitario, a pesar de estar muy polarizada, también es posible identificar visiones matizadas, atentas a la posibilidad de que, además de producirse o no transformaciones en profundidad, o que requieran de procesos de ayuda técnica externa con enfoque de género, puedan visualizarse también cambios más graduales e incluso contradictorios que pueden interpretarse en una dimensión temporal más larga. Este estudio se enmarca en esta perspectiva. A partir del análisis de siete experiencias de turismo comunitario en El Salvador, Nicaragua y Costa Rica, en las que se ha realizado trabajo de campo a lo largo del tiempo, se han podido identificar dos tipos de procesos:

1. si bien el turismo comunitario no se promueve necesariamente como una forma de transformar las relaciones de género, si no que fundamentalmente pretende ser una respuesta a situaciones en las que se ha agudizado la crisis rural, su desarrollo da lugar a nuevos escenarios en los que estos cambios son posibles, tal vez más que con otras opciones productivas;

5.
CONCLUSIONES

2. la intensidad y profundidad de las relaciones entre hombres y mujeres se ve influenciada en gran medida por las formas organizativas y de gestión adoptadas por estas iniciativas.

Así, se identifican tres posibles modelos a partir de las experiencias tomadas en cuenta. Un primer modelo, basado en estructuras de gestión colectivas centralizadas, vinculadas a los procesos de transición de cooperativas agropecuarias en las que los hombres mantienen un fuerte control del conjunto de actividades de la iniciativa, que da lugar a bajos niveles de transformación en las relaciones de género. Este tipo de experiencias generan empleo no tradicional remunerado en las comunidades que puede ser asumido por algunas mujeres, pero los cambios en las estructuras familiares y cooperativas mantienen dinámicas de desigualdad tradicionales, a no ser que haya un esfuerzo expreso por incidir en ellas. Un segundo modelo se desarrolla en aquellos casos en los que la unidad básica de atención y servicio al turismo se da en el ámbito familiar. Aquí puede producirse un mayor nivel de transformación en la medida que las mujeres son quienes asumen el protagonismo de la atención y también son quienes gestionan los ingresos generados por esta actividad. Bajo este modelo, igual que en el anterior, puede acentuarse la carga de trabajo de las mujeres por cuanto la redistribución de tareas domésticas y de cuidados entre mujeres y hombres no se ha producido o es muy limitada. Sin embargo, en este caso también se acentúa la autonomía de las mujeres y parecen producirse mayores cambios a nivel personal, en algunos hogares y también en la esfera pública. Finalmente, también existe un tercer modelo, en casos en los que las mujeres son las que han dirigido el proceso de introducción del turismo o rápidamente han asumido el protagonismo en su dirección. Bajo este esquema, las transformaciones en las relaciones de género y en los procesos de empoderamiento de las mujeres son mucho mayores que en los otros dos, así como los cambios en sus hogares y comunidades, mucho más equitativos. Además, este proceso de empoderamiento se traduce también en un mayor nivel de responsabilidad de algunas de estas mujeres en otros espacios de toma de decisión tanto de sus comunidades como más allá.



Stribrawpa, Costa Rica. Imagen de Ernest Cañada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acharya, B. P., & Halpenny, E. A. (2013). Homestays as an Alternative Tourism Product for Sustainable Community Development: A Case Study of Women-Managed Tourism Product in Rural Nepal. *Tourism Planning and Development*, 10(4), 367–387.
- Anderson, J. (2011). Políticas públicas y mujeres en el Perú. En AA.VV. *Mujer rural: cambios y persistencias en América Latina* (pp. 1-36). Lima: CEPES.
- Araujo, M. (2016). Community-based tourism with emphasis in gender: case study at Morro Santo Antônio Community, Municipality of Itabira-MG. *Caderno Virtual de Turismo*, 16(2), 34–61.
- Bensemann, J., & Hall, C. M. (2010). Copreneurship in rural tourism: exploring women's experiences. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 228–244.
- Boonabaana, B. (2014). Negotiating gender and tourism work: Women's lived experiences in Uganda. *Tourism and Hospitality Research*, 14(2), 27–36.
- Burgos, A. & Mertens, F. (2017). Participatory management of community-based tourism: A network perspective. *Community Development*, 48(4), 546–565.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembre*, 5(1), 121–131.
- Cañada, E. (2013). *Turismo en Centroamérica. Un diagnóstico para el debate*. Managua: Editorial Enlace.
- Cañada, E. (2014). *Turismo comunitario en Centroamérica. Experiencias y aprendizajes*. Managua: Editorial Enlace.
- Cañada, E. (2017a). Contribución del turismo comunitario a la economía campesina: la Cooperativa Los Pinos en El Salvador. En J. Gascón y C. Milano (Eds.). *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas indígenas?* (pp. 111–137). La Laguna (Tenerife): PASOS, Colección PASOS Edita, no 18.
- Cañada (2017b). Estructuras de intermediación turística procomunitarias. La experiencia comercial de ACTUAR en Costa Rica. *Gazeta de Antropología*, 33(1), edición online: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=4973>.
- Cañada, E. y Fandiño, M. (2009). *Experiencias de turismo comunitario en Nicaragua. Aportes a la economía campesina*. Managua: Editorial Enlace.
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2177–2202.
- Díaz-Carrión, I. A. (2010). Ecoturismo comunitario y género en la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas (México). *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 151–165.
- Duffy, L. N., Mowatt, R. A., Cnacellor, H. C., & Cárdenas, D. A. (2012). *Machismo–Marianismo and the involvement of women in a community-based tourism project in Ecuador*, South America. *Tourism Analysis*, 17(6), 791–803.
- Espeso-Molinero, P., Carlisle, S. & Pastor-Alfonso, M. J. (2016). Knowledge dialogue through Indigenous tourism product design: a collaborative research process with the Lacandon of Chiapas, Mexico. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8-9), 1331-1349.
- Fernández Aldecua, M. J., & Martínez Barón, L. A. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género? *Cuadernos de Turismo*, 26, 129–151.
- Flores, D. y Barroso, M. de la O. (2011). La mujer en el turismo rural: un análisis comparativo de género en el Parque Natural Sierra de Arcena y Picos de Aroche (comarca Noroccidental Andaluza). *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 10, 39-69.
- Flores, M., Bratescu, A., Martínez, J.O., Oviedo, J.A. y Acosta, A. (2002). *Centroamérica: el impacto de la caída de los precios del café*. México DF: CEPAL, Serie Estudios y Perspectivas, 9.
- Forsac-Tata, D. (2016). Community-based tourism in the South West region of Cameroon: Opportunities and challenges for women. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 21(3), 1–15.
- Fuller, N. (2013). ¿Es el turismo una oportunidad para las mujeres? In J. Gascón, S. Morales, & J. Tresserras Juan (Eds.). *Cooperación en turismo: nuevos desafíos, nuevos debates* (pp. 123–136). Barcelona: Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona.
- Galich, F. (1991). El teatro de la Revolución (1970-1987). *Revista Iberoamericana*, LVII (157), 1045-1058.
- García Palacios, C. (2015). Género y turismo comunitario: perspectivas de empoderamiento para las mujeres indígenas de la Comunidad de Santa Bárbara en Cotacachi, Ecuador. *TURyDES. Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local*, 8(19), 31 p.
- García, C. (2017). Empoderamiento, mujeres indígenas y turismo comunitario en Cotacachi (Ecuador). In J. Gascón & C. Milano (Eds.), *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?* (pp. 161–176). Tenerife: PASOS, Colección PASOS Edita, 18.

REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS

- Gascón, J. (2013). The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(5), 716–731.
- González, R. e Izcara, C. (2019). *Oferta y condiciones del turismo rural comunitario en las provincias de Salta, Jujuy y Tucumán, Argentina*. Barcelona: CETT-UB, Proyecto final de Grado en Turismo.
- Hernández-Asensio, R. y Pérez-Galán, B. (eds.) (2012). *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio Cultural, Pueblos Indígenas y Nuevas formas de turismo en América Latina*. La Laguna-Lima: PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural - Instituto de Estudios Peruanos.
- Mendoza, M. M. y Chapulín, J. de V. (2015). Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en Bahías de Huatulco, Oaxaca-México. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 24(2), 316–335.
- Milano, C. y Gascón, J. (2017). Introducción. Turismo y sociedad rural, o el extraño caso del doctor Jekyll y Mr. Hyde. En J. Gascón y C. Milano (Eds.). *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas indígenas?* (pp. 5-21). La Laguna (Tenerife): PASOS, Colección PASOS Edita, no 18.
- Moreno, D. (2018a). *Cómo elaborar un diagnóstico de género y turismo en un contexto rural*. Barcelona: Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, núm. 5.
- Moreno, M. & Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1–17. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1588283>.
- Moswete, N., & Lacey, G. (2015). "Women cannot lead": empowering women through cultural tourism in Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 600–617.
- Movono, A. & Dahles, H. (2017). Female empowerment and tourism: a focus on businesses in a Fijian village. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 681–692.
- Murguialday, C. (2015). ¿El turismo rural comunitario contribuye al empoderamiento de las mujeres? La experiencia de la UCA Tierra y Agua en Nicaragua. In AAVV (Ed.), *¿Equidad de género en el turismo? Muchas sombras y algunas luces. Aproximación a tres experiencias de turismo no convencional* (pp. 21–62). Madrid: Foro de Turismo Responsable.
- Ortiz, S., Ospina, P., Arboleda, M., y Santillana, A. (2008). La estrategia de pro-moción del turismo en Cotacachi, Ecuador. En Ranaboldo, C. y Schejtmán, A. (Eds.). *El valor del patrimonio cultural, Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas*. Lima: IEO, RIMISP.
- Pérez, B. y Fuller, N. (2015). Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú. *Quaderns*, 31, 95–119.
- Phommavong, S., & Sörensson, E. (2014). Ethnic tourism in Lao PDR: gendered divisions of labour in community-based tourism for poverty reduction. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 350–362.
- Rodríguez, G., & Acevedo, 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*, (29), 5–33.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2017). Socio-ecological Balance in Community-based Tourism Experiences: a Research Proposal. In R. Butler (ed.). *Tourism and resilience* (pp. 41-452). Wallingford: CAB International.
- Ruiz-Ballesteros, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P. y Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador: Comprendiendo el community-based desde la comunidad. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399-418.
- Scheyvens, R. (2000). Promoting women's empowerment through involvement in ecotourism: Experiences from the third world. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(3), 232–249.
- Scheyvens, R. (2007). Ecotourism and gender issues. In J. (ed. Higham (Ed.), *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon* (pp. 185–213). Oxford: Elsevier.
- Swain, M. B. (1995). Gender in tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 247–266.
- Tran, L. & Walter, P. (2014). Ecotourism, gender and development in northern Vietnam. *Annals of Tourism Research*, 44(1), 116–130.
- Tucker, H. & Boonabaana, B. (2012). A critical analysis of tourism, gender and poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 437–455.
- Vizcaino-Suárez, L. P., & Díaz-Carrión, I. A. (2018). Gender in tourism research: perspectives from Latin America. *Tourism Review*. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-02-2017-0021>.
- Walter, P. (2011). Gender analysis in community-based ecotourism. *Tourism Recreation Research*, 36(2), 159–168.
- Yanes, S. (2019). Entrevista a Norma Fuller: "Me pregunto si la sobrevaloración de los emprendimientos turísticos como forma de combatir la pobreza no es sino una forma más de sobrecargar a las mujeres". *Turismografías*, 22/07/2019.
- Zorn, E., & Farthing, L. C. (2007). Communitarian tourism hosts and mediators in Peru. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 673-689.

Una publicació de

ALBA SUD 
investigació i comunicació para el desenvolupament

www.albasud.org

Con el apoyo de



**Generalitat
de Catalunya**



**Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament**

ISBN: 978-84-09-14360-3



9 788409 143603