

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA SITUACIÓN LABORAL DE LAS MUJERES RURALES:
Vitivinicultura, Industria Vitivinícola y Turismo Enológico.**

El Caso del Valle de Colchagua, Chile

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE LABOR SITUATION OF RURAL WOMEN:
Viticulture, Wine And Wine Tourism Industry.**

The Case of the Colchagua Valley, Chile

Ana María Dávila¹
Mariela Pinuer²
Pablo Szmulewicz³

Resumen: La inserción de la mujer rural en espacios laborales fuera de su hogar, forma parte de un escenario de cambios, que se conoce como “nueva ruralidad”. Asimismo la llegada del turismo rural a diferentes zonas y la inclusión de las mujeres rurales en esta nueva actividad productiva, son aspectos que se hacen relevantes en zonas vitivinícolas como el valle de Colchagua, Chile. Esta investigación tiene como objetivo determinar los cambios socioeconómicos en la situación de las mujeres rurales producto de su participación en empresas y actividades de turismo enológico y establecer si estos cambios observados modifican la situación de las mujeres que trabajan en la agricultura y en la agroindustria. A través de entrevistas realizadas a tres grupos de mujeres, pertenecientes al ámbito de la agricultura, la agroindustria y el turismo de las viñas, se realiza un análisis comparativo de los cambios generados, tanto en el contexto familiar, como en las condiciones de trabajo y en aspectos de formación y capacitación de la mujer rural.

Palabras claves: Turismo Enológico. Mujeres Rurales. Empleo Rural. Vale Colchagua. Chile

¹ **Ana María Dávila** - Licenciada en Comunicación Social y Magíster en Desarrollo Rural de la Universidad Austral de Chile anadavila@uai.cl

² **Mariela Pinuer** - Licenciada en Turismo y Magíster en Desarrollo rural de la Universidad Austral de Chile mpinuer@gmail.com

³ **Pablo Szmulewicz** - Licenciado en Antropología, Magíster en Desarrollo Rural y Doctor en Economía. Director del Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile. pablo.szmulewicz@gmail.com.

Abstract: The inclusion of women from rural environment in work places away from home is part of the changes known as "new rurality". The arrival of rural tourism to different areas and the inclusion of rural women in this new production activity are relevant aspects in wine regions as the Colchagua Valley, Chile. This research aims to determine the socioeconomic changes in the participation of rural women in wine industries and in tourism activities. Through interviews with three groups of agriculture, agribusiness and vineyards tourism work women we can do a comparative analysis of the changes generated within the family, working conditions, education and training of rural women.

Keywords: Wine Tourism. Rural Women. Rural employment. Vale Colchagua. Chile

Resumo: A inserção da mulher rural em espaços de trabalho fora do lar é parte de um cenário de mudanças que se conhece como "novas ruralidades". A chegada do turismo rural a diferentes zonas e a inclusão das mulheres rurais nesta nova atividade produtiva, são aspectos relevantes em zonas vitivinícolas como o Vale de Colchagua, Chile. Esta investigação teve como objetivo determinar as mudanças socioeconômicas na situação das mulheres rurais, como resultado de sua participação em empresas e em atividades de turismo enológico, e estabelecer se as mudanças observadas modificam a situação das mulheres que trabalham na agricultura e na agroindústria. Através de entrevistas realizadas em três grupos de mulheres, pertencentes ao setor agrícola da agroindústria e do enoturismo, realiza-se uma análise comparativa das mudanças observadas, tanto no contexto familiar como nas condições de trabalho em termos de formação e capacitação da mulher rural.

Palavras-chave: Enoturismo. Mulheres Rurais. Emprego rural. Vale Colchagua. Chile

INTRODUCCIÓN

Según, el último Censo de Población y Vivienda de Chile (2002), existen 944.938 mujeres rurales que representan el 6% de la población chilena. La mayor parte de las mujeres rurales viven en el sur del país y su mayor concentración tiene lugar entre las regiones de O'Higgins y de Los Lagos (74.3%). Desde la perspectiva de género las principales características de las mujeres rurales en Chile son (MANSILLA, 2005):

a) Salario. Siempre es más bajo que el del hombre y el acceso a oportunidades de empleo también es menor. Por estas condiciones no resulta extraño el fenómeno que se denomina "feminización de la pobreza", pues las mujeres que son responsables de sus hogares están sobre representadas en los grupos de pobres e indigentes, no por ser mujeres sino por la discriminación y segregación económica de la que han sido objeto.

b) Escolaridad. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 1998), las mujeres rurales presentan un promedio de escolaridad de 5 a 6 años de estudios, en comparación con los 10 años que tiene la mujer urbana.

c) Analfabetismo. Los niveles de analfabetismo entre mujeres rurales son superiores a los de la población urbana y, a partir de los 50 años, levemente superiores a los de los hombres rurales también.

d) Migración. Existen menos mujeres que hombres en el campo. Hay mayor migración de las mujeres, sobre todo en las edades más jóvenes.

e) Fuerza de trabajo. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 1998; citado en Mansilla, 2005), la participación femenina ha aumentado; la inserción

masiva de trabajo femenino en la agricultura se debe a la industrialización de la producción agraria en Chile. El trabajo de la mujer rural se describe generalmente como invisible, sus áreas de trabajo se mezclan, lo que hace que no se puedan llevar cálculos claros de sus horas laborales.

Mujeres Rurales y Empleo en Chile: El Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM, 2002), hace una categorización de las mujeres rurales de Chile desde el punto de vista económico en:

- a) Productoras: aquí se encuentran las mujeres productoras no intensivas, las artesanas y las microempresarias.
- b) Asalariadas: aquí se encuentran las mujeres que se dedican al trabajo agrícola temporal y al trabajo agrícola permanente.
- c) Ayuda familiar: incluye mujeres vinculadas a la pesca, las habitantes rurales y las recolectoras.

En el tema del trabajo y el empleo de la mujer rural en Chile, la tasa de participación laboral ha sido históricamente inferior a la que presentan los hombres del país y, en relación al panorama regional, más reducido que la de las mujeres latinoamericanas. Según el CENSO (2002), la tasa de participación laboral de la mujer llegó apenas al 35.6%. Sin embargo, es importante resaltar que esta tasa ha aumentado a través del tiempo. En el mercado del trabajo la mujer rural tiene una participación del 19% mientras que los hombres alcanzan al 81%. En el trabajo doméstico en cambio, las mujeres rurales tiene una participación del 87% mientras que los hombres 13% (SERNAM y FAO, 2005).

Según la Encuesta de Caracterización Socioeconómica (CASEN, 2003; citada en SERNAM y FAO, 2005), las mujeres rurales asalariadas permanentes equivalen

a un 47%, mientras que estas mismas pero en situación temporal tienen una participación de 42%. Asimismo, la tasa de participación laboral en las mujeres en el 2006 aumentó a un 43,2% (CASEN, 2006). La misma encuesta revela que, más de dos terceras partes de los trabajadores asalariados cuentan con contrato de trabajo, aunque esta situación se distribuye desigualmente entre mujeres y hombres (72,6% de mujeres y 79,6% de hombres). Además, la CASEN, 2006 evidenció el aumento del número de trabajadores asalariados que cotiza en el sistema provisional. Sin embargo, al igual que ocurre con los contratos laborales, son las mujeres y los jóvenes los que tienen una menor participación en el sistema previsional. Según un estudio realizado por SERNAM y FAO (2005), un 65% de las mujeres rurales ha firmado contrato laboral.

Por otra parte, los ingresos de la ocupación principal de las mujeres rurales son aproximadamente 67.4% de los percibidos por los hombres, aún cuando ha existido una mejoría desde el año 2000 (SERNAM y FAO, 2005). Según la encuesta CASEN 2000, la cifra total de asalariados/as agrícolas es de 536.136, dentro de los cuales el 53,5% son asalariados permanentes y el 46,5% son temporales. Las mujeres equivalen al 17% del total de asalariados; sin embargo, a diferencia de los hombres, ellas se concentran mayoritariamente en la categoría asalariada no permanente. Del total de mujeres, el 74,5% corresponde a trabajadoras temporales de la agroindustria. La zona centro sur (Región Metropolitana, VI y VII regiones) es la que concentra el 57,2% de las mujeres ocupadas agrícolas no permanentes. Se estima que alrededor de un 30% del total de temporeros/as agrícolas son residentes urbanos, otro 20% reside en localidades urbanas y la mitad serían residentes de áreas rurales. Un 31,2% del total de temporeros/as se encuentra en situación de

pobreza, fracción que para los temporeros/as urbanos/as alcanza al 55,3%.

En el tema de seguridad social, las temporeras solo pueden acceder por temporadas a ocupaciones fijas, con contrato y con obligación de cotizar durante esos periodos. Son contribuyentes esporádicos que no alcanzan a cumplir las condiciones de calificación legalmente exigibles, por lo que carecen de prestaciones previsionales o se disminuye su monto. De igual forma, el esquema normativo establece disposiciones que impiden a las mujeres a acceder en igualdad de condiciones con los hombres a las prestaciones provisionales. Por el bajo nivel de sus ingresos las mujeres agrícolas de temporada sólo pueden acceder al sistema público de salud provisional (Oxfam, 2004).

TURISMO ENOLÓGICO EN CHILE

El turismo rural en Chile, surge como una propuesta para Chile, por sus encadenamientos hacia proveedores de insumos y servicios, es considerado como un factor potencialmente importante para la diversificación de la economía rural y para el empleo rural no agrícola (ERNA), aspecto muy relevante, pues las labores agrícolas no están creando empleos en cantidad suficiente para absorber el aumento natural de la población rural económicamente activa (Schaerer y Dirven, 2001 en Gutiérrez, 2005). En efecto, las experiencias de turismo rural y agroturismo en Chile han tenido, por lo general, un efecto positivo en los ingresos de las personas que ofrecen servicios (alojamiento, alimentación, venta de artesanías, música y presentaciones folclóricas, transporte, guiado de turistas, etc.).

Sin lugar a dudas, la actividad tiene un futuro prometedor porque existe un creciente interés de la población urbana por

reencontrarse con la naturaleza, la vida rural y conocer las faenas agropecuarias. Sin embargo, muchos lugares potencialmente atractivos están aislados de los circuitos turísticos más visitados, padecen de deficiente infraestructura (caminos, telecomunicaciones, servicios de salud, agua potable) y de servicios turísticos conexos insuficientes (servicios bancarios, de salud, señalización, etc.). Asimismo, la población local, con mucho esfuerzo pero falta de capacitación, no logra aprovechar todo el potencial turístico que tiene a la mano.

El turismo enológico, que forma parte del agroturismo, es la actividad turística que se relaciona principalmente con el conocimiento in situ del proceso de la elaboración del vino, donde el turista visita las instalaciones de las bodegas y los viñedos, además de poder degustar cada uno de los vinos que se le ha presentado con anterioridad y también es posible complementar con visitas a museos, casas típicas de la región, conocer la historia, entre otras actividades (Szmulewicz y Alvarez, 2002). El turismo enológico se relaciona con el turismo gastronómico, con el turismo cultural y patrimonial y con el agroturismo. Los turistas, visitando bodegas y viñedos, conocen el vino de cada zona vitivinícola y aprecian todo su entorno, ya sea paisajístico y cultural.

Actualmente Chile cuenta con 12 rutas del vino: ruta del vino del Valle de Aconcagua, ruta del vino del Valle de Cachapoal, del Valle de Casablanca, del Valle de Curicó, del Valle del Maipo, del Maule, del Limarí, entre otras.

La Ruta del Vino del valle de Colchagua, es el primer circuito turístico del vino creado en Chile, en el año 1996. La gerencia de la ruta, desde su oficina central en la ciudad de Santa Cruz, organiza, coordina, vende y opera los tours a las principales viñas del valle de Colchagua, así como también distribuye sus programas, a través de los

más importantes operadores turísticos del país. En el valle existen hoy 20 viñas que ofrecen servicios turísticos. Además cuenta con una oferta hotelera y gastronómica variada, destacándose el Hotel Santa Cruz Plaza de 5 estrellas. La ruta del vino de Colchagua suma a su itinerario visitas a los museos de Colchagua y al de San José del Carmen del Huique y a un importante conjunto de atractivos patrimoniales y naturales. Por otro lado, también cuenta con una oferta de turismo de aventura, venta de artesanías, entretención para distintos gustos donde se destaca el nuevo casino de juegos y un sinnúmero de fiestas y eventos relacionados en su gran mayoría con el vino (Szmulewicz et al., 2008).

MUJERES Y EMPLEO EN TURISMO RURAL

Respecto a las mujeres en el mundo rural tradicional, debido al rol que se les ha asignado en las explotaciones agrarias (el huerto, los animales, etc.), la mujer ha sido educada para ser la protectora de la familia. La contribución de la mujer rural a la economía familiar ha sido muchas veces desvalorizada, invisible, porque su trabajo ha estado dedicado a las labores domésticas, es decir, las de la casa: orden y limpieza del hogar, alimentación familiar, educación de los hijos.

Las mujeres rurales juegan un papel fundamental en el empleo en turismo rural, en parte explicado porque muchas de las actividades relacionadas con servicios de turismo están directamente relacionadas con las actividades y labores domésticas que ellas están acostumbradas a realizar. El servicio a sus familiares y el cuidado de los mismos las han preparado como personas aptas para actividades relacionadas directamente con el servicio al cliente.

Dentro de este tipo de turismo, las mujeres pueden desempeñar una función primordial en las iniciativas y proyectos llevados a

cabo. La mayoría de las mujeres en turismo rural administran, organizan y planean sus negocios y reciben e informan a los turistas (Lunardi, 2004). La participación de las mujeres en turismo rural ha introducido, una mayor sensibilización hacia los temas medioambientales y ha contribuido a la revalorización paisajística y su conservación (Rico, 2005).

En el caso de España, la mujer rural dedica un 27% de su tiempo a actividades no vinculadas al trabajo del hogar: un 42% de él corresponde a formación, ayuda desinteresada y producción para el autoconsumo y el 58% restante se destina a actividades del mercado de trabajo, muchas de ellas relacionadas directamente con el turismo rural. Esta pluractividad de las mujeres rurales las conduce a un gran esfuerzo: 2/3 trabajan más de 221 jornadas al año. En el sector comercio/hostelería se producen los mayores índices de infraocupabilidad y de sobreocupabilidad de la mujer. Las mujeres asalariadas del sector rural tienen un reconocimiento mínimo de derechos laborales. Sin embargo, la mujer rural en general está satisfecha con su trabajo, aunque existen aspectos insatisfactorios como: la promoción, remuneración, estabilidad y el contrato; mientras que los aspectos de relaciones humanas y laborales en las empresas son los que reciben las mejores calificaciones. Las mujeres rurales presentan un bajo nivel de cualificación laboral. El sector comercio/hostelero ocupa mujeres rurales con bajo nivel educativo y también personal envejecido (Szmulewicz, 2008).

En el caso específico de Brasil, la mujer juega un papel muy importante en el campo del agroturismo o turismo rural. En Cima de Serra la propiedad de las empresas de turismo rural se encuentran 50% a nombre de la mujer y 50% a nombre del esposo, y en cualquiera de los dos casos, es

administrada por la mujer. En cuanto a las relaciones sociales, el turismo es visto por la mujer no como una actividad que destaca las relaciones familiares, teniendo en cuenta que los turistas se alojan y comen en el mismo lugar donde viven estas mujeres, sino que más bien es una actividad que es vista como experiencia de intercambio entre visitantes y visitados (Lunardi, 2004).

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo general que enmarca esta investigación es poder determinar los cambios socioeconómicos en la situación de las mujeres rurales producto de su participación en empresas y actividades de turismo enológico (viñas) y establecer si la situación observada en las mujeres que trabajan en la agricultura y en la agroindustria presentan diferencias con la situación en turismo enológico. De este objetivo se desprenden los objetivos específicos que son:

- Establecer la participación de las mujeres en el empleo generado por el turismo enológico.
- Identificar los cambios familiares y sociales que han presentando las mujeres rurales producto de su participación en empresas y actividades de turismo enológico.
- Comparar la situación socioeconómica y las condiciones laborales, entre las mujeres rurales que trabajan en la vitivinicultura, la industria del vino, y las mujeres rurales que trabajan en el turismo enológico

El estudio se basó en entrevistas semiestructuradas a las mujeres que trabajan en la agricultura, en las bodegas y en el área de turismo de las viñas. El universo para esta investigación está representado por todas las viñas ubicadas

dentro del valle de Colchagua, que integran a mujeres en la agricultura, agroindustria y turismo; ya sea como personal de planta o personal de temporada. Dicho valle cuenta con un total aproximado de 30 viñas, donde sólo algunas forman parte de la Ruta del Vino. Por lo tanto, el universo de estudio está compuesto por 16 viñas, de las cuales, sólo una no cuenta con área de turismo. Para ésta investigación, se realizaron 33 entrevistas a mujeres que se encontraban trabajando en las viñas. De este grupo de mujeres: 8 se desempeñan en turismo enológico, 10 en la vitivinicultura y 15 en la producción de vino, es decir a las bodegas.

El diseño metodológico utilizado en esta investigación es de tipo no experimental, con una fase inicial de investigación cualitativa; donde lo importante fue tener una comprensión de los cambios que han sufrido las mujeres rurales en su desempeño laboral y las diferencias socioeconómicas y laborales que se aprecian entre unas actividades y otras. Para esta investigación se utilizó un muestreo por conveniencia. La aplicación de las entrevistas semiestructuradas se realizó en el mes de Marzo de 2009.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

En cuanto al tema de la residencia de los últimos 10 años, las mujeres que trabajan en las bodegas y en el campo viven en un 90% y 80% en el valle, mientras que, de las mujeres que trabajan en turismo enológico, un 50% han vivido en lugares fuera del valle. El 75% de las mujeres que trabajan en turismo y el 60% de las mujeres que se desempeñan en la agricultura se encuentran entre los 18 y 30 años, mientras que en la agroindustria sólo un 33% se encuentra en este rango de edad. Las mujeres de las bodegas presentan un mayor porcentaje (40%) entre los 31 y 45 años, no siendo así para las mujeres que trabajan en la agricultura que presentan

solo un 20% al igual que para las de turismo que solo cuentan con un 25%.

En la agricultura y en la industria del vino existe mayor porcentaje de mujeres casadas (60%); mientras que en turismo prevalecen las mujeres solteras (62%). Asimismo, el grupo de mujeres en la industria y en el turismo cuentan con mujeres separadas, siendo este un porcentaje menor en los dos casos; mujeres en agroindustria 7% y mujeres en turismo 12%.

En cuanto a la presencia de hijos y su número, es evidente que en dos de los tres grupos prevalece la opción positiva. En la agricultura el 60% de las mujeres tienen hijos, en las bodegas un 70% y en turismo del vino solo un 37%. La diferencia más marcada se da en el número de hijos que tiene cada grupo, por ejemplo en las mujeres que trabajan en la agricultura el 67% tiene entre tres hijos y más, en la agroindustria solo el 27%, mientras que en las mujeres que trabajan en turismo ninguna tiene más de dos hijos.

Entre el 80 y 90% de los hijos de las mujeres que trabajan en la agricultura y en la agroindustria, son hijos que cuando no están al cuidado de sus madres, lo están bajo el cuidado de algún familiar, ya sea sus propios hermanos, abuelos o tíos. Mientras que el 80% de los hijos de las mujeres que trabajan en turismo están bajo el cuidado de una empleada.

Condiciones de trabajo en mujeres ocupadas en viñas: Las mujeres que trabajan en la agricultura y en las bodegas, en su mayoría (80%) cuentan con contrato por temporada (dividiéndose este contrato en contrato por día y a trato). Mientras que las mujeres que trabajan en turismo en un alto porcentaje (63%) cuenta con contrato indefinido, sólo el 25% tiene contrato por temporada y un 12% cuenta con un contrato laboral especial que se les realiza a estas mujeres cuando se encuentran en

proceso de práctica profesional.

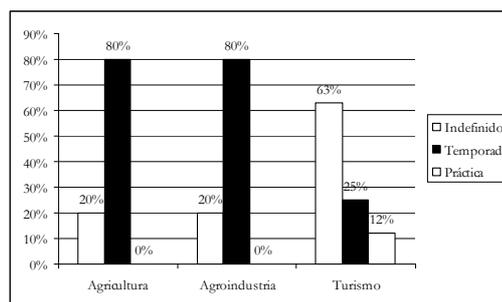


Gráfico 1: Tipo de contrato en mujeres ocupadas en viñas

En el caso de las mujeres que trabajan en la agricultura y en la industria vitivinícola, y que en su mayoría cuentan con contrato por temporada, son por lo general mujeres que trabajan más de las 8 horas diarias contempladas por ley. Sus jornadas empiezan entre las 8 y 9 de la mañana y terminan después de las 20:00 hrs. A diferencia de las mujeres que trabajan en turismo, que trabajan 8 horas diarias, pero su jornada es flexible y diferente, debido a que manejan un horario diferente al del común del personal agrícola. Sin embargo, y a diferencia de las mujeres que trabajan en la agricultura y la agroindustria, trabajan sólo las 45 horas semanales que deben trabajar por ley.

Las condiciones de trabajo en las viñas, especialmente en las áreas agrícola e industrial, así como en plantaciones frutales y packing son igualmente tensionantes para las mujeres, debido al predominio del trabajo a destajo y a las largas jornadas de trabajo en temporada, que por un lado repercuten en las familias y por otro en la salud laboral de las trabajadoras.

En cuanto al salario, existen diferencias en los tres grupos de mujeres, pues las que trabajan en el campo pueden trabajar a trato lo que les permite “generar su propio sueldo”, ya entre más horas trabajen más ingresos van a tener. En el caso de las

mujeres de la industria ellas ganan un sueldo fijo. Mientras que las mujeres que trabajan en turismo, ganan un sueldo fijo que se impone de acuerdo a las capacidades profesionales de estas mujeres. Con esta observación se confirma lo señalado por Caro, Alorda y Molina, 2008, cuando afirman que el salario a trato y por día denota precariedad, pues el monto de su salario depende del nivel de autoexigencia que se imponga el trabajador/a, además de otras condiciones externas como la calidad de la uva o factores climáticos.

En relación con lo relativo a los beneficios laborales, las mujeres que trabajan en las bodegas tienen como beneficios: descuentos en vinos, en algunos casos aguinaldos, colación, transporte y bonificaciones. Las mujeres que trabajan en turismo reciben como beneficios: bonificaciones, comisiones por venta, vacaciones pagadas, descuentos en la compra de vino, afiliación a las cajas de compensación, bonos colectivos, almuerzo y movilización. Los tres grupos de mujeres cuentan con seguro médico, pero en el caso de las temporeras es el seguro al que tienen derecho por ser ciudadanas de este país, no por aporte a una entidad médica.

Formación y capacitación: Los datos sobre el nivel de estudio de las mujeres rurales que trabajan en viñas, revela que uno de los mayores porcentajes (40%), de las mujeres en la agricultura cuenta con estudios técnicos o universitarios. En el caso de las mujeres que trabajan en la agroindustria, el porcentaje de mujeres que se encuentran realizando o que ya terminaron sus estudios técnicos o universitarios es del 14%, mientras que las mujeres que trabajan en turismo el 50% cuentan con estudios universitarios.

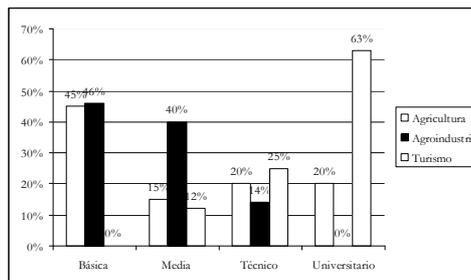


Gráfico 2: Nivel de estudios de las mujeres ocupadas en las viñas.

Las mujeres de los tres grupos han recibido capacitaciones laborales, la diferencia entre un grupo y otro radica en los diversos contenidos de los programas de capacitación que se dictan a estas mujeres. Por ejemplo, a las mujeres que trabajan en el campo se les dicta capacitación sobre primeros auxilios, seguridad y sobre el tema de las fumigaciones. En el caso de las mujeres que trabajan en la agroindustria por lo general reciben también capacitación en primeros auxilios y en seguridad industrial. En cambio, las mujeres que trabajan en turismo reciben capacitaciones más enfocadas a su trabajo, como: servicio al cliente, sistemas de trabajo, relaciones públicas, entre otras.

Entre las mujeres que trabajan en la planta o bodega muchas de ellas aseguran, hasta el momento, no haber tenido que recurrir a lo aprendido en esas capacitaciones. De igual forma existen casos de mujeres que piensan que esos programas de capacitación no les sirven de mucho a la hora de realizar su trabajo.

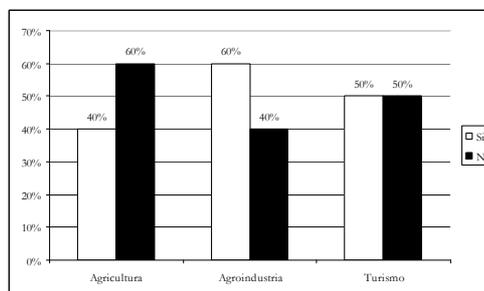


Gráfico 3: Programas de capacitación en las viñas.

Las mujeres que se desempeñan en turismo enológico, en cambio, sienten que las capacitaciones les sirven en el momento de interactuar con los clientes. Asimismo estas mujeres al igual que las de la agricultura y la agroindustria, quisieran recibir capacitaciones enfocadas en el proceso del vino y sus diferentes áreas y otro tipo de cursos sobre todo lo que tiene que ver con el idioma inglés.

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo reportado por la investigación, a partir del análisis de las entrevistas realizadas a estos tres grupos de mujeres, y teniendo en cuenta los objetivos de este estudio, se pueden apreciar notables diferencias entre las mujeres que trabajan en la agricultura y la agroindustria con las mujeres que trabajan en turismo en las viñas, en aspectos tales como:

- a) Número de hijos: las mujeres que trabajan en turismo enológico tienen en su mayoría menor número de hijos.
- b) Labores domésticas y cuidado de los hijos: las mujeres que trabajan en turismo del vino cuentan por lo general con medios económicos que les permiten contratar a una persona para que cuide sus hijos y realice las labores domésticas, mientras ellas se encuentran ausentes del hogar.
- c) Tipo de trabajo y nivel de formación: los trabajos que realizan las mujeres en turismo, necesitan de un mayor grado de formación educacional (técnico o profesional), debido a que, por lo general, están en continuo contacto con los turistas y clientes de las viñas, y necesitan, entre otras competencias, hablar más de un idioma para comunicarse con ellos.
- d) Condiciones laborales: por lo general las condiciones laborales con las que cuentan las mujeres que trabajan en turismo son mejores que con las que cuentan las

mujeres que trabajan en las otras dos áreas de la viña. Las primeras cuentan, en su mayoría, con contrato indefinido y con los beneficios que este contrato les brinda. Además las jornadas laborales están acordes con la ley y las condiciones físicas del lugar donde trabajan son mejores, pues no tienen que trabajar al aire libre bajo altas temperaturas, ni tampoco bajo ruidos fuertes generados por la maquinaria de la agroindustria.

- e) Tipo de salario dependiendo de la labor: al contar con un grado superior de educación, a lo que se agregan las distintas exigencias en el trabajo, el salario es mayor para las mujeres que trabajan en turismo enológico.
- f) Utilización del salario: las mujeres que trabajan en turismo, por lo general, ocupan una parte de su retribución monetaria en satisfacer sus propias necesidades, cuestión que no ocurre con las mujeres que trabajan en la agricultura y en la agroindustria, que destinan prácticamente todos sus ingresos a aportar para el cuidado de sus hijos y del hogar.
- g) Independencia generada por el trabajo: para las mujeres que trabajan en turismo y que fueron educadas en sus inicios para ser profesionales, esta independencia la tienen desde el momento que eligen ellas lo que quieren estudiar, mientras que para las mujeres casadas que trabajan en la agricultura y la agroindustria, la independencia tiene que ver con recibir un sueldo y poder manejarlo de manera autónoma.
- h) Capacitación: las mujeres que trabajan en turismo han recibido capacitación más especializada (relacionada con su trabajo) por parte de la empresa donde trabajan, a diferencia de las mujeres que trabajan en la agricultura y la agroindustria que por lo general reciben capacitación en primeros auxilios y en temas generales de seguridad.

A pesar de encontrarse desempeñando tareas en la misma empresa, las diferentes áreas de negocios requieren condiciones de trabajo diversas y ofrecen retribuciones distintas para las mujeres rurales. La introducción del turismo enológico en las viñas, en este caso del valle de Colchagua, ha representado un cambio en las condiciones de trabajo, las oportunidades de formación y capacitación a diferencia de las condiciones que ofrece la agricultura y la agroindustria del vino. No obstante, el turismo del vino exige un nivel de formación diferente y eso induce la mayor participación de mujeres que provenientes de fuera de las localidades restando oportunidades a la comunidad local.

REFERENCIAS

- CARO, P. y CRUZ, C. Contratistas e intermediación laboral en la agricultura de exportación. **CEDEM**, Santiago de Chile. 2005
- CARO, P.; ALORDA, R. y MOLINA, J. Sistematización Foro Social Nacional Asalariadas/os agrícolas de temporada., 2007. **Colección Documentos de Trabajo** N° 4. Ediciones CEDEM. Santiago de Chile, 2008, p. 30-42.
- CASEN. Desafíos en protección laboral de mujeres, jóvenes y hogares más vulnerables, 2006. Disponible en: http://www.mideplan.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=2136&Itemid=52.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. (2002). Censo Nacional de Población y Vivienda, 2002.
- CEPAL. El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en Regiones del Maule; la Araucanía y Los Lagos. En: **Serie de Desarrollo Productivo**. N° 1121998, p. 71-83.
- GUTIÉRREZ, C. **Habilidades asociativas en organizaciones agroturísticas de la Región de Los Lagos**. Tesis para optar al grado de Magíster en Desarrollo Rural. U. Austral de Chile, Valdivia, Chile. 2005.
- LUNARDI, R. Turismo rural y contribución a la mujer: Campos de Cima de Serra. Brasil. Grupo Turismo e Desenvolvimento. **FACOS**. UFSM. Brasil, 2004.
- MANSILLA, N. **Capacidades emprendedoras de las mujeres rurales para el desarrollo del agroturismo en la Región de los Lagos**. Tesis para optar al grado de Magíster en Desarrollo Rural. U. Austral de Chile, Valdivia, Chile, 2005.
- OXFAM. **Frutas y flores de exportación las condiciones laborales de las trabajadoras en Chile y Colombia**. Santiago de Chile, 2004.
- RICO, M. El turismo como nueva fuente de ingresos para el medio rural de Castilla y León. En: **Cuadernos de Turismo**, Universidad de Murcia, España, N°16, 2005, p. 175-195.
- SERNAM. **Mesa mujer rural: Una experiencia de participación (2000- 2002)**. Chile, 2002, p.180-205.
- SERNAM y FAO. **Mujeres rurales en Chile**. Santiago de Chile, 2005.
- SZMULEWICZ, P., ÁLVAREZ, K. Agroturismo: Una opción de desarrollo sustentable para las comunidades rurales de Latinoamérica. En: **Turismo y Desarrollo Sostenible**, Universidad Externado de Colombia. 2002, p.177-197.
- SZMULEWICZ, P. **Generación de empleo y desarrollo de recursos humanos en turismo rural: Aplicación al caso de la comunidad Valenciana**, España. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia. Facultad de Economía, 2008.