LEONARDO GARAVITO

FREDY OCHOA

(eds.)

DEBATES
CONTEMPORÁNEOS
SOBRE EL TURISMO

TOMO I

NUEVOS RETOS DEL TURISMO.
CASOS DE ESTUDIO SOBRE LOS VÍNCULOS
ENTRE LA GOBERNANZA,
EL DESARROLLO Y LA SOSTENIBILIDAD

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

Debates contemporáneos sobre el turismo : nuevos retos del turismo. Casos de estudio sobre los vínculos entre la gobernanza, el desarrollo y la sostenibilidad, tomo I / Camila Abad [y otros] ; Leonardo Garavito y Fredy Ochoa (editores). - Bogotá: Universidad Externado de Colombia. 2016.

314 páginas : ilustraciones, fotos, mapas, gráficos ; 24 cm.

Incluye bibliografía al final de cada capítulo.

ISBN: 9789587725780

1. Turismo – Colombia -- 2002-2014 2. Turismo – Perú 3. Turismo -- Barcelona (España) 4. Turismo ecológico -- Colombia 5. Comercio turístico -- Colombia 6. Promoción de turismo 7. Política ambiental -- Argentina 8. Parque Nacional Tayrona (Santa Marta, Colombia) I. Garavito, Leonardo, editor II. Ochoa Fonseca, Fredy Alfonso, editor III. Abad, Camila IV. Universidad Externado de Colombia V. Título.

338.4791

SCDD 21

Catalogación en la fuente -- Universidad Externado de Colombia. Biblioteca. EAP.

Noviembre de 2016

ISBN 978-958-772-578-0

© 2016, LEONARDO GARAVITO Y FREDY OCHOA (EDS.)

© 2016, UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

Calle 12 n.º 1-17 este, Bogotá

Teléfono (57 1) 342 0288

publicaciones@uexternado.edu.co

www.uexternado.edu.co

Primera edición: diciembre de 2016

Diseño de cubierta: Departamento de Publicaciones

Composición: Marco Robayo

Impresión y encuadernación: Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.

Tiraje: de 1 a 1.000 ejemplares

Impreso en Colombia

Printed in Colombia

Prohibida la reproducción o cita impresa o electrónica total o parcial de esta obra, sin autorización expresa y por escrito del Departamento de Publicaciones de la Universidad Externado de Colombia. Las opiniones expresadas en esta obra son responsabilidad de los autores.

BEATRIZ PÉREZ G.

EJE: DESARROLLO, GOBERNANZA Y TURISMO

*El turismo rural comunitario y la equidad de género.
El caso de la red Pachaq Paqareq, Perú*

RESUMEN

Esta investigación busca contribuir al debate sobre el potencial del Turismo Rural Comunitario (TRC) como estrategia para mejorar la equidad de género en América Latina. Para ello, se presentan los resultados de una investigación etnográfica realizada en cuatro asociaciones, conformadas mayoritariamente por mujeres rurales e indígenas, que constituyen la primera red de Turismo Rural Comunitario en Perú. El análisis de las motivaciones que llevan a estas mujeres a participar, el tipo de trabajos que realizan, y hasta qué punto estos refuerzan o no los roles tradicionalmente asignados a las mujeres, son algunas de las preguntas que articulan esta investigación.

PALABRAS CLAVE

Turismo Rural Comunitario; género; desarrollo; Perú

ABSTRACT

The objective of this paper is to contribute to the debate on the potential of rural and community-based tourism (CBT) as a strategy to improve gender equity in Latin America. Therefore we present some results of an ethnographic research conducted in four associations of the first CBT network located in Peru, mainly formed by rural and indigenous women. What motivate them to participate in those initiatives? What is the type of work they do compared to men? To what extent their participation contributes to question the roles traditionally ascribed to women? Are some of the main purposes to be elucidated in this research.

KEYWORDS

Rural and Community-based tourism; gender; development; Peru

INTRODUCCIÓN

Si bien desde los años noventa distintos países de América Latina se han ido dotando de una incipiente institucionalidad y un marco legal para abordar la

equidad de género¹ en la agenda del desarrollo, distintos autores señalan la falta de articulación entre las distintas políticas sectoriales y las dirigidas a las mujeres, a menudo marcadas por un enfoque asistencialista. Este enfoque ha sido determinado tanto por las distintas concepciones del papel social de las mujeres, como por las estrategias y políticas de desarrollo vigentes (Anderson, 2011; Murguialday, 2012; Pérez Galán, 2012a).

A fines de esa misma década y frente al abandono definitivo del Estado como garante de políticas agrarias y la reconversión del modelo productivo rural-sectorial hacia otro de carácter territorial que promueve la tercerización de las economías campesinas, se produce una transformación en las estrategias utilizadas por los organismos internacionales de desarrollo para lograr la reducción de la pobreza en América Latina (Schejtman & Berdegué, 2003; Pérez & Asensio, 2012b). Este giro consiste en la utilización de ciertos tipos de turismo sostenible como recurso para lograr la inclusión social, el crecimiento económico y la equidad de género. Estos nuevos tipos de turismo entre los cuales se incluye el Turismo Rural Comunitario (en adelante TRC), a menudo definido de forma imprecisa,² son ensalzados en la literatura por la valorización del patrimonio cultural, la preservación del medioambiente (WWF, 2001; Maldonado, 2006; OMT, 2004, 2006 y 2010a), y su contribución a la equidad de género (Hall & Kinnaird, 1994; Ferguson, 2010).

Entre las múltiples ventajas que para las mujeres implicaría este tipo de turismo se mencionan las siguientes:

– Facilita su incorporación al mercado de trabajo local, ya sea como empresarias –creando y gestionado sus propios negocios– o como trabajadoras por cuenta ajena (Villarino & Cánoves, 2000).

– Aumenta el grado de autonomía financiera y su participación en la esfera pública (García & Baylina, 2000; Zorn et al., 2007).

– Mejora la valoración del trabajo femenino, contribuye a incrementar el poder de la mujer dentro de la familia, elevar su autoestima y el sentido de la ciudadanía (Fuller 2010; Asensio et al., 2013).

1 Se entiende por equidad de género aquella condición en la cual hombres y mujeres tienen los mismos derechos, responsabilidades y acceso al poder y a los recursos.

2 El TRC es definido como “una forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales de la comunidad, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios para el bienestar de sus miembros”. Como tal, busca la planificación, la sostenibilidad y la inclusión de la población (WWF, 2001).

Otros estudios tratan de matizar la euforia que concita el TRC, centrándose en el tipo de empleos que las mujeres desempeñan y en la forma como las desigualdades favorecen los bajos salarios, una alta “flexibilidad”, y, en definitiva, una mayor precariedad laboral (Ferguson, 2010; Baab, 2012; OMT, 2010b). El Informe Global sobre Mujeres y Turismo (OMT, 2010b) destaca que buena parte del trabajo femenino se concentra en actividades estacionales a tiempo parcial y mal remuneradas, donde los negocios dirigidos y participados por mujeres son más pequeños, generan menos empleos, usan más trabajo familiar no pagado, se concentran en un abanico de sectores tradicionalmente feminizados, tienen menor nivel de ventas, reciben menos créditos y están con mayor frecuencia situados en el propio domicilio, factores que redundan en una menor probabilidad de convertirse en empresas mayores que los negocios creados por varones.

Con el objetivo de contribuir al debate sobre el potencial del TRC como estrategia para mejorar la equidad de género, se presentan los resultados de una investigación etnográfica realizada en cuatro asociaciones locales conformadas mayoritariamente por mujeres rurales e indígenas (quechua) de sendas comunidades campesinas ubicadas en los departamentos de Cuzco y Puno (Perú). A través del apoyo de la cooperación financiera internacional constituyen una red de TRC, la primera a nivel nacional, para ofertar productos y servicios de turismo en sus comunidades (Pérez Galán, 2008; 2012b)³.

EL TRC EN PERÚ Y LAS ASOCIACIONES DE LA RED PACHAQ PAQAREQ. UN ENFOQUE DE GÉNERO

Entre 2002 y 2007, los servicios de alojamiento, alimentación y transporte vinculados al turismo receptivo crecieron en el Perú de forma sostenida a

3 El trabajo de campo etnográfico para esta investigación se desarrolló durante 12 semanas entre los meses de noviembre de 2009 y enero de 2010 en las comunidades de Pabamba, Raqchi, Cachimata, Uros Kantati y Chilca-Osefina, así como en la ciudad de Cuzco. En las comunidades se entrevistaron 55 personas (41 mujeres y 14 varones). De ellas, 34 trabajan en la elaboración y venta de artesanías y siete son prestatarias del servicio de alojamiento y manutención para el turista en sus casas. Por su parte, nueve varones ejercen como porteadores de rutas turísticas (Camino Inca) y arrieros, y los restantes cinco participan en el servicio de alojamiento y manutención. Además, en la ciudad de Cuzco se entrevistaron a 9 personas más: cuatro responsables de agencias de turismo –todos varones–, dos agentes de desarrollo local a nivel municipal, y tres técnicos de turismo –una mujer y tres varones–. Todos ellos con estudios a nivel medio y superior.

un ritmo anual del 13 % representando el 4,54 del PIB, el tercer lugar en la generación de ingresos por divisas superando a las exportaciones de textiles y a las pesqueras. El incremento de un 82 % registrado en la llegada de turistas en esos años, ha consolidado a este sector como uno de los más importantes de la economía nacional peruana y, dentro de los productos ofertados, el TRC en uno de los más pujantes (MINCETUR, 2008; Fuller, 2009).

A comienzos de 2010, los especialistas del sector elevaban a 120 el número de iniciativas de TRC con un cierto grado de institucionalización, distribuidas entre los cuatro departamentos que registran los mayores flujos turísticos del país: Puno (Lago Titicaca), Cuzco (Machu Picchu y Parque Nacional del Manu), Ancash (Cordillera Blanca), y en menor medida, Amazonas y Loreto (comunidades indígenas de la selva). Entre ellos, Cuzco es el que cuenta con el mayor volumen de asociaciones de TRC, aproximadamente un tercio del total (MINCETUR, 2005, 2007 y 2009).

En 2006, con el apoyo del Proyecto Corredor Puno-Cuzco⁴ (en adelante, el Proyecto), un conjunto de asociaciones rurales e indígenas (inicialmente cinco) se articulan en una red para ofrecer productos y servicios de TRC en sus respectivas comunidades. Solamente con una excepción, estas iniciativas están compuestas mayoritariamente por mujeres, bien como iniciadoras y gestoras del negocio turístico, y, más frecuentemente, como mano de obra al servicio de agencias de turismo y otras empresas vinculadas al sector.

El “paquete cultural” que ofrecen al turista consiste en un combinado de uno o dos días que incluye servicios de alojamiento y alimentación (en sus propias casas, en albergues de alta montaña o campings), rutas a caballo, en bote o a pie y *performances* culturales con danzas, demostración y venta de tejidos tradicionales, y pagos a la *Pachamama* (Pérez Galán 2011; 2012b).

Para diseñar este producto las asociaciones cuentan con los servicios técnicos de profesionales del sector turístico financiados por el Proyecto mediante la concesión competitiva de créditos no reembolsables para contratación de asistencia técnica. La labor de estos profesionales, generalmente mestizos y ciudadanos, consiste en impartir a los socios talleres formativos

4 Iniciativa del gobierno peruano, promovida por el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola de Naciones Unidas (FIDA) y el Fondo Nacional de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES). Este proyecto operó durante 2000 a 2008 en 167 municipios distritales de los departamentos de Cuzco, Puno y Apurímac.

sobre cocina, guianza, atención al turista, *housekeeping*, y recuperación de tradiciones culturales autóctonas.

Si bien el número de asociaciones integrantes de la red ha variado en estos años —inicialmente fueron cinco—, las que se mantienen estables al momento de realizar esta investigación son las siguientes:

- *Asociación de Jóvenes por el desarrollo de Cachiccata*: por su ubicación geográfica, la comunidad de Cachiccata mantiene una fluida relación con Ollantaytambo, la capital del distrito y uno de los polos de atracción turística del llamado “Valle Sagrado de los Incas”. De hecho, buena parte de los chicos y chicas de esta comunidad viajan diariamente a esta ciudad para acudir a la escuela, para vender y comprar productos en el mercado o para ser reclutados por las agencias de viaje como porteadores de Camino Inca, una de las rutas turísticas más concurridas del país.

Esta asociación es iniciativa de un grupo de 18 jóvenes (entre 18 y 25 años), todos varones y con un nivel de estudios avanzado (secundaria completa). Algunos de ellos cuentan con experiencia previa como guías y porteadores para una empresa que opera una ruta que atraviesa la comunidad de camino a Machu-Picchu. La coyuntura política y la creciente importancia de la actividad turística llevaron a algunos de estos jóvenes en 2002 a ocupar cargos de representación en la junta directiva de la comunidad, y en seguida deciden constituir una asociación de TRC. Con ayuda financiera de la cooperación suiza y japonesa construyen un camping para dar alojamiento a los turistas de *trekking* en ruta hacia Machu Pichhu.

En pocos años, la extensión de esta actividad y el interés mostrado de otras agencias por esta ruta convierten al turismo en la principal fuente de empleo no cualificado que aporta ingresos para el resto de los varones jóvenes y adultos de la comunidad. De hecho, la competencia entre distintas agencias de turismo por acaparar la comercialización de esta nueva ruta y el incremento en la demanda de porteadores para el Camino Inca, que parte desde el vecino pueblo de Ollantaytambo, ha elevado el nivel de “miramientos”, como se refieren en esta zona a los conflictos tanto entre las familias en competencia por los empleos escasos que ofrecen las agencias que operan en la comunidad, como a nivel intrafamiliar. Detengámonos en este último.

La segmentación del mercado laboral del sector, se intensifica en el caso del turista de *trekking* que no consume en las pequeñas tiendas de abarrotes, ni demanda servicios de alojamiento y alimentación en la comunidad, trabajos tradicionalmente asumidos por las mujeres.

Acá viene el turismo, quienes se beneficiará, se beneficiará pues las empresas o el consejo directivo; nunca acá dejan ni un solo sol en la comunidad; traen todo, no compran nada, ni una gaseosa ni un papel higiénico, no consumen nada. Aquí traen hasta el agua; pasan por la carretera, bajan por allá, se bajan del carro y sacan fotos, fotos, fotos y se van; vienen hasta 30, hasta 50 turistas vienen, pero nosotras no nos beneficiamos en nada (Benigna Sutta, presidenta del comité de vaso de leche, Estudios de primaria completos, entrevista realizada en la comunidad de Chachiccata, 12 de noviembre de 2009).

En Cachiccata son los varones los que copan las oportunidades de empleo que ofrece este tipo de turismo. Por un lado, el grupo reducido de varones jóvenes—la mayoría con estudios de secundaria completa—, que son emprendedores y gestores de la iniciativa y que actúan como intermediarios, y a veces como parte de la plantilla de las agencias de turismo que comercializan la ruta en Cuzco y Lima; y, por otro, el resto de comuneros jóvenes y adultos que realizan el trabajo no cualificado como arrieros, porteadores o intérpretes culturales. Por otro lado, se encuentran las mujeres de Cachiccata (esposas, madres, hermanas o hijas de los anteriores) que no participan directamente en el emprendimiento ni como proveedoras de servicios para el camping, ni tampoco como mano de obra eventual de las agencias, pero que experimentan más intensamente los efectos de la actividad.

En primer lugar, las largas y estacionales ausencias de sus parejas han intensificado notablemente el trabajo de las mujeres en el resto de las actividades productivas (agricultura) y reproductivas que asumen en soledad.

Toda la familia viajan juntos, solo se queda mi mamá con mis hermanitos menores. Se organizan por turnos, se planifican. En realidad ha cambiado, ya no hay esa producción como antes. Como es mejor trabajar en turismo porque ganas mucho mejor, la gente prefiere trabajar como porteador. Mi padre igual, si quiere vender su vaca tiene que criar cinco años, de porteador trabajas cuatro días y se gana dinero y además te dan propina. Todos trabajamos: mis hermanos y mi papá (Luis Illa⁵, joven comunero y guía de turismo de Cachiccata, soltero y sin hijos, secundaria completa, entrevista realizada el 5 de noviembre de 2009 en la comunidad de Cachiccata, Ollantaytambo, Cuzco).

5 Todos los nombres que aparecen en los extractos de las entrevistas son seudónimos.

Al aumento de la carga de trabajo en la esfera productiva-reproductiva se suma una mayor disponibilidad y dependencia del dinero que es aportado casi exclusivamente por el turismo a través de los varones de la familia. Para algunas familias, esta situación ha desembocado en un notable aumento del consumo de alcohol, de la violencia intrafamiliar y en el abandono de hogar de algunos varones. Sintomático de esta situación es el incremento –paralelo al desarrollo de la actividad turística en la comunidad– del número de *chicherías* (establecimientos que dispensan la venta de alcohol) en la comunidad, que han pasado de uno a cinco. Por esta razón, las mujeres entrevistadas manifestaron de forma recurrente su interés por formarse y participar en la actividad turística, reclamando talleres de capacitación en tejido, muñequería y artesanía, y remarcando la necesidad “de paso” de aprender a leer y a escribir para todas.

Para todas las mamás yo quisiera capacitación de artesanía, muñequería, y de paso las señoras quieren aprender a leer y a escribir; la mayoría no tenemos ni quinto de primaria completo; a veces vienen apoyos del municipio pero muchas no asisten porque no entienden; la otra vez he visto que en el municipio ha dado capacitación al comité de vaso de leche, pero somos 83 madres y solo 23 las que reciben leche del municipio (...). (Benigna Sutta, presidenta del comité de vaso de leche, Estudios de primaria completos, entrevista realizada en la comunidad de Chachiccata, 12 de noviembre de 2009).

Como se desprende de las entrevistas, para ellas la capacitación en un nuevo oficio vinculado al sector económico más pujante en la comunidad; es una estrategia no solo para lograr recursos adicionales, –sin esperar a que el turista llegue a sus casas o a comprar a sus tiendas–, sino para mejorar su nivel formativo y su estatus en la familia, y eventualmente, mitigar los conflictos derivados de las ausencias de sus parejas quienes frecuentemente las tildan de “ociosas” (desocupadas), “vagas” y las acusan de “tomar” (beber alcohol), reproche que despierta un fuerte rechazo en las mujeres:

¡Achachao!, Las señoras trabajamos harto, de vez en cuando tomamos, hasta 4, hasta 5 vasitos [de chicha], pero hasta ahí nomás; nosotras siempre estamos matándonos en la chacra. Cuando ellos se van, nosotras nos quedamos y hacemos todo. Tenemos nuestras familias, nuestros animales, cocinamos, lavamos, regamos y nos encargamos de todo en la chacra. Y las agencias solo dan trabajo a los varones, sobre todo a los jovencitos (...) (Marta Guamán, comunera, estudios de primaria no completos,

cinco hijos, entrevista realizada el 12 de noviembre de 2009 en la comunidad de Cachicatta, Ollantaytambo, Cuzco).

- *Asociación de Servicios Múltiples de Patabamba*: a la comunidad de Patabamba (distrito de Coya) se llega a través de una tortuosa carretera tras una hora y media de viaje en vehículo privado desde la ciudad de Cuzco. En esta comunidad la asociación de TRC se constituye en 2002 con 20 miembros. El combinado de productos y servicios que ofrecen los socios incluye alojamiento y manutención en habitaciones adecuadas para el turismo en sus viviendas, porteadores y arrieros, y elaboración y demostración de tejidos tradicionales andinos.

Sin duda lo más costoso de los negocios TRC es el servicio de alojamiento y manutención (el capital requerido oscila entre 200 y 5000 euros, en 2010), por lo que solo tres familias de la comunidad pueden participar activamente de esa oferta. En estos casos, las mujeres se encargan de la cocina y el alojamiento y los varones se desempeñan como intérpretes medioambientales y culturales para el turismo. El resto trabaja como mano de obra para agencias de turismo mientras que sus mujeres se desempeñan como artesanas y tejedoras. Gracias a esta actividad, algunas de ellas se han convertido en el principal sustento económico de sus familias:

Yo vivo de la agricultura. Para comer, agricultura. La artesanía es para comprar ropa, vestimentas, hacer las casitas y para vender... La agricultura no produce tanto. Más que todo, es artesanía lo que vendemos siempre las mujeres. Los varones trabajan como arrieros con caballos y como porteadores. Y las mujeres trabajamos artesanía para la venta. Yo soy el sustento de mi casa. ¿Cómo estaríamos si no hiciésemos artesanía? Los hijos no comerían de primera... (Juana Hanco, Asociación de Servicios Múltiples de Patabamba, cuatro hijos, 30 años, secundaria completa, entrevista realizada el 23 de noviembre de 2009 en la comunidad de Patabamba, Coya, Cuzco).

Simultáneamente con el comienzo del TRC en la comunidad, una empresa exportadora de textiles tradicionales andinos (Centro de Textiles Tradicionales del Cuzco, en adelante el Centro), con sede en la ciudad de Cuzco, empieza a captar tejedores a quienes los capacita en las técnicas tradicionales de hilado, teñido y tejido para su posterior comercialización a nivel nacional e internacional.⁶

6 Fundada como asociación sin fines de lucro en 1996 con el apoyo de una familia de benefactores

En la actualidad, el Centro agrupa cerca de 800 tejedores indígenas de nueve comunidades campesinas del departamento de Cuzco, en su mayoría mujeres (550 tejedores adultos y 250 niños), para comercializar sus textiles en museos, tiendas minoristas, hoteles de lujo y ferias de arte de varias ciudades peruanas, así como a través de su página web, y de su filial en EE.UU.⁷

La estructura organizativa del Centro descansa singularmente en su directora, una mujer de ascendencia indígena –a la que los tejedores de las comunidades se refieren como “la Señora”–, formada en diseño textil y en turismo en Estados Unidos que recorre las comunidades como captadora de mano de obra.

Una vez seleccionados por la Directora del Centro, los tejedores deben abonar una cuota de ingreso que les proporciona el estatus de socio y acatar las estrictas normas que esta les impone: cumplir con los plazos de entrega del pedido mensual (generalmente implica la confección de una manta de 1,50 x 50 cm), y participar en las demostraciones en vivo de tejido a los turistas en Cuzco y en la comunidad. Además, el Centro prohíbe la venta directa del producto a otros compradores, la subcontratación del trabajo a otros comuneros, pertenecer a otras asociaciones, y ser fotografiados o entrevistados por personas foráneas ajenas a la organización. A cambio, “la Señora” capacita sobre las técnicas tradicionales, fija modelos, prendas, estilos, técnicas y colores (según el gusto del mercado), así como los precios de los pedidos que compra mensualmente a cada una de los socios-tejedores.⁸ No existe distribución de beneficios que compense al resto de la comunidad por el uso comercial de un patrimonio cultural (iconografía, diseños, tintes vegetales, etc.) que pertenece a todos los comuneros, aunque sí se socializan las penalizaciones por incumplimientos.

norteamericanos interesados en revitalizar los textiles andinos, el CTTC es conocido a nivel nacional e internacional como ejemplo de rescate y valorización del patrimonio textil andino tradicional para mejorar las condiciones de pobreza de la población indígena.

7 Andean Textiles Arts (<http://www.andeantextilearts.org>).

8 El tiempo empleado en la elaboración del pedido mensual para el Centro, generalmente consistente en una manta o camino de mesa (1,50 x 50cm), en el caso de las mujeres es de tres a cuatro semanas, casi el doble del tiempo que se demora un tejedor. Esta diferencia se explica por el hecho de que ellas siguen asumiendo en soledad el trabajo doméstico y reproductivo. El beneficio neto por pedido para los tejedores de las comunidades es entre 100-150 soles (unos 30 a 45 dólares). Mientras, el precio de venta al público –siempre en dólares– se multiplica un promedio de diez veces.

En Patabamba hay 32 mujeres tejedoras (niñas, jóvenes y adultas), en su mayoría parejas y/o madres de los arrieros y porteadores que complementan la oferta de la asociación de TRC en la comunidad. De hecho, tejer para la CTTC se ha convertido en la principal ocupación de estas mujeres y en la única forma para generar ingresos por parte de las mujeres a nivel familiar:

Tejo desde las 4:00. Yo siempre tejía, desde antes, y vendía en el Cuzco. De vez en cuando tejía. A veces solo de día. No como ahora, ahora tejo todo el tiempo, es mucho... Mi esposo quiere que cocine nomás. No le gusta que yo teja. A mí me gusta tejer. Si no hiciera nada ¿de dónde tendría plata? Mi esposo viaja al Cuzco y a otras partes a hacer trabajos, y viene los sábados. Yo tejo todo el día y me encargo de todo (Gregoria Pérez, socia-tejedora del CTTC, 24 años, dos hijos, primaria incompleta, entrevista realizada el 24 de noviembre de 2009 en la comunidad de Patabamba, Coya, Cuzco).

La permanencia en la asociación de las tejedoras queda garantizada mediante un sistema de “enganche” que implica el pago de una multa entre las mujeres de la misma unidad familiar, o del socio avalista, en caso de incumplimiento.

Como no estábamos haciendo nada, la Señora ha organizado ese grupo y ahora estamos trabajando (...). Antes solo me dedicaba a mi vaca y a la oveja, a mi hogar y a mi hijita, a mi vaca, así todo el día, así estuve y por eso yo siempre quería entrar a ese grupo. Mi mamá se ha retirado porque de su ojo no ve bien. En vez de mi mamá ha entrado mi hermana porque ha dicho que sabía tejer. Entonces sus hijas e hijos nomás entraban. Después entré yo y si no cumples con el pedido, cobra multa a mi mamá que me ha garantizado (Sabina Guamán, socia-tejedora del CTTC, 23 años, dos hijos, primaria incompleta, entrevista realizada el 20 de noviembre de 2009 en la comunidad de Patabamba, Coya, Cuzco).

Para cumplir con los compromisos del Centro la jornada laboral de las mujeres jóvenes y adultas se extiende de 10 a 18 horas diarias, a pesar de lo cual continúan acarreando toda la responsabilidad del trabajo doméstico y reproductivo. Los testimonios al respecto son recurrentes:

Hago una mantita al mes. A veces lo vendo a 220, 200 o 180 soles. De aquí se lleva la Señora. Yo hago todo. No compro nada. A veces desde las siete hasta las cinco de la noche. Poco avanzo. No tengo ni siquiera tiempo ni para comer. Mis chiquitos no más comen tempranito. Yo hago almuerzo tejiendo no más. Comidita hago muy temprano y de ahí me voy a tejer. Mientras yo tejo ellos van almorzando. Rapidito no más como. Mi esposo no me ayuda. Se va a la chacra, a trabajar. Otras (mujeres)

no sé cómo harán pe[ro]... Le digo “ayúdame”, pero no me ayuda, me dice “tengo que ir a la chacra”... Cuando hago tejido para nada tengo tiempo, ni para estar con mis hijos, y cuando yo saco la cuenta con mi esposo no estoy ganando, estoy perdiendo. Las demás no sé cómo harán, pero yo estoy perdiendo... Como estoy tejiendo no tengo tiempo para lavar ropas, calcetines. Mis hijos van sucios no más. A veces les dejo. No sé cómo comerán, si comerán, no comerán... Mi esposo no quiere que esté ahí, “estás fracasando” me dice: “todavía con burros amarrabas todos los días y podías hacer lo demás”, así me dice (Valeria Tunki, socia-tejedora del CTTC, 34 años, tres hijos, primaria incompleta, entrevista realizada el 16 de noviembre de 2009 en la comunidad de Patabamba, Coya, Cuzco).

A esta jornada laboral se suma la obligación de asistir dos semanas completas al año a la tienda-museo, al Museo Inka, u otros espacios en los que el Centro comercializa los tejidos en la ciudad de Cuzco. Mientras están tejiendo deben vestir el traje “típico” haciendo gala de su condición de indígenas.

A pesar de las condiciones laborales y de la relación de explotación y los bajos precios que obtienen por su trabajo, para estas mujeres es por el momento, la única vía de obtener ingresos mensuales. Ello se explica en parte por la fuerte segmentación del mercado laboral de servicios de TRC. Como en el caso anterior, los nichos de empleo en este subsector son más diversos en el caso de los varones. Ellos pueden ser contratados como porteadores, tejedores, arrieros, guías locales, y eventualmente completar ingresos como albañiles en obras municipales o comunales. Las mujeres de Patabamba, mientras tanto, ven restringida su empleabilidad a las labores relacionadas con las tareas domésticas y a la elaboración de artesanías y tejidos para comercializar bien por cuenta propia, a través de los mercados locales donde la competencia es muy alta y las ventas no están garantizadas; o bien, por cuenta ajena a través de empresas como el Centro.

Para mitigar las condiciones de explotación de las que son plenamente conscientes (“la Señora nos compra en soles y luego vende en dólares” “mucho nos abusa”, “estoy perdiendo plata”, son afirmaciones frecuentes *off de record*), las tejedoras entrevistadas han desplegado estrategias que involucran a la unidad familiar en su conjunto.

Así, si bien durante los primeros años era frecuente encontrar varios miembros de una misma familia trabajando simultáneamente para el Centro, últimamente se ha visto el abandono y reenganche de algunos de ellos,

generalmente de los jóvenes (varones y mujeres con mayor nivel de estudios) y de los adultos (varones) con mayores posibilidades de empleabilidad en otros sectores; pero no solo de ellos. También algunas mujeres abandonan la actividad temporalmente y después de uno o dos años de “descanso” vuelven a solicitar su ingreso como socias del Centro, haciendo frente al pago de la multa estipulada. La diversificación de las fuentes de ingresos a nivel familiar, si bien no resuelve la condición de explotación y abusos que experimentan las tejedoras adultas (en su mayoría madres), atenúa su situación de vulnerabilidad y eventualmente les permite tomar decisiones en beneficio propio.

- *Asociación de Turismo vivencial de Raqchi Raíces Inkas*: la comunidad de Raqchi, San Pedro (Sicuani), está situada a pie de carretera a unas dos horas de la ciudad de Cuzco en dirección al lago Titicaca. Esta ubicación privilegiada, así como tener una experiencia previa en el sector, gracias al complejo arqueológico prehispánico que alberga la comunidad, uno de los más visitados de la región, y con el mayor nivel formativo de las generaciones jóvenes (muchos con estudios universitarios en arqueología, turismo, contabilidad o computación), son factores decisivos para entender el mejor posicionamiento de esta asociación de TRC frente a las agencias de viaje y a otras empresas de turismo.

Esta asociación se constituye en 2006 a partir de la iniciativa de cuatro personas, que se amplía hasta 11 personas en los años siguientes, en relación con la oferta de los servicios de guianza, alojamiento y manutención en sus propias casas para los turistas.

El colectivo de socios está formado en su mayoría por mujeres adultas, con o sin pareja, con hijos pequeños y jóvenes y, a menudo, con experiencias migratorias previas en las ciudades de Sicuani, Lima, Cuzco y Arequipa donde han trabajado como empleadas domésticas o comerciantes.

El relativo capital social y económico que poseen les ha permitido afrontar el alto coste que supone la compra de muebles (camas, mesas), útiles (cubiertos, platos, ropa de cama) y la construcción de servicios higiénicos indispensables para alojar a los turistas. Dos de las socias han emprendido el negocio de TRC sin el apoyo de sus parejas, e incluso, en contra de su voluntad. Para ellas, la autonomía económica alcanzada sumada a la capacidad para tomar y ejercer sus propias decisiones en el negocio ha repercutido directamente en las relaciones de pareja, que no siempre se han caracterizado por el igualitarismo:

Yo siempre he tenido ingresos, siempre he trabajado. He estado trabajando en restaurantes en Sicuani como cocinera. Siempre hacía algo. Con ingresos ya no tengo que pedir a mi esposo; aun más antes todavía pedía a mi esposo y él no quería dar. Ahora ya no le pido, ya no dependo ni para mi ropa. Tengo mi ingreso, mi trabajo. Antes me maltrataba mucho de eso. Le pedía y me decía —¿Por qué no trabajas?— (...) Yo veo eso machista. Ahora mi esposo se esconde, no quiere dar la cara. Siempre preguntan cómo has hecho la casa, a veces me quedo callada. A veces me da vergüenza decir que mi esposo no me ha apoyado. No sé qué decir. Él no quería saber nada (...) (Mercedes Ila, entrevista realizada el 6 de diciembre de 2009 en la comunidad de Raqchi, San Pedro, Cuzco).

Como prestatarias del servicio de TRC, las socias han asistido a muchos talleres organizados y financiados por el Proyecto sobre atención al turista, higiene, *housekeeping*, cocina, recuperación del traje típico y reafirmación cultural. En parte, la experiencia de las mujeres de Raqchi en estos talleres en los que son capacitadas en tareas tradicionalmente femeninas asociadas a la casa y al cuidado de los otros (en este caso de los turistas), y la exotización y la construcción de la diferencia cultural y de género para el consumo turístico de la que ellas mismas participan (Baab, 2012, p. 48; Pérez Galán, 2011; Comaroff & Comaroff, 2011), proyecta una imagen tan estereotipada como frecuentemente extendida en el ámbito de la cooperación al desarrollo, un exitoso ícono regional y nacional del turismo sostenible y de puesta en valor de las tradiciones culturales, ha sido desempeñado por las mujeres en su papel de guardianas de la tradición que reduce las desigualdades de género intrafamiliares e intracomunales sobre los cuales se ha construido la experiencia.

- *Empresa de Turismo Vivencial Uros Kantati*: ubicada en la comunidad de Uros (isla Kantati) en el lago Titicaca, Puno. En Uros son ocho las personas que ofrecen servicios de TRC (alojamiento en cabañas de totora, manutención, paseos en bote y venta de artesanías) mediante una empresa familiar, fundada y gestionada por una mujer indígena que cuenta con una extensa experiencia en la comercialización de artesanías y como líder indígena:

Yo, he empezado en el año 93 en un Club de Madres de la comunidad de Uros. Siempre trabajando, pidiendo apoyos al gobierno: PRONAA, Vaso de Leche, Caritas... Después he descansado y de ahí otra vez me han colocado como secretaria de actas de Uros. En el 95-97 hemos constituido la asociación de artesanos porque no siempre vamos a depender del Gobierno... Mira, si yo iba a los eventos yo escuchaba y sentía que se organizaban, y yo también he viajado a Guatemala

y ahí me he enterado de todo: —¿por qué yo no puedo organizar yo?—. De ahí he empezado a trabajar con artesanía, trabajamos con la Central Interregional de Artesanos del Perú. Éramos veinte mujeres y al ver que no se podía vender nuestra artesanía de totora, que no era conocido, mas estábamos gastando plata en viajar, en comunicación, porque al año vendíamos 400–200 dólares para la exportación (Elena Suri, dos hijos, primaria completa, entrevista realizada el 12 de enero de 2010 en la ciudad de Cuzco).

El capital cultural adquirido a través de su larga experiencia como líder y representante del colectivo de artesanos le ha permitido consolidar ciertas ventajas en beneficio propio frente al resto de artesanos de su isla y de otras del lago. Tras una etapa de profundos conflictos con el resto de comuneros de la isla y con una lúcida visión empresarial, decide lanzarse al mercado del TRC.

El apoyo familiar activo (tanto de su esposo como de su hija mayor que se encarga de la comercialización vía internet), el mayor nivel de inversión (que incluye la adquisición de una lancha para hacer el transporte de turistas desde tierra firme y la instalación de paneles solares para calentar el agua), y la transformación de su experiencia vital en un “símbolo de la mujer indígena emprendedora y comprometida con la defensa de los derechos de las mujeres”, por parte de instituciones de desarrollo y por los medios de comunicación, han sido factores fundamentales para posicionar su negocio en el mercado turístico sin necesidad de agencias de viaje u otros intermediarios. Para ella, se trata básicamente de un medio de generar ingresos para sí misma y su familia sin los lastres que implica el manejo asociativo y comunitario del recurso turístico:

Nos hemos constituido como empresa porque inicialmente como asociación en artesanía no ha funcionado bien, otros cumplían sus deberes, otros no y querían los pagos por igual, y todo lo que lográbamos no se podía distribuir como dice el estatuto de las asociaciones. Hasta hemos construido el local con nuestros ingresos pero hemos tenido que donar a la comunidad. Por ahí hemos pensado que voy a comprar frazadas, voy a comprar mi cama, voy a construir mi habitación, y también algún día “¿todo eso será del pueblo? entonces ¿no va a quedar nada para nuestros hijos si es que por A o B no funciona este proyecto? (...) (Elena Suri, entrevista realizada el 12 de enero de 2010 en la ciudad de Cuzco).

Aun cuando ser mujer y asumir un papel activo en la vida pública ostentando cargos de representación local, regional y nacional ha requerido de muchas

renuncias, también ha revertido en el caso de Elena en un reparto familiar más equitativo de las tareas domésticas, como ella misma ilustra en los relatos sobre su experiencia vital disponibles en Internet ⁹:

Cuando una es líder abandona a su familia, mi esposo, mis dos hijos menores; a veces mi esposo me pide que deje este trabajo, cuando llego tarde a la casa me dice que hasta cuándo yo iba a seguir siendo dirigente y no les puedo decir no; pero yo me decido a formar líderes y apoyo para que ellos sean como nosotros. A veces, cuando voy a las comunidades lejanas llego cansada y ni siquiera reviso los cuadernos de mis hijos. A veces lloro solo dentro de mi corazón al ver a mis hijos y mi esposo, que han sido tan buenos conmigo y han sabido comprender mi labor. Pierdes tiempo, a veces te olvidas de los quehaceres de la casa. Yo voy a Puno a hacer gestiones con la institución y de noche o los sábados y domingos, hasta de noche, me pongo a lavar la ropa o dedicarme a la casa porque el tiempo no alcanza. Al despertarme hago mi artesanía para cubrir los gastos de mi familia y para la asociación, también es parte de mi persona, y nunca me han reclamado nada, solo me apoyan con el cumplimiento de sus trabajos, y esto es una inmensa alegría (Elena Suri, recuperado de Internet).

CONCLUSIONES

El análisis de las iniciativas que componen la primera red de TRC en Perú, pone de manifiesto algunas cuestiones sobre el rol que desempeña esta actividad como herramienta para la equidad de género.

El impacto heterogéneo derivado de la participación de las mujeres está relacionado tanto con las características particulares de la actividad ofertada, como con la segmentación por sexos del mercado laboral vinculado a este sector, la división tradicional de roles, y con otros factores ajenos a las relaciones de género. Todos ellos son decisivos para repensar las políticas de desarrollo basadas en turismo rural con participación comunitaria.

Como hemos visto, el tipo de actividades desempeñadas por estas mujeres está generalmente centrado en las tareas domésticas mediante la prestación de servicios de alojamiento y manutención al turista, y en la elaboración y venta de artesanías y textiles. Estos trabajos, si bien aportan una mayor diversificación de las fuentes de ingreso y un incremento estacional de los mismos, son considerados socialmente complementarios a la economía familiar, o,

9 <http://www.asociacion.ciap.org/IMG/pdf/biografia1.pdf>

simplemente una ampliación de los desempeños tradicionalmente por las mujeres (cocinar, limpiar y cuidar). De hecho, ni las duras condiciones del trabajo (caso de las tejedoras de Patabamba) ni la intensificación de la jornada laboral que ha supuesto para ellas el desarrollo del turismo (en todos los ejemplos), han modificado en la práctica, lo que ha sido la división tradicional de tareas por género ni el control masculino de los ingresos.

No obstante, sus efectos sobre la situación de las mujeres son diversos. En dos casos de la red (Uros y Raqchi), las mujeres manifiestan haber avanzado en autonomía personal, independencia económica y seguridad frente a sus parejas. Mientras que en los otros dos (Cachicatta y Patabamba), ellas soportan los costes de la sobrecarga de trabajo y la explotación económica, pero no los eventuales beneficios económicos o sociales. Los primeros son generalmente destinados a mejorar el bienestar familiar a través de una mejor alimentación, mejor formación para sus hijos o mayor confort para el hogar, pero no necesariamente ello revierte en un mayor nivel de autonomía de las mujeres respecto a sus parejas, ni tampoco mejora su consideración social. Otros factores inicialmente ajenos a las relaciones de género como la mejor conectividad de estas comunidades con los centros urbanos (caso de Raqchi y Cachicatta) que favorece un mayor nivel formativo de las generaciones jóvenes, un emplazamiento privilegiado en los circuitos más turísticos de la región y la consiguiente experiencia previa en la negociación con más agencias de viaje, y la vinculación a redes más amplias campo-ciudad, son decisivos para mejorar las oportunidades de las mujeres y sus posibilidades de cambiar su posición en la familia.

Este amplio espectro de respuestas está relacionado con factores estructurales, que remiten tanto a las brechas que enfrentan estas mujeres rurales debido a su exclusión social (de género –en cuanto a los hombres–; lugar de residencia –respecto a las mujeres urbanas–; y etnicidad –frente a las mujeres no indígenas–), como a la ausencia de un enfoque de género del que adolecen hasta el momento las políticas públicas, programas y proyectos de desarrollo rural en Perú. Lejos de ser inocua esta ausencia, se traduce en un refuerzo de las ideologías de género por parte de los ejecutores de las iniciativas (el propio gobierno peruano a través del Proyecto Corredor), visible en múltiples niveles. Uno de lo más evidentes quizás sea el de la contratación de la asistencia técnica y la planificación de los talleres de capacitación dirigidos a la población local. De hecho, la formación en prestación de servicios turísticos ha consolidado la preeminencia masculina en el ámbito público al asignar

a los varones el papel de intermediarios frente a los turistas, mediante su capacitación como intérpretes medioambientales y culturales. Entretanto, la formación recibida por las mujeres en elaboración de tejidos tradicionales, cocina, higiene, y reafirmación cultural las encierra en ocupaciones usualmente femeninas y en la afirmación primordial de su identidad étnica y de género como medio para captar recursos frente al turismo, al tiempo que invisibiliza su papel protagonista en el emprendimiento.

Relacionado con las ideologías de género, como sucede en otros países de América Latina, converge la discriminación étnica y racial según la cual los indígenas –tanto hombres como mujeres– reciben asistencia técnica por parte del Proyecto exclusivamente en la formación para la prestación de servicios en un mercado altamente desregulado y caracterizado por la desigualdad frente a operadores y empresas de turismo (los verdaderos beneficiarios del TRC en Perú), pero no para desempeñarse como gestores de las iniciativas. Y ello, a pesar de que la generación de jóvenes ha adquirido formación universitaria en disciplinas afines al turismo.

El caso excepcional que confirma esta hipótesis es el de Uros. Se trata de la única empresa de la red, que además es gestionada por una mujer. Enfrentándose al resto de su comunidad, con el activo apoyo de su familia, los talleres de formación en prestación de servicios brindados por el Proyecto, y haciendo uso de su capital económico y social, y, sobre todo, de su experiencia como líder en redes extracomunitarias en el ámbito del desarrollo y de los derechos humanos, consigue gestionar el negocio turístico familiar.

En definitiva, estos ejemplos ilustran la necesidad de planificar las políticas de desarrollo vinculadas al turismo desde un enfoque de género que garantice un acceso equitativo –de mujeres y hombres– a la propiedad, al conocimiento, a la tecnología, pero también a la formación y a la gestión. Para ello, es necesario ampliar la tendencia predominante centrada en lograr un aumento de los ingresos por medio de microproyectos que vinculan a la población local con el mercado turístico, e incorporar el análisis de las relaciones de poder. Este análisis permite identificar los diversos mecanismos socioculturales, políticos e institucionales que sostienen las inequidades de género y limitan el acceso de las mujeres a los recursos y espacios de toma de decisiones para revertirlos.

REFERENCIAS

- ANDERSON J. (2011). Políticas públicas y mujeres en el Perú. En P. Ruiz y R. Castro (Eds.). *Mujer Rural: cambios y persistencias en América Latina* (pp.1-36). Lima: CEPES.
- ASENSIO, R., ZARATE, P. & DURAND, A. (2013). *Políticas y experiencias relevantes para el empoderamiento de las mujeres rurales en Perú. Un análisis desde el enfoque territorial*. Santiago de Chile: RIMISP.
- BABB, F. E. (2012). Theorizing gender, race and Cultural Tourism in Latin America. A view from Peru and Mexico, *Latin American Perspectives*, 39(6), 36-50.
- CABALLÉ, A. (2000). Implicaciones de género en el desarrollo de la oferta de agroturismo en Navarra y Asturias". En R. GARCÍA y M. BAYLINA (Eds.). *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural* (pp.153-169). Barcelona: Oikos Tau.
- COMAROFF, J. & COMAROFF, J. L. (2011). *Etnicidad S.A.*, Buenos Aires: Katz.
- FERGUSON, L. (2010). Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 111, 123-133.
- FULLER, N. (2009). *Turismo y Cultura. Entre el entusiasmo y el recelo*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- FULLER, N. (2010). Turismo, género y economía doméstica. El caso de un distrito rural en el Perú. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 293-304.
- GARCÍA, M. D., & BAYLINA, M. (eds.). (2000). *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona: Oikos Tau.
- HALL, D. & KINNAIRD, V. (eds.) (1994). *Tourism: A gender analysis*, New York: Wiley.
- MALDONADO, C. (2006). *Turismo y Comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*, SEED: Documento de trabajo 79, Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2005). *Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) 2005-2015*, Lima: Dirección Nacional de Desarrollo Turístico y Dirección de Desarrollo del Producto Turístico.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2007). *Lineamientos para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú*, Lima.

- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2008). *Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), 2008-18. Síntesis para la puesta en operación*. Lima: Dirección Nacional de Desarrollo Turístico y Dirección de Desarrollo del Producto Turístico.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2009). *Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario, 2009-10*, Lima.
- MURGUIALDAY, C. (2012). Miradas del desarrollo a las mujeres y a las relaciones de género. En B. PÉREZ GALÁN (ed.), *Antropología y desarrollo. Discurso, Prácticas y Actores* (pp. 285-327). Madrid: Los libros de la Catarata.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2004). *Turismo y Atenuación de la pobreza. Recomendaciones para la Acción*, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2006). *Reducción de la pobreza por medio del turismo. Una compilación de buenas prácticas*, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2010a). *Manual sobre turismo y reducción de la pobreza: Medidas prácticas para destinos*, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2010b). *Global Report on Women in Tourism*, Madrid.
- PÉREZ GALÁN, B. (2008). El patrimonio inmaterial en proyectos de desarrollo territorial en comunidades indígenas de los Andes peruanos. *E- Revista de Patrimonio Histórico*, 3, 1-26.
- PÉREZ GALÁN, B. (2011). Retóricas de Turismo y desarrollo en los Andes. La red de Turismo Rural Comunitario *Pacha Paqareq*, Perú. En R. ASENSIO & B. PÉREZ GALÁN (eds.), *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio Cultural, Pueblos Indígenas y Nuevas formas de turismo en América Latina*, Tenerife/ Lima: Pasos Edita 8/ Instituto de Estudios Peruanos.
- PÉREZ GALÁN, B. (2012a) (ed.). *Antropología y desarrollo. Discurso, prácticas y actores*. Madrid: La Catarata.
- PÉREZ GALÁN, B. (2012b) (ed.). *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio Cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina* (con Asensio, R.) Tenerife/ Lima: Pasos edita 8/ Instituto de Estudios Peruanos.
- PROMPERÚ (2001). *Productos Turísticos Sostenibles. Experiencias en el Perú*, Lima: Comisión de Promoción del Perú.

- SCHEJTMAN, A. & J. A. BERDEGUÉ (2003). *Desarrollo territorial rural. Borrador de Trabajo*, Santiago de Chile: RIMISP.
- SPARRER, M. (2003). Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa. *Cuadernos de Turismo*, 11, pp. 181-197.
- VILLARINO, M. & CANOVES, G. (2000). Turismo rural en Galicia. Sin mujeres imposible. En M. D. GARCÍA y M. BAYLINA (eds.). *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural* (pp. 171-198), Barcelona: Oikos Tau.
- VV.AA. (2012). *Programa Nuevas Trenzas-Mujeres rurales jóvenes del siglo XXI*, Lima-Santiago de Chile: Instituto de Estudios Peruanos, FIDA, ONU-mujeres, RIMISP.
- VV.AA. (2013). *Enfoque territorial para el empoderamiento de las mujeres rurales en América Latina y el Caribe. Informe Final-Consultoría*. Santiago de Chile: ONU-Mujeres, CEPAL. RIMISP, FAO.
- WORLD WILD FOUND (2001). *Directrices para el Desarrollo del turismo comunitario*, Recuperado de <http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fassets.panda.org%2Fdownloads%2Fdi>
- ZORN, E., FARTHING, L. & HEALY, K. (2007). Desafíos de un turismo controlado por la comunidad: el caso de la Isla Taquile, Perú. En A. Ypeij & A. Zoomers (Eds.) *La Ruta Andina. Turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia* (pp. 123-157), Quito, Lima, Cuzco, Ámsterdam: AbyaYala, Instituto de Estudios Peruanos, Centro Bartolomé de las Casas, CEDLA, Abya-Yala.