

Empoderamiento de la mujer en el turismo. Caso Municipio y Parque Nacional Torotoro en Potosí - Bolivia

Israel Gonzalo Merida Coímbra*
Universidad Católica Boliviana San Pablo (Bolivia)

Fátima Zambrana Almaraz**
Universidad Mayor de San Simón (Bolivia)

Resumen: Este estudio inicia un aporte en la investigación sobre las mujeres en turismo en el municipio y Parque Nacional Torotoro en Potosí, área turística protegida por el Estado Plurinacional de Bolivia. El objetivo es analizar el estado actual del empoderamiento político, social, económico e individual de la mujer en el turismo comunitario en la zona. Siguiendo una metodología de enfoque cuantitativo, los principales resultados muestran que existen avances en los indicadores de empoderamiento y que la mujer ha ganado espacios importantes, en los ámbitos público como privado. Empero, quedan desafíos pendientes para ser incorporadas de manera plena en áreas administrativas, públicas, de valorización de sus productos o servicios, entre otros. El estudio concluye las vetas sobre las cuales se debe seguir trabajando para lograr un empoderamiento de la mujer en turismo de manera más sostenible en el tiempo.

Palabras clave: Empoderamiento; Mujer; Turismo comunitario; Turismo sostenible; Equidad.

Empowerment of women in tourism. Case of the Municipality and Torotoro National Park in Potosí – Bolivia

Abstract: This study is an initial contribution to research on women in tourism in the municipality of Potosí and the Torotoro, National Park, a tourist area protected by the Pluri-national State of Bolivia. The objective is to analyze the current state of the political, social, economic and individual empowerment of women in community tourism in the area. Following a quantitative methodology, the main results show that there are advances in the empowerment indicators and that women have gained important spaces in the public and private spheres. However, there are still pending challenges to be fully incorporated into administrative, public areas and valorisation of their products or services, among others. The study concludes the lines along which work must continue to achieve the empowerment of women in tourism in a more sustainable way over time.

Keywords: Empowerment; Women; Community tourism; Sustainable tourism; Equity.

1. Introducción y Marco Teórico

El término empoderamiento se ha convertido en el tema central dentro del discurso y práctica del desarrollo sostenible, esto ha generado que adquiera diversos significados según el contexto sociocultural y político desde donde se lo aborde. No obstante, la mayoría de los términos centran sus definiciones sobre proceso de adquisición del poder y capacidad en el ámbito individual o colectivo de tomar decisiones para mejorar su nivel de vida (Montaño, 2001).

* Universidad Católica Boliviana San Pablo (Bolivia); Centro de Investigación y Servicios en Turismo (CISTUR); <https://orcid.org/0009-0006-5795-6523>; E-mail: gonzanzalo.merida.coimbra@gmail.com

** Fundação João Pinheiro (Brasil); <https://orcid.org/0000-0002-9826-5300>; E-mail: fatima.z@umss.edu

Cite: Mérida, G. M. & Zambrana, F. (2024). Empoderamiento de la mujer en el turismo. Caso Municipio y Parque Nacional Torotoro en Potosí – Bolivia. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1), 75-90. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.005>

El empoderamiento es fundamental para adquirir autonomía y fuerza para “[dejar] de ser objeto de la historia, la política y la cultura, dejar de ser el objeto de los otros, es decir, dejar de ser-para-otros, y se convierte en sujeta de la propia vida, en ser-para-sí-misma, en protagonista de la historia, la cultura, la política y la vida social” (Lagarde, 2004). Se entiende empoderamiento como un proceso de cambio personal y colectivo que tiene como consecuencia y fin la transformación de las relaciones de poder entre mujeres y hombres (Batliwala, 1994). Es un concepto poderoso, estratégico, cargado de positividad y dirigido al desarrollo de las capacidades personales y colectivas de las mujeres (Urzelai, 2014), el empoderamiento es “la expansión de la habilidad de las personas para hacer elecciones vitales estratégicas, en contextos donde tal habilidad les había sido negada previamente” (Naila Kabeer, 1999, citada en Murguialday, 2006). Según ONU Mujeres (2017), el empoderamiento de las mujeres en América Latina ha aumentado en los últimos veinte años; aunque aún existen desigualdades, sobre todo en las áreas rurales, donde, según la CEPAL (2018), la pobreza y la pobreza extrema femeninas alcanzaron un 43,5% y un 24,9% en 2014, respectivamente.

El empoderamiento de las mujeres es una cuestión de justicia y de derechos, aunque es también un desafío económico ineludible que permite a las mujeres, según la Organización de Cooperación Internacional en favor del Empoderamiento Económico de la Mujer (CECI), adquirir un poder positivo y no un “poder sobre los demás o relación de dominación o subordinación”, en el cual éstas consolidan su confianza y autoestima contribuyendo en igualdad de condiciones al crecimiento económico de su localidad o país; logran tener un acceso equitativo a recursos y oportunidades económicas; generan ingresos suficientes de manera sostenible para satisfacer sus necesidades logrando su autonomía, así como para ahorrar y reinvertir y, finalmente, adquieren la capacidad de tomar decisiones en sus actividades económicas por lo que también son actoras valoradas y reconocidas en proyectos de desarrollo. Por lo que, para lograrlo ciertas medidas deben enfocarse específicamente en los hombres y los niños, ya que es necesario que ellos reconozcan las desigualdades que afectan la capacidad de actuar de las mujeres, debido a las masculinidades dominantes que acentúan las relaciones desiguales de poder entre mujeres y hombres (CECI, 2019).

Además, existe una clara correlación positiva entre la equidad de género y sus efectos económicos: a medida que mejora la equidad de género, mejora el crecimiento económico. Razón por la que se ha medido el crecimiento económico como un indicador del empoderamiento económico de las mujeres (Klugman y Tyson, 2016). El quinto objetivo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible busca lograr la igualdad entre géneros y empoderar a las mujeres y las niñas de todo el mundo (ONU, 2018). La igualdad de género, además de ser un derecho humano fundamental, es imprescindible para lograr sociedades pacíficas, con pleno potencial humano y capaz de desarrollarse de forma sostenible.

Está demostrado que el empoderamiento de las mujeres estimula la productividad, el crecimiento económico y el desarrollo sostenible (ONU, 2021) y que, en este contexto, a su vez, el turismo aporta al desarrollo sostenible, cuando tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas (OMT, 2021).

Estudios señalan que las mujeres son las más afectadas cuando hay una insuficiente inversión en servicios básicos como servicios de salud, servicios de agua, saneamiento, transporte, acceso a fuentes de energía, etc., debido a que éstas son las que asumen en el hogar, principalmente, las tareas de obtención de alimentos, recolección de agua y leña, cocina, trabajo de cuidado, entre otros (Pacheco et al., 2011; RIMISP, 2013). Además, en una sociedad tradicional, el compromiso de un mayor acceso a los servicios mencionados es difícil de garantizar, porque instituciones locales dirigidas por varones podrían no coincidir con dichos intereses (Braunstein, 2007). La falta de compromiso de los hombres tiende a dejar los procesos sin cambios y el esfuerzo por la equidad de género podría ser interpretado como un desafío a las normas tradicionales (Themboth et al., 2010) y que, según Collier (1988), los servicios de extensión y capacitación tienen un sesgo de género, directa e indirectamente, porque los propios agentes de extensión son hombres. Sin embargo, para Mendoza y Carrillo (2015), el empoderamiento de la mujer abre espacios de participación donde antes éstas eran excluidas.

Algunos estudios de la región realizados, como el de “Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica” de Fergurson (2010) devela que existen profundas desigualdades por razón de género, etnia, clase y nacionalidad, y que éstas podrían ser una veta para el análisis de políticas que potencien la igualdad de género en el sector y el empoderamiento de las mujeres. A su vez, en Ecuador, García (2015) sostiene que es central la generación de “auto-valoración’ de las mujeres sobre sí mismas, la toma de control de sus vidas y recursos materiales”, de manera que repercute en su actividad en el turismo comunitario; Cabanilla y Rendón (2020), por su parte, también en Ecuador, sostienen que el turismo comunitario significa una importante posibilidad para generación de ingresos

de mujeres, lo que les daría mayor poder de decisión en el ámbito familiar. Estos estudios coinciden en que la información generada sobre el turismo con transversalización de género es escasa en la región y que el empoderamiento de las mujeres en el turismo, tendría beneficios tanto privados individuales en el ámbito familiar, como repercusiones positivas en el sector mismo.

La importancia económica del turismo en Torotoro fue medida a través de su tasa de crecimiento económico anual; en ello se evidencia que dicha tasa es más relevante que el promedio de crecimiento de turismo en Bolivia (UDAPE, 2015). Esta actividad económica creció de manera sostenida entre 2010 y 2018 a una tasa del 32% anual, incrementando el flujo de turistas de 7.000 a 24.000 visitantes/año, durante este periodo. Asimismo, los ingresos económicos por turismo crecieron de manera sostenida hasta llegar en 2018 a poco más de 12 millones de bolivianos. Este ingreso cayó el 2020 -por la pandemia del COVID-19- en un 77,30%, e inició su recuperación bastante rápida hasta un 48% durante el 2021, influida en gran medida por una certificación internacional como el “Único Destino Bioseguro de Bolivia” otorgado por INTEDYA - International Dynamic Advisors (Merida, 2020; Merida y Orellana, 2021).

Sin embargo, siendo que el turismo representa una de las actividades económicas principales en el desarrollo del municipio y el Parque Nacional Torotoro (PNTT) y la importancia que en éstas tiene el empoderamiento de las mujeres, no existe información e investigación suficiente; además que las instituciones vinculadas no consideran el tema de género ni en sus procesos de investigación ni en las estadísticas de gestión, lo que genera debilidades de información para mejorar los niveles de equidad y empoderamiento de las mujeres en turismo (Merida, 2021).

La inexistencia de información y acceso por parte de las mujeres a datos específicos para realizar una gestión sostenible de sus emprendimientos turísticos, hace imprescindible un aporte académico y público a procesos de investigación para el desarrollo del empoderamiento de la mujer en esta actividad económica. Por tanto, este trabajo inicia una veta importante de análisis en el que se genera información relevante de la participación y el empoderamiento de la mujer en el sector de turismo, principalmente en el área de estudio considerada como uno de los destinos turísticos principales de Bolivia. En este entendido, la pregunta de investigación del estudio es ¿cuál es el estado actual del empoderamiento social y económico de la mujer en el turismo en el Municipio y Parque Nacional de Torotoro?

En este contexto, el objetivo del artículo se centra en analizar el estado actual del empoderamiento político, social, económico –financiero y personal de la mujer en el turismo comunitario en el Municipio y Parque Nacional de Torotoro, Bolivia, como aporte fundamental al proceso de desarrollo sostenible certificado internacionalmente que ostenta el destino. Este estudio, por tanto, puede aportar a hacer de las mujeres en Torotoro un sujeto y protagonista de su historia, la cultura, la política y la vida social en este patrimonio natural de los bolivianos.

Para alcanzar el objetivo se realiza, en primera instancia, una identificación de línea de base, para después a través de encuestas, con un enfoque de meta matriz, identificar indicadores de empoderamiento político, social, económico e individual. Los principales resultados muestran que existen avances en los indicadores y que la mujer ha ganado espacios importantes en el rubro, tanto en el ámbito público como privado. Sin embargo, también resalta que, pese a los avances logrados, todavía quedan desafíos pendientes para incorporar de manera plena a la mujer en el turismo de Torotoro, entre ellos: la mujer no tiene aún acceso suficiente a cargos jerárquicos en la gestión pública, (solo 31% participa en la toma de decisiones públicas), no existen incentivos vinculados a la reducción de impuestos, valorización de productos y servicios turísticos de la mujer, tienen bajo acceso y control sobre de la tierra y los derechos de propiedad en sus emprendimientos, un bajo porcentaje dispone de certificados de derecho propietario, entre otros. Finalmente, a manera de conclusión y recomendación, se proponen ciertos lineamientos de acción orientadas a consolidar el desarrollo sostenible del destino de la actividad económica y el empoderamiento de la mujer en Torotoro.

2. Metodología

El estudio se realizó en el Parque Nacional Torotoro (PNTT), ubicado en la provincia de Charcas al norte del departamento de Potosí, que es un área protegida del Estado Plurinacional de Bolivia creada mediante Decreto Supremo N° 22269, con el fin de conservar la flora y fauna silvestre de los valles interandinos, sitios patrimoniales paleontológicos y arqueológicos, que representan su mayor potencial turístico y que cuenta con un total de 27 comunidades indígenas originarias directa e indirectamente vinculadas al Área Protegida y 10 de ellas vinculadas directamente con turismo (SERNAP, 2020). (Ver Anexo 1).

La investigación es de enfoque cuantitativo puesto que la recolección de los datos se fundamenta en la medición a través de porcentajes y de números absolutos, las características evaluadas de las dimensiones

consideradas a través de los indicadores seleccionados, utilizando la estadística descriptiva para este fin (Hernández Sampieri et al., 2010). Así, se prioriza la elaboración de indicadores de empoderamiento de la mujer en turismo, a través del diseño de una meta matriz que incluye las cuatro dimensiones vinculadas con el empoderamiento socioeconómico de la mujer en turismo y sus respectivos criterios e indicadores evaluados (Ver Cuadro 1).

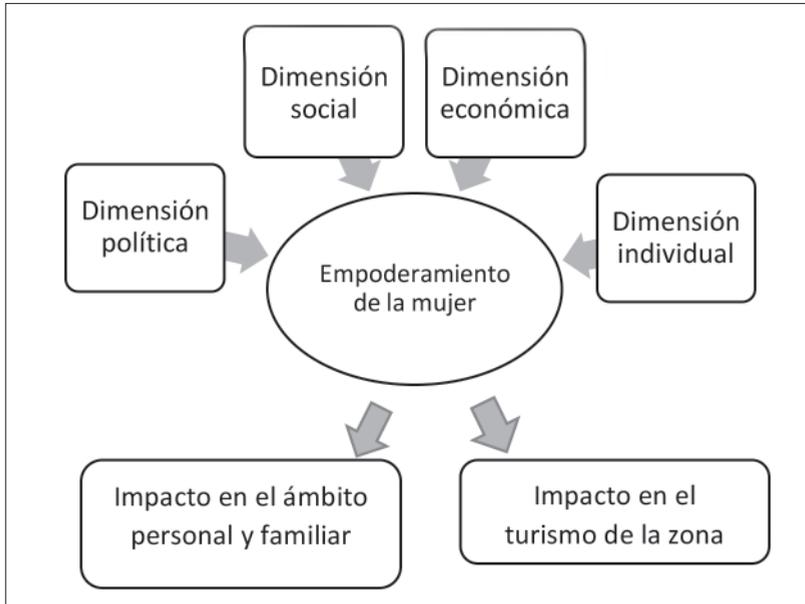
Cuadro 1: Dimensiones, criterios e indicadores de Empoderamiento Socioeconómicos

Dimensiones	Criterios	Indicadores evaluados
1. Dimensión Política	a. Toma de Decisiones	Autonomía en la Toma de Decisiones
	b. Política y legislación	Nº de leyes y reglamentos a favor de la mujer
	c. Participación de la Mujer en la Vida política	% de Concejalas Mujeres últimos 10 años. Nº de funcionarias jerárquicas en servicio publico Nº de trabajadoras total dentro del municipio
	d. Inversión Pública en Turismo	% de asignación e importancia pública vinculada con Turismo y la Mujer
2. Dimensión Colectivo Social	a. Acceso equitativo a Formación y Capacitación en Turismo	% de estudiantes mujeres en la carrera de turismo. Tasa de deserción y barreras para estudiar y ejercer en turismo Nº y % de mujeres capacitadas en turismo.
	b. Acceso y control sobre la tierra y derechos de propiedad vinculada con turismo.	% de mujeres que son dueñas de sus emprendimientos de turismo % de Mujeres que tienen derechos sobre la tierra donde trabajan.
	c. Investigación y Acceso equitativo de mujeres a información	Nº de instrumentos de acceso de las estudiantes y mujeres a información % de Acceso equitativo a información en política.
3. Dimensión Económica-Financiera	a. Capacidad en ámbito familiar y comunitario para enfrentar necesidades de las mujeres.	Nº de empleos directos y participación del turismo para la mujer. Grado de diversificación y seguridad del ingreso y empleo en turismo
	b. Autonomía y seguridad económica familiar y empresarial	Nº total de horas/día de trabajo asalariado o por cuenta propia Poder para decidir sobre ingresos propios y los gastos del hogar. % de distribución del Ingreso según tipo de gasto
	c. Importancia Económica del Turismo y Acceso equitativo a recursos económicos y financieros para la Mujer	Importancia económica del turismo para la mujer. Nº de Incentivos financieros a emprendimientos de mujeres en turismo. # de mujeres que cuentan con un préstamo bancario para turismo
	d. Acceso equitativo a empleo e ingresos sostenibles de la mujer en turismo.	Equidad en el acceso a los diferentes empleos generados por el turismo Nivel de estabilidad y rotación en el empleo de la mujer en turismo. % de empleos por cuenta propia liderado por la mujer en turismo. Nº de Horas/día en actividad remunerada
	e. Creación y Desarrollo de Emprendimientos económicos liderados por mujeres en turismo	Nº emprendimientos liderados por mujeres. % de mujeres que aportan en actividades no remuneradas
4. Dimensión Individual personal	a. Identidad y conciencia de empoderamiento y rol económico de la Mujer.	Grado de conciencia que tiene la mujer sobre su rol en turismo.
	b. Libertad de Expresión de la mujer en su desarrollo individual y colectivo	% de mujeres que perciben libertad de expresión en sus actividades.
	c. Confianza, autoestima y desarrollo personal	% de mujeres que tienen auto confianza en su rol y vida personal Autoestima personal; Escala de Rosenberg Nº de horas/día que dedica la mujer a su desarrollo
	d. Auto reconocimiento y valor del rol de la mujer en la economía del turismo	% de mujeres que aspiran a tener emprendimientos propios en turismo

Fuente: Elaboración propia, basado en Ávila Moreno (2018).

Las dimensiones de empoderamiento de la mujer se presentan en el gráfico a continuación, el que está determinado según las dimensiones políticas, social, económica e individual personal. A mayor empoderamiento en dichas dimensiones, el empoderamiento de la mujer, el cual presentaría ya impactos positivos a nivel personal y familiar y también resultaría en un impacto positivo en el sector turístico de la zona.

Figura 1: Dimensiones del empoderamiento de la mujer



Fuente: Elaboración propia

Para la obtención de esta información, el relevamiento de información del estudio, se realizó en cinco meses, de julio y noviembre del 2021 y los procesos de complementación y sistematización hasta abril del 2022. Las fuentes de información usadas fueron primarias y secundarias.

El levantamiento de encuestas –como información primaria - toma en cuenta al total del Universo de mujeres que trabajan en turismo en Torotoro. Ello incluyó: funcionarias públicas (Gobierno Autónomo Municipal de Torotoro y Parque Nacional Torotoro) y mujeres empleadas o que trabajan por cuenta propia en hoteles, albergues, restaurantes, mercados, transporte y guías de turismo.

La encuesta presenta una primera sección de identificación de la encuestada con características personales y de ocupación, seguida de secciones tanto en la dimensión política, colectivo social, económica financiera e individual personal, relacionando en cada caso con los criterios considerados y expuestos en el *Cuadro 1*.

La muestra incluyó 13 estudiantes y 64 mujeres relacionadas, obtenidas con la fórmula:

$$n = \frac{N Z^2 p q}{d^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Donde:

El n calculado, considero:

N: Universo, la totalidad de la población, grupo 1 (47 estudiantes), grupo 2 (163 actores), y los siguientes datos:

Z: nivel de confianza al 95% correspondiente a un valor de 1.96

P: proporción esperada de 0.05

1 – p (q) = 0.95

d: desviación estándar (d) = 0.05

Para complementar, se realizaron entrevistas y talleres bajo el enfoque de las encuestas, con un grupo Focal de 13 de lideresas de emprendimientos en Torotoro, cuyos resultados corroboraron completaron los resultados de las encuestas.

Respecto a las fuentes secundarias, se revisaron bases de datos y documentos del Gobierno Municipal, del SERNAP, así como otra bibliografía de organizaciones o investigaciones en el tema.

3. Resultados

Se evidencia en percepción de las encuestadas, un aporte innovador de la investigación y metodología aplicada, inexistente antes del presente estudio del empoderamiento de la mujer en el sector de turismo. La metodología también evidencia un aporte teórico práctico de cómo integrar indicadores cuantificables en todas las dimensiones del empoderamiento.

De manera general, el 55% de las mujeres encuestadas, se encuentran entre 25 y 40 años y un 31% entre 40 y 60 años. En cambio, el 62% de las estudiantes de turismo tiene entre los 18 y 25 años y el 31% está entre los 26 y los 30 años.

Los resultados del estudio se muestran según las cuatro dimensiones del Empoderamiento de las Mujeres en Turismo como son: la política, la colectiva social, la económica financiera y la individual personal.

3.1. Dimensión política.

La participación de la mujer en cargos públicos del Gobierno Autónomo Municipal de Torotoro (GAMTT), es relativamente paritaria en cuanto su presencia de ella en el Concejo Municipal, donde entre 2012-2020 se evidencia una representación de tres concejales de un total de cinco, es decir el 60% del órgano Legislativo del GAMTT. No obstante, esta representación bajó en la gestión de 2021-2024 a dos concejales de cinco (40% de mujeres). Por más de una década, las mujeres han sido protagonistas en la toma de decisiones en la gestión de política pública del municipio, sobre todo en lo referido a sus derechos y empoderamiento y, aunque esto es un avance en la igualdad de oportunidades. Durante el mismo periodo de tiempo, no ha existido históricamente acceso ni apertura a la postulación de la mujer al cargo jerárquico de alcaldesa.

Respecto a los avances de política y legislación en favor de la mujer, el GAMTT ha puesto en marcha la “Ley Municipal de Promoción, Prevención y Atención de los Derechos de la Mujer”, que establece una estructura institucional participativa para la implementación, seguimiento y evaluación, basada en la constitución de los “Comités comunales de promoción, prevención de derechos de la mujer”, los cuales establecen que éstas son organizaciones de carácter comunitario, para asegurar la implementación de dicha ley en todas las comunidades. Sin embargo, esta Ley, según (CEDESCO -GAMTT, 2017), está aún lejos de su aplicación integral.

Los resultados reflejan que la participación de la mujer en la vida política y gestión pública es relativamente baja, ya que el 69% de las mujeres encuestadas expresaron que no participan o no les interesa participar en la vida política. Entre las razones vertidas, priman la existencia de barreras principalmente de tiempo y de capacitación suficiente: la primera haciendo referencia a la prioridad de trabajar para el sustento del hogar, así como el tiempo invertido en el trabajo de cuidado; la segunda hace énfasis en las limitaciones en cuanto a su capacitación para acceder a espacios de actividad política y, la tercera, a las exigencias y condiciones de afiliación partidaria, no necesariamente compartidas y que además implica un riesgo familiar.

A pesar de la importancia económica que tiene el turismo para el Municipio, la asignación de presupuesto público del GAM al sector de turismo, género y empoderamiento de la mujer es muy bajo. Ello se evidencia en los siguientes hallazgos:

- i) La Estructura Orgánica vigente del GAM, no cuenta con una dirección ni jefatura de turismo, solo dispone de una oficina de turismo, que contiene únicamente un consultor para el sector.
- ii) Según el PTDI (2016-2020), las prioridades de inversión pública planificada fueron 42% a caminos; 18,3% Agua Potable y Riego; 9,8% a infraestructura incluido salud; 9,15% urbanismo; 8,4% a producción agrícola. Otros 11,45% y Turismo tuvo una asignación de solo 0,9% del total de presupuesto con una inversión total de Bs 1.153.927.
- iii) No se evidenció proyectos relevantes de inversión pública dirigidos a las mujeres en turismo.
- iv) Respecto a la Toma de Decisiones, se evidencia un buen nivel en la autonomía, participación e independencia ya anclada de la mujer en la gestión pública, a través de, por ejemplo, liderazgos y empoderamiento dentro el Consejo Municipal y la gestión de proyectos de inversión pública.

3.2. Dimensión colectivo social.

El destino cuenta desde el 2009 con la presencia del Instituto Tecnológico Superior Charcas (ITSCH) que imparte la Carrera de Turismo a nivel de Técnico Superior y promueve una capacitación parcialmente adaptada al contexto local, capacitación en tecnologías de la información y comunicaciones, especialmente en lo que respecta a plataformas digitales de turismo. No obstante, se puede evidenciar que su actual Plan de Estudios no ofrece capacitación alguna en igualdad de género ni empoderamiento de las mujeres.

El 62% de los estudiantes de turismo en Torotoro son mujeres, de las cuales, el 85% son solteras y 15% son casadas, el 46% son madres y el 54% vive aún con sus padres siendo que son mayores de edad. La mayor parte de las estudiantes sostienen que dedican más de 4 horas/día a labores del hogar, aspectos que indican inciden en la deserción estudiantil que alcanza un 12%.

La mayoría de las estudiantes encuestadas (92,3%) consideran que hay igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres para acceder y formarse en el área de turismo, sin embargo, respecto al acceso de oportunidades en el mercado laboral, lo consideran inequitativo, frente a la competencia de profesionales que vienen de fuera de Torotoro. Según Merida (2021), esta inequidad en el acceso, desde el punto de vista institucional, se presenta por tres causales fundamentales: El nivel máximo de formación ofertado localmente por el ITSCH es de “Técnico Superior” y las licitaciones o concursos a empleos en turismo demandan (TDRs) nivel de “Licenciatura”; el perfil de formación local no incluye habilidades de gerenciamiento empresarial exigido en el mercado y las convocatorias o concursos a empleos no incluyen perfil de técnico superior del egresado del ITSCH.

Por otro lado, las estudiantes identifican como barreras para completar su educación y formación, el matrimonio o hijos a corta edad (31%), las limitaciones económicas o la pobreza (23%); al trabajo, las labores domésticas o que la pareja les pide dejar de estudiar (8%), a que no disponen de instalaciones o servicios de apoyo en su trabajo para el cuidado de los niños/as (7%) y a más de una de las razones indicadas anteriormente (31%). Estas percepciones son coincidentes con los resultados del estudio de ONU Mujeres (2013).

Respecto a la forma en la que acceden las mujeres a la formación en turismo, establece que el 77% de ellas paga sus estudios por cuenta propia y el resto recibe apoyo de sus padres o familiares. Para pagar sus estudios solo poco más de 33% ha buscado o accedido a préstamos. Es relevante que la mayor parte de estudiantes mujeres, no han realizado en los últimos dos años ningún tipo de pasantía pre profesional dentro el sector, porque ni el Instituto de Formación ni el mercado genera oportunidades bajo esta modalidad de servicio de enseñanza - aprendizaje.

Las áreas de oportunidad como fuente de trabajo en el mercado actual en Torotoro identificadas por las estudiantes de turismo, establecen a la gastronomía como el área primordial de interés (38%), le sigue el hotelería (23%) y el guiaje (23%). Las áreas consideradas por las estudiantes con menor oportunidad de acceso para ellas son transporte de pasajeros o turistas (69%), a la cual creen que no tienen acceso en igualdad de oportunidad con los hombres, al no existir escuelas de conducción y el prejuicio de que “las mujeres no manejan bien”, lo cual refleja la persistencia en la sociedad de prejuicios relacionados a la tradicional percepción de la división sexual del trabajo.

Respecto al nivel de formación y estudios que tiene el total de las mujeres que se dedican a la gestión turística en el destino de Torotoro, evidencia que la mayoría de ellas (73%), tiene estudios solo a nivel escolar (primaria, secundaria o bachillerato); un 26% tiene estudios a nivel técnico superior o de licenciatura y solo 1% de las mujeres tiene nivel de maestría. Si bien el nivel de formación en su mayoría es el escolar, ellas muestran alto interés motivación y participación en procesos de capacitación no formales impartida por centros especializados. El 58% de las mujeres del sector turismo participaron en uno o más en cursos en las áreas de paleontología, espeleología, bioseguridad, atención al cliente, manejo de alimentos, políticas y gestión pública, artesanías, inglés, manejo de grupos, hospedaje, guiaje biocultural, primeros auxilios, TIC's, patrimonio gastronómico, medio ambiente, emprendimientos comunitarios y empoderamiento de la mujer.

Este bajo nivel actual de formación profesional, según ellas, puede explicar la limitada representación de las mujeres en el mercado ligado con puestos de alta dirección y gerencia en el sector turístico, aspecto corroborado en los resultados del estudio de Baum y Cheung (2015).

Respecto a los derechos de propiedad de los emprendimientos turísticos liderado por mujeres, se evidencia que el 65 % de los mismos no son propios, las tiendas de comercio y restaurantes en las que trabajan, pertenecen a otro propietario, sobre los que pagan un alquiler para poder prestar su servicio. El mismo patrón ocurre con los predios del mercado de las mujeres que prestan servicio de alimentación al visitante, donde las mujeres pagan un alquiler al Gobierno Municipal. Del 35% de mujeres que,

si tiene un emprendimiento propio, solo 11% cuentan con derechos de propiedad regularizados del emprendimiento.

Es importante resaltar que la mayor parte de los comercios y negocios en Torotoro, no cuentan con NIT, pero sí con permiso de funcionamiento (otorgado por el GAMTT), representando una barrera a utilizarlos como garantía para obtener préstamos bancarios. En buena parte la falta de regularización del derecho propietario se debe al costo y burocracia para obtener la propiedad.

El resultado sobre los bajos niveles de acceso al derecho propietario de la mujer sobre sus emprendimientos en turismo, coincide con lo encontrado por Ferguson (2010), en sentido que las mujeres emprendedoras, se enfrentan a obstáculos como la ausencia de títulos de propiedad -las empresas están a nombre de sus parejas, operan en la informalidad por lo complicado y costoso de los trámites y falta de capacitación y dificultad para acceder a financiación, crear redes comerciales o conciliar trabajo y familia. Sin embargo, respecto a la tenencia y propiedad de tierras, la equidad cambia positivamente, dado que el acceso a este tipo de propiedad es alto, ya que 70% de las mujeres encuestadas, indica tener algún tipo de terreno propio o por relación familiar. Este hecho podría canalizarse a ser una ventaja para las mujeres, en tanto este derecho propietario sobre tierra les permitiría acceder a créditos bancarios o tener espacios apropiados para emprendimientos turísticos o relativos, en el que las mujeres sean las principales agentes.

Se evidencia que en Torotoro no se genera información o bases de datos desagregados por sexo. Por ahora ni el Instituto Superior Charcas que imparte la carrera de turismo, ni otras instituciones vinculadas con turismo lo consideran en sus procesos de investigación innovación y desarrollo, lo que genera ausencia de información sólida sobre el estado de equidad y empoderamiento de las mujeres en el rubro, lo que impediría también la elaboración de programas y proyectos acordes a la realidad que beneficien al desarrollo sostenible del turismo desde el empoderamiento de las mujeres.

En general existe un bajo acceso a información y conocimiento de las mujeres para realizar una gestión sostenible o expansión de sus emprendimientos turísticos. De todas las que tiene un emprendimiento propio o familiar, el 56% indicó no conocer ni manejar ningún instrumento de planificación, marketing, administración o finanzas para el desarrollo de sus emprendimientos. La mayor parte de ellas (63%) considera que no tienen acceso a información del ámbito político y consideran que los canales de acceso a información sobre políticas públicas y vinculadas con el turismo son escasos o inexistentes. Los medios usados para actualizarse son el Internet, comunicación informal “lo que cuentan” y en menor porcentaje (27%) usa la radio y televisión.

3.3. Dimensión económica- financiera.

Esta dimensión prioriza para el análisis, la capacidad de las mujeres para enfrentar sus necesidades e intereses, su nivel de autonomía y seguridad económica familiar y empresarial, el acceso equitativo a recursos financieros, así como a empleo e ingresos sostenibles de la mujer en turismo.

En Torotoro el turismo genera al menos diez tipos de rubros o fuentes de ingresos y empleos directos. En todos ellos existe una participación y distribución de los beneficios generados por el turismo hacia la mujer que participa en el rubro, sin embargo, existen sectores como el guiaje, transporte y cargos públicos jerárquicos del poder ejecutivo donde existe un bajo o inexistente acceso de las mujeres. Se estima que los diez tipos de empleo del sector, emplea de manera directa en total 163 mujeres que reciben los beneficios e ingresos del turismo, donde el 85% de ellas son trabajadoras por cuenta propia y, por tanto, su acceso a la seguridad social es excepcional, según la información obtenida a través de las entrevistas, información además coincidente con SERNAP (2020).

En cuanto a la diversificación de fuentes de ingreso y empleo, la mayor parte (65%) de las mujeres que trabajan en turismo, diversifican sus actividades económicas, principalmente en los rubros de comercio y agricultura, con el fin de asegurar el sustento familiar alimentario, por ejemplo, a través del “trabajo comunal” que implica participación de la mujer en ciertas épocas de siembra o cosecha agrícola. La diversificación también responde según criterio de ellas a buscar la seguridad de los ingresos familiares en épocas de caídas de afluencia o temporada baja.

Respecto al poder para decidir sobre el uso de los ingresos propios, los gastos del hogar y la autonomía de las decisiones políticas, de trabajo, de religión, educación y salud familiar, nos muestra que 50% de las mujeres encuestadas toman decisiones por sí mismas, el 45% las toman junto con su pareja y solo un 5% indica que las toma en pareja o el padre.

Respecto a la distribución de los ingresos según el tipo de gasto, las encuestas y entrevistas aplicadas, muestran que el 49% de las mujeres destinan su ingreso a los gastos del hogar, el 12% a la educación,

21% a gastos personales y solo cerca del 5% puede destinar a generar mejores condiciones o expansión económica de sus emprendimientos en turismo.

A pesar de la importancia económica del turismo en Torotoro y tener un crecimiento sostenido en 32% anual entre el año 2010 y el 2018, no existe en el mercado financiero la promoción, incentivos ni oferta de créditos bancarios en turismo para la mujer, a pesar de que el 67% de las encuestadas tiene conocimiento cómo realizar un préstamo bancario. La falta de oferta de créditos financieros y capital de trabajo en el sector turismo, son restricciones para iniciar o poder expandir el desarrollo de los emprendimientos de las mujeres en el sector. El sistema de garantías solidarias en Bolivia no es un servicio ofertado en Torotoro.

Según la percepción de las mujeres encuestadas, la equidad en el acceso a los diferentes empleos generados por el turismo, varía según la actividad económica, siendo más equitativo el acceso en actividades de comercio, artesanía y gastronomía donde trabajan poco más del 43% de ellas, poco equitativo en actividades de guiaje, administración hotelera y docencia, e inequitativo en actividades de transporte donde ellas no tienen acceso.

El estudio, por tanto, evidencia dos desigualdades relevantes en el acceso al empleo para las mujeres; el primero referido a la jerarquía del empleo, donde en muchos casos los roles de la mujer se relacionan con ocupaciones de baja jerarquía como cocineras, lavanderas, limpieza en hotelería que muchas veces constituyen una extensión de los quehaceres domésticos. El segundo referido a la inequidad en el acceso al empleo de “Guías de Turismo”, por hoy dominado por varones, de 145 guías afiliados a la Asociación de Guías, solo 23 son mujeres, así como la falta de acceso a las actividades de transporte de turistas donde no tiene acceso.

Este hallazgo en el destino de Torotoro vinculado con las desigualdades en el guiaje, es coincidente con las tendencias en varios países de América Latina. Según la OMT y ONU (2013), la actividad de guía de turismo es un área poco accesible para las mujeres y que esta especialidad es a menudo considerada una profesión atractiva para los países en desarrollo debido a las propinas ofrecidas por el turista extranjero y que, en muchas sociedades, sin embargo, la profesión está orientada a los hombres, por lo que las mujeres que la ejercen enfrentan hechos de discriminación.

Asimismo, el bajo nivel jerárquico del empleo de la mujer en turismo, coincide con los resultados de los estudios de Ontiveros et al. (2015) y la OMT (2019) que advierte que “las mujeres tienden a orientarse principalmente a los puestos de trabajo relacionados con la cocina, la limpieza y el hospedaje”, y que a pesar que las mujeres representan la mayoría de los trabajadores del turismo, por lo general, están relegadas a posiciones de menor nivel en el sector y que existe además una brecha de género en cuanto a ingresos, puesto que las mujeres ganan menos que los hombres por un trabajo equivalente.

Un aspecto que no deja de ser relevante, es que en el destino existe un bajo nivel de oferta y contratación de empleo para mujeres técnicas o profesionales egresadas del ITSCH, su Director expresa que “Las instituciones públicas y privadas del sector, realizan sus convocatorias públicas bajo requisitos y términos de referencia que no están dirigidos a las mujeres y jóvenes egresados localmente, sino para profesionales externos” (Entrevista especial al Director del ITSCH). Por su parte las encuestas revelan que el 76% de las egresadas en turismo no se presentaron o postularon a cargos en turismo, que les excluye el acceso en los Términos de Referencia de las Convocatorias.

Esta barrera de equidad en el acceso a empleo para mujeres profesionales en turismo del ITSCH, está principalmente relacionado a que el perfil de profesionales que está generando el Instituto, en buena parte no responde a la demanda del mercado tanto por el grado académico como por ciertas debilidades de la formación como la capacidad y conocimiento para diseño y gestión de proyectos de turismo, corroborado por el 70% de las encuestadas que indican que no cuentan con conocimiento suficientes en esta demanda y que aquellas que sí tenían conocimiento había adquirido conocimiento por cuenta propia.

Respecto a la estabilidad y sostenibilidad del empleo en turismo para la mujer, en general es variable, por ejemplo, en actividades de comercio y artesanía los empleos duran entre 5 a 30 años, en guiaje ha sido más estable y sostenible el cual está por encima de 10 años. Sin embargo, los empleos públicos son de menor estabilidad y mayor rotación la cual se encuentra entre 2 a 5 años, siendo los empleos con mayor rotación los emprendimientos de turismo comunitario, dado el control existente en los sindicatos agrarios donde la duración de los empleos son de máximo 2 años.

Las mujeres que trabajan en el mercado de turismo lo hacen principalmente (92%) de manera informal y por cuenta propia, careciendo de beneficios sociales o seguros de salud, no reciben un sueldo mensual fijo y sus ingresos dependen de la venta de sus productos y servicios que logran diariamente. A esto se suma que un alto porcentaje, pagan alquiler por el local de su emprendimiento, reduciendo

su seguridad económica y jurídica. Las funcionarias públicas del Gobierno Municipal, Parque Nacional - SERNAP y el Instituto Superior Charcas reciben un sueldo regular y trabajan en tareas de turismo 8 horas/ día, al igual que los hombres. En tanto que las mujeres y hombres que trabajan por cuenta propia, su tiempo de trabajo oscila alrededor de 14 horas/día.

En relación a si la mujer vinculada en turismo participa y colabora voluntariamente en actividades turismo, el 59% de las encuestadas indica que no participa de manera voluntaria y el 41% lo hace principalmente en actividades de guiaje cuando hay muchos turistas o limpiando áreas turísticas como servicio al sector que les genera beneficios.

El 100% de las mujeres encuestadas y mujeres líderes entrevistadas aspiran tener y desarrollar un emprendimiento propio, actualmente resaltan al menos 7 emprendimientos creados y/o liderados por mujeres en turismo: “Rosas Tika’s” en artesanía, costura y servicios múltiples en turismo, el “Hostal Torotoro”, el hostal y discoteca “El Encuentro”, el restaurante – discoteca “El Olvido”, la Asociación de Comideras del Mercado, el hospedaje, restaurante “Torotoro - El buen Gusto”, el “Hostal Esperanza” y varias tiendas y comercios. El principal problema de los emprendimientos de artesanías, (caso Rosas Tika’s), son sus costos y escalas (Comunitarias locales) de producción que no les permite competir con los precios de mercado y producto del comercio (chino) introducido desde Cochabamba.

La creación y/o desarrollo sostenible de emprendimientos económicos propios liderados por mujeres en turismo, está ligada con las actuales capacidades de gerenciamiento de proyectos y planes de negocio. De las mujeres líderes que tienen hoy emprendimientos propios o familiares (35 % del total de mujeres), menos de la mitad de ellas cuenta con capacidades gerenciales y administración de proyectos y planes de negocio.

3.4. Dimensión individual personal.

Esta dimensión prioriza el análisis de la identidad conciencia y voluntad (poder interior), poder positivo, la libertad de expresión, confianza, autoestima, desarrollo personal y el auto reconocimiento. Los resultados evidencian un alto grado de conciencia que tiene la mujer sobre su rol y liderazgo en el turismo. Las percepciones sobre cuáles deben ser los roles de la mujer en turismo, el 66% indica que deben ser “Todos los roles” incluyendo políticos, económico, gerencial, técnico y administrativo; en tanto solo un 30% de ellas enfatiza que el nuevo rol de la mujer debe ser el de “Guías de Turismo” y el 4% indica otros roles.

Respecto a las precepciones sobre la libertad de expresión de la mujer en su desarrollo individual y colectivo, entendiéndose ésta como la libertad que siente la mujer para hablar, escribir, componer, crear, buscar, recibir y difundir sus ideas y pensamientos, se evidencia que el 77% de las mujeres y líderes encuestadas indican que sienten y que existe libertad de expresión, pero un 23% siente miedo para expresarse libremente, sobre todo por temor a ser criticadas o censuradas.

Sobre la autoestima y confianza de la mujer en sí misma, las percepciones reflejan que las mujeres en Torotoro tienen altos niveles de autoestima. Existe un alto porcentaje de las mujeres encuestadas (84%) que se consideran líderes y cabeza del hogar, debido a que generan y administran dinero, aportan con su pareja a su familia, conocen las necesidades de su familia, son madres que cuidan orgullosas a sus hijos, dirigiendo las decisiones y mantención familiar y su vida personal. Sin embargo, las encuestas visibilizan que aún un 16% de las encuestadas no tienen una autoestima y confianza elevada, y si bien este estudio no aborda las causas que lo explican, es una muestra de la tarea pendiente que se debe trabajar para afianzar el empoderamiento de la mujer.

El estudio adicionalmente, aplicó como metodología para indagar sobre el nivel de autoestima de la mujer en Torotoro, la “Escala de Autoestima de Rosenberg” que consta de 10 preguntas aplicadas en una encuesta especial cuyos resultados de esta encuesta complementaria, corroboran un buen nivel de autoestima. Los resultados indican que el 72% de las encuestadas puntúan autoestima entre alta a media con capacidad de liderazgo alto y el 28% se califica con una autoestima baja.

El análisis de los resultados de esta metodología, muestra la existencia de correlación entre el área laboral, el estudio máximo alcanzado y la edad, aquellas que tenían estudios superiores completados marcaban puntuaciones entre autoestima media y alta al igual que las áreas laborales de hotelería y PNTT y eran menores de 35 años. Por el contrario, aquellas que trabajan en áreas de mercado y tiendas de comercio, marcaban autoestima media y baja, además aquellas que tenían los estudios primarios sin terminar y eran mayores de 40 años puntuaban autoestima baja. No se encuentra una correlación entre el rango de sueldo recibido, el estado civil y si existe caso de violencia, ítems relevantes para considerar cuando se mide el nivel de autoestima. Esta correlación nos muestra la importancia de fortalecer procesos de formación y capacitación de la mujer en turismo, pues consolida su autoestima personal y potencia su cesamiento y empoderamiento en la gestión de sus emprendimientos.

Estas percepciones de motivación y autoestima, coinciden con los resultados de estudios de Ferguson (2010) y Fernández y Martínez (2010), respecto que la principal motivación de la mujer para emprender en turismo, es su deseo de poseer su propio negocio y obtener independencia como búsqueda de satisfacción personal y profesional equilibrando su trabajo y familia.

Las mujeres que trabajan en turismo en un 65% dedican más de 4 horas por día a labores del hogar sin remuneración. Si realizamos un análisis sobre la dedicación del tiempo que la mujer dedica a su desarrollo personal de sí misma -entendido como tiempo para actividad social, desarrollo de autoestima, autoconocimiento y desarrollo personal- se observa que poco más del 68% dedican entre 1 o 2 horas al día para dichas actividades, y que el 8% le dedica 4 horas o más. Sin duda, esto refleja una limitación para las mujeres desnudando la desigualdad de género provocada por la división sexual del trabajo, ya que, al dedicar horas a las labores del hogar, consecuentemente dedican menos tiempo a otras actividades que le permitirían un desarrollo personal en otros ámbitos. Este aspecto, todavía representa un desafío en el camino de empoderamiento de la mujer.

Como se puede ver existe un alto reconocimiento del valor de sí mismas, ello evidencia adicionalmente que todas las mujeres encuestadas aspiran a tener un emprendimiento propio y reconocen que tienen capacidad y cualidades para lograrlo, el 100% de ellas se siente orgullosas de lo que hacen en beneficio de su hogar y el turismo, consideran que hacen un aporte a la economía de Torotoro y que se hicieron por sí mismas, consideran que deben abrirse oportunidades desde los responsables para permitir que las mujeres puedan acceder a otras actividades económicas del turismo, en las que hoy participan de manera muy débil, como el guiaje, el transporte al ampliar negocios de hotelería y restaurantes.

4. Conclusiones

Los resultados presentados reflejan que el empoderamiento de las mujeres en el turismo en Torotoro ha presentado mejoras a lo largo del tiempo, donde la participación de la mujer ha adquirido mayor relevancia. No obstante, los resultados también develan que existen aún limitaciones para que la mujer se inserte de manera plena y sostenible en el sector, ocasionado principalmente por razones culturales y estructurales.

4.1. Dimensión política.

La participación y representación de la mujer en cargos públicos relacionados al órgano legislativo del GAMTT en los últimos diez años, pueden considerarse paritarios (representación femenina entre 40% y 60% del Concejo). Esta representatividad permitió por más de una década que la mujer participe en la toma de decisiones de política pública y los derechos de las mujeres orientadas a su empoderamiento. Sin embargo, no existe equidad en el acceso al cargo de alcaldesa donde a la fecha no hubo candidatas mujeres y no existe en el organigrama una Dirección de Turismo.

El GAMTT si bien ha promulgado algunas leyes favorables para la participación equitativa y empoderamiento de la mujer como la “Ley Municipal de Promoción, Prevención y Atención de los Derechos de la Mujer”, las mujeres demandan la necesidad de una legislación específica para apoyar los emprendimientos y empoderamiento de la mujer. Exigen se establezca una política de incentivos vinculados a la reducción de impuestos, revalorización de productos y servicios turísticos de la mujer, así como reducción de la competencia inequitativa de productos y servicios baratos industriales que vienen de afuera. Están dispuestas a participar y concursar en licitación de Proyecto en Turismo para y de mujeres que propicien el empleo y el empoderamiento.

Se debe propiciar una mayor participación de la mujer en política pública (solo 31% participa hoy de la vida política), atendiendo la generación de condiciones que reduzcan las barreras estructurales de acceso identificadas.

Los resultados en esta dimensión política muestran que aún hay mucho por trabajar para cumplir los compromisos de la Agenda 2030, y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para “asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública”.

4.2. Dimensión colectivo social.

Se puede concluir que existe un acceso equitativo entre hombres y mujeres a la formación de turismo en Torotoro, donde la mayor parte de estudiantes son mujeres (58%) frente a solo 42% que son varones;

sin embargo, el 46% de las estudiantes mujeres al tener hijos y dedicar más de 4 horas/día a las “labores del hogar”, les implica una barrera a las “horas de estudio” comparado con los varones. Sin embargo, se debe considerar también que el turismo representa para ellas una alternativa de oportunidades que les permite diversificar su fuente de ingreso en periodos donde el turismo está en época alta.

Respecto al acceso equitativo de oportunidades en el mercado, las mujeres y varones formados localmente, no pueden competir en igualdad de oportunidades con profesionales externos en la demanda laboral turística. Esto debido, en gran parte, al nivel de formación que tienen las mujeres que trabajan en turismo, que limita sus niveles de empoderamiento y desarrollo económico, así como el acceso a otras oportunidades y la mejora en la calidad de su servicio. Esta barrera se atiende parcialmente a través de capacitación no formal.

Otro aspecto que reduce la capacidad de empoderamiento socioeconómico de la mujer es el acceso y control sobre la tierra y los derechos de propiedad, pues como se menciona, el 11% dispone de certificados de derecho propietario y la mayoría paga alquiler, lo que genera una barrera para acceder a préstamos bancarios.

Por último, se concluye que el hallazgo sobre inexistencia de datos desagregados por sexo, genera actualmente debilidades estructurales de información sobre el estado de equidad y empoderamiento de la mujer. A esto se suma un bajo acceso a información técnica por parte de las mujeres para realizar una gestión sostenible y de expansión de sus emprendimientos turísticos. Se hace imprescindible un mayor aporte académico e investigación para el empoderamiento socioeconómico de la mujer en turismo.

4.3. Dimensión económica- financiera.

Respecto a la dimensión económica financiera, en lo referido a la capacidad de la mujer en ámbito familiar y comunitario para asegurar sus necesidades e intereses, medida a través de la diversificación de su ingreso y trabajo, al existir un alto porcentaje de mujeres (65%), que diversifican sus fuentes de ingreso de manera complementarias a la de turismo, se puede concluir que buena parte de ellas tienen mayor seguridad para asegurar sus ingresos e independencia.

Esto, en precepción de las encuestadas, les da mayor seguridad en el ingreso en periodos de crisis política o épocas bajas del turismo. En muchos casos estas labores de diversificación están vinculadas con su familia que realizan actividades productivas comerciales, agrícolas donde el “trabajo comunal”, permite mantener vínculos familiares y comunitarios. Sin embargo, si bien las mujeres encuentran en otras actividades fuentes alternativas de ingresos, esto refleja la necesidad de apoyar a fuentes de trabajo más estables en el rubro, asegurando la sostenibilidad.

Resulta virtuoso observar que la mujer ligada con turismo, tiene un buen nivel de empoderamiento económico reflejado a través de su autonomía, seguridad económica familiar y empresarial, donde la mayor parte de ellas (95%), toman por sí mismas o con su pareja las decisiones sobre la economía, política, religión, educación y salud familiar. No obstante, en lo que hace a la distribución de sus ingresos según el tipo de gasto, se observa que la mujer tiene un bajo excedente (5% de sus ingresos) para poder mejorar condiciones de su negocio.

Se puede concluir que a pesar de la importancia económica que tiene el turismo para el Municipio, la asignación de presupuesto público del GAM al sector es muy bajo y no representa una prioridad, al no contar con una dirección ni jefatura de turismo, la prioridad de inversión pública está dirigida a otros sectores.

Respecto a la equidad en el acceso de la mujer al empleo y la generación de ingresos por turismo, se concluye que la mujer participa en todas las actividades económicas que generan la cadena de turismo (participan al menos 163 mujeres). Sin embargo, existe una diferenciación sobre la equidad de acceso según el rubro: Los rubros de comercio, artesanía, gastronomía, docencia y poder legislativo del GAMTT, tiene acceso equitativo; el acceso es escaso en empleos generados por hotelería, emprendimientos comunitarios y guiaje, (23 mujeres de 145 afiliados), y el acceso es nulo en empleos relativos al transporte.

Otro aspecto conclusivo relativo a la “Jerarquía del Empleo”, es que se encuentra barreras para la equidad y el empoderamiento de la mujer, pues no existe una participación en cargos altos públicos y están más relacionadas con ocupaciones como lavanderas, cocineras, recepcionistas, que muchas veces constituyen una extensión de los quehaceres domésticos.

Por último, se puede concluir que la estabilidad del empleo generado por turismo para la mujer es buena, pues el 92% de ellas trabaja por cuenta propia y la sostenibilidad de su empleo depende más de factores externos como son los flujos de turistas, el cual en los últimos 10 años se ha mantenido estables y crecientes (salvo problemas políticos y de pandemia). Así, por ejemplo, en el área de comercio

y artesanía el empleo promedio de las mujeres dura entre 5 a 30 años, en guiaje está por encima de 10 años. Los cargos con menor estabilidad o mayor rotación (2 a 5 años), son los vinculados con el empleo público y con sindicatos agrarios cuya rotación es de dos años (Emprendimientos Comunitarios).

4.4. Dimensión individual personal.

En esta última dimensión podemos concluir que existe una buena identidad y conciencia sobre el empoderamiento y rol económico de la mujer en Turismo, al aseverar que deben y pueden cumplir con “todos los roles” y que en su mayoría sienten que existe libertad de expresión –aunque en algunas prevalece el temor a ser criticadas-.

En el destino existe en general una autoestima y confianza que va de media a alta en la mujer que trabaja en turismo, 84% de ellas se consideran líderes y cabeza del hogar, para lo cual se considera que las oportunidades generadas por el turismo fueron importantes. La “Escala de Autoestima de Rosenberg” corrobora que 31% de las mujeres se califican una autoestima alta, 39% presenta una autoestima media y 30% autoestima baja.

Una conclusión vinculada con la autoestima relevante es que la mayor parte de las mujeres (65%) dedica más de cuatro horas por día a labores del hogar (sin remuneración), comparado con baja dedicación de tiempo a sí misma (68% de ellas solo dedican entre una y dos horas a sí mismas), esto muestra baja oportunidad de vida social, desarrollo de autoestima, autoconocimiento y desarrollo personal.

La mujer en general, en Torotoro, expresa un alto empoderamiento y auto reconocimiento sobre su valor y aporte. Todas aspiran a tener un negocio propio y sienten orgullo de lo que aportan a la economía familiar y del municipio. Consideran que los logros fueron alcanzados por el esfuerzo y perseverancia de sí mismas.

La investigación como resultado integral, ha generado desde la visión de la mujer una parte propositiva para enfrentar los retos del Empoderamiento socioeconómico de la Mujer en Torotoro. Lo cual se ha plasmado en el diseño de un “Plan Estratégico para el Empoderamiento Socioeconómico de la Mujer en Turismo en el Municipio y Parque Nacional Torotoro (2022 -2026), que incluye 19 acciones estratégicas priorizadas en las 4 dimensiones (Política, Colectivo Social, Económica Financiera y Personal Individual), y cuya implementación establecerán condiciones para una gestión sostenible y equitativa del turismo en el destino avanzando y de esta manera avanzar en el cumplimiento del quinto objetivo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que es lograr la igualdad entre géneros y empoderar a las mujeres y las niñas de todo el mundo (ONU, 2018).

Finalmente, a partir de esta investigación, se puede generar espacios de debate y reflexión, que coadyuven al empoderamiento de las mujeres en el rubro, a partir de la gestión -desde los espacios públicos - para la inserción de las mujeres de manera sostenible, el apoyo a emprendimientos y capacitación de mujeres en actividades vinculadas al turismo. Asimismo, abre el camino para futuras investigaciones que podrían llevarse a cabo, como: i) Identificación de las principales causas por las que las mujeres no participan en igualdad de condiciones que los hombres en el ámbito público, ii) Evaluar las repercusiones de las tareas de cuidado (entendidas como parte de la Economía del Cuidado) realizadas principalmente por mujeres, en su inserción en actividades del turismo y iii) Identificación de los principales mecanismos que impulsen el empoderamiento económico de las mujeres en el turismo; entre otras.

5. Agradecimiento y Reconocimiento

Esta investigación conto con el apoyo de CECI Bolivia, como asistencia financiera del Gobierno de Canadá, de Nicole Peñaranda Mukled y Tamia Violeta Choqueticlla asistentes técnicas en el levantamiento de encuestas y entrevistas de campo, el Gobierno Municipal y la Administración del Parque Nacional Torotoro / SERNAP.

Referencias bibliográficas

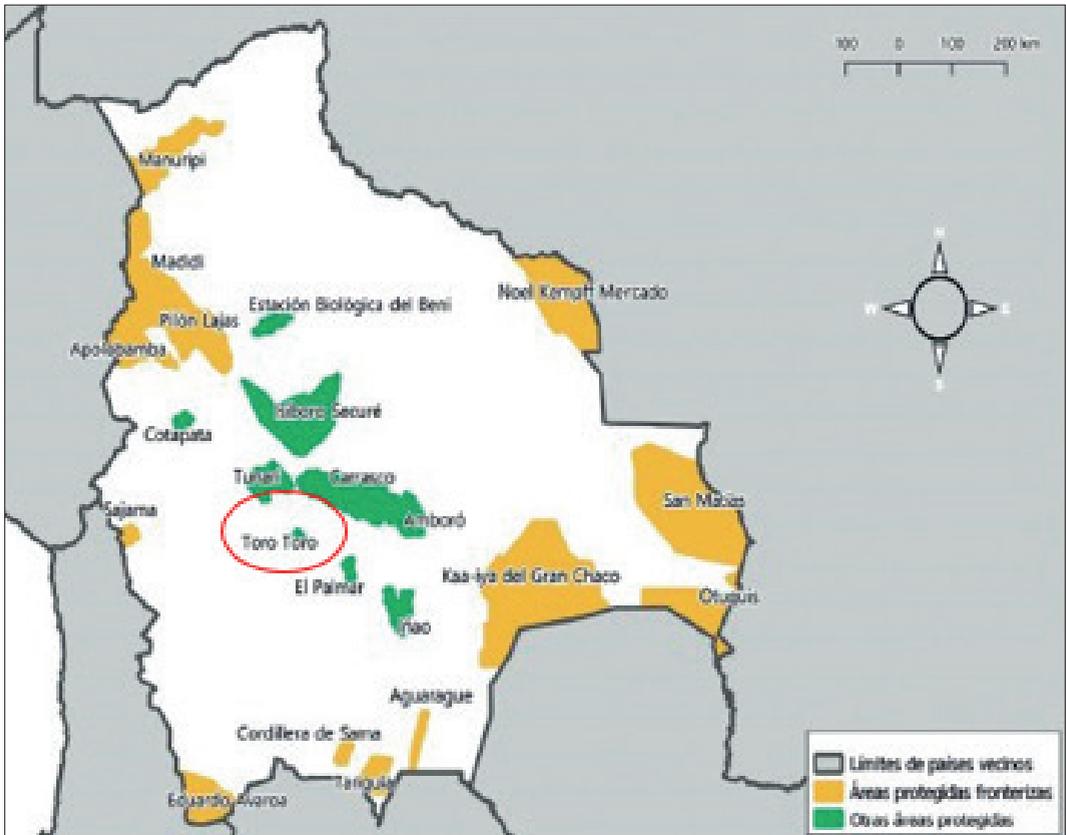
- ACOBOL 2011. Fortalecimiento a la Gestión Municipal de las Mujeres en el Poder Autónomo. Asociación de Concejalas y Alcaldesas de Bolivia Estrategias para la equidad de género en el nivel local. ACOBOL.
- Ávila Moreno, D. 2018. Indicadores de autonomía de las mujeres en Colombia: aproximaciones para la construcción de un índice compuesto. En Perfetti del Corral, M., García Ruiz A.P. y Güzmes García A. (Eds), *Investigas. Estudios innovadores sobre economía, género e indicadores* (pp. 121-157), Bogotá, Colombia: DANE

- Baum, T. y Cheung, C. 2015. Women in Tourism & Hospitality: Unlocking the Potencial in the Talent Pool, Hospitality Industry Pipeline Coalition/Diageo. Londres (en línea), recuperado de <https://docplayer.net/7833539-Hospitality-industry-white-paper-women-in-tourism-hospitality-unlocking-the-potential-in-the-talent-pool.html>
- Batliwala, S. 1994. The meaning of women's empowerment: New concepts from action". In Gita Sen, Germain A. y Lincoln C. (eds.). Population Policies reconsidered: health, empowerment and rights. Boston. MD Harvard University Press.
- Banco Mundial, BM. 2017. Tourism for Development. Women and Tourism: Designing for Inclusion, Banco Mundial, Washington, D.C. Recuperado de <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28535>
- BID 2015. Empoderamiento Económico de las Mujeres: Bueno para las Mujeres, Bueno para los Negocios y Bueno para el Desarrollo. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Empoderamiento-econ%C3%B3mico-de-las-mujeres-Bueno-para-las-mujeres-bueno-para-los-negocios-bueno-para-el-desarrollo.pdf>
- Braunstein, E. 2007. The Efficiency of Gender Equity in Economic Growth: Neoclassical and Feminist Approaches. *The International Working Group on Gender, Macroeconomics, and International Economics*. Working Paper 07-4
- Brockmann E. 2021. Bolivia. Elecciones Subnacionales 2021: el cierre de un ciclo electoral accidentado y maratónico. Recuperado de <https://transparenciaelectoral.org/caoste/bolivia-elecciones-subnacionales-2121-el-cierre-de-un-ciclo-electoral-accidentado-y-maratonico/>
- Cabanilla, E. y Rendón M.L 2020. Análisis de las oportunidades del Turismo Comunitario en Ecuador y sus vínculos con el empoderamiento de las mujeres en el norte ecuatoriano. En Zepeda Arce, *Turismo y desarrollo rural; Realidades diversas y propuestas sostenibles* (pp. 13-59). Guadalajara: Uleam.
- CEPAL 2013. La política de paridad y alternancia de género en los órganos de elección del Estado Plurinacional de Bolivia y en las instancias políticas intermedias: Un avance en la garantía de la autonomía en la toma de decisiones de las mujeres. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, La Paz-Bolivia.
- CEPAL 2018. Seminario: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y el seguimiento de sus objetivos en el Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Santiago-Chile
- CECI 2019. Empoderamiento económico de las mujeres El enfoque del CECI. Recuperado de <https://www.ceci.ca/data/ceci-rpef-2019-es-v02.pdf>
- CEDESCO 2017. Implementación participativa de la Ley municipal de promoción de los derechos de las mujeres del Gobierno Autónomo Municipal de Torotoro. Bolivia.
- Collier, P. 1988. Women in Development- Defining the Issues. World Bank, *Population and Human Resources Department* (No. 129), Washington DC- United States: World Bank
- CEPAL 2018. Estadísticas e indicadores. Recuperado de http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/web_cepstat/estadisticasindicadores.asp
- CEPAL 2019. La autonomía de las mujeres en escenarios económicos cambiantes. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile- Chile.
- Coordinadora de la Mujer 2021. Participación Política de las mujeres en el Estado. Recuperado desde <https://www.paginasiete.bo/nacional/2021/3/15/solo-lograron-ser-electas-la-oea-pide-mas-condiciones-para-la-participacion-femenina-287428.html>
- Ferguson, L. 2010. Tourism as a development strategy in Central America: exploring the impact on women's lives, documento informativo. Central America women's network. Recuperado de [http://cawn.org/assets/Tourism as a development strategy FINAL](http://cawn.org/assets/Tourism%20as%20a%20development%20strategy%20FINAL.pdf).
- Fernández A. y Martínez B. 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, pp. 129-151.
- García Palacios, C. 2015. Género y turismo comunitario: perspectivas de empoderamiento para las mujeres indígenas de la comunidad de santa bárbara en Cotacachi, Ecuador., *Revista Turismo y Desarrollo Rural*, 8 (19), ISSN 1988-5261
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista P. 2010. *Metodología de la investigación*, 5ta edición, Mcgraw-hill/interamericana editores, ISBN: 978-607-15-0291-9
- Klugman, J.& Tyson, L. 2016. No Dejar a Nadie Atrás: Un Llamado a La Acción Sobre La Igualdad de Género y El Empoderamiento Económico de las Mujeres. Naciones Unidas. Recuperado de [hlp-wee-report-2016-09-call-to-action-overview-es.pdf](http://www.un.org/development/desa/dest/2016-09-call-to-action-overview-es.pdf)

- Lagarde, M. 2004. Vías para el empoderamiento de las mujeres. Recuperado de http://www.femeval.es/proyectos/ProyectosAnteriores/Sinnovaciontecnologia/Documents/ACCION3_cuaderno1.pdf
- Mendoza M & Carrillo J. 2015. Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en Bahías de Huatulco, Oaxaca México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (24), pp. 316-335.
- Merida, G. 2020. Bolivia Debate Un Futuro Sustentable. Panel N° 4, Alternativas Económicas Sustentables Turismo y Artesanía en Bolivia, La Paz- Bolivia.
- Merida, G. 2021. *Informe Final Proyecto Formación y Capacitación en Destino Bioseguro y Sostenible con Igualdad de Mujeres y Hombres*. Centro de Investigación y Servicios en Turismo (CISTUR) Universidad Católica Boliviana, La paz- Bolivia.
- Merida, G. y Orellana, N. 2021. Patrimonio Biocultural: Investigación, Innovación y Desarrollo. Centro de Investigaciones y Servicios en Turismo (CISTUR), Universidad Católica Boliviana -Universidad Mayor de San Simón. La Paz, Bolivia.
- Montaño, S. 2001. Políticas para el empoderamiento de las mujeres como estrategia de la lucha contra la pobreza. CEPAL: Trigésima tercera reunión de la Mesa Directiva de la Conferencia Regional sobre la Mujer en América Latina y el Caribe Puerto España, Trinidad y Tobago, 9 al 11 de octubre de 2001.
- Navarro, M. 2015. Empoderamiento económico de las mujeres en Bolivia. Entre el ideal de estabilidad laboral y el sueño del negocio propio. *Fundación ARU*
- OMT y ONU. 2013. Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujeres. En Organización Mundial del Turismo (Eds.) *Informe Mundial Sobre las Mujeres en el Turismo 2010*. Madrid - España
- OMT 2021. Desarrollo Sostenible. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>.
- OMT 2021a. El Empoderamiento De Las Mujeres Y El Turismo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/el-empoderamiento-de-las-mujeres-y-el-turismo>
- ONU Mujeres 2013. Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010. Publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres). Editado e impreso por la Organización Mundial del Turismo (OMT), Madrid, España. Primera edición 2013.
- ONU Mujeres 2017. El progreso de las mujeres en América Latina y el Caribe 2017. *Transformar las economías para realizar los derechos*. Recuperado de <http://lac.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2016/12/el-progreso-de-las-mujeres-americalatina-y-el-caribe-2017>.
- ONU 2018. La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile- Chile.
- ONU 2020. Objetivos de Desarrollo Sostenible Respuesta al COVID 19. Organización de Naciones Unidas. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- ONU 2021. “Bolivia recomienda invertir en el empoderamiento económico de las mujeres desde: <https://www.unodc.org/bolivia/es/ONU-Bolivia-recomienda-invertir-en-el-empoderamiento-economico-de-las-mujeres.html>
- Ontiveros, M. Marivel, M., Carrillo Ch., Verano J. 2015. Turismo, Trabajo Femenino y Empoderamiento de las Mujeres en Bahías de Huatulco, Oaxaca – México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(2) pp. 316-335
- Pacheco, M. Rodríguez, Q., Chinchilla, L., Cheaz, J. y Contreras, P.I. 2011. Incubación empresarial con mujeres rurales en Guatemala: el caso de la estrategia de comunicación y marca “Wakami”. *Alianzas para el Empoderamiento Económico*.
- RIMISP 2013. Pobreza y Desigualdad Informe Latinoamericano. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Santiago de Chile- Chile. Recuperado de https://rimisp.org/wp-content/files_mf/14303291422013INFORMELATINOAMERICANOCOMPLETO.pdf
- SERNAP 2020. Servicio Nacional de Áreas Protegidas Informe para la Reapertura del Parque Nacional Torotoro PNTT – TUR. Recuperado de <http://sernap.gob.bo/el-parque-nacional-torotoro-se-prepara-para-la-reactivacion-de-un-turismo-responsable/>
- Trembath, A., Grenfell, D., y Moniz, C. 2010. Impacts of National NGO Gender Programming in Local Communities in Timor Leste. A collaborative research and evaluation project., Globalism Research Centre & RMIT University
- UDAPE 2015. Dossier de Estadísticas Sociales y Económicas. Unidad de Análisis de Políticas Anuales y Económicas, 29. Recuperado de http://www.udape.gob.bo/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=38
- Urzelai, R. 2014. *El Empoderamiento de las Mujeres. La Ruta para una Vida Equitativa y Segura* (Trabajo final de Maestría). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/61444866.pdf>

Anexos

Anexo 1: Mapa de Ubicación del Estudio Parque Nacional Torotoro



Fuente: Servicio Nacional de Áreas Protegidas (SERNAP, 2020)

Recibido: 15/07/2022
Reenviado: 14/01/2023
Aceptado: 24/01/2023
Sometido a evaluación por pares anónimos