



IV Taller de Política Económica, Madrid, 25 de Septiembre 2020

## **El mundo rural y el tercer sector. El Análisis del asociacionismo en turismo rural con una perspectiva de género.**

**Dra. Ana M<sup>a</sup> Morales-Hernández, Dr. Carlos Fernández-Hernández,  
Dra. Flora M<sup>a</sup> Díaz-Pérez (a)**

**(a) Profesora Titular de Política Económica, Universidad de La Laguna**

e-mail: [fdiazp@ull.edu.es](mailto:fdiazp@ull.edu.es), autora de correspondencia

\* Para la adecuada sostenibilidad de las **pequeñas empresas dedicadas al turismo rural, la colaboración con otros actores** resulta fundamental, puesto que muchos de los recursos y cualificaciones que necesitan se encuentran más allá de sus capacidades  
(Sáez Cala, 2008)

\* **Las redes formales e institucionales**, como las derivadas de la acción de las **administraciones públicas** y las asociaciones de turismo rural, **reducen la incertidumbre** cuando ofrecen información, asesoramiento y formación específica en turismo a las personas promotoras dedicadas a la actividad (Francès, 2003).

\* **Por otra parte, la cooperación entre los actores de las redes influye sobre la competitividad de los destinos turísticos** (Gorman, 2005).

La isla de la Palma, con una población total de 83.978 (2018) habitantes, se identifica como una isla menor en el contexto del territorio de Las Islas Canarias, y es en ella donde se realiza el trabajo de campo que da pie a esta investigación.

El objeto del estudio empírico se centra en **los establecimientos alojativos de turismo rural y las personas promotoras**, con un total de **219 unidades** alojativas. Sobre la muestra anterior se realiza un **análisis cuantitativo** basado en un **cuestionario**, al que ha respondido al **95,6%** de los promotores y promotoras.

En cuanto al **método**, es de destacar la aplicación de un **análisis estadístico de componentes principales** que ha permitido, entre otros aspectos, **conocer las ventajas e inconvenientes del asociacionismo desde la perspectiva de género**, considerando en todo momento, el papel relevante jugado por **las administraciones públicas**.

Específicamente, en el estudio empírico de esta investigación, **se parte de la hipótesis** de que existen comportamientos diferenciados entre mujeres y hombres promotores de turismo rural con respecto al asociacionismo.

Se valora también, **la disposición al asociacionismo para el conjunto** de los promotores de turismo rural **de la isla**.

\* **En el medio rural, debido a las características sociodemográficas y territoriales que presenta, existe una propensión a la constitución de empresas familiares**

(Diéguez, Sinde y Gueimonde, 2014; Lara de Vicente, 2008)

\* **En esta realidad, las mujeres han sido imprescindibles en el desarrollo del turismo rural, convirtiéndose en una actividad que se erige como oportunidad laboral femenina en el medio rural, a través del mantenimiento de las casas rurales y la atención de los turistas.**

(Caballé Rivera, 2000; Cánoves y Villamarino, 2000; García-Ramón, Cánoves, Salamaña, Valdovinos y Villamarino, 1995)

\* La colaboración conjunta genera ventajas:

La mejora de la imagen del destino,

La preservación de los recursos naturales y culturales,

El desarrollo de canales de comercialización y promoción y

La mayor penetración en los mercados,

El acceso y transferencia de la información y formación específica,

El aumento de la calidad y la innovación de los productos y servicios, y

La capacidad de acción colectiva de los actores implicados,...

(Francès, 2003; Rodrigues, Kastenholz & Rodriguez, 2007; Sáez Cala, 2008)

- \* La pertenencia a asociaciones de turismo rural mantiene un carácter cooperativo, cuyo capital social resultante genera ventajas que favorecen la viabilidad económica



- \* Por otra parte, y con respecto al **papel de las administraciones públicas**, se analizó su rol como agente impulsor del turismo rural a través de ...(apoyo a la **rehabilitación de edificaciones antiguas** para ser destinados a alojamientos rurales, **acciones de formación o promoción**,...).
- \* Esta presencia pública también ha sido apoyada por las **medidas de acción política**, tanto **legislativas como operativas**, en materia de **igualdad** en el medio rural, apoyando la integración de las mujeres rurales en los nuevos yacimientos de empleo (Langreo Navarro y Benito García, 2005).
- \* Se constata que **mujeres y hombres** están representados de una forma diferenciada cuando participan en asociaciones (Lee et al., 2005), siendo **desigual su acceso a los beneficios** surgidos de este capital social.

## Los objetivos

Los aspectos a profundizar son:

La pertenencia de las personas promotoras de turismo rural a asociaciones del sector,

La importancia otorgada al asociacionismo por los promotores turísticos,

El acceso a procesos de formación

La relación entre el apoyo institucional y el comportamiento asociativo de los promotores.

La importancia otorgada a las asociaciones por parte de las personas promotoras se estudia desde el análisis de las ventajas e inconvenientes percibidos en función del género.



## RESULTADOS

- \* Características sociodemográficas de las personas promotoras: un 56,5% de hombres y un 43,5% de mujeres. Situación de envejecimiento poblacional que ha experimentado el medio rural.
- \* Se encuentra que, en el 52,6% de los casos, se trata de personas promotoras que no participan en entidades asociativas de turismo rural, frente al 47,4% de personas que sí lo hacen.
- \* Las mujeres promotoras, con un 53,7%, tienden a asociarse más que los hombres, con un 42,5% de los casos.
- \* Quienes consideran la importancia del asociacionismo alto o muy alto representan el 72,3% de los emprendedores.
- \* Las mujeres promotoras valoran con la puntuación más alta la importancia del asociacionismo.
- \* Casi un 70% de las personas promotoras que han recibido algún tipo de formación en turismo rural, pertenecen, al mismo tiempo, a alguna asociación de turismo rural.

## \* Obtención de apoyo institucional

**Aquella persona promotora que ha recibido alguna subvención pública para su emprendimiento en turismo rural, tiene una mayor probabilidad de pertenencia a alguna asociación del sector. Esto es así en tanto se observa que el estadístico V de Cramer tiene un valor de  $v = 0,318$  y una significación de  $p\text{-valor} = 0,000$ .**

**Entre las personas promotoras que están asociadas, un 82,2% han recibido subvención.**

## Ventajas e inconvenientes del asociacionismo:

Se efectúa un análisis de componentes principales.

Se confirman las ventajas del asociacionismo entre las que destacan:

- \* Favorece **promoción conjunta**: la unificación de la imagen del producto
- \* Mejora la ocupación
- \* Ayuda a **mejorar calidad de la oferta**
- \* Facilita el acceso a mercados extranjeros
- \* Facilita el acceso a subvenciones
- \* Simplifica gestión de las reservas

## CONCLUSIONES

A través de la investigación realizada ha sido posible confirmar la **hipótesis de partida** en cuanto a la existencia de **comportamientos asociativos diferenciados en turismo rural** en función del sexo de las personas promotoras.

Se ha encontrado que **las mujeres** promotoras manifiestan una ligera tendencia a **asociarse más, a pesar de que emprenden en la actividad en menor proporción** que los hombres.

La búsqueda del apoyo de redes que faciliten aligerar las cargas laborales y la **conciliación** del trabajo productivo y reproductivo, asumido tradicionalmente en mayor medida por las mujeres, es una de las razones en la base de su mayor propensión al asociacionismo.

En esta línea, es relevante cómo la **“simplificación de la gestión de reservas”** aparece en primer lugar como la **ventaja más importante** del asociacionismo para la **mujer**, con lo que esto conlleva en términos de ahorro de tiempo, a diferencia del **hombre** para quien es la de **“favorecer la promoción conjunta”**

\* Las administraciones públicas favorecieron el impulso del turismo rural.

Este trabajo DEMUESTRA LA EFECTIVIDAD DE UNA POLÍTICA TURÍSTICA BASADA EN EL OTORGAMIENTO DE INCENTIVOS FISCALES ( subvenciones a la promoción para los miembros de la asociación; ayudas a la formación de los promotores)

**Los promotores hombres** declaran que la **subvención tramitada** por la asociación ha sido el principal móvil para entrar en la asociación y además, entienden que la promoción conjunta del producto reduce costes y es más efectiva que una promoción individual.

**Las promotoras mujeres** declaran que la asociación les ayuda con la gestión de la actividad derivando los **ahorros en tiempo** a las labores familiares.

Entre las mujeres su asociacionismo no está estadísticamente vinculado a motivos económicos.

\*GRACIAS POR SU  
ATENCIÓN