



Universidad de Concepción

**Universidad de Concepción**

**Facultad de Ciencias Sociales**

**Sociología**

# **El turismo rural vivencial y liderazgo femenino: Un estudio de Caso de la Nueven Ruta Turística Cayucupil**

Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de  
Concepción para optar al título profesional de Socióloga

Por: Francisca Staub Pizani

Profesora Guía: Beatriz Cid Aguayo

Marzo de 2025

Concepción, Chile

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento.

## Agradecimientos

*A mi mamá, por su apoyo constante.*

*A mi gatita, por trasnochar conmigo.*

## Índice

<i>Agradecimientos</i> .....	<i>II</i>
<i>Índice</i> .....	<i>III</i>
<i>Resumen</i> .....	<i>VI</i>
<i>Abstract</i> .....	<i>VII</i>
<b>1. Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Antecedentes del caso de estudio: Antecedentes históricos y territoriales de Cayucupil y desarrollo de la Ruta Turística</b> .....	<b>2</b>
<b>2.1. Antecedentes territoriales e históricos de Cayucupil</b> .....	<b>2</b>
<b>2.2 Atractivos naturales del Valle de Cayucupil</b> .....	<b>2</b>
<b>2.3. Antecedentes de la ruta turística de cayucupil</b> .....	<b>3</b>
2.3.1. <i>Estrategia de turismo</i> .....	4
<b>3. Problematización: Desafíos y Oportunidades del Turismo Rural Vivencial Indígena para las Mujeres Mapuche de Cayucupil</b> .....	<b>6</b>
<b>3.1. Turismo rural vivencial indígena</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2. Mujeres en el contexto turístico rural</b> .....	<b>7</b>
<b>4. Marco teórico-referencial</b> .....	<b>9</b>
<b>Capítulo N°1: Conceptos, tipologías y dimensiones del turismo</b> .....	<b>11</b>
4.1.1. <i>Turismo</i> .....	11
4.1.2. <i>Inicios del turismo</i> .....	14
4.1.3. <i>Turismo Nacional</i> .....	15
4.1.4. <i>Tipos de turismo</i> .....	16
<b>Capítulo N°2: Los motores del cambio y decisiones personales</b> .....	<b>21</b>
4.2.1. <i>Empoderamiento y liderazgo</i> .....	21
4.2.2. <i>Autoestima y autopercepción</i> .....	23
<b>Capítulo N°3: Cambios en el entorno por la inserción laboral femenina</b> .....	<b>25</b>
4.3.1. <i>Transformaciones en el rol familiar y comunitario</i> .....	26
4.3.2. <i>Cambios en los ámbitos económicos y sociales</i> .....	27
<b>Capítulo N°4: Redes de Apoyo y Asociatividad</b> .....	<b>29</b>
4.4.1. <i>Redes de apoyo y colaboración comunitaria: rol de la asociatividad</i> .....	29
4.4.2. <i>Tipos de asociación a nivel nacional</i> .....	30

<b>Capítulo N°5: Desigualdades y Limitaciones en el Contexto Rural y de Género en Chile ....</b>	<b>34</b>
4.5.1. <i>Contexto rural</i> .....	35
4.5.2. <i>Desigualdades de género</i> .....	38
<b>Teoría del objeto .....</b>	<b>39</b>
<b>5. <i>Objetivos de la investigación e hipótesis</i> .....</b>	<b>44</b>
<b><i>Tema</i> .....</b>	<b>44</b>
<b><i>Objeto de estudio</i> .....</b>	<b>44</b>
<b><i>Pregunta de investigación</i>.....</b>	<b>44</b>
<b><i>Hipótesis</i> .....</b>	<b>44</b>
<b><i>Objetivo general</i> .....</b>	<b>44</b>
<b><i>Objetivos específicos</i> .....</b>	<b>44</b>
<b>6. <i>Marco Metodológico</i> .....</b>	<b>45</b>
6.1. <i>Área de Estudio</i> .....	45
6.2. <i>Metodología</i> .....	46
6.3. <i>Muestreo</i> .....	49
6.4. <i>Técnicas de Análisis de Datos</i> .....	49
<b>7. <i>Análisis y discusión de resultados</i> .....</b>	<b>51</b>
<b>Capítulo N°1: Transformación económica de las emprendedoras .....</b>	<b>52</b>
7.1.1. <i>Autonomía Económica</i> .....	52
7.1.2. <i>Crecimiento Económico</i> .....	54
7.1.3. <i>Sostenibilidad Económica</i> .....	61
<b>Capítulo N°2: Autopercepción de las empresarias turísticas.....</b>	<b>62</b>
7.2.1. <i>Autoestima</i> .....	63
7.2.2. <i>Liderazgo</i> .....	65
7.2.3. <i>Reconocimiento dentro de la familia y la comunidad</i> .....	66
<b>Capítulo N°3: Desafíos y oportunidades que enfrentan las emprendedoras turísticas .....</b>	<b>68</b>
7.3.1. <i>Desafíos</i> .....	68
7.3.2. <i>Oportunidades</i> .....	72
<b>Capítulo N°4: Barreras estructurales, sociales y culturales.....</b>	<b>78</b>
7.4.1. <i>Barreras estructurales</i> .....	78
7.4.2. <i>Barreras sociales</i> .....	79
7.4.3. <i>Barreras culturales</i> .....	80
<b>Capítulo N° 5: Soluciones propuestas por las emprendedoras para superar las barreras ....</b>	<b>81</b>
7.5.1. <i>Soluciones a barreras estructurales</i> .....	82
7.5.2. <i>Soluciones a las barreras sociales</i> .....	83

7.5.3. Soluciones a las barreras culturales.....	84
<b>Capítulo N°6: Encuentros y divergencias de la experiencia turística de Cayucupil respecto a la teoría existente y los resultados esperados .....</b>	<b>84</b>
7.6.1. Transformación económica de las emprendedoras pertenecientes a la Ruta Turística ...	85
7.6.2. Autopercepción de las empresarias turísticas .....	86
7.6.3. Desafíos y oportunidades que enfrentan las emprendedoras turísticas .....	87
7.6.4. Barreras estructurales, sociales y culturales.....	88
7.6.5. Soluciones propuestas por las emprendedoras para superar las barreras .....	89
7.6.6. Aportes del estudio para la teoría existente .....	90
<b>8. Conclusiones .....</b>	<b>91</b>
<b>9. Referencias.....</b>	<b>94</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>102</b>
<b>Anexo N°1: Plan de trabajo .....</b>	<b>102</b>
<b>Anexo N°2: Matrices levantamiento de información.....</b>	<b>103</b>
2.1. Matriz de observación:.....	103
2.2. Fuentes secundarias: .....	108
2.3. Matriz de entrevista: .....	111
<b>Anexo N°3: Consentimiento informado .....</b>	<b>119</b>
<b>Anexo N°4: Canvas de los emprendimientos.....</b>	<b>127</b>
4.1. Pulebu pillan .....	127
4.2. Hostal y Granja Educativa Tía Yeya .....	131
4.3. Ruka Lamuen Elba.....	135
4.4. Dulce tentación: .....	139
4.5. Artesanías Rosita: .....	142
4.6. Campo Lindo: .....	143
4.7. Frutos del Huerto .....	144

## Índice de tablas

<b>Tabla N° 1 .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla N° 2 .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla N° 3 .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla N° 4 .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla N° 5 .....</b>	<b>59</b>

## Resumen

Esta tesis busca analizar el impacto del turismo rural vivencial en la autonomía económica, el liderazgo y el empoderamiento de las mujeres mapuches que integran la Ruta Turística de Cayucupil, en la comuna de Cañete, Región del Biobío. El trabajo se desarrolla con un enfoque cualitativo, se realiza observación, entrevistas semiestructuradas y revisión de informes del Programa de Asociatividad Económica (PAE) del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP). Para realizar el análisis se entiende al turismo en base a la teoría como una herramienta para movilizar recursos culturales, territoriales y productivos.

Los resultados de la investigación muestran un aumento progresivo a lo largo de los años de la autonomía económica y de la capacidad de toma de decisiones de las mujeres emprendedoras, acompañado de un fortalecimiento de su autoestima y de su liderazgo. Se observa, una dualidad en el liderazgo; por un lado es colaborativo y democrático en el trabajo asociativo de la ruta, y por otro es autónomo en la gestión individual de cada emprendimiento. Sin embargo, persisten barreras y desafíos estructurales como la deficiente conectividad -dado que es un sector rural-, la escasa infraestructura y los procesos de financiamiento burocráticos, también están expuestas a barreras y desafíos sociales vinculadas a desigualdades de género y culturales por las tensiones entre autenticidad cultural y mercado.

La investigación concluye que el turismo vivencial tiene el potencial de convertirse en un motor de desarrollo sostenible en comunidades indígenas, siempre que se acompañe de políticas públicas adecuadas al contexto en el que viven estas comunidades, programas de capacitación permanente y estrategias que fortalezcan tanto la cohesión comunitaria como la pertinencia cultural de la oferta turística.

## **Abstract**

This thesis analyses the impact of viviential rural tourism in the economic autonomy, the leadership and empowerment of mapuche women that consolidate the Touristic Route of Cayucupil, in the commune of Cañete of the Biobio Region. The [study] is developed with a cualitative lense with observation, semi-structured interviews and review of reports by the Economic Partnership Program (PAE) of the Institute for Agricultural Development (INDAP). For the purposes of this analysis, tourism is understood, based on theory, as a tool to mobilize cultural, territorial, and productive resources.

The results show a progressive increase over the years in the economic autonomy and decision-making capacity of women entrepreneurs, accompanied by a strengthening of their self-esteem and leadership. A duality in leadership is observed; on the one hand, it is collaborative and democratic in the cooperative work of the route, and on the other, it is autonomous in the individual management of each entrepreneurship. However, structural barriers and challenges remain, such as poor connectivity—given that it is a rural sector—poor infrastructure, and bureaucratic financing processes. They are also exposed to social barriers and challenges linked to gender and cultural inequalities due to tensions between cultural authenticity and the market.

The research concludes that experiential tourism has the potential to become an engine of sustainable development in indigenous communities, provided that it is accompanied by public policies appropriate to the context in which these communities live, ongoing training programs, and strategies that strengthen both community cohesion and the cultural relevance of the tourism offering.

## **1. Introducción**

El turismo emerge como una herramienta clave para el desarrollo sostenible en comunidades rurales e indígenas, promoviendo la generación de ingresos, la valorización y preservación de su patrimonio cultural y natural. Este fenómeno, ha permitido a las mujeres de la ruta turística estudiada asumir un rol protagónico en la creación y gestión de emprendimientos turísticos, transformando las dinámicas sociales y económicas de sus entornos.

La presente investigación se centra en el sector de Cayucupil, en la comuna de Cañete, Región del Biobío, donde un grupo de mujeres mapuches lidera iniciativas de turismo rural vivencial a través de la Newen Ruta Turística Cayucupil. Este grupo nace gracias al Programa de Asociatividad Económica (PAE) del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) de la comuna de Cañete. Es importante mencionar que se tiene acceso a este grupo gracias a que el Programa lo ejecuta Chile Consultor, empresa consultora en la cual realice la práctica profesional y posteriormente continuó trabajando, lo cual facilitó la obtención de datos. Este caso de estudio permite analizar cómo el turismo rural se convierte en una herramienta de empoderamiento económico, social y cultural para las mujeres, fortaleciendo su liderazgo y autonomía, y contribuyendo a la preservación de sus tradiciones.

El trabajo busca analizar las contribuciones de la práctica del turismo rural a la independencia económica, al empoderamiento y al liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando sus dificultades y oportunidades, así como también su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura. Lo cual se hace a través de un enfoque cualitativo, esta investigación explora cómo las prácticas del turismo promueven la independencia económica, fortalecen el rol comunitario y visibilizan la cultura mapuche. El trabajo busca contribuir al diseño de políticas públicas y estrategias que potencien el liderazgo de las mujeres mapuche y fomenten el desarrollo sostenible en las comunidades.

A continuación, para lograr abordar, entender y estudiar el empoderamiento de las mujeres a través del turismo rural se revisaran los antecedentes del caso, se realizará la problematización, además una revisión teórica, se presentarán los objetivos de la investigación e hipótesis junto con el marco metodológico para posteriormente realizar el análisis y las conclusiones de la presente investigación.

## **2. Antecedentes del caso de estudio: Antecedentes históricos y territoriales de Cayucupil y desarrollo de la Ruta Turística**

### *2.1. Antecedentes territoriales e históricos de Cayucupil*

Cayucupil (mapudungún: Seis cunas, Seis chamuscados o Seis pelados) se encuentra al sur de Chile, en la comuna de Cañete, Provincia de Arauco, Región del Biobío. Para llegar al Valle de Cayucupil desde Cañete, se debe tomar la carretera principal y desviar hacia la Ruta P-560, que está pavimentada y en óptimas condiciones durante todo el año (Información Turística Cayucupil, 2010). Al avanzar de oeste a este, se puede acceder a localidades como Paillaco, Santa Clarisa, Las Palmeras, Avellanal, San Antonio, Pulebu, La Curva, Tres Sauces, Puchacay, Rucañirre, Valle de Cayucupil y Butamalal (Información Turística Cayucupil, 2010).

La ciudad de Cañete, capital de la Provincia de Arauco, fue fundada en 1558 por García Hurtado de Mendoza y refundada definitivamente en 1868 por el coronel Cornelio Saavedra Rodríguez en el contexto de la ocupación del territorio de Arauco. La ciudad se erige sobre el histórico Fuerte Tucapel, fundado en 1553 por Pedro de Valdivia (Municipalidad de Cañete, s.f.). Según el censo de 2017, la comuna de Cañete cuenta con una superficie de 1089,2 km<sup>2</sup> y tenía una población de 34.537 personas, de las cuales 11.968 eran mapuches, y una superficie de 1089,2 km<sup>2</sup> (Biblioteca del Congreso Nacional, s.f.).

### *2.2 Atractivos naturales del Valle de Cayucupil*

El Valle de Cayucupil, ubicado cerca del Parque Nacional Nahuelbuta, es un destino turístico que destaca por su enfoque sostenible y rural. A continuación, se presentan sus principales atractivos naturales:

- **Río Cayucupil:** Anteriormente conocido como Togol-Togol o Nuelas, es un popular lugar de esparcimiento, con aguas que descienden desde la cordillera de Nahuelbuta y se unen al río Butamalal, creando un afluente ideal para bañistas y pescadores (Información Turística Cayucupil, 2010).
- **Río Butamalal:** Nace en el denso bosque de El Natri, en la cordillera de Nahuelbuta. Este río es hogar de diversas especies locales en peligro de conservación, como la ranita de Darwin y Contulmo y el sapo de Bullock (Información Turística Cayucupil, 2010).

- Boca Toma: Ubicada a 15 minutos en vehículo desde la Villa de Cayucupil, este paraje natural ofrece áreas para hacer asados y disfrutar de las aguas cristalinas del canal de regadío Cayucupil (Información Turística Cayucupil, 2010).
- Quebrada de Caramávida: Situada en la cuenca superior del río Caramávida, esta área es una reserva de biodiversidad, donde se encuentran especies como el queule y el michay rojo, y se pueden avistar anfibios, reptiles, aves y mamíferos en peligro de extinción (Información Turística Cayucupil, 2010).
- Parque Nacional Nahuelbuta: Este parque alberga araucarias milenarias y fauna diversa, con senderos que permiten acceder a vistas impresionantes desde el mirador natural Piedra del Águila (Información Turística Cayucupil, 2010).
- Piedra del Águila: Un ícono del Parque Nacional Nahuelbuta, desde donde se pueden observar los macizos de la Cordillera de Los Andes y el océano Pacífico. Este mirador ofrece una vista espectacular que incluye varios de los volcanes más famosos del sur de Chile (Información Turística Cayucupil, 2010).

### *2.3. Antecedentes de la ruta turística de cayucupil*

La Ruta Turística de Cayucupil nace a partir del Programa de Asociatividad Económica (PAE), perteneciente al Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), que inició su primer ciclo en diciembre de 2020, con una duración de doce meses. En diciembre de 2022 comenzó su segundo ciclo, donde se diferenciaron las particularidades del destino turístico de Cayucupil, destacando sus singularidades y ventajas. Con estos dos ciclos, la Ruta Turística de Cayucupil logró consolidarse en torno a un enfoque natural y cultural, asegurando coherencia mediante un hilo conductor que da sentido al itinerario, integrando diversos lugares, actividades y elementos que forman parte del destino turístico. Se identificó y desarrolló el potencial de la Ruta Turística de Cayucupil, enfocándose en el turismo de intereses especiales, como el agroturismo, alojamiento familiar, turismo de aventura, turismo rural, y turismo cultural, educativo e histórico.

En 2023, el PAE no se implementó, pero se retomó en 2024 con su tercer ciclo, y su cuarto ciclo está previsto para marzo del año 2025. En el ciclo actual, se busca desarrollar y fortalecer las empresas y actividades asociativas campesinas, mediante el fomento del negocio, la estructura organizacional y la articulación con el mercado, contribuyendo al desarrollo económico de la agricultura. También se espera combatir la estacionalidad a través del desarrollo de fiestas, ferias y eventos costumbristas que se programan anualmente.

### *2.3.1. Estrategia de turismo*

El turismo es una herramienta clave para generar ingresos, fortalecer el patrimonio y promover el desarrollo sostenible. Tanto la Estrategia Nacional de Turismo 2030 como la Estrategia Regional de Desarrollo 2015-2030 son pilares fundamentales en esta área:

#### *2.3.1.1. Estrategia nacional de turismo 2030*

La Estrategia Nacional de Turismo 2030 (ENT 2030) establece un marco orientado al desarrollo sostenible, equitativo e inclusivo del turismo en todo el territorio nacional. En los últimos años, el turismo se ha consolidado como uno de los sectores económicos más importantes, contribuyendo significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) y siendo una fuente relevante de empleo. Entre 2010 y 2018, el número de turistas extranjeros que ingresaron a Chile aumentó en un 104%, lo que posicionó al país como el tercer destino turístico más visitado de Sudamérica.

El turismo, de acuerdo con la ENT 2030, es percibido como un motor de desarrollo sostenible que permite poner en valor el patrimonio natural, cultural e histórico de las comunidades locales. En este sentido, la estrategia nacional promueve un turismo responsable y consciente, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), priorizando prácticas que respeten y preserven el entorno, mientras generan beneficios económicos para las comunidades locales.

Uno de los pilares fundamentales de la ENT 2030 es el desarrollo regional, que busca descentralizar las actividades turísticas, promoviendo el turismo en áreas rurales y territorios menos explorados, como es el caso del Valle de Cayucupil en la Región del Biobío. Esta estrategia incentiva la promoción de destinos turísticos alternativos que no solo ofrecen experiencias auténticas y memorables, sino que también contribuyen al fortalecimiento de las economías locales y a la conservación de su identidad cultural.

El desarrollo del turismo rural vivencial, como el que se impulsa en Cayucupil, se alinea perfectamente con los objetivos de la Estrategia Nacional de Turismo. Esta forma de turismo permite a las comunidades locales —en especial a mujeres mapuches emprendedoras que lideran proyectos turísticos en Cayucupil— aprovechar su entorno natural y cultural para generar ingresos, fortalecer su autonomía económica y ejercer un rol protagónico en la preservación de sus tradiciones. La ENT 2030 busca fomentar la participación de las comunidades en el diseño y gestión de proyectos turísticos, apoyándolas a través de iniciativas como el Programa de Asociatividad Económica (PAE), que ha sido clave en la creación y consolidación de la Ruta Turística de Cayucupil.

Finalmente, la estrategia nacional también pone énfasis en la innovación y la sostenibilidad. El turismo en zonas rurales, como Cayucupil, es visto como una oportunidad para implementar prácticas de turismo sostenible que minimicen el impacto ambiental, al mismo tiempo que generan beneficios sociales y económicos a largo plazo. En este contexto, el fortalecimiento del turismo rural en comunidades indígenas se presenta como una herramienta fundamental para el empoderamiento de las mujeres mapuches, quienes no sólo lideran iniciativas turísticas, sino que también actúan como guardianas de su patrimonio cultural y natural.

#### *2.3.1.2. Estrategia regional de desarrollo 2015-2030*

La Estrategia Regional de Desarrollo 2015-2030 del Biobío tiene como objetivo principal consolidar a la región como un territorio que promueve la sostenibilidad, la equidad social y el desarrollo económico inclusivo. En este marco, el turismo rural y el patrimonio cultural se consideran pilares fundamentales para la generación de oportunidades, especialmente en territorios con desventajas relativas, como el Valle de Cayucupil, donde se desarrolla la Ruta Turística Cayucupil. La estrategia prioriza iniciativas que potencian la identidad local y fomentan el desarrollo sustentable, contribuyendo a la inclusión de grupos vulnerables, como las mujeres mapuches, en el ámbito económico y social.

Un aspecto clave de la estrategia es la valorización del capital social y la diversidad cultural de la región. La estrategia destaca la importancia de la participación de las comunidades locales en los procesos de desarrollo regional, lo que está alineado con el enfoque del turismo rural vivencial. La participación activa de las mujeres mapuches en el turismo de Cayucupil contribuye a la preservación de su cultura, fomenta el intercambio intercultural, y refuerza el empoderamiento económico de las comunidades rurales.

La protección del patrimonio natural y cultural es otro de los ejes de la Estrategia Regional. En este sentido, la Ruta Turística de Cayucupil, con su enfoque en el turismo de intereses especiales, agroturismo y turismo cultural, se inserta en una iniciativa más amplia de la región para promover un turismo que sea ambientalmente sostenible y socialmente inclusivo. Además, el desarrollo de eventos costumbristas y ferias regionales refuerza la conexión entre el turismo y la cultura local, contribuyendo a la rotura de la estacionalidad.

Finalmente, la estrategia enfatiza la necesidad de fortalecer las capacidades productivas y organizacionales en áreas rurales. Este fortalecimiento incluye el apoyo a iniciativas asociativas, como el Programa de Asociatividad Económica (PAE), que ha sido fundamental para el desarrollo

de la Ruta Turística Cayucupil. Al implementar políticas que impulsan la participación y el liderazgo de las comunidades rurales, se fomenta la creación de redes de apoyo y colaboración entre los actores locales, un factor clave para el éxito del turismo vivencial.

### **3. Problemática: Desafíos y Oportunidades del Turismo Rural Vivencial Indígena para las Mujeres Mapuche de Cayucupil**

#### *3.1. Turismo rural vivencial indígena*

El turismo rural vivencial indígena ha surgido en Chile como una alternativa económica que no solo genera ingresos, sino que también desempeña un papel crucial en la valorización y preservación de las culturas indígenas. De acuerdo con la Subsecretaría de Turismo (2020), la autenticidad es el núcleo de este tipo de turismo, lo que lo convierte en una oportunidad única para la Ruta Turística de Cayucupil. A través de esta modalidad, las comunidades comparten su herencia cultural con los turistas de manera genuina y respetuosa.

Pilquimán, Palacios y Cabrera (2021) sostienen que el turismo comunitario indígena ha emergido como una alternativa económica que permite la generación de ingresos y la valorización del patrimonio cultural. Este tipo de turismo, gestionado colectivamente, ha promovido economías de pequeña escala basadas en el uso de elementos culturales propios, lo que refuerza la identidad comunitaria y fortalece el vínculo con el territorio. Sin embargo, las comunidades enfrentan obstáculos significativos, como la falta de mecanismos estatales efectivos para participar y controlar el desarrollo de estas iniciativas. Esto ha dificultado que las comunidades mapuches asuman un rol protagónico en la gestión y preservación de sus territorios y cultura, limitando las posibilidades de un desarrollo económico sostenible acorde a sus necesidades e intereses.

Este tipo de turismo no solo mejora la calidad de vida de las comunidades locales, sino que también fomenta la conservación de sus tradiciones ancestrales. Sin embargo, el éxito del turismo indígena depende en gran medida de una planificación adecuada y del respeto a la cultura, ya que, si no se gestiona correctamente, puede generar tensiones. Este es un desafío constante para las mujeres mapuches de Cayucupil, quienes deben equilibrar la autenticidad de sus tradiciones con las exigencias del mercado turístico.

En el contexto de globalización, la mercantilización cultural transforma las expresiones culturales en productos consumibles para los turistas. Bertonecello (2010) señala que esta situación puede generar conflictos culturales al convertir las culturas locales en atracciones turísticas, desvirtuando su cultura. No obstante, el encuentro turístico también puede interpretarse como una

interacción social dinámica, en la que las identidades y roles se negocian constantemente. Además, el turismo puede influir en la construcción y resignificación del patrimonio cultural. En ese sentido, Calleja y González (2016) afirman que la mercantilización de la cultura implica que los bienes culturales pierden su valor simbólico original y se transforman en productos comerciales, diseñados para atraer visitantes.

Esta dinámica refleja el desafío que enfrentan las comunidades indígenas, como las mujeres mapuche de Cayucupil, al intentar preservar la autenticidad de sus tradiciones mientras las adaptan a las exigencias del mercado turístico. En estas comunidades, la situación genera tensiones entre la preservación de las tradiciones auténticas y su adaptación para satisfacer las demandas del turismo. Las mujeres mapuches enfrentan el desafío de conservar sus costumbres ancestrales mientras las hacen atractivas para los turistas, un proceso que, en algunos casos, puede diluir la esencia de sus prácticas y afectar su sentido de identidad y pertenencia.

A pesar de estos desafíos, el turismo rural vivencial indígena también representa una oportunidad significativa para las mujeres mapuche, quienes han logrado generar ingresos económicos mediante esta actividad. Esto no solo les ha permitido mejorar su calidad de vida, sino también contribuir al bienestar de sus familias y comunidades. Esta independencia económica, aunque aún en etapas iniciales, ha sido clave para el desarrollo de su autoestima y autopercepción como líderes. La interacción con los turistas ha fortalecido su confianza personal y mejorado su posición dentro de la estructura social de la comunidad.

No obstante, para que estas oportunidades se consoliden, es esencial identificar y superar las barreras estructurales que limitan el desarrollo del turismo rural vivencial. Entre ellas se encuentran la falta de apoyo institucional, la ausencia o baja adaptación de políticas públicas que promuevan el emprendimiento turístico en zonas rurales y la baja capacitación de las mujeres. Las políticas públicas juegan un rol fundamental en la creación de un entorno favorable para el turismo indígena, facilitando el acceso a financiamiento, infraestructura y mercados. En este sentido, el papel del Estado y de las organizaciones no gubernamentales es crucial para generar condiciones equitativas y sostenibles que impulsen el desarrollo del turismo rural vivencial indígena.

### *3.2. Mujeres en el contexto turístico rural*

En el contexto del turismo rural vivencial, las mujeres mapuches de Cayucupil, han adoptado esta actividad como una herramienta de transformación social, económica y cultural. A través del turismo, no solo fortalecen su rol dentro de la comunidad, sino que también desarrollan

habilidades de liderazgo y empoderamiento. Sin embargo, este proceso está marcado por tensiones y desafíos que deben ser abordados para garantizar su éxito y sostenibilidad.

Oyarce (2012) señala que el turismo cultural mapuche ha surgido como una herramienta clave para la valorización y preservación de las culturas indígenas. Este tipo de turismo no solo genera ingresos, sino que también desempeña un papel fundamental en la conservación cultural, reforzando la participación de las comunidades indígenas en su diseño y promoción. La autenticidad, según Oyarce, es esencial para el éxito de estas iniciativas, lo que se alinea con el enfoque del turismo rural vivencial en Cayucupil.

A pesar de estos beneficios, una de las principales dificultades radica en las desigualdades estructurales que históricamente han afectado a las comunidades mapuches, en especial a las mujeres. El acceso limitado a recursos económicos, la falta de infraestructura adecuada y la escasa visibilidad de la cultura mapuche – e indígena en general- en los circuitos turísticos nacionales e internacionales son solo algunas de las barreras que enfrentan. Estas condiciones, arraigadas en siglos de colonización y marginación, han perpetuado un ciclo de pobreza y exclusión que dificulta el desarrollo pleno de las mujeres mapuches como agentes de cambio en sus comunidades. El Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género (2017) destaca que las mujeres indígenas enfrentan barreras estructurales perpetuadas históricamente, debido a la marginación económica y la exclusión de los procesos de toma de decisiones. Estas barreras limitan su acceso a recursos y dificultan su participación en la economía y la preservación de su cultura.

El empoderamiento de las mujeres mapuches a través del turismo rural vivencial no debe analizarse únicamente desde una perspectiva económica, sino también desde una dimensión sociocultural. Este tipo de turismo ofrece una oportunidad única para que las mujeres reafirmen su identidad cultural y asuman roles de liderazgo en sus familias y comunidades. Sin embargo, este proceso no es lineal, ya que está influenciado por diversos factores que lo complejizan. Entre estos, se destacan las tensiones de género y las dinámicas familiares tradicionales, que muchas veces subestiman o invisibilizan el trabajo de las mujeres, limitando su capacidad para tomar decisiones autónomas o liderar emprendimientos turísticos.

Mora, Fernández y Ortega (2016) destacan que el empoderamiento de las mujeres mapuches a través del turismo rural vivencial no solo les permite reafirmar su identidad cultural, sino que también las posiciona como líderes dentro de sus familias y comunidades, a pesar de las tensiones de género y las dinámicas familiares tradicionales que invisibilizan su trabajo.

Asimismo, las mujeres enfrentan desafíos adicionales al intentar equilibrar su rol tradicional dentro del hogar con las demandas de liderar un emprendimiento turístico. Las actividades domésticas no remuneradas y las responsabilidades familiares continúan siendo, en muchos casos, una carga que dificulta su participación activa en el turismo rural vivencial. Estas barreras culturales y sociales impiden el desarrollo pleno de su autonomía económica y limitan las oportunidades de consolidar su liderazgo en la comunidad.

El turismo rural vivencial indígena en Cayucupil, se presenta como una vía transformadora que permite a las mujeres mapuches obtener ingresos, fortalecer su autoestima y asumir roles de liderazgo dentro de sus comunidades. Este tipo de turismo no solo mejora la economía local sino que, fundamentalmente, promueve la preservación y valorización de la cultura mapuche en un contexto en el que la autenticidad y el respeto cultural son pilares. Las barreras estructurales y la mercantilización cultural imponen restricciones que dificultan que estas mujeres logren una verdadera independencia económica y liderazgo comunitario.

Para asegurar que el turismo rural vivencial indígena siga beneficiando a las mujeres mapuches y a sus comunidades, resulta esencial reforzar el apoyo institucional y promover políticas públicas que impulsen el emprendimiento en zonas rurales, proporcionando acceso a financiamiento, capacitación y mercados. Al mismo tiempo, es necesario abordar las barreras sociales y culturales que limitan su plena participación, como las responsabilidades domésticas y las tensiones de género, que a menudo invisibilizan su trabajo. Solo mediante un enfoque integral y comprometido podrán consolidarse estos logros, asegurando que el turismo no solo preserve, sino que también fortalezca la identidad y autonomía de las mujeres mapuche en Cayucupil.

#### **4. Marco teórico-referencial**

A continuación, se exponen las ideas y conceptos que dan sustento teórico a la investigación. Este apartado se divide en cinco capítulos, los cuales en su conjunto buscan caracterizar las dinámicas sociales, dificultades y oportunidades que surgen en la práctica del turismo rural vivencial en relación con la independencia económica, el empoderamiento y liderazgo de las mujeres mapuches.

El primer capítulo aborda los principales conceptos, tipologías y dimensiones del turismo, destacando su carácter multifacético y su impacto en los ámbitos económico, social, cultural y ambiental. Asimismo, se presentan distintas tipologías de turismo —como el turismo rural, comunitario, ecoturismo, turismo de intereses especiales y turismo vivencial—, abordando sus

características, objetivos y desafíos. El capítulo también examina las dimensiones del turismo desde las perspectivas económica, social, cultural, de planificación y de gestión, para finalmente contextualizar el fenómeno turístico a través de una revisión de sus orígenes históricos y su evolución en el tiempo, con énfasis en el contexto chileno.

En el segundo capítulo, se abordan dos ejes claves en el desarrollo personal y social de las mujeres: el empoderamiento y el liderazgo, así como la relación entre autoestima y autopercepción. En primer lugar, se revisa cómo el empoderamiento de las mujeres, especialmente en contextos de subordinación de género el cual permite que adquieran autonomía y confianza, lo que facilita su capacidad de asumir roles de liderazgo en sus comunidades. Asimismo, se examina cómo el liderazgo femenino tiene características particulares, donde algunos autores destacan su enfoque colaborativo y emocional, así como las barreras estructurales que dificultan el acceso de las mujeres a lugares de poder. Finalmente, el capítulo explora la influencia de la autoestima y la autopercepción en el bienestar emocional, la autovaloración y el posicionamiento social de las mujeres, reflexionando desde una perspectiva feminista sobre cómo estas dimensiones se encuentran condicionadas por las estructuras patriarcales y cómo el empoderamiento permite transformar la autopercepción y fortalecer el control sobre la propia vida y las decisiones.

El tercer capítulo aborda las transformaciones provocadas por la inserción laboral de las mujeres, particularmente en el contexto del turismo rural. Se revisan las transformaciones en el rol familiar y comunitario derivados de la incursión de las mujeres en el mercado laboral. Asimismo, se consideran las dificultades que persisten, como la doble carga de trabajo doméstico y laboral. En la misma línea el capítulo, aborda cómo la participación de las mujeres en el trabajo ha influido en sus roles dentro de la familia, la comunidad y el mercado laboral, promoviendo avances en equidad, pero también destacando los desafíos que persisten en la búsqueda de una igualdad plena en las relaciones de género.

En el cuarto capítulo, se aborda la importancia de las redes de apoyo y la asociatividad en los emprendimientos turísticos rurales, destacando cómo estas colaboraciones comunitarias fortalecen la sostenibilidad económica, social y ambiental de las iniciativas locales. Se revisa cómo la asociatividad permite a los emprendedores compartir recursos, mejorar su competitividad y acceder a financiamiento, mientras que se preserva la cultura local y se promueven experiencias turísticas diversificadas. Además, se exploran los diferentes tipos de asociaciones en Chile, con especial atención a las cooperativas, que desempeñan un papel clave en el desarrollo del turismo

comunitario. Este capítulo también ofrece una visión histórica sobre el origen y evolución del cooperativismo en Chile, así como su impacto en el desarrollo social y económico de las comunidades rurales. Finalmente, se describen los distintos tipos de cooperativas y su contribución al fortalecimiento del tejido social y económico de las regiones.

En el último capítulo se abordan las múltiples desigualdades y limitaciones que enfrentan las zonas rurales en Chile, así como las barreras específicas que afectan a las mujeres, especialmente en comunidades mapuches. En el contexto rural la población enfrenta desafíos estructurales como la falta de acceso a servicios básicos, la pobreza multidimensional y la centralización de las políticas públicas, que dificultan el desarrollo de las comunidades rurales. A continuación, se abordan las desigualdades de género, enfatizando la doble opresión que sufren las mujeres mapuches por su género y su etnia. Estas mujeres, a pesar de desempeñar un rol clave en la producción cultural y la resistencia, han sido históricamente invisibilizadas. El capítulo explora cómo estas desigualdades están arraigadas en estructuras patriarcales y coloniales, y cómo afectan tanto al ámbito doméstico como al político, limitando las oportunidades de liderazgo y el reconocimiento de las mujeres en sus comunidades.

### **Capítulo N°1: Conceptos, tipologías y dimensiones del turismo**

El turismo, como fenómeno global, ha crecido y evolucionado de manera significativa, relacionándose con diversas áreas del desarrollo económico, social y cultural de las sociedades. Este capítulo se centra en proporcionar una comprensión detallada del turismo a través de su conceptualización, las distintas tipologías que lo conforman y las dimensiones que impactan tanto en las comunidades receptoras como en los visitantes. Para lograr esto, se analizarán diferentes enfoques teóricos que abordan el turismo como un proceso social, económico y cultural. Además, se explorarán las principales clasificaciones del turismo que resultan relevantes para esta investigación, proporcionando así un marco de análisis adecuado para profundizar en los impactos del turismo rural vivencial en comunidades locales.

#### *4.1.1. Turismo*

El turismo es un fenómeno complejo que se manifiesta a nivel global, influyendo en diversas dimensiones como económicas, sociales, culturales, ambientales, entre otras. Aunque parece un concepto comúnmente entendido, no existe una definición única o universalmente aceptada, ya que su interpretación varía según el enfoque de estudio que se adopte. Esta diversidad

de aproximaciones refleja la naturaleza del turismo y su impacto en el mundo contemporáneo. Para poder definir el concepto en adelante se tomarán definiciones de turismo de diversos autores.

Según Urry (1996) el turismo es un proceso social organizado que implica contemplar lugares y escenas que se perciben como fuera de lo común, en contraste con la vida cotidiana. Esa actividad es conocida como *contemplación turística*, la cual varía según el contexto social, el grupo y el período histórico. Urry (1996) plantea también el concepto de *experiencia turística*, la cual se construye a partir de la diferencia, y se apoya en las expectativas que los turistas tienen sobre los lugares que visitan, expectativas que son moldeadas por los medios de comunicación, películas, literatura y otros elementos culturales. Por lo anterior, en el turismo las culturas y los paisajes se convierten en productos consumibles para los turistas. Es importante destacar que la autenticidad de estos lugares puede verse afectada por la comercialización, lo que lleva a los turistas a participar en experiencias que son creadas para satisfacer sus expectativas.

Lo planteado anteriormente se relaciona con la *gobernanza turística*, ya que esta es una herramienta para gestionar de manera eficiente los recursos de un destino turístico, promoviendo tanto su competitividad como su sostenibilidad a largo plazo (Velasco, s.f.).

Según Acerenza (2006) el turismo es una actividad que abarca todos los procesos vinculados al desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual hacia otros destinos, donde permanecen temporalmente y luego regresan a su residencia habitual. Este fenómeno involucra tanto la producción como el consumo de bienes y servicios. Estos viajes son motivados por razones como el esparcimiento, los negocios, la salud, la participación en eventos, el descanso, el disfrute, el enriquecimiento cultural y la recreación.

Según lo planteado por Capanegra (2010) el turismo es un fenómeno que impacta múltiples sectores y actividades dentro de la sociedad, especialmente a partir de la internacionalización y masificación del turismo. El turismo es una actividad cultural y un motor de desarrollo, en este sentido podemos entenderlo como una herramienta clave para generar recursos económicos y es útil para la conservación del patrimonio cultural y natural, ya que este es un atractivo para los turistas (Beroíza, Pilquiman, Cid, de la Maza y Cea, 2022).

El turismo es un fenómeno social complejo que excede el mero ocio o negocio, con múltiples aristas, insertado en estructuras sociohistóricas cambiantes, abarcando impactos económicos, sociales, culturales y territoriales (Álvarez, Mantecón y Puertas-Cañaverl, 2020).

Otro de los componentes del turismo son los *productos turísticos*, los cuales son una combinación de elementos tangibles e intangibles que generan beneficios y experiencias memorables para los turistas. Los productos turísticos son el conjunto de recursos naturales, históricos, infraestructura y servicios que se ofrecen al turista. Para poder crear estos productos turísticos se identifican las necesidades y deseos de los turistas (Salinas y Medina, 2009).

A continuación se exponen las cinco dimensiones del turismo según Bertonecello (2010):

- **Dimensión económica:** Se entiende al turismo como un fenómeno que genera empleos pero los beneficios de esta actividad no siempre se distribuyen equitativamente.
- **Impacto social:** El turismo puede tener efectos positivos como negativos en las sociedades receptoras. El turismo de masas es un fenómeno que incluye procesos de inclusión social mediante el consumo, la definición de la ciudadanía y la pertenencia. Sin embargo, también existen problemas sociales asociados a la convivencia entre turistas y locales.
- **Impacto cultural:** El turismo puede generar conflictos culturales, especialmente cuando se convierte a las culturas locales en atracciones turísticas ya que se corre el riesgo de desvirtuar su cultura original. Sin embargo, el encuentro turístico también puede ser una interacción social dinámica, donde las identidades y roles se negocian continuamente. Además, el turismo puede llegar a influir en la construcción y resignificación del patrimonio cultural, siendo un proceso social activo.
- **Planificación turística:** La planificación turística ha evolucionado, desde un enfoque centralizado en grandes proyectos (1950 a 1970), a modelos más descentralizados y locales (1980 y 1990). Estos nuevos enfoques promueven el turismo de base local, especialmente en contextos de crisis económica, donde el turismo se ve como una estrategia para superar problemas como el desempleo. La planificación contemporánea también pone un fuerte énfasis en el desarrollo sostenible y en la participación de las comunidades locales, aunque se cuestionan los alcances reales de estas propuestas.
- **Gestión turística:** La gestión del turismo ha estado históricamente centrada en aspectos técnicos y operativos, como la administración de agencias de viajes, hoteles y otros servicios turísticos. No obstante, se pone demasiado énfasis en los aspectos prácticos, descuidando el desarrollo de teorías y conceptos que permitan entender mejor el fenómeno del turismo, además se destaca la importancia de contar con sistemas de información confiables, que ayuden a medir con precisión el impacto del turismo en la economía.

Existen diversas clasificaciones del turismo debido a la complejidad y variedad de actividades que abarca. Estas clasificaciones responden a factores como los motivos del viaje, las características del destino, las actividades que se realizan o los actores involucrados, lo que permite analizar el turismo desde distintas aristas. A continuación, se mencionan y definen los tipos de turismo que resultan relevantes para esta investigación. Lo que permitirá abordar de manera específica los distintos enfoques y prácticas turísticas que son clave para comprender el fenómeno en estudio, considerando sus implicancias económicas, sociales y culturales. Al delimitar los tipos de turismo, se facilita un análisis más preciso de las dinámicas y características que se presentan en el contexto del turismo rural vivencial y su impacto en las comunidades locales.

#### *4.1.2. Inicios del turismo*

Según lo que plantea Acerenza (2006) en la antigua Babilonia se registran evidencias de viajes, pero no es posible identificar estos viajes como lo que hoy entendemos como turismo sino hasta el Imperio Romano. Durante el auge del Imperio, en los meses de verano se producían considerables movimientos de gente desde Roma hacia el campo y los sitios de veraneo situados a las orillas del mar. Los romanos visitaban además templos, santuarios, baños termales y se movían según festividades. Se podía entender los viajes del Imperio Romano como turismo ya que estos contaban con itinerarios y guías, en los cuales se especificaba: las rutas, los nombres de los caminos, las distancias y los tiempos requeridos para viajar entre los distintos puntos del Imperio. Con la caída del Imperio Romano los viajes disminuyeron hasta la Edad Media, debido a las cruzadas, en este periodo la actividad del hospedaje se convirtió en un negocio rentable. Al final de la Edad Media, Venecia se destacaba no sólo por su belleza y riqueza, sino también por los grandes atractivos que ofrecía al viajero. Estos atractivos incluían agasajos y espectáculos.

A partir del siglo XIX se establecen las bases del turismo moderno. Durante este tiempo tiene su origen el denominado *grand tour*, del que más tarde se derivará el término turismo, y es en esa época cuando se comienzan a desarrollar los centros vacacionales. El *grand tour* era una práctica educativa en la que los jóvenes aristócratas europeos realizaban viajes para formarse culturalmente, esta costumbre involucra la visita a diversas ciudades europeas con la intención de observar y aprender sobre política, gobierno, religión. En esa época, los viajes podían generar un gran potencial comercial lo que da pie a que más tarde se generen los centros vacacionales. Hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial, se observa un rápido crecimiento de la actividad turística en el continente Europeo. En el año

1924 se crea la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales para la Propaganda Turística, que fuera la antecesora de la UIOOT, a cuyo primer congreso, celebrado en La Haya en 1925, concurrieron 14 delegados de las organizaciones oficiales de turismo de los distintos Estados europeos (Acerenza, 2006, p.79).

Después de la Segunda Guerra Mundial el turismo se transforma en un fenómeno masivo, que comienza a despertar el interés de la mayoría de los países en el mundo. Con la introducción de las nuevas técnicas de marketing en la industria turística cambia el enfoque de comercialización del turismo y nace el concepto de *producto turístico*, y con éste la estandarización de la oferta turística (Acerenza, 2006).

A partir de 1950 la evolución del turismo comenzó a mostrar altos índices de crecimiento, de manera que al término de la década de los sesenta los ingresos totales generados por la actividad turística en todo el mundo se situaban en 5.5 % del valor total de las exportaciones mundiales (Acerenza, 2006, p.82).

También Moreno (s.f) identifica los orígenes del turismo, en Europa del siglo XIX durante la consolidación de la industrialización. En ese período, las prácticas turísticas comenzaron a generalizarse y a movilizar a miles de europeos. Estas prácticas estaban principalmente vinculadas al descanso, la salud y el conocimiento, y se manifiestan en formas como el termalismo, el excursionismo, los baños de ola en playas frías, y los viajes de formación conocidos como el *Gran Tour* que realizaban las élites. El turismo también se asoció con el surgimiento de balnearios y playas, así como con centros monumentales y culturales europeos, donde las élites hacían negocios, política y mostraban modas, lo que impulsó mejoras en el ámbito médico, tecnológico y en los transportes. Este período de auge turístico en Europa se considera una *edad de oro* del turismo, ya que estas prácticas reflejaban tanto los cambios sociales como la consolidación de nuevas formas de recreación y consumo.

#### 4.1.3. Turismo Nacional

Yáñez (2021) plantea que el desarrollo inicial de la industria turística en Chile parte entre 1910 a 1950. En la década de 1920 a nivel país la política pública impulsó el turismo mediante la creación de infraestructuras, regulaciones y promoción de destinos. En este periodo el turismo en

Chile fue afectado por la Gran Depresión de 1929, pero a pesar de ello la demanda tanto interna como externa continuó creciendo, especialmente gracias a la expansión del sistema ferroviario y la construcción de hoteles. También en 1929 se crea el Departamento de Turismo el cual impulsó la promoción y la regulación del sector turístico nacional, con ello el Estado cumple un rol fundamental ya que además crea políticas turísticas.

Chanquey, Lagos y Llanco (2021) plantean que la economía chilena durante el periodo 2000-2018 tuvo un aumento del 1% en los gastos de turismo generando un incremento del 1,92% en el PIB, lo que indica una relación directamente proporcional. El estudio nos indica que el turismo tiene un impacto en el crecimiento económico de Chile, pero no es uno de los sectores más significativos en términos de contribución al PIB.

A lo largo de este capítulo, se ha definido el turismo desde múltiples perspectivas, destacando su complejidad y su influencia en diversas dimensiones (como económica, social, cultural y ambiental). Las definiciones de turismo propuestas por diferentes autores resaltan su carácter de naturaleza diversa, tanto como una actividad socialmente organizada o como una herramienta de desarrollo. El capítulo también ha profundizado en las tipologías de turismo, tales como el turismo rural, el turismo vivencial y el turismo de intereses especiales, que son especialmente relevantes para esta investigación.

La revisión de las dimensiones del turismo, como el impacto económico, social y cultural, así como la planificación y gestión turística, ofrece un marco conceptual útil para abordar el fenómeno en comunidades rurales. En este sentido, el análisis de los productos turísticos y el papel de la autenticidad en la experiencia turística subraya la importancia de gestionar adecuadamente las actividades turísticas para evitar la mercantilización de las culturas locales. Finalmente, estas reflexiones teóricas servirán de base para entender cómo el turismo rural vivencial, especialmente en comunidades indígenas, puede convertirse en una herramienta de empoderamiento económico, social y cultural.

#### *4.1.4. Tipos de turismo*

##### *4.1.4.1. Turismo Rural*

El turismo rural puede abordarse desde múltiples perspectivas, lo que ha generado diversas denominaciones, como turismo indígena o étnico, agroturismo y turismo comunitario, entre otras. Es importante destacar que cada una de estas denominaciones posee un énfasis particular y

diferenciador, aunque muchos autores lo agrupan bajo el concepto general de turismo rural. Para definir este concepto, se recurrirá a distintos autores que lo abordan desde diferentes enfoques.

Este tipo de turismo se originó en Inglaterra en la década de 1950, como respuesta de la población urbana a la monotonía y tensión de la vida cotidiana, buscando descanso, recreación, disfrute del paisaje y acercamiento a las actividades rurales (Acerenza, 2006).

Bernal y Zavala (2015) explican el concepto de *autenticidad existencial* en la experiencia turística rural, el cuál depende de las características de la oferta turística, del estado existencial del visitante y su involucramiento auténtico con el entorno, los servicios y las personas.

El turismo comunitario es una fuente de ingresos y al mismo tiempo una forma de revalorizar y proteger los territorios y las tradiciones culturales, ofreciendo a los turistas una experiencia que combina el respeto por el medio ambiente y el aprendizaje intercultural (Cid, Mella, Beroiza, Arias, Callupe, Amigo y Moya, 2022). Según lo planteado por Beroíza, et al (2022) este tipo de turismo busca conciliar el desarrollo económico con la protección de sus recursos y la preservación de su identidad cultural.

Pilquimán (2016) trabaja también bajo el concepto de turismo comunitario y lo entiende como una herramienta clave para la supervivencia cultural y económica de las comunidades mapuches. Este tipo de turismo es una estrategia para resistir la globalización y las presiones de intereses económicos que amenazan su territorio y cultura. El turismo comunitario no solo permite la generación de ingresos complementarios, sino que también actúa como una forma de revalorizar las prácticas culturales y la cosmovisión mapuche. A través de la activación de su patrimonio natural y cultural, estas comunidades logran proteger sus territorios ancestrales de la mercantilización y preservar su identidad. El turismo comunitario se presenta como una vía para que las comunidades mapuches logren mayor autonomía y visibilidad en la sociedad chilena.

Según lo que plantean Cid et al (2022) este tipo de turismo es una herramienta para la autonomía económica y cultural de las comunidades, ya que las actividades turísticas han permitido a las comunidades mapuches no solo generar ingresos, sino también reforzar su identidad cultural y sus vínculos con el territorio. Robertson (2000) plantea el concepto de *glocalización* el cuál hace referencia a la adaptación de productos y servicios globales a las condiciones locales, por lo que las culturas locales son co-creadas. Este proceso lleva a una interpenetración de culturas y formas de vidas locales y globales, en lugar de una simple imposición de una sobre la otra.

El turismo afecta a las comunidades receptoras y Pereiro (2012) identifica tres formas en las cuales el turismo indígena puede afectar a la comunidad:

- El turismo podría generar una revitalización cultural y generar un beneficio económico.
- El turismo podría generar la mercantilización de las culturas, la desigualdad y la explotación de las comunidades.
- Las comunidades indígenas pueden usar el turismo de manera creativa para su propio beneficio, siempre que tengan control sobre el proceso.

En base a lo planteado el turismo puede ser una herramienta de empoderamiento para las culturas indígenas si es gestionado adecuadamente.

Acerenza Plantea el término de turismo alternativo, el cuál se caracteriza “por permitir un desarrollo en menor escala, con un mínimo impacto sobre el medio ambiente, y respetuoso de los valores de las comunidades locales y su cultura” (Acerenza, 2006, p.38).

El concepto de ecoturismo como tal, surge en los años ochenta, el cual es entendido como una forma de turismo alternativo que puede contribuir en forma eficaz al desarrollo del turismo sostenible. El ecoturismo es un tipo de turismo responsable que realiza viajes a áreas naturales que apoya la conservación del medio ambiente y mejora el bienestar de las comunidades locales (Acerenza, 2006). En esta misma línea, Lopez (2010) plantea que el ecoturismo tiene el riesgo de que se desvirtúa la esencia de la cultura local, ya que se subordina las dinámicas comunitarias y las tradiciones culturales a las demandas del mercado turístico internacional. La cultura local se mercantiliza y se adapta a las expectativas de los turistas, desvirtuando su esencia. El ecoturismo tiene un gran potencial para generar beneficios económicos, es fundamental replantear su implementación para que respete la autonomía y la identidad cultural de las comunidades locales, evitando que se convierta en una herramienta de subordinación al mercado global.

El turismo comunitario también puede ser entendido como una estrategia de desarrollo para las comunidades indígenas, ya que este puede entregar preservación de su patrimonio cultural y natural con actividades económicas sostenibles, promoviendo el empoderamiento local. Este turismo permite a las comunidades aprovechar sus recursos naturales y culturales, manteniendo el control sobre su desarrollo y generando ingresos de manera sostenible. Este turismo ofrece una alternativa económica viable y una manera de reforzar la identidad cultural indígena en el contexto de las presiones del desarrollo moderno (Morales, 2006).

Kieffer (2018) maneja el término turismo rural comunitario (TRC), en el cual la participación local, la cohesión y el capital social comunitario son elementos claves. Estas iniciativas tienen el potencial de generar desarrollo económico y social en las comunidades rurales, pero su éxito a largo plazo depende en gran medida del nivel de participación activa de los miembros de la comunidad y de la cohesión interna que logren. Cuando las comunidades se involucran de manera colaborativa y construyen fuertes redes de apoyo, el capital social se fortalece, facilitando la sostenibilidad y el crecimiento de estos proyectos. Este enfoque integrado no solo promueve el bienestar económico, sino también el fortalecimiento de los lazos comunitarios y la preservación cultural.

A pesar de que se podría entender que el etnoturismo y el turismo indígena son lo mismo Morales (2008) plantea que son distintos. El etnoturismo es un tipo de turismo alternativo que permite a los turistas tener experiencias inmersivas en comunidades indígenas, centrado en el visitante. Mientras que el turismo indígena es una actividad autogestionada por las comunidades indígenas, donde ellas mismas controlan la oferta turística, en un esfuerzo por preservar su cultura, generar ingresos económicos y fomentar la sostenibilidad de su patrimonio cultural y ambiental. Las comunidades indígenas desarrollan este tipo de turismo como una forma de resistencia ante la globalización, con el objetivo de proteger su identidad cultural y territorio. A través de microempresas de turismo indígena, las comunidades buscan fortalecer la cooperación interna y ofrecer servicios turísticos que no solo beneficien a los visitantes, sino que también respeten y promuevan su cosmovisión, tradiciones y recursos naturales.

Sobre el concepto de etnoturismo también trabajado por González, Simon y Arias (2004), se destaca que gracias este tipo de turismo las comunidades indígenas han experimentado una revalorización de su identidad étnica y ha sido promovido como una vía para el desarrollo económico, pero ha generado tensiones al convertir la cultura en un proceso de mercado.

#### *4.1.4.2. Turismo de intereses especiales (TIE)*

El turismo de Intereses Especiales (TIE) es un tipo de turismo que está basado en el desarrollo de viajes diseñados “a la medida” de cada turista. Está directamente relacionado con motivaciones turísticas de nichos especiales. Según lo que plantean algunos autores, como Bitrán (2004) este tipo de turismo es utilizado para captar la mayor cantidad de turistas extranjeros, ya que son los principales demandantes. Con base en esto, podemos entender que, en el TIE, los

prestadores de servicios ajustan su oferta a los intereses del tipo de turista que desean atraer. Por lo tanto, la llegada de ciertos tipos de turistas extranjeros depende de los servicios ofrecidos.

Según Huybers & Bennett (2003) citado en Espinosa, Llancaman & Sandoval (2014) el turismo de intereses especiales “está basado en los recursos naturales, la cultura y la historia, o bien en una mezcla entre estos elementos y se presenta como una alternativa de desarrollo para regiones con una gran diversidad y riqueza de este tipo de recursos” (p.116).

El turismo de intereses especiales se centra en experiencias personalizadas, basadas en la naturaleza, y se contrasta con el turismo masivo. Los parques nacionales permiten únicamente actividades TIE pasivas, como el senderismo y la observación de fauna, para evitar impactos negativos sobre los recursos naturales (Espinosa, Llancaman y Sandoval, 2014).

El turismo de intereses especiales (TIE) es un tipo de turismo personalizado, diseñado para satisfacer las preferencias y motivaciones específicas de cada turista, enfocado en nichos particulares. Se basa en la utilización de recursos naturales, culturales e históricos, ofreciendo experiencias únicas en áreas alejadas de grandes ciudades. Este tipo de turismo fomenta el intercambio sociocultural entre los turistas y las comunidades locales, contribuyendo al desarrollo de regiones con una gran riqueza y diversidad de estos recursos.

#### *4.1.4.3. Turismo vivencial*

El turismo vivencial es un turismo que permite a los visitantes sumergirse en las actividades cotidianas, costumbres y cultura de la comunidad local, lo que genera una experiencia directa y auténtica con los habitantes. Este tipo de turismo es usado como una estrategia para mejorar las condiciones económicas de la comunidad ya que puede generar recursos económicos a través de actividades como la agricultura, la crianza de especies menores y la participación en costumbres culturales y locales (Lagua, 2020).

Según Cruz (2011) el turismo vivencial involucra la participación de los visitantes en las actividades cotidianas de las comunidades locales, contribuye al desarrollo sostenible de las áreas rurales en las que se desarrolla. Este tipo de turismo se presenta como una forma de interacción cultural respetuosa y de bajo impacto que busca generar beneficios económicos, sociales y culturales para las comunidades anfitrionas. Además tiene un gran potencial para convertirse en una actividad económica importante en el futuro, pero necesita del desarrollo de infraestructura, capacitación y un mayor compromiso por parte de los gobiernos locales y las comunidades.

## Capítulo N°2: Los motores del cambio y decisiones personales

Este capítulo aborda los factores claves que impulsan el cambio en la vida de las mujeres, especialmente en términos de empoderamiento y liderazgo. Se exploran las dinámicas personales y sociales que permiten a las mujeres asumir roles de liderazgo, además de cómo la autoestima y la autopercepción influyen en su capacidad para transformarse y transformar sus entornos. En particular, se examina cómo el empoderamiento y el liderazgo están intrínsecamente relacionados, así como los desafíos estructurales y culturales que enfrentan las mujeres, especialmente en contextos rurales y comunidades indígenas. Este análisis se complementa con una reflexión sobre la importancia de la autoestima y la autopercepción en el proceso de empoderamiento, factores que juegan un papel central en la toma de decisiones y el desarrollo de la autonomía personal.

### 4.2.1. *Empoderamiento y liderazgo*

El empoderamiento y el liderazgo están estrechamente relacionados, ya que el empoderamiento permite a las personas desarrollar confianza, habilidades y autonomía, lo que facilita su capacidad para asumir roles de liderazgo.

En primer lugar, el empoderamiento de las mujeres no es un proceso lineal, ya que experimentan tanto momentos de empoderamiento como de desempoderamiento, los cuales pueden coexistir y sucederse. Este proceso les permite adquirir conciencia de su subordinación de género, lo que las lleva a cuestionar los roles tradicionales y a buscar relaciones más equitativas en sus hogares y comunidades (Mora, Fernández y Ortega, 2016). Según Murguialday (2006), el empoderamiento femenino es un proceso mediante el cual las mujeres adquieren la capacidad de tomar decisiones estratégicas sobre sus vidas, desarrollando su autoestima, autonomía y habilidades. Este proceso implica ganar poder en distintos niveles – personal, social, familiar, entre otros - y sobre las estructuras que perpetúan la desigualdad de género. Promueve cambios tanto en la autopercepción de las mujeres como en su capacidad para incidir en sus comunidades, desafiando los roles tradicionales y buscando la equidad de género.

Según lo que plantean algunos autores como Carrasco y Barraza (2021) el liderazgo femenino tiende a ser más colaborativo, emocional y orientado al cuidado de las relaciones interpersonales. Lo anterior tiene relación con el rol histórico de cuidados que ha tenido la mujer en la sociedad. En este sentido, resulta crucial reconocer que, en el caso de las mujeres mapuches, sus liderazgos no han sido debidamente visibilizados, lo que perpetúa la desigualdad de género tanto dentro de las comunidades mapuches como en la sociedad chilena en general (Rain, Pujal y

Mora, 2020). Esta falta de reconocimiento no solo refuerza las barreras culturales y estructurales a las que se enfrentan, sino que también invisibiliza las contribuciones de estas mujeres al fortalecimiento de sus comunidades.

La autonomía es parte integral del proceso de empoderamiento, ya que permite que las personas tomen el control de sus decisiones y acciones. Es la capacidad que tienen para actuar conforme a sus propias opciones, abarcando diversas dimensiones. Socialmente, la autonomía se asocia con factores externos o estructurales que pueden facilitar o dificultar su logro. La autonomía de las mujeres se desarrolla en tres dimensiones: física, económica y política, todas ellas claves para su empoderamiento y desarrollo personal (Mora, Fernández y Troncoso, 2019).

Por su parte, el liderazgo femenino se describe como un estilo de liderazgo que responde a las características innatas de las mujeres, particularmente adecuadas para las necesidades del siglo XXI. Algunas de estas características incluyen habilidades verbales, empatía, sensibilidad emocional, paciencia, capacidad para realizar múltiples tareas, visión contextual y una preferencia por el trabajo en equipo y la cooperación. Este estilo de liderazgo está vinculado a la necesidad de conciliar la vida familiar y profesional, promoviendo una organización más humana y comprometida con la familia (Pulido, 2014).

En esta misma línea, Díez, Valle, Terrón y Centeno (2002) plantean que el liderazgo femenino es democrático, colaborativo y enfocado en el consenso y la participación. Las mujeres suelen mostrar una mayor sensibilidad hacia las relaciones interpersonales, la creación de un ambiente de apoyo mutuo, y el uso de la inteligencia emocional para gestionar tanto los aspectos profesionales como los personales. Este estilo de liderazgo se distingue por la apertura al diálogo, la mediación, la construcción de redes informales y la capacidad de facilitar el trabajo en equipo, así como por su enfoque en políticas de cuidado y apoyo. Sin embargo, las mujeres enfrentan grandes obstáculos para acceder a posiciones de liderazgo, como la discriminación implícita y las expectativas sociales que asocian el liderazgo con características tradicionalmente masculinas, lo que genera una menor confianza en la capacidad de las mujeres para asumir estos roles. Aunque las mujeres suelen ser vistas como más aptas para liderar en contextos colaborativos, su acceso a puestos de poder aún está limitado por barreras estructurales y culturales (Murguialday, 2006).

#### *4.2.2. Autoestima y autopercepción*

La autoestima y la autopercepción están estrechamente relacionadas, ya que ambas influyen en la manera en que una persona se valora y se entiende a sí misma. Por ello, se abordarán ambos conceptos de manera conjunta.

En primer lugar, la autoestima es un proceso que implica la revalorización de una persona como individuo. Incluye la valoración de las competencias personales y la capacidad de superar situaciones difíciles, lo cual contribuye a aumentar la autoconfianza y reafirmarse como sujeto de derechos (Mora, Fernández y Troncoso, 2019).

Según Rojas-Barahona, Zegers & Förster (2009), la autoestima es un sentimiento hacia uno mismo que puede ser positivo o negativo, y se construye a través de la evaluación de las propias características. Tiene una relación directa con el bienestar general de la persona y puede ser un buen indicador de su salud mental.

Silva-Escorcía y Mejía-Pérez (2015) definen la autoestima como un estado mental o concepto valorativo que cada persona tiene de sí misma, basado en pensamientos, sentimientos y experiencias acumuladas a lo largo de su vida. Este concepto influye en cómo los individuos se perciben dentro del mundo, afectando de manera positiva o negativa su autoconfianza y bienestar emocional. La autoestima se construye y modifica constantemente, siendo esencial en el desarrollo personal y social de los individuos.

Por su parte, Leiva (2015) describe la autoestima como el juicio personal que una persona tiene sobre su propio valor, lo cual influye en sus pensamientos, emociones y conductas. Es un proceso subjetivo basado en la autoevaluación, que impacta directamente en el bienestar psicológico y social.

En cuanto a la autopercepción, esta se define como el conjunto de valoraciones que una persona tiene sobre sí misma en un campo de acción y en un momento determinado. Incluye creencias, actitudes, deseos, valores y expectativas que la persona forma sobre el mundo exterior y que luego transforma en su propio mundo interior. La autopercepción también influye en los juicios y opiniones personales, permitiendo a los individuos atribuirse características o rasgos que perciben en sí mismos (Ramírez y Barragán, 2018).

López de Tkachenko y de Lameda (2008) plantean que la autopercepción es la imagen que un individuo tiene de sí mismo, formada a partir de sus experiencias y la interpretación de estas. Este concepto incluye tanto componentes cognitivos como afectivos, lo que implica que una

persona no solo se percibe a nivel descriptivo, sino que también evalúa esa percepción a través de la autoestima y otros factores emocionales. La autopercepción está relacionada con el autoconcepto, la autoimagen y la autoestima, ya que todos abordan la manera en que una persona se ve y se valora a sí misma.

Otra forma de entender la autopercepción es que esta representa la visión que un individuo tiene de sí mismo y de la realidad que lo rodea, formada a través de procesos cognitivos y su experiencia personal (Guajardo, Rivera, Molina y Pérez, 2020).

En el marco de la teoría feminista, Medina (2018) plantea que la autoestima de las mujeres está profundamente influenciada por las condiciones sociales, especialmente por el patriarcado. La autoestima de las mujeres está marcada por la socialización patriarcal, que las coloca en una posición de inferioridad y dependientes de la aprobación externa, particularmente de los hombres. Esta construcción genera una "sobremodernidad", en la que las mujeres enfrentan una disyuntiva entre la independencia y los roles tradicionales. La teoría feminista no solo busca analizar este fenómeno, sino también proponer mecanismos para fortalecer la autoestima de las mujeres, considerándola un elemento clave para su empoderamiento, desafiando las imposiciones patriarcales y promoviendo subjetividades más libres y autónomas.

Cazalla-Luna y Molero (2013) definen la autopercepción como el proceso mediante el cual una persona se observa a sí misma y forma una idea o evaluación sobre quién es, cómo se comporta, sus cualidades, emociones, habilidades y actitudes. Esta interpretación se basa en las experiencias, comportamientos y las interacciones con su entorno social, y está estrechamente relacionada con el autoconcepto y la autoestima, ya que influye en cómo una persona se valora y se posiciona en el mundo.

Finalmente, Di Tullio (2015) añade que, desde la teoría feminista, la autopercepción se define como la forma en que las mujeres desarrollan una conciencia de sí mismas, influenciada por los sistemas patriarcales que estructuran las expectativas de género, roles sociales y normas culturales. Esta autopercepción está profundamente afectada por experiencias de subordinación, discriminación y opresión dentro de sociedades patriarcales. No obstante, la teoría feminista subraya que las mujeres pueden desafiar y transformar su autopercepción mediante la toma de conciencia crítica, empoderándose al rechazar las definiciones impuestas por el patriarcado. En este sentido, la autopercepción feminista implica la capacidad de las mujeres para reconocerse no solo desde la mirada opresiva impuesta por la sociedad, sino desde una reconstrucción autónoma

de su identidad, capacidades y derechos. Este proceso es clave para su empoderamiento, permitiendo que las mujeres recuperen el control sobre sus vidas y subjetividades, superando las limitaciones históricas que las han subordinado.

A lo largo de este capítulo, ha quedado claro que el empoderamiento y el liderazgo femenino son procesos complejos y no lineales, en los cuales las mujeres enfrentan una serie de barreras tanto internas como externas. Estos procesos requieren el desarrollo de habilidades y confianza, así como la capacidad de desafiar los roles tradicionales impuestos por la sociedad. Las mujeres, especialmente en comunidades como la mapuche, no solo deben lidiar con las desigualdades de género, sino también con la invisibilización de sus roles de liderazgo dentro y fuera de sus comunidades.

Asimismo, se ha destacado que la autoestima y la autopercepción son elementos clave en la transformación personal y social de las mujeres. La capacidad de verse a sí mismas como sujetos de derechos y agentes de cambio está profundamente ligada a su empoderamiento. Sin embargo, tanto la autoestima como la autopercepción son construcciones dinámicas que pueden ser influenciadas por las experiencias personales y el contexto social en el que se desarrollan. En este sentido, el fortalecimiento de la autoestima no solo beneficia a nivel personal, sino que también contribuye a que las mujeres asuman roles más activos y visibles en la sociedad.

En definitiva, el empoderamiento, el liderazgo, la autoestima y la autopercepción se entrelazan para formar los motores del cambio en la vida de las mujeres, permitiéndoles no solo transformar sus realidades individuales, sino también incidir de manera significativa en sus comunidades y desafiar las estructuras de desigualdad que perpetúan su subordinación.

### **Capítulo N°3: Cambios en el entorno por la inserción laboral femenina**

La incorporación de las mujeres al mercado laboral ha sido uno de los factores más transformadores en la configuración de las dinámicas familiares y comunitarias en las últimas décadas. Este proceso, impulsado por la búsqueda de autonomía económica y la necesidad de equilibrar roles sociales, ha tenido un impacto significativo en la manera en que se organizan las relaciones de poder y las responsabilidades dentro de las familias y las comunidades. En particular, en contextos rurales y en el sector del turismo, la participación laboral femenina ha desafiado estructuras patriarcales tradicionales, permitiendo que las mujeres asuman nuevos roles de liderazgo y redefinen su lugar tanto en el hogar como en la sociedad.

Este capítulo examina cómo la inserción laboral de las mujeres ha generado transformaciones en su rol familiar y comunitario, y cómo su participación económica ha modificado las dinámicas de sus entornos.

#### *4.3.1. Transformaciones en el rol familiar y comunitario*

Tradicionalmente, las mujeres han sido percibidas como las principales responsables de las tareas domésticas y de cuidado, lo que limitaba su participación en otras esferas de la vida social y económica. En el caso estudiado la incursión de las mujeres en el turismo rural ha desafiado estas estructuras, permitiendo transformaciones en sus roles dentro de la familia y la comunidad.

Sobre las transformaciones familiares Cortés, Ruiz y Flórez (2021) señalan que el ingreso de las mujeres al mundo laboral crea nuevas configuraciones familiares democráticas e igualitarias, el liderazgo y autoridad compartida, donde se generan procesos de negociación más flexibles. Este fenómeno ha permitido que las mujeres comiencen a ejercer una mayor influencia en las decisiones familiares, rompiendo con estructuras patriarcales tradicionales.

No obstante, estas transformaciones no se han dado de manera uniforme ni completa. Las transformaciones en la vida familiar aún no han alcanzado un nivel de equidad y, si bien hay un avance, la transición es muy lenta y aún predominan condiciones e imaginarios que hacen a las mujeres únicas o principales responsables de las tareas domésticas y de cuidado (Cortés, Ruiz & Flórez, 2021). A pesar de estos avances, las mujeres siguen enfrentándose a la expectativa de cumplir con sus roles tradicionales, lo que añade una doble carga de responsabilidades.

Es significativo reconocer cómo el rol productor de la mujer ha propiciado transformaciones en las formas como se organizan las familias (Cortés, Ruiz & Flórez, 2021). Este cambio ha permitido a las mujeres negociar espacios de poder y autoridad tanto en la familia como en la comunidad, fortaleciendo su rol no solo como cuidadoras, sino también como generadoras de ingresos y líderes comunitarias.

Por otro lado, el empoderamiento económico y el liderazgo comunitario de las mujeres ha desafiado las dinámicas tradicionales. Según Cifre y Salanova (2004), las mujeres han asumido roles en el espacio público, generando cambios radicales en las dinámicas familiares y en el sector económico y laboral (citado en Gómez & Jiménez, 2015, p. 390).

Mientras que en el rol comunitario el trabajo asalariado femenino ejercido por las mujeres mapuches ha generado importantes transformaciones. Tradicionalmente, las mujeres ocupaban un papel central en la reproducción cultural y en las actividades domésticas, pero el acceso al trabajo

asalariado ha ampliado su participación en la vida pública y comunitaria. Estas transformaciones han permitido a las mujeres asumir nuevos roles de liderazgo en sus comunidades, fortaleciendo su voz en los procesos de toma de decisiones, tanto dentro de sus familias como en el ámbito comunitario. A través del trabajo asalariado, las mujeres mapuches han logrado una mayor autonomía económica, lo que les ha permitido cuestionar los roles tradicionales de género y buscar relaciones más equitativas (Leiva, 2015).

En conclusión, las transformaciones en los roles familiares y comunitarios de las mujeres, particularmente a través de su incursión en el trabajo asalariado y el turismo rural, han desafiado profundamente las estructuras patriarcales tradicionales. Aunque estas transformaciones no han sido uniformes ni completas, han abierto nuevos espacios para que las mujeres asuman roles de liderazgo y fortalezcan su influencia tanto en el ámbito familiar como en el comunitario. El empoderamiento económico y la capacidad de negociar sus posiciones dentro de estos contextos han permitido que las mujeres no solo continúen como cuidadoras, sino que también se consoliden como agentes clave del cambio social y económico en sus comunidades. Sin embargo, aún queda camino por recorrer para alcanzar una equidad plena en las relaciones de género, donde las mujeres puedan ejercer plenamente sus derechos sin la carga de expectativas tradicionales.

#### *4.3.2. Cambios en los ámbitos económicos y sociales*

Cuando las mujeres se integran al mercado laboral, su entorno experimenta transformaciones significativas. A continuación, se describirán los cambios que esta incorporación ha generado en los ámbitos económicos y sociales.

En primer lugar, con la incorporación de las mujeres al mercado laboral se ha contribuido a su autonomía económica, permitiéndoles generar ingresos e influir en las decisiones económicas dentro de sus familias. Pero en el ámbito económico existen brechas salariales, que indican que, a pesar de los avances, las mujeres siguen percibiendo menores ingresos en comparación con los hombres, incluso con niveles de educación similares (Instituto Nacional de Estadísticas, 2015). Sobre la calidad de los empleos en los que se encuentran las mujeres Avolio y Di Laura (2017) destacan que si persisten desigualdades salariales y en el acceso a empleos de calidad a pesar de que la participación femenina en el trabajo ha aumentado lo que contribuye a la economía familiar y al crecimiento económico de los países.

En segundo lugar, en el ámbito social, el acceso de las mujeres al mercado laboral ha permitido configuraciones más igualitarias en la toma de decisiones familiares y en la distribución

de las tareas domésticas. Asimismo, su presencia en el espacio público y laboral ha fomentado un cambio en las dinámicas comunitarias y en la participación de las mujeres en roles de liderazgo (Instituto Nacional de Estadísticas, 2015). Avolio y Di Laura (2017) plantean que la inserción de la mujer en el trabajo ha reducido la brecha de género en la participación económica, pero las mujeres continúan enfrentando la doble carga de responsabilidades laborales y domésticas. Lo anterior resalta la necesidad de políticas públicas más inclusivas que promuevan la equidad en el hogar y en el mercado laboral.

En resumen, la incorporación de las mujeres al mercado laboral ha generado transformaciones significativas tanto en los ámbitos económicos como sociales. Si bien ha permitido una mayor autonomía económica y ha contribuido al crecimiento de la economía familiar y nacional, persisten desafíos importantes como las brechas salariales y el acceso a empleos de calidad. En el ámbito social, su participación ha facilitado una mayor equidad en la toma de decisiones familiares y en las dinámicas comunitarias, aunque las mujeres siguen enfrentando una doble carga de responsabilidades. Estos avances subrayan la importancia de implementar políticas que no solo promuevan la equidad en el ámbito laboral, sino que también apoyan una distribución más justa de las responsabilidades dentro del hogar.

A lo largo de esta sección se ha destacado cómo la inserción laboral femenina, especialmente en el contexto del turismo rural, ha provocado importantes transformaciones tanto en el ámbito familiar como en el comunitario. Las mujeres, tradicionalmente relegadas al espacio doméstico, han comenzado a asumir roles más activos en la toma de decisiones familiares y en la vida pública, desafiando las estructuras patriarcales y logrando una mayor autonomía económica.

En cuanto al entorno familiar, su participación en el trabajo ha generado nuevas configuraciones más igualitarias, aunque persisten imaginarios y expectativas que las hacen responsables de las tareas tradicionales de cuidado. En el ámbito comunitario, las mujeres han asumido posiciones de liderazgo, fortaleciendo su voz en los procesos de decisión y contribuyendo al desarrollo económico de sus comunidades.

Además, la incursión femenina en el mercado laboral ha traído consigo cambios económicos importantes, al permitirles influir en las decisiones financieras de sus familias. No obstante, se mantienen retos significativos como las brechas salariales y el acceso desigual a empleos de calidad. En el ámbito social, la participación laboral femenina ha favorecido una mayor equidad, aunque la doble carga laboral y doméstica sigue siendo un obstáculo.

En conjunto, los cambios generados por la participación de las mujeres en el trabajo asalariado y el turismo rural reflejan un avance hacia la equidad de género, aunque aún quedan barreras por superar. Las dinámicas familiares y comunitarias continúan transformándose, mientras se busca alcanzar una mayor equidad en la distribución de responsabilidades y oportunidades, tanto en el hogar como en el mercado laboral.

#### **Capítulo N°4: Redes de Apoyo y Asociatividad**

La asociatividad y las redes de apoyo juegan un papel fundamental en el fortalecimiento de las economías locales, especialmente en el contexto del turismo rural. Estas redes permiten a los emprendedores y emprendedoras compartir recursos, generar sinergias y aumentar su competitividad. En comunidades rurales, donde los recursos económicos y las oportunidades laborales son menores, la colaboración se convierte en una herramienta clave para el desarrollo sostenible. Este capítulo explora el impacto de la asociatividad en el ámbito rural, destacando su importancia en el empoderamiento de las mujeres y en la creación de nuevas dinámicas económicas y sociales.

##### *4.4.1. Redes de apoyo y colaboración comunitaria: rol de la asociatividad*

Las redes de apoyo y la colaboración comunitaria son esenciales en los emprendimientos turísticos rurales porque permiten a los emprendedores compartir recursos, mejorar su competitividad y acceder a financiamiento o apoyo institucional. Estas redes fomentan la sostenibilidad económica, social y ambiental, al tiempo que contribuyen a la preservación cultural y a la creación de experiencias turísticas integradas y diversificadas. Además, fortalecen el desarrollo local y la resiliencia de las comunidades ante crisis, generando empleo y oportunidades en zonas rurales con pocas alternativas económicas.

Según lo planteado por Rosales (1997) citado en Quiroz-Albán, Font-Aranda y Sánchez-Briones (2021) la asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en el cual cada empresa mantiene su independencia jurídica y autonomía, pero decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. Mientras que para Aguirre y Pinto (2006) citado en Quiroz-Albán, Font-Aranda y Sánchez-Briones (2021) la asociatividad es un recurso de acción organizativo en el cual se busca la unión y el trabajo cooperativo entre los individuos para ejecutar proyectos más eficientes disminuyendo los riesgos individuales. Otra forma de entender este concepto es como una vía para el empoderamiento y el desarrollo de nuevas identidades como mujeres campesinas

y socias productoras (Mora, Fernandez y Ortega, 2016). En el turismo la cooperación es importante, es más, es una estrategia, ya que de esta forma los prestadores de servicios turísticos pueden mejorar la competitividad (Velasco, s.f.).

#### *4.4.2. Tipos de asociación a nivel nacional*

En Chile, existen varios tipos de asociaciones y organizaciones que permiten a personas naturales o jurídicas unirse en función de objetivos comunes. Estas se dividen en diferentes categorías según su finalidad, los cuales pueden ser: económicos, sociales, culturales, o laborales.

Existen diversos tipos de asociaciones en nuestro país como las cooperativas, las organizaciones comunitarias, las fundaciones, las corporaciones, los sindicatos, las juntas de vecinos, entre otras formas de asociación. A continuación, definiremos algunos puntos importantes sobre las cooperativas, debido a que el grupo de mujeres estudiadas se asociaron mediante una.

##### *4.4.2.1. Cooperativas:*

Las cooperativas en el rubro turístico son utilizadas en proyectos de turismo comunitario o rural, donde los miembros se organizan para ofrecer servicios turísticos de manera colaborativa, compartiendo los beneficios de manera equitativa.

Una cooperativa es una asociación de personas que se unen voluntariamente para satisfacer necesidades económicas, sociales y culturales comunes, mediante una empresa de propiedad conjunta y gestión democrática. Las cooperativas buscan mejorar las condiciones de vida de sus miembros a través del esfuerzo propio y la ayuda mutua, y se rigen por principios de igualdad y equidad en la toma de decisiones, donde cada miembro tiene un voto, independientemente del capital aportado. Las cooperativas según la División de Asociatividad (2015) se caracterizan por:

- Propiedad conjunta: Los miembros son los propietarios de la cooperativa, lo que implica que los activos pertenecen colectivamente a ellos.
- Gestión democrática: Cada miembro tiene derecho a influir en la toma de decisiones.
- Ayuda mutua: Promueven la solidaridad entre los miembros para mejorar sus condiciones económicas y sociales.
- Autonomía e independencia: Las cooperativas son organizaciones autónomas y no están subordinadas a entidades externas.
- Compromiso con la comunidad: Las cooperativas buscan el desarrollo sostenible y el bienestar de su entorno.

Es importante destacar los principios del cooperativismo planteados por la División de Asociatividad (2015) para comprender las dinámicas dentro de este tipo de asociación:

- **Membresía abierta y voluntaria:** Las cooperativas permiten la afiliación libre de cualquier persona que acepte los principios y responsabilidades de ser socio.
- **Participación económica:** Los excedentes de las cooperativas se reparten equitativamente entre los socios, y estos deben contribuir al capital.
- **Cooperación entre cooperativas:** Las cooperativas deben colaborar entre ellas, lo que refuerza el movimiento cooperativo en escalas local, nacional e internacional.

También las cooperativas se caracterizan por su estructura organizativa la cual es expuesta por la División de Asociatividad (2015):

- **Junta General de Socios:** Es la máxima autoridad de la cooperativa, con poder de decisión en aspectos clave como la elección de los administradores y la distribución de excedentes.
- **Consejo de Administración:** Tiene la función de representar judicial y extrajudicialmente a la cooperativa.

#### *4.4.2.1.1. Inicio de las cooperativas a nivel mundial*

El cooperativismo surge como una alternativa para enfrentar problemas como la pobreza y la desigualdad, destacándose por su enfoque en la propiedad conjunta y la toma de decisiones democráticas (Salgado, 2019). Durante la Revolución Industrial, Robert Owen, pionero del movimiento, intentó socializar los medios de producción para mejorar las condiciones laborales en su fábrica. A lo largo de los años, teóricos como King, Fourier y Raiffeisen contribuyeron a su desarrollo. En 1995, la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) ratificó los principios fundamentales del cooperativismo, consolidando su papel a nivel global (Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, 2019).

El cooperativismo ha tenido un impacto significativo a nivel mundial, adaptándose a diversas realidades socioeconómicas, y promoviendo la igualdad y el desarrollo en comunidades vulnerables. En América Latina, las primeras cooperativas surgieron en México y Argentina en el siglo XIX, consolidando el movimiento en la región. La ACI también ha jugado un papel crucial en la defensa de los intereses cooperativos y la promoción de los valores de solidaridad y democracia en el ámbito internacional (Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, 2019).

El símbolo del cooperativismo, dos pinos dentro de un círculo, representa la solidaridad para enfrentar necesidades comunes. Desde 1923, el movimiento ha estado representado por una

bandera de siete colores, aunque en 2001 la ACI introdujo un nuevo diseño con palomas de la paz. Sin embargo, algunas naciones continúan utilizando la bandera original como parte de su identidad cooperativa (Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, 2019).

#### *4.4.2.1.2. Historia de las cooperativas en Chile*

El cooperativismo en Chile se originó en 1887 con la creación de las primeras cooperativas de trabajo en Valparaíso: "La Valparaíso" y "La Esmeralda". Estas cooperativas, inicialmente enfocadas en la sastrería, pronto expandieron sus actividades a otros rubros, como zapatería, sombrerería, lavandería y tiendas. En 1904, se fundó la Cooperativa de Consumo de los Trabajadores de Ferrocarriles del Estado, un hito en el desarrollo del cooperativismo en el país (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2014). Para 1924, ya existían alrededor de 40 cooperativas en distintos sectores. En 1927, la creación del Departamento de Cooperativas, bajo el Ministerio de Fomento, impulsó el cooperativismo rural en áreas agrícolas y eléctricas (Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales, s.f.).

Durante el gobierno de Eduardo Frei Montalva (1964-1970), el cooperativismo fue promovido como una herramienta clave de reforma estatal, con la creación de entidades como la Corporación de Reforma Agraria (CORA) y el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP). En este periodo el número de cooperativas aumentó en un 70%. No obstante, bajo el gobierno de Salvador Allende (1971-1974), el cooperativismo enfrentó tensiones debido a las reformas estructurales, aunque no fue estatizado (Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales, s.f.).

La dictadura militar (1975-1989) significó una crisis para el cooperativismo, especialmente con la implementación del modelo neoliberal, que priorizó la vivienda como bien de consumo. Sin embargo, las cooperativas continuaron operando de manera autónoma en las décadas siguientes. En 2003, se promulgó la Ley General de Cooperativas, que regula su funcionamiento en diversos sectores (Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales, s.f.).

En el ámbito de las cooperativas de vivienda, solo unas pocas lograron sobrevivir, como CONAVICOOP y PROVICOOP. En 2017, surgieron nuevas iniciativas como Ñuke Mapu y Paihuén, orientadas hacia la autogestión y la construcción con subsidios sociales, lo que abrió nuevas oportunidades para el sector cooperativo a nivel nacional (Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales, s.f.).

#### 4.4.2.1.3. Tipos de cooperativas

Según el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2014) pueden existir cuatro tipos de cooperativas, las cuales son:

- Cooperativas de trabajo: Estas están enfocadas en la producción o transformación de bienes y prestación de servicios a terceros, con la retribución basada en la labor realizada.
- Cooperativas Agrícolas, Campesinas y Pesqueras: Estas cooperativas están dedicadas a la actividad silvoagropecuaria, agroindustrial, y pesquera, con un enfoque en el desarrollo social y económico de sus socios.
- Cooperativas de Servicios: Estas cooperativas proporcionan bienes y servicios para mejorar las condiciones de sus socios. En las cooperativas de servicios existen subtipos:
  1. Cooperativas escolares: Se constituyen en establecimientos de educación básica, media, especial o superior, con el objetivo de mejorar la comunidad educativa, proveyendo útiles escolares y servicios para el desarrollo social, cultural y físico.
  2. Cooperativas de abastecimiento y distribución de energía eléctrica y agua potable: Estas cooperativas distribuyen energía eléctrica y agua potable, regidas por leyes específicas en el caso de agua y por el Decreto con fuerza de ley N°1 (1982) para energía eléctrica.
  3. Cooperativas de vivienda: Satisfacen las necesidades habitacionales de sus socios. Se dividen en dos tipos:
    - A. Cooperativas cerradas: Las cuales organizan proyectos habitacionales específicos
    - B. Cooperativas abiertas: Estas desarrollan programas habitacionales de manera simultánea o sucesiva y pueden actuar a nivel nacional o regional.
  4. Cooperativas de ahorro y crédito: Su objetivo es brindar servicios de intermediación financiera en beneficio de sus socios.

5. Cooperativas de consumo: Se dedican a suministrar artículos y mercaderías de uso personal o doméstico para mejorar las condiciones económicas de los socios.

→ Confederaciones, Federaciones e Institutos Auxiliares: Estas están constituidas por cooperativas u otras entidades sin fines de lucro para proporcionar apoyo a sus miembros.

Las redes de apoyo y la asociatividad son esenciales para promover la sostenibilidad económica y social en el ámbito rural. A través de la colaboración y la cooperación, las comunidades han logrado enfrentar desafíos económicos, mejorar la competitividad y generar empleos, especialmente en el sector del turismo. Las cooperativas, en particular, han sido una herramienta poderosa para permitir a las personas, especialmente a las mujeres, asumir roles de liderazgo y fortalecer su autonomía económica.

El análisis de los diferentes tipos de asociaciones en Chile, y especialmente el rol de las cooperativas, muestra cómo estas estructuras permiten a sus miembros acceder a oportunidades que de otra manera serían inalcanzables. Las cooperativas fomentan la propiedad compartida, la gestión democrática y la ayuda mutua, lo que permite que las comunidades rurales prosperen de manera inclusiva y sostenible. A pesar de los desafíos históricos y las tensiones sociales que han enfrentado, el cooperativismo en Chile sigue siendo un modelo exitoso para el desarrollo comunitario.

En conclusión, la asociatividad no solo promueve la equidad y el desarrollo económico en las comunidades rurales, sino que también refuerza la capacidad de estas para resistir las crisis económicas y sociales. Las redes de apoyo comunitarias, junto con el cooperativismo, se configuran como pilares esenciales en la construcción de una economía solidaria y en la promoción del bienestar social y cultural de las comunidades rurales. Sin embargo, queda por avanzar en la consolidación de estos modelos como motores del desarrollo sostenible a largo plazo.

### **Capítulo N°5: Desigualdades y Limitaciones en el Contexto Rural y de Género en Chile**

La realidad rural en Chile se caracteriza por grandes desigualdades que afectan de manera significativa tanto a las comunidades que habitan estas áreas como a las mujeres que viven en ellas. Estas desigualdades se manifiestan en limitaciones estructurales y sociales, que obstaculizan el desarrollo económico, social y ambiental de las zonas rurales y profundizan las brechas de género. Este capítulo abordará los principales desafíos que enfrentan las zonas rurales en Chile, incluyendo

las barreras relacionadas con la pobreza, la falta de servicios básicos y la centralización del poder político. Asimismo, se examinarán las desigualdades de género que atraviesan la vida de las mujeres rurales, especialmente las mujeres mapuches, quienes enfrentan una doble opresión debido a su género y su etnia. A continuación podremos comprender mejor las intersecciones entre ruralidad, género y pobreza, y cómo estas dinámicas perpetúan la exclusión social y económica.

#### *4.5.1. Contexto rural*

Las zonas rurales en Chile enfrentan desafíos particulares que se han acentuado en la década del 2020. Según el proyecto Nodo (2021), estas áreas están marcadas por el envejecimiento de la población, la pobreza multidimensional, el acceso limitado a servicios básicos y las desigualdades de género, especialmente para las mujeres mayores. En Chile, el 14,8% de la población mayor vive en áreas rurales, donde enfrentan graves problemas como el acceso limitado al agua potable (48,7% de las personas mayores rurales no tienen acceso a agua potable de red), viviendas de baja calidad y carencias en bienes domésticos y servicios esenciales. A esto se suma que los niveles de escolaridad son significativamente más bajos en las zonas rurales, afectando de manera particular a las mujeres. Sin embargo, el estudio también resalta oportunidades, como una mayor participación en redes comunitarias y organizaciones sociales, lo que podría actuar como un factor protector para las personas mayores en estos entornos.

Sagredo (2024) define la ruralidad en términos de densidad poblacional, señalando que son aquellas áreas con menos de 150 habitantes por kilómetro cuadrado. Estas zonas suelen caracterizarse por su aislamiento geográfico de los centros urbanos y los servicios públicos, lo que genera brechas significativas en los indicadores socioeconómicos en comparación con las zonas urbanas.

Por su parte, Gana-Núñez y Orellana Ossandón (2024) destacan que la ruralidad se refiere a las características y dinámicas propias de las zonas rurales, diferenciadas de las urbanas por una menor densidad poblacional y el predominio de actividades económicas vinculadas a la agricultura, ganadería y los recursos naturales. En el contexto chileno, la ruralidad está marcada por el despoblamiento, producto de la migración hacia áreas urbanas. Esto se debe a factores como la mecanización agrícola, la falta de oportunidades laborales y la búsqueda de mejores servicios educativos y de salud. Además, la ruralidad está asociada a desafíos sociales, económicos y ambientales que afectan el desarrollo sostenible de estas comunidades.

La OCDE (2016) plantea que la ruralidad se define de manera residual, es decir, lo rural es aquello que no es urbano. La OCDE (2016) indica que la definición oficial es proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), la cual indica que las localidades urbanas son aquellas que albergan más de 2.000 habitantes o aquellas que tienen una población de entre 1.001 y 2.000 personas, cuando el 50% o más de la población económicamente activa está involucrada en actividades secundarias o terciarias. Pero la OCDE considera que todo el territorio chileno se clasifica dicotómicamente como urbano o rural, sin considerar áreas mixtas con interacciones urbano-rurales significativas.

#### *4.5.1.1. Limitaciones en el contexto rural*

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2016) en las zonas rurales chilenas existen limitaciones estructurales por las cuales se enfrentan obstáculos significativos para su desarrollo económico y social. Entre esas limitaciones:

- Desigualdad y falta de servicios: Las regiones rurales de Chile, especialmente las más alejadas, enfrentan desafíos importantes como la emigración, el envejecimiento, una base de conocimientos más baja y la disminución de la productividad media del trabajo. Esto crea un círculo vicioso que reduce la masa crítica necesaria para proporcionar servicios públicos eficaces, infraestructuras y desarrollo de negocios.
- Políticas fragmentadas: Las políticas para áreas rurales en Chile están fragmentadas y no están suficientemente coordinadas para atender las necesidades de las comunidades rurales de manera sostenible. La falta de una política rural integral genera problemas de coordinación entre los diferentes actores gubernamentales.
- Centralización del gobierno: Chile tiene un gobierno altamente centralizado, lo que limita la capacidad de los gobiernos locales para adaptarse a las necesidades específicas de las áreas rurales. Esta centralización también causa superposición de programas y fallos de coordinación en las políticas rurales.

También Elizalde y Thayer (2013) muestran varias limitaciones en el contexto rural en Chile, relacionadas principalmente con los procesos de modernización, urbanización y globalización. Estas limitaciones nos muestran los retos económicos, sociales y ambientales que enfrentan las comunidades rurales en Chile. Las limitaciones son las siguientes:

- Destrucción de las formas tradicionales de producción: La modernización y la globalización han creado un ambiente hostil para los campesinos y pequeños agricultores,

lo que ha llevado a la desaparición de formas tradicionales de producción y a la desarticulación de culturas y comunidades rurales.

- Imposibilidad de competir con grandes inversiones: Los pequeños productores agrícolas no pueden competir con las grandes inversiones nacionales e internacionales, lo que ha provocado migración a centros urbanos o la transformación de los productores autónomos en trabajadores dependientes.
- Empobrecimiento de los agricultores: El modelo económico neoliberal ha sido identificado como una de las principales causas del empobrecimiento de los pequeños agricultores, lo que ha afectado la sostenibilidad y el desarrollo de las áreas rurales.
- Destrucción ambiental: El uso intensivo de los recursos naturales por parte del gran capital ha generado consecuencias destructivas para el medio ambiente, afectando la tierra, el agua y los ecosistemas esenciales para la subsistencia de las comunidades rurales.
- Concentración de la tierra y los recursos: Existe una centralización del uso y control de los recursos naturales, lo que ha conducido a la concentración de la tierra en manos de grandes conglomerados empresariales, en detrimento de los pequeños agricultores.
- Falta de políticas de desarrollo endógeno: La desregulación y la falta de políticas adecuadas han limitado el desarrollo endógeno de los territorios rurales y han restringido su capacidad de desarrollarse en el futuro.
- Políticas gubernamentales funcionales al capital: Los Estados nacionales y regionales tienden a actuar como aliados de las grandes inversiones productivas en lugar de proteger los derechos de las poblaciones rurales.

Tanto la OCDE como Elizalde y Thayer coinciden en señalar que las zonas rurales de Chile enfrentan importantes limitaciones estructurales que dificultan su desarrollo económico y social. La fragmentación de políticas, la centralización del gobierno, y la desigualdad en la prestación de servicios básicos, junto con el empobrecimiento de los agricultores y la destrucción de formas tradicionales de producción, han creado un contexto de vulnerabilidad en las comunidades rurales. Estos factores, sumados a la concentración de recursos en manos de grandes conglomerados y la falta de políticas de desarrollo endógeno, perpetúan un círculo de desigualdad y exclusión, dejando a las zonas rurales en una posición de desventaja frente al resto del país.

Dentro de las limitaciones estructurales que caracterizan a las zonas el turismo surge como una estrategia potencial para mejorar las condiciones de vida. Desde el enfoque de Activos,

Vulnerabilidad y Estructura de Oportunidades (AVEO) propuesto por Kaztman y Filgueira (1999), el turismo puede entenderse como un espacio de movilización y valorización de activos territoriales, culturales y sociales. El turismo —particularmente en modalidades comunitarias y culturales— permite activar saberes ancestrales, prácticas identitarias y capital social comunitario que históricamente han sido subvalorados, aunque su capacidad para reducir la vulnerabilidad depende de una estructura de oportunidades que asegure apoyo institucional, acceso a mercados y autonomía económica.

#### *4.5.2. Desigualdades de género*

Según lo que plantea Leiva (2015) las mujeres han sido invisibilizadas en el relato occidental, aunque en la sociedad mapuche cumplen roles centrales en la producción de conocimiento y la resistencia cultural. Existen cuatro esferas principales donde las mujeres mapuches contribuyen: la poesía, la academia y la profesionalización, la organización tradicional mapuche y el liderazgo en movimientos sociales.

Rain, Pujal y Mora (2020) mencionan algunas desigualdades de género en el contexto mapuche, tanto rural como urbano:

- Subordinación en el trabajo doméstico: En este ámbito, enfrentaron subordinación económica y explotación laboral, y sus experiencias han sido invisibilizadas dentro de las narrativas más amplias sobre el pueblo mapuche, que suelen centrarse en los hombres.
- Colonialismo patriarcal: El colonialismo y el patriarcado han contribuido a la invisibilización de las mujeres como sujetas políticas y a la imposición de roles subordinados dentro de la estructura social chilena, lo que incluye la apropiación de sus cuerpos y trabajo.
- Interseccionalidad de opresiones: Las mujeres mapuches sufren opresiones simultáneas por razones de raza, clase y género. Estas opresiones son exacerbadas por las estructuras coloniales que las han marginado históricamente, y han afectado tanto su vida en las ciudades como en sus comunidades.

Tanto Leiva (2015) como Rain, Pujal y Mora (2020) coinciden en que las mujeres mapuches, a pesar de desempeñar roles fundamentales en la producción de conocimiento y la resistencia cultural, han sido invisibilizadas tanto por las narrativas occidentales como por el machismo influido por la colonización. Las mujeres mapuches enfrentan una doble opresión, basada en su género y su etnia, lo que ha generado una subordinación económica y social, tanto en

el trabajo doméstico como en sus roles políticos. La interseccionalidad de estas opresiones ha perpetuado la marginación de las mujeres en diferentes esferas, limitando su visibilidad en el liderazgo y su reconocimiento como figuras clave en sus comunidades. Por tanto, es esencial promover una estructura social no sexista y equilibrada que reconozca y valore plenamente el rol de las mujeres mapuches en la sociedad.

Las zonas rurales en Chile enfrentan una serie de limitaciones estructurales y sociales que han perpetuado su vulnerabilidad frente al desarrollo económico y social del país. Estas limitaciones, acentuadas por la falta de servicios básicos, el envejecimiento de la población y la centralización del poder, han generado una profunda brecha entre las áreas rurales y urbanas.

En cuanto a las desigualdades de género, las mujeres se han mantenido en una posición de subordinación económica y social, particularmente en el ámbito doméstico y comunitario. Sin embargo, también desempeñan roles clave en la resistencia cultural y la producción de conocimiento, lo que demuestra su capacidad para liderar y generar cambios significativos.

A pesar de los desafíos, la fuerza de las redes comunitarias y el potencial de las mujeres como agentes de cambio son elementos que permiten vislumbrar oportunidades para el desarrollo rural y la superación de las desigualdades. Es crucial que se reconozca el valor de estas contribuciones y se impulsen políticas inclusivas que promuevan una mayor equidad de género y un desarrollo sostenible en las zonas rurales de Chile.

### **Teoría del objeto**

En base a lo planteado anteriormente el turismo puede entenderse como un fenómeno social complejo que abarca múltiples dimensiones, incluyendo la económica, cultural, social, y ambiental. Se trata de un proceso que involucra el desplazamiento de personas hacia nuevos destinos por diversas razones, como el ocio, los negocios o la búsqueda de experiencias culturales. Además, el turismo no solo tiene impacto económico, sino que también transforma las culturas locales, los paisajes y las dinámicas sociales. La gobernanza turística juega un papel crucial en la gestión de estos recursos y en la promoción de la sostenibilidad a largo plazo. Asimismo, existen varias clasificaciones de turismo, basadas en el motivo del viaje y las características del destino.

El turismo rural, es una modalidad turística que, dependiendo de las actividades que incluya y la perspectiva desde la que se aborde, puede adoptar diferentes denominaciones, como turismo indígena, turismo comunitario, agroturismo o ecoturismo. Este tipo de turismo es una respuesta a la necesidad de la población urbana de desconectarse de la vida cotidiana, buscando recreación y

descanso en entornos rurales. Este tipo de turismo, se basa en la autenticidad existencial y se puede lograr la revalorización de territorios y tradiciones culturales, además de promover la autonomía económica de las comunidades indígenas. Este turismo es una herramienta de resistencia cultural para las comunidades mapuches y fomenta la cohesión social y el capital comunitario, generando desarrollo sostenible.

El turismo de intereses especiales (TIE) es un tipo de turismo que se enfoca en ofrecer experiencias personalizadas y adaptadas a las preferencias y motivaciones específicas de cada turista. A diferencia del turismo masivo, el TIE se centra en nichos particulares, aprovechando los recursos naturales, culturales e históricos de una región. Este tipo de turismo se presenta como una alternativa de desarrollo para áreas con gran diversidad y riqueza de estos recursos. El TIE promueve la interacción entre turistas y comunidades locales, fomentando un intercambio sociocultural que contribuye al desarrollo de estas regiones, especialmente en zonas naturales donde se limita a actividades pasivas, como el senderismo y la observación de fauna, para minimizar el impacto ambiental.

Mientras que el turismo vivencial, el cual es un tipo de turismo que permite a los visitantes integrarse activamente en las actividades diarias, costumbres y cultura de una comunidad local, ofreciendo una experiencia auténtica y directa con los habitantes. Esta modalidad no solo brinda a los turistas la oportunidad de participar en actividades como la agricultura o la crianza de animales, sino que también se utiliza como una estrategia para generar recursos económicos en las comunidades. El turismo vivencial promueve el desarrollo sostenible de las áreas rurales, fomentando una interacción cultural respetuosa y de bajo impacto, generando beneficios tanto económicos como sociales para las comunidades. Sin embargo, para su éxito a largo plazo, se requiere de infraestructura, capacitación y apoyo de los gobiernos locales.

Por otro lado, entenderemos que el empoderamiento de las mujeres es un proceso no lineal, en el que se alternan momentos de avance y retroceso. Este proceso implica que las mujeres tomen conciencia de su subordinación de género, lo que las lleva a cuestionar los roles tradicionales y a buscar relaciones más equitativas tanto en sus hogares como en sus comunidades. Un elemento clave del empoderamiento es la autonomía, entendida como la capacidad de las mujeres para tomar decisiones y actuar conforme a sus propias opciones. Esta autonomía se desarrolla en tres dimensiones: física, económica y política, y está influenciada por factores sociales y estructurales, siendo esencial para su desarrollo personal y colectivo.

El liderazgo femenino tiende a ser democrático, colaborativo y orientado hacia el consenso y la participación y por lo general se basa en habilidades como la empatía, la sensibilidad emocional, la capacidad de gestionar múltiples tareas, y la creación de ambientes de apoyo mutuo. Este estilo de liderazgo destaca por su enfoque en las relaciones interpersonales, la mediación y el trabajo en equipo, utilizando la inteligencia emocional para equilibrar tanto los aspectos profesionales como los personales. Aunque las mujeres enfrentan obstáculos como el "techo de cristal" y la discriminación implícita, su estilo de liderazgo responde a las demandas del siglo XXI, promoviendo una organización más humana y comprometida con la conciliación de la vida familiar y profesional. Sí bien es importante reconocer que la definición de liderazgo femenino está relacionada con el sesgo de género existente.

La autoestima es un proceso mediante el cual una persona evalúa su propio valor, basado en sus competencias personales, experiencias y la capacidad de superar situaciones difíciles. Esta valoración tiene un impacto directo en su autoconfianza, bienestar emocional y desarrollo personal. La autoestima se construye a partir de la evaluación constante de las características individuales y puede ser positiva o negativa, influyendo en cómo los individuos se perciben a sí mismos y se posicionan en el mundo. En el caso de las mujeres, la autoestima está influenciada por las condiciones sociales y patriarcales, lo que puede llevar a una dependencia de la aprobación externa. Sin embargo, desde la teoría feminista, se entiende que la autoestima puede ser un elemento clave para el empoderamiento, permitiendo a las mujeres desafiar las imposiciones sociales y reafirmar su identidad de manera autónoma.

La autopercepción es el conjunto de valoraciones que una persona tiene sobre sí misma en un determinado momento y contexto, incluyendo sus creencias, actitudes, deseos y expectativas. Esta percepción se forma a partir de la interpretación de sus experiencias y las interacciones con su entorno social. La autopercepción está estrechamente vinculada con la autoestima, el autoconcepto y la autoimagen, ya que influye en cómo una persona se ve a sí misma y en su posicionamiento en el mundo. En el marco de la teoría feminista, la autopercepción femenina está condicionada por las estructuras patriarcales, pero puede ser transformada a través de la toma de conciencia crítica, permitiendo a las mujeres reconstruir su identidad y desafiar los roles impuestos, lo que es clave para su empoderamiento.

Las transformaciones en el rol familiar y comunitario de las mujeres se refieren a los cambios que han ocurrido en sus responsabilidades y participación en ambos ámbitos,

principalmente debido a su incorporación en actividades laborales y económicas, como el turismo rural. Tradicionalmente, las mujeres han sido vistas como las principales responsables del hogar y el cuidado, lo que limitaba su participación en otras áreas. Sin embargo, su incursión en el ámbito laboral ha permitido la creación de familias más igualitarias, donde se comparten el liderazgo y la toma de decisiones. Estas transformaciones también se reflejan en la comunidad, donde las mujeres han asumido nuevos roles de liderazgo, especialmente en contextos rurales, ampliando su participación en la vida pública y adquiriendo mayor autonomía económica. Aunque estos cambios no han sido uniformes, han permitido que las mujeres desafíen los roles tradicionales de género y fortalezcan su influencia tanto en sus hogares como en sus comunidades.

Los cambios en los ámbitos económicos y sociales como las transformaciones generadas por la incorporación de las mujeres al mercado laboral. En el ámbito económico, la participación femenina ha contribuido a su autonomía económica y al crecimiento de la economía familiar y nacional. Sin embargo, persisten desigualdades salariales y dificultades en el acceso a empleos de calidad, lo que subraya la necesidad de políticas inclusivas para cerrar estas brechas. En el ámbito social, esta incorporación ha promovido configuraciones familiares más equitativas, facilitando una distribución más justa de las tareas domésticas y un mayor liderazgo femenino en las comunidades, aunque las mujeres aún enfrentan la doble carga de responsabilidades laborales y domésticas, lo que requiere un apoyo estructural adicional.

Entenderemos la asociatividad como un mecanismo de cooperación entre pequeños y medianos emprendedores, donde cada uno mantiene su independencia, pero trabaja en conjunto hacia un objetivo común. En el contexto de los emprendimientos turísticos rurales, esta colaboración permite compartir recursos, acceder a financiamiento, y mejorar la competitividad. La asociatividad también fortalece la sostenibilidad económica y social de las comunidades, promoviendo la preservación cultural y el desarrollo local. Además, es una vía para el empoderamiento, especialmente de mujeres campesinas y productoras, al generar nuevas identidades y fomentar la resiliencia comunitaria ante crisis.

Las cooperativas son una asociación voluntaria de personas que se unen para satisfacer necesidades económicas, sociales y culturales comunes, mediante una empresa de propiedad conjunta y gestión democrática. En las cooperativas, cada miembro tiene un voto, independientemente del capital aportado, lo que garantiza la equidad en la toma de decisiones. Las cooperativas promueven la ayuda mutua, la solidaridad y el compromiso con el desarrollo

sostenible, y se caracterizan por su autonomía e independencia. Las cooperativas se basan en los principios de propiedad conjunta, gestión democrática y ayuda mutua, siempre buscando el bienestar y desarrollo de sus miembros, así como el entorno en el que operan.

Sobre las limitaciones en el contexto rural, las cuales serán entendidas como una serie de obstáculos estructurales que dificultan el desarrollo económico y social de las zonas rurales. Entre estas limitaciones se encuentran la desigualdad en el acceso a servicios básicos, la fragmentación de políticas públicas que no están suficientemente coordinadas, y la centralización del gobierno, que impide la adaptación de las políticas a las necesidades específicas de estas áreas. Además, los procesos de modernización y globalización han generado la desaparición de formas tradicionales de producción y han favorecido la concentración de recursos en grandes conglomerados, lo que ha provocado el empobrecimiento de pequeños agricultores y la destrucción del medio ambiente. Estas barreras perpetúan la exclusión social y económica de las comunidades rurales, colocándolas en una posición de vulnerabilidad frente al resto del país.

Las desigualdades de género se refieren a las múltiples formas de opresión y marginación que enfrentan las mujeres, particularmente en el contexto mapuche, debido a la combinación de factores de género, etnia y clase. A pesar de su contribución central en la producción de conocimiento y la resistencia cultural, las mujeres mapuches han sido invisibilizadas en las narrativas dominantes y relegadas a roles subordinados. Esto incluye la subordinación en el trabajo doméstico, donde enfrentan explotación laboral, y el impacto del colonialismo patriarcal, que ha impuesto roles subordinados y apropiado sus cuerpos y trabajo. Además, la interseccionalidad de opresiones ha intensificado estas desigualdades, afectando su participación tanto en la vida urbana como rural, y limitando su visibilidad en roles de liderazgo. Estas desigualdades resaltan la necesidad de una estructura social más equitativa y no sexista que reconozca plenamente el rol de las mujeres mapuches en la sociedad.

El turismo es un fenómeno social complejo que abarca dimensiones económicas, culturales y sociales. En este contexto, el turismo rural vivencial puede convertirse en una oportunidad significativa para el empoderamiento y liderazgo de las mujeres mapuches que habitan en zonas rurales y han enfrentado históricamente situaciones de subordinación. Esta actividad genera un conjunto de oportunidades en la medida en que estas mujeres las aprovechan para promover su independencia económica, fortalecer su rol dentro de la comunidad y contribuir a la preservación

y difusión de su cultura. Sin embargo, dichas oportunidades están profundamente marcadas por cuestiones de género, lo que subraya la necesidad de considerar estas dinámicas.

## **5. Objetivos de la investigación e hipótesis**

### *Tema*

El impacto del turismo rural vivencial indígena en el empoderamiento, liderazgo y autonomía de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, y su contribución a la preservación cultural y al fortalecimiento de su rol comunitario.

### *Objeto de estudio*

La relación entre las experiencias de turismo rural vivencial indígena y el empoderamiento y liderazgo que ejercen las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, así como la forma en que estas prácticas contribuyen a su independencia económica, al fortalecimiento de su rol en la comunidad y a la preservación y difusión de su cultura.

### *Pregunta de investigación*

¿Cómo contribuye el turismo rural vivencial en Cayucupil, Cañete, al empoderamiento y liderazgo de las mujeres mapuches en los ámbitos económicos, comunitarios y culturales?

### *Hipótesis*

El turismo rural vivencial en Cayucupil, Cañete, contribuye significativamente al empoderamiento y liderazgo de las mujeres mapuches, promoviendo su independencia económica, fortaleciendo su rol dentro de la comunidad y facilitando la preservación y difusión de su cultura.

### *Objetivo general*

Analizar las contribuciones de la práctica del turismo rural a la independencia económica, al empoderamiento y al liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando las dificultades y oportunidades que enfrentan, así como su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura.

### *Objetivos específicos*

- Describir la transformación económica experimentada por las emprendedoras de turismo rural durante los cuatro años de desarrollo de la ruta turística.
- Caracterizar la autopercepción de las microempresarias turísticas mapuches, identificando los cambios en su autoestima, liderazgo y rol dentro de la familia y la comunidad.

- Identificar los principales desafíos y oportunidades que las mujeres mapuches perciben al desarrollar emprendimientos de turismo rural vivencial, considerando factores culturales, económicos y sociales.
- Analizar las barreras estructurales, sociales y culturales que las mujeres mapuches identifican como dificultades en el desarrollo de sus emprendimientos turísticos.
- Proponer a partir de los discursos de las mujeres, posibles soluciones para superar las barreras estructurales, sociales y culturales que enfrentan en su emprendimiento.

## 6. Marco Metodológico

A continuación, se expone el Marco Metodológico de la presente Memoria de Título, cuyo propósito es detallar cómo se levantará y analizará la información relevante. Con un enfoque cualitativo, el estudio busca comprender las dinámicas socioeconómicas y culturales, así como los desafíos y oportunidades que atraviesan las mujeres mapuches en el contexto de sus emprendimientos turísticos.

Este marco metodológico describe el área de estudio, el diseño y la estrategia de investigación, las técnicas de recolección de información, el muestreo, las técnicas de análisis y la relevancia sociológica de los hallazgos, contribuyendo a un mayor entendimiento de los procesos de empoderamiento de las mujeres mapuches a través del turismo.

Es importante destacar que esta tesis se desarrolla en el marco del Proyecto PAE (Proyecto de Asociatividad Económica) de la ruta turística de Cayucupil, trabajo realizado por la consultora *Chile Consultor*, de la cual formó parte. Comencé mi participación en marzo, inicialmente como practicante, y luego como miembro del equipo. No obstante, es relevante mencionar que el trabajo en dicho proyecto inició dos años antes de mi llegada.

### 6.1. Área de Estudio

Se ha definido como área de estudio al sector rural de Cayucupil perteneciente a la comuna de Cañete. En esta zona se desarrolla la ruta turística de Cayucupil, la cual está compuesta en su mayoría por mujeres. De este modo, y con los antecedentes expuestos anteriormente, esta zona se presenta como un lugar acorde a los propósitos y objetivos que esta investigación busca.

El sector de Cayucupil, se ha consolidado como un espacio estratégico para el desarrollo del turismo rural vivencial, ya que permite a los visitantes integrarse a las actividades diarias de las comunidades locales, experimentando de primera mano la cultura y tradiciones mapuches. En

este sector, la ruta turística de Cayucupil, han encontrado en el turismo una herramienta para fortalecer su independencia económica y su liderazgo dentro de la comunidad.

El turismo rural vivencial en Cayucupil tiene una doble relevancia. Por un lado, fomenta el desarrollo de emprendimientos locales sostenibles, permitiendo a las mujeres mapuches aprovechar los recursos naturales y culturales del territorio de manera responsable. Por otro lado, contribuye a la preservación y difusión de la cultura mapuche, ofreciendo a los turistas una experiencia auténtica, basada en la transmisión de conocimientos y costumbres ancestrales. Esta conexión entre el turismo y la cultura refuerza el sentido de pertenencia de las mujeres a su comunidad y a su territorio, consolidando su rol como guardianas de la identidad cultural mapuche.

Además, la zona está inmersa en un entorno natural privilegiado, con paisajes característicos del sur de Chile y una rica biodiversidad, lo que potencia su atractivo turístico. Por lo que el turismo rural en esta área no solo genera ingresos para las familias involucradas, sino que también posiciona a Cayucupil como un modelo de turismo responsable y vivencial en la región, promoviendo de esta forma el equilibrio entre desarrollo económico, preservación cultural y respeto por el medio ambiente.

En el contexto de esta investigación, Cayucupil se presenta como un lugar clave para estudiar el impacto del turismo rural vivencial en el empoderamiento de las mujeres mapuches, ya que permite analizar cómo las dinámicas turísticas pueden transformar las estructuras sociales, económicas y culturales de la comunidad, fomentando un desarrollo integral y sostenible.

## *6.2. Metodología*

En la investigación se utilizó una metodología de tipo cualitativa, ello a raíz de los objetivos anteriormente planteados. Se optó por esta metodología ya que esta permite explorar y comprender fenómenos complejos desde una perspectiva interpretativa, centrada en los significados y experiencias subjetivas de los actores (Quecedo y Castaño, 2003).

### *6.2.1. Técnicas de levantamiento de información*

En relación al levantamiento de información, y para propósitos de la investigación, se usaron técnicas primarias y secundarias. Para las técnicas primarias se realizó una observación participante y entrevistas semiestructuradas, mientras que para las técnicas secundarias se optó por una revisión de los informes del programa PAE de INDAP.

### 6.2.1.1. Observación participante

La observación participante es fundamental para un abordaje cercano e integral del fenómeno, ya que facilita comprender cómo se interrelacionan las visiones del mundo de los actores y cómo estas influyen y son influenciadas por las dinámicas del sistema global y local (Piñeiro, 2015). De esta manera, el trabajo de campo define el lugar y objeto de estudio, favoreciendo el aprendizaje del investigador, pues este conocimiento se adquiere a través de la familiarización (Piñeiro, 2015). Así, su utilidad radica en la capacidad de interiorizarse en aquello que se estudia de forma sistemática, consciente y con un aprendizaje continuo. En este sentido, las observaciones permiten describir las situaciones existentes utilizando los cinco sentidos, lo que facilita la elaboración de una “fotografía escrita” (Erlandson, Harri, Skypper y Allen, 1993 en Kawulich, 2005). En base a lo anterior, entenderemos la observación participante como un método de investigación en el que el investigador se sumerge en el contexto estudiado, interactúa con los actores, y adquiere un conocimiento profundo y práctico del fenómeno a través de una observación sistemática y directa.

Para el registro de la información se utilizó una matriz de observación (véase Anexo N° 2), diseñada en función de los objetivos de investigación abordados mediante esta técnica. En este sentido, la observación participante se circunscribe al análisis del quehacer turístico, por lo que no se abordó el objetivo *proponer a partir los discursos de las mujeres, posibles soluciones para superar las barreras estructurales, sociales y culturales que enfrentan en su emprendimiento*. Este objetivo fue trabajado exclusivamente a través de entrevistas, técnica considerada metodológicamente más pertinente para acceder a discursos, significados y propuestas explícitas.

Asimismo, en relación con el objetivo de *caracterizar la autopercepción de las microempresarias turísticas mapuches, identificando los cambios en su autoestima, liderazgo y rol dentro de la familia y la comunidad*, las dimensiones de autoestima y rol dentro de la familia y la comunidad no fueron abordadas mediante observación, dado que estas exceden el ámbito empírico directamente observable en el contexto turístico. En consecuencia, dichas dimensiones fueron abordadas mediante entrevistas.

### 6.2.1.2. Revisión de fuentes secundarias

Las fuentes secundarias corresponden a información primaria previamente sintetizada y reorganizada, elaborada con fines distintos a los de la investigación (Miranda y Acosta, 2009). Este tipo de fuentes permite contextualizar el fenómeno de estudio, identificar antecedentes

relevantes y complementar el análisis empírico mediante información sistematizada proveniente de diversos registros documentales, tales como informes, bases de datos, documentos oficiales, artículos académicos, entre otros.

En este caso, se utilizaron ocho informes del Programa de Asociatividad Económica (PAE) de INDAP ejecutado por la consultora Chile Consultor. Para el análisis de las fuentes secundarias se elaboró una pauta de revisión documental (véase Anexo N° 2), orientada a sistematizar la información relevante en función de los objetivos de investigación abordados mediante este tipo de fuentes. En este sentido, la revisión documental no permitió abordar el objetivo *caracterizar la autopercepción de las microempresarias turísticas mapuches, identificando los cambios en su autoestima, liderazgo y rol dentro de la familia y la comunidad*, ni el objetivo *proponer a partir los discursos de las mujeres, posibles soluciones para superar las barreras estructurales, sociales y culturales que enfrentan en su emprendimiento*, dado que ambos requieren acceso directo a experiencias, percepciones y discursos de las propias emprendedoras.

#### 6.2.1.3. Entrevista semiestructurada

Se aplicaron siete entrevistas semiestructuradas a mujeres participantes de la Ruta Turística de Cayucupil. Se optó por este tipo de entrevista debido a su capacidad para comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de los propios sujetos, buscan abordar el mundo cotidiano vivido por los actores sociales (Kvale, 2011). Asimismo, la entrevista semiestructurada se sitúa entre la conversación abierta y el cuestionario estructurado, combinando una guía temática con la flexibilidad necesaria para profundizar (Kvale, 2011).

Las entrevistas se realizaron a partir de una pauta de preguntas previamente elaborada por la investigadora (véase Anexo N° 2), la cual permitió orientar la conversación sin restringir la emergencia de nuevos temas relevantes durante el desarrollo de cada entrevista. Esta flexibilidad facilitó la adaptación de las preguntas en función de los relatos y experiencias de las entrevistadas, favoreciendo una comprensión situada y profunda de sus discursos.

En coherencia con los objetivos de la investigación, las entrevistas semiestructuradas permitieron abordar aspectos que no resultan directamente observables mediante otras técnicas, tales como la autopercepción de las microempresarias turísticas mapuches, los cambios en su autoestima, liderazgo y rol dentro de la familia y la comunidad, así como la identificación de barreras estructurales, sociales y culturales y las posibles soluciones propuestas desde sus propios

discursos. De este modo, esta técnica constituyó el principal medio para acceder a información de carácter subjetivo y discursivo vinculada al empoderamiento de las mujeres.

### *6.3. Muestreo*

El presente estudio se centra en el universo de mujeres de la comuna de Cañete que participan activamente en actividades vinculadas al turismo, las cuales desempeñan un papel crucial en el desarrollo de iniciativas turísticas relacionadas al turismo a nivel regional. Dentro de este amplio grupo, la población de estudio se delimita a las mujeres que forman parte de la Ruta Turística de Cayucupil. Estas mujeres no solo participan en actividades turísticas, sino que también contribuyen a la difusión cultural de sus tradiciones y saberes. La unidad de análisis corresponde específicamente a cada una de estas mujeres pertenecientes a la Ruta Turística, quienes, mediante sus emprendimientos, han demostrado un compromiso con el desarrollo del turismo vivencial y con la preservación de su cultura mapuche.

Finalmente, se considerarán 45 horas de observación desde Marzo hasta Noviembre. Para la revisión de fuentes secundarias, se consultarán ocho informes del programa PAE. En cuanto a las entrevistas, se seleccionaron siete mujeres emprendedoras que han destacado por su participación activa y constante en la Ruta Turística, la muestra es de carácter no aleatorio.

### *6.4. Técnicas de Análisis de Datos*

En esta investigación, se han seleccionado técnicas de análisis cualitativas para explorar las experiencias y perspectivas de las mujeres mapuches involucradas en el turismo rural vivencial en Cayucupil. Dado que el estudio se centra en comprender procesos sociales complejos como el empoderamiento, el liderazgo y la preservación cultural, se hace necesario utilizar métodos que permitan desentrañar los significados profundos y las dinámicas a partir de los datos recopilados.

El análisis de los datos será abordado desde tres perspectivas complementarias: la observación participativa, las entrevistas semiestructuradas y la revisión de fuentes secundarias. Estas herramientas ofrecen una mirada comprensiva y contextual sobre las interacciones y discursos de las mujeres participantes en la ruta turística. A través de estas técnicas, se busca obtener una visión integral de los procesos de empoderamiento y liderazgo, considerando tanto los aspectos explícitos como los implícitos de las acciones y los discursos de las emprendedoras.

#### *6.4.1. Análisis de observación participante*

El análisis de la observación se realizará gracias al registro detallado de las interacciones y dinámicas sociales observadas durante el trabajo de campo con las mujeres de la Ruta. A través de

esta técnica, se busca captar los comportamientos, las estructuras de poder y las prácticas de liderazgo que emergen en el contexto del turismo rural vivencial.

El análisis de la observación se centrará en identificar patrones recurrentes, como las formas de cooperación, toma de decisiones y manejo de conflictos dentro de la comunidad, así como la interacción de las emprendedoras con los turistas. Estos datos serán analizados utilizando una técnica de codificación abierta, agrupando los eventos observados en categorías temáticas. Esto permitirá al investigador detectar comportamientos clave que faciliten el empoderamiento y liderazgo de las mujeres en el entorno turístico.

#### *6.4.2. Análisis de fuentes secundarias*

Para el análisis de los informes del Programa de Asociatividad Económica (PAE), se realizó una revisión sistemática con el propósito de identificar y evaluar las estrategias, logros y desafíos vinculados al turismo rural vivencial desarrollado por las mujeres de la ruta turística.

El análisis se inició con una lectura crítica de los informes, orientada a la identificación de información relevante relativa al fomento del turismo, el empoderamiento de las mujeres y el desarrollo de emprendimientos turísticos en el territorio. A partir de esta revisión, se identificaron variables clave tales como las barreras económicas, sociales y culturales, así como las oportunidades de fortalecimiento y crecimiento de los emprendimientos.

Cada informe fue examinado considerando distintas dimensiones operacionales, entre ellas la sostenibilidad de los emprendimientos, el apoyo institucional y el impacto en la comunidad. La información obtenida fue categorizada y posteriormente contrastada con los resultados de las entrevistas, lo que permitió realizar una triangulación de fuentes orientada a validar y reforzar los hallazgos de la investigación.

#### *6.4.3. Análisis de entrevistas*

Una vez realizada y grabada la entrevista esta se procedió a transcribir, para realizar el análisis temático - técnica cualitativa de investigación que se utiliza para identificar, analizar y reportar patrones o temas recurrentes dentro de los datos recopilados- lo que permite al investigador interpretar aspectos clave del fenómeno estudiado y análisis facilita la comprensión de significados más profundos en las experiencias o discursos de los participantes (Escudero, 2020). En este caso primero se realizó una codificación inicial, en la cual se identificarán y agruparán las ideas, conceptos y experiencias mencionadas por las entrevistadas. Posteriormente, los códigos se organizaron en categorías temáticas que reflejan los temas más relevantes.

El análisis también incluyó la triangulación de las respuestas, comparando los datos obtenidos entre las diferentes entrevistadas para identificar similitudes, diferencias y patrones comunes. Este proceso permitió comprender cómo las mujeres perciben su rol en el turismo vivencial y su contribución al desarrollo económico y cultural de la comunidad.

## **7. Analisis y discusion de resultados**

En el primer capítulo, se aborda cómo el turismo transforma la realidad económica de las emprendedoras de la Ruta. A partir de las entrevistas, observaciones y análisis de los informes del Programa PAE, se destacan los avances en autonomía económica, crecimiento y sostenibilidad de sus negocios. Se evidencia cómo estas mujeres han enfrentado desafíos financieros para consolidar sus emprendimientos como una fuente sostenible de ingresos.

Posteriormente, en el segundo capítulo se examinan los cambios en la autopercepción de las emprendedoras. A través del turismo, las emprendedoras han logrado una revalorización personal, fortaleciendo su confianza y capacidad de liderazgo. En este punto se refleja cómo la participación en el turismo ha modificado dinámicas familiares y comunitarias.

Luego, en el tercer apartado se abordan los desafíos y oportunidades culturales, económicas y sociales que enfrentan las emprendedoras. Estos elementos resaltan tanto los logros alcanzados como las barreras por superar para consolidar el turismo como herramienta de desarrollo.

En el cuarto capítulo, se profundiza en las barreras que limitan el desarrollo del turismo en la zona. Desde infraestructura deficiente hasta tensiones culturales, estas dificultades subrayan la necesidad de intervenciones estratégicas para superar desigualdades estructurales. Este capítulo evidencia cómo estos obstáculos condicionan el impacto positivo del turismo rural vivencial.

En el siguiente punto, se exponen las soluciones propuestas por las emprendedoras para superar las barreras identificadas. Desde la simplificación de procesos de postulación para financiamiento hasta la implementación de experiencias vivenciales que fortalezcan la autenticidad cultural.

En el sexto capítulo, se sintetizan los hallazgos claves, destacando los logros en empoderamiento, liderazgo y preservación cultural, así como las tensiones entre expectativas turísticas y autenticidad cultural.

En el último capítulo, se proponen aportes teóricos basados en los hallazgos de este estudio. Se concluye que el aporte de esta investigación es enriquecer los modelos existentes al analizar las dimensiones de autonomía económica y liderazgo en contextos indígenas, y sugiere estrategias

aplicables a otras comunidades rurales, consolidando el turismo vivencial como una herramienta de desarrollo sostenible. Es decir, se ve a la investigación como otro respaldo empírico.

### **Capítulo N°1: Transformación económica de las emprendedoras**

El turismo rural vivencial se ha convertido en una herramienta clave para el desarrollo económico y social en comunidades rurales, especialmente en aquellas con gran presencia indígena, como es el caso de la ruta estudiada. A continuación se aborda la transformación económica de estas emprendedoras, analizando los procesos que les han permitido alcanzar autonomía, crecimiento y sostenibilidad en sus negocios.

Este capítulo busca resaltar cómo el turismo rural vivencial ha sido un motor de cambio para las emprendedoras de la ruta turística de Cayucupil, promoviendo el desarrollo económico, el empoderamiento femenino y el fortalecimiento cultural.

#### *7.1.1. Autonomía Económica*

En proyectos turísticos la autonomía económica juega un papel importante para el mantenimiento y crecimiento del emprendimiento, pero esta autonomía nace debido al aprendizaje de los emprendedores, de esta forma lo manifiesta una entrevistada:

*L.S: (...) “Desde que me independicé, las cosas han cambiado mucho. En mis inicios no fue todo bien, pero ahora siento que estoy un poco más consolidada y, claro, puedo tomar decisiones económicas con mayor independencia”*

También otra entrevistada nos menciona que ha logrado medianamente esta autonomía económica deseada:

*E.C: “Ahora me siento mucho más libre para decidir cómo usar el dinero. Puedo priorizar gastos importantes, como mejorar el negocio, pero también puedo destinar una parte a cosas personales o familiares. Aunque siempre hay que ser cuidadosa, siento que tengo el control de las decisiones”*

Pero este camino que se debe recorrer para lograr la deseada autonomía económica muchas veces es difícil y se tienen pérdidas económicas.

*E.C: “Al principio no sabía cómo calcular bien los costos ni cómo separar las ganancias para reinvertir. Pero con el tiempo aprendí a llevar un registro más claro de los ingresos y gastos. También he asistido a talleres de manejo financiero que me han ayudado bastante”*

En esta misma línea otra entrevistada indica que:

*E.N.: (...) Al principio no sabía bien cuánto cobrar ni calcular los costos. Pero con el tiempo, y gracias a las capacitaciones, aprendí a incluir el valor agregado: la etiqueta, el formato, todo eso. Es un aprendizaje y un crecimiento constante.*

También otra entrevistada nos menciona medios de aprendizaje y la importancia de aprender a administrar las ganancias:

*“E.M.: Sí, antes compraba cosas sin mucha planificación, pero ahora, gracias a las capacitaciones, aprendí a administrar mejor el dinero.”*

Incluso algunas emprendedoras indican con claridad que en el inicio de su emprendimiento perdieron dinero:

*“L.S: La verdad es que al principio perdí mucho dinero. Porque me lancé sin información, sin estar capacitada y sin conocimiento”*

En base a lo manifestado por las entrevistadas entendemos que la autonomía se va logrando a lo largo del desarrollo del emprendimiento y gracias al aprendizaje. En este caso particular lo que las lleva a encaminarse a la autonomía económica es el turismo, lo que se relaciona con lo planteado por Cid et al (2022), quien menciona que el turismo rural es una herramienta para la autonomía económica.

Esta autonomía económica deseada es importante ya que por medio de esta las mujeres pueden cuestionar los roles tradicionales de género y buscar relaciones más equitativas (Leiva, 2015). Su camino a lograr la autonomía en la actualidad es observable ya que las emprendedoras ahora son capaces de tomar sus propias decisiones económicas tanto para el emprendimiento como en su vida personal y familiar.

Entonces cuando las emprendedoras turísticas comenzaron con sus emprendimientos tuvieron algunas dificultades como no saber administrar correctamente, no saber cómo sacar el cálculo de cuánto cobrar, entre otras falencias, las cuales muchas veces terminan en pérdidas económicas. Pero este es un proceso por el cual deben pasar a poder lograr la autonomía económica que necesita su emprendimiento y ellas como personas individuales.

Recordemos que en la ruta turística hay un gran porcentaje de personas indígenas, esto en conjunto con sus emprendimiento se relaciona con lo que plantea Cid et al (2022), quienes indican que las actividades turísticas han permitido a las comunidades mapuches no solo generar ingresos, sino también reforzar su identidad cultural y sus vínculos con el territorio.

### 7.1.2. Crecimiento Económico

El turismo genera crecimiento económico ya sea a nivel regional y nacional como señala Chanquey, Lagos y Llanco (2021) quienes mencionan que la economía chilena durante el periodo 2000-2018 tuvo un aumento del 1% en los gastos de turismo generando un incremento del 1,92% en el PIB, lo que indica una relación directamente proporcional. Lo anterior significa que el turismo tiene un impacto en el crecimiento económico nacional y también es lógico que genere crecimiento económico en los emprendedores.

Es importante destacar que en esta ruta turística está compuesta por un 73,3% de mujeres lo que se puede relacionar con lo que plantea Avolio y Di Laura (2017) quienes mencionan que los trabajos de las mujeres sufren desigualdades salariales y en el acceso a empleos de calidad, lo que lleva a las mujeres a emprender.

En la ruta turística, desde el inicio del emprendimiento hasta la actualidad los ingresos sin duda han aumentado o se han mantenido haciendo al negocio rentable, ya que si el caso fuera contrario ya habrían cerrado. Se intentó indagar más en el aumento y en el valor de las ganancias de estas emprendedoras, pero en las entrevistas realizadas las emprendedoras no quisieron dar valores de ingresos/ganancias, solo indican que sus ingresos aumentaron o se mantienen:

*E.C.: Sí, especialmente en temporadas altas como el verano. Los ingresos han aumentado considerablemente y nos han permitido cubrir gastos que antes eran difíciles, como el mantenimiento de la casa o la educación de mis hijos. Incluso hemos podido ahorrar un poco para emergencias, algo que antes no podíamos hacer.*

*E.M.: Sí, ha habido un aumento. Antes no tenía ese dinero. Aunque sean un par de lucas, por ejemplo, lo que se gana en un día de guiada. Es un ingreso que suma.*

*Y.N.: Sí, ha aumentado. La municipalidad nos ayuda mucho, hacen nexos y nos traen gente. A veces vienen adultos mayores de otros lados.*

Como se puede observar las entrevistadas solo nos indican que sus ingresos han aumentado, sin indagar en valores o porcentajes. Se buscaba hacer una comparación de los ingresos de un inicio hasta la actualidad.

En los informes del Programa PAE de Cayucupil hay modelos canvas que tienen un punto de flujo de ingresos pero no siempre este punto pudo ser completado porque las emprendedoras se negaron a entregar los valores. En algunos casos se dieron para postular a algunos proyectos, pero solo se tiene acceso a los informes y a la información entregada por ellas.

A continuación se utilizarán los informes del Programa PAE de Cayucupil para hacer una comparación con la información disponible. A continuación mostraré el canvas de emprendimientos liderados por mujeres del Informe I del Primer Ciclo del Programa PAE:

Tabla N° 1

Nombre del emprendimiento	Propuesta de valor	Estructura de costos	Flujo de ingresos
Pulebu pillan	Venta de quesos artesanales y agroturismo	Insumos Instalaciones Maquinaria Implementación Recursos humanos	Sin información
Ruka Lamuen Elba	Actividades agro turísticas y alimentación con identidad mapuche	Instalaciones Insumos Recursos humanos Materia primas	Sin información
Hostal y Granja Educativa Tía Yeya	Servicio de alojamiento agro turístico experiencial	Insumos Instalaciones Recursos humanos	Sin información
Dulce tentación	Cafetería y pastelería con productos de huerta propia	Recursos humanos Implementos Instalaciones Insumos Materias primas	Sin información

*Fuente: Informe I Ciclo I Programa PAE Cayucupil. Chile consultor.*

En el informe no se manifiesta porque estos datos no se encuentran. Siguiendo en la línea de revisar los canvas del programa, encontramos el Informe I del Segundo Ciclo:

Tabla N° 2

Nombre del emprendimiento	Propuesta de valor	Estructura de costos	Flujo de ingresos
Pulebu pillan	Productos artesanales, contacto con la naturaleza	Instalaciones Recursos humanos Materias primas	Aumentó en un 30% en comparación al año anterior
Hostal y Granja educativa Tía Yeya	Alojamiento Turismo Etnico	Instalaciones e implementaciones	Aumentó en un 30% en comparación al año anterior
Ruka Lamuen Elba	Gastronomía y alojamiento turístico étnico	Instalaciones e implementaciones	Aumentó en un 30% en comparación al año anterior
Dulce tentación	Cafetería y Pastelería frutos orgánicos	Instalaciones e implementaciones	Aumentó en un 30% en comparación al año anterior

*Fuente: Informe I Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor.*

En este canvas se presenta el mismo dato en todos los emprendimientos, no se entrega un valor pero es el dato más duro presentado hasta el momento. Si bien se indica que existe un aumento respecto al año anterior (valor que no se encuentra), solo podemos rescatar que de un año a otro su ingreso creció.

A continuación evaluaremos el flujo de ingresos presentados en los modelos canvas del Informe III del Ciclo II:

Tabla N° 3

Nombre del emprendimiento	Propuesta de valor	Estructura de costos	Flujo de ingresos
Pulebu pillan	Venta de quesos artesanales y	Insumos Instalaciones	Sin información

	agroturismo	Maquinas Implementación Recursos humanos	
Hostal y Granja educativa Tía Yeya	Servicio de alojamiento agro turístico experiencial	Insumos Instalaciones Recursos humanos	Sin información
Ruka Lamuen Elba	Actividades agro turísticas y alimentación con identidad mapuche	Instalaciones Insumos Recursos humanos Materias primas	Sin información
Dulce tentación	Cafetería y Pastelería con productos de huerta propia	Recursos humanos Implementación Instalaciones Insumos Materias primas	Sin información

*Fuente: Informe III Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor.*

Comparando los canvas del informe II y del informe III del ciclo II podemos darnos cuenta que no se entregan nuevos datos del flujo de ingresos, de hecho el dato se pierde en un mismo ciclo. Hasta el momento la revisión de los canvas solo nos indica que desde el inicio del programa hasta el Ciclo II los ingresos aumentaron en un 30%.

A continuación utilizaremos el canvas del Informe III del Ciclo III del programa:

Tabla N° 4

Nombre del emprendimiento	Propuesta de valor	Estructura de costos	Flujo de ingresos
Pulebu Pillan	Salón de eventos y reuniones con capacidad para más de 50 personas	Costos fijos Impuestos Insumos	Venta de quesos Arriendo del centro de eventos

		Implementos de mantención	Servicio de alimentación Venta a la ruta turística
Hostal y Granja educativa Tía Yeya	Alojamiento en casona patrimonial Servicio de Guía local Alimentación con cultura mapuche	Costos fijos Insumos Implementación de mantención Materia prima	Venta por servicio de guiado Venta por servicio de alojamiento y alimentación
Ruka Lamuen Elba	Servicio de alimentación con identidad cultural mapuche Rescate de productos orgánicos	Costos fijos Salarios de trabajadores Gastos variados por la producción de los productos Implementación de mantención	Venta por servicios gastronómicos
Dulce tentación	Repostería con productos orgánicos Única cafetería ubicada en camino principal	Gastos fijos Gastos relacionados a la elaboración de los productos gastronómicos Implementación de mantención e insumos	Venta por servicios gastronómicos
Artesanías Rosita	Técnica ancestral mapuche Piezas de vestimenta tradicional mapuche	Costos fijos Costos relacionados con la producción de	Comercialización de productos de artesanía

		la materia prima	
Campo lindo	Cabañas independientes equipadas con tinajas Piscina con áreas verdes	Costos fijos Sueldos trabajadores Mantenimiento constante Pago publicidad	Arriendo de cabañas y tinajas Arriendo de centro de eventos para delegaciones
Frutos del huerto	Mermeladas caseras hechas con productos orgánicos sin aditivos	Costos fijos Insumos Implementos de producción y mantenimiento	Venta directa de las mermeladas

*Fuente: Informe III Ciclo III Programa PAE Cayucupil. Chile consultor.*

Al igual que en los demás canvas en los ingresos solo se indica los medios por los cuales obtiene estos, es decir, que comercializa. Como hemos visto en los informes del Programa PAE no se logra conseguir los ingresos, solo que aumentaron en un 30% de un ciclo a otro. También podemos destacar que las entrevistadas mencionan que los ingresos de sus negocios han aumentado.

Si bien no se logran obtener datos numéricos de los ingresos de las emprendedoras, podemos estimar si estos emprendimientos les alcanzan para vivir según observaciones:

Tabla N° 5

Nombre del emprendimiento	Tienen más de un ingreso en el hogar	Tienen otro trabajo	Estado de la casa
Pulebu Pillan	Sí, su pareja trabaja	No	Tienen un terreno grande, y tienen una casa tipo cabaña.
Hostal y Granja educativa Tía Yeya	Sí, su trabajo dependiente	Sí, su trabajo dependiente	Tiene un terreno grande y dos casas tipo patronales, una de ellas es el que está en

			reparaciones
Ruka Lamuen Elba	Sí, el emprendimiento del marido	No	Tienen un terreno más bien pequeño en comparación a los demás, cuentan con una casa de un piso amplio de madera.
Dulce tentación	Sí, comenzó a trabajar recientemente	Sí, comenzó a trabajar recientemente	Tiene un terreno más bien pequeño en comparación a los demás, cuentan con una casa de un piso amplio sin grandes lujos.
Artesanías Rosita	Sí, su trabajo dependiente	Sí, su trabajo dependiente	Tiene su casa construida en el terreno de sus padres, es una casa de un piso de madera, con dos habitaciones.
Campo lindo	No	No	Tienen su casa en el mismo terreno del emprendimiento, es una casa de dos pisos conectada al centro de eventos
Frutos del huerto	Sí, el ingreso del marido	No	Tienen una casa construida en un terreno bastante grande, es una casa con varias habitaciones, de madera y de un piso.

Fuente: Observaciones en terreno y cuando se realizaron las entrevistas.

En base a los antecedentes revisados, se puede señalar que el aumento de los ingresos de las emprendedoras se relaciona con el avance de sus emprendimientos en el tiempo. Si bien no todas viven exclusivamente de sus negocios y en varios casos existe la necesidad de complementar con trabajos dependientes u otros ingresos en el hogar, esto no contradice el crecimiento de sus iniciativas, sino que refleja procesos graduales de consolidación. Los relatos de las emprendedoras y la continuidad de los negocios permiten observar que los emprendimientos se han vuelto una

fuerza de ingresos relevante, capaz de aportar a los gastos del hogar y mejorar sus condiciones de vida, en la medida en que estos han ido desarrollándose y fortaleciéndose.

### *7.1.3. Sostenibilidad Económica*

La sostenibilidad económica es la capacidad de generar ingresos y beneficios de manera estable y eficiente, encontrando un equilibrio para el crecimiento del emprendimiento, para lograr esto las emprendedoras han diversificado su oferta y mejorado su infraestructura.

Según lo observado el complejo turístico Campo Lindo este año ha integrado el servicio de sauna y una cama de cuarzo con una masajista. Integrar servicios a su emprendimiento es algo que ella viene haciendo hace años, ya que en la entrevista nos menciona que comenzó su emprendimiento con:

*L.S.: Partí ofreciendo el servicio de alimentación. Recibía, no sé, 10 turistas en un quincho pequeño, que era mi cocina actual. Además, ofrecía el servicio de tinajas.*

Posteriormente ella comenzó a ampliar su emprendimiento, lo primero fue el alojamiento:

*L.S.: Tenía un departamento pequeño que usaba los fines de semana. Lo adapté como un espacio para alojar turistas. Pero luego pensé: "Tengo que hacer cabañas". Así fue como, en 2018, construí mi primera cabaña, poco antes de la pandemia.*

También de acuerdo a los inicios que ella menciona y el avance observado de su emprendimiento podemos deducir que a lo largo de los años construyó otra cabaña y cada una con su tinaja, además tiene una piscina y una tercera tinaja de uso común. Claramente Campo Lindo ha integrado servicios a lo largo de los años y mejorado su infraestructura, lo que nos indica claramente que es un emprendimiento que genera recursos significativos.

Por otro lado, tenemos a Pulebu Pillan que integró el servicio de eventos gracias a la construcción de un centro de eventos que comenzó hace tres años. Ella en la entrevista nos cuenta que comenzó en el año 2009 con:

*Y.N.: Yo tenía alojamiento familiar. Era lo único que tenía en ese momento. Bueno, además de la quesería, que siempre hemos tenido, pero mi foco principal era el alojamiento.*

También Dulce Tentación, ha mejorado en infraestructura y equipamiento para su cafetería. Ella nos indica que ha aumentado capacidad en el recinto:

*M.O.: He podido aumentar las capacidades de mesas y sillas.*

*M.O: Sí. Y de a poco, cada vez que se hace un evento grande voy y compro algo más, ya sea un juego de loza. Trato de usar un solo estilo, qué sé yo, blanco y todo, para que si se rompe se pueda reponer más fácilmente.*

Otro emprendimiento que ha innovado es Frutos del Huerto, este emprendimiento es nuevo, se integró a la ruta turística a la mitad del Tercer Ciclo del Programa PAE, según lo observado surge en primera instancia vendiendo mermeladas con la fruta que cosechaba. En la actualidad, se encuentra experimentando con nuevos sabores en mermelada y añadiendo semillas, así lo manifestó en la entrevista:

*E.N.: (...) Recibo opiniones tanto positivas como negativas, y las negativas me ayudan a mejorar como persona y a perfeccionar el producto. Por ejemplo, alguien me sugirió agregar semillas a las mermeladas, y eso me dio ideas. Una sobrina me contó que compró mermelada de manzana con nueces, y pensé: "¡Esto también se puede hacer!". Algunas mermeladas, como las de manzana o durazno, no son tan populares, pero si se les agrega algo especial, pueden llamar la atención. Quiero ofrecer formatos pequeños para que la gente los pruebe, y si les gusta, seguir con promociones y más variedades.*

En conclusión, la transformación económica de las emprendedoras turísticas evidencia un proceso de aprendizaje constante, superación de los desafíos enfrentados a lo largo del tiempo. Esta transformación es fundamental para alcanzar la autonomía, el crecimiento y la sostenibilidad económica. Por un lado, la autonomía económica se ha desarrollado de manera gradual, permitiendo a las emprendedoras tomar decisiones financieras más independientes, aunque esto conllevó dificultades iniciales los que las obligó a aprender a administrar su dinero y sus inversiones. Por otro lado, el crecimiento económico se refleja principalmente en la capacidad de las emprendedoras para mantener sus negocios a lo largo del tiempo, ya que no se cuenta con datos exactos sobre las ganancias sólo se indica un incremento en los ingresos, especialmente en temporadas altas, lo que ha contribuido al bienestar familiar y comunitario. Finalmente, la sostenibilidad económica se observa en la diversificación de servicios y la mejora de infraestructuras.

## **Capítulo N°2: Autopercepción de las empresarias turísticas**

En el capítulo se busca abordar la autopercepción de las microempresarias turísticas de la Ruta de Cayucupil, enfocándose en aspectos clave como la autoestima, el liderazgo y el reconocimiento dentro de sus familias y comunidades.

Para lograr abordar estos puntos se considerarán observaciones y entrevistas realizadas a las emprendedoras, que permitieron identificar los cambios personales y sociales experimentados por ellas a través de su participación en el turismo rural vivencial.

### *7.2.1. Autoestima*

La autoestima en los emprendimientos es importante, ya que influye en cómo se muestran a los potenciales clientes. La autoestima según Mora, Fernández y Troncoso, (2019) es un proceso que implica la revalorización de una persona, en todo ámbito. Lo cual podemos complementar con lo planteado por Rojas-Barahona, Zegers & Förster (2009), quienes mencionan que la autoestima es un sentimiento hacia uno mismo que puede ser positivo o negativo, y se construye a través de la evaluación de las propias características.

Las emprendedoras turísticas de Cayucupil pasaron por un proceso de revalorización personal, así lo expresan algunas entrevistadas:

*E.C.: (...) Antes me sentía insegura al hablar con personas nuevas o al mostrar mi trabajo, pero el turismo me ha ayudado a desarrollar esa confianza. Ver que los turistas valoran lo que hago y lo que represento me motiva a seguir adelante y a creer más en mí misma.*

*E.M.: Al principio me costaba mucho hablar. Me ponía nerviosa y no lograba expresarme bien.*

Las emprendedoras en un principio tenían una autoestima más baja ya que no tenían el valor para mostrarse, para mostrar lo que hacen, también lo podemos relacionar con lo mencionado en el capítulo anterior con su no valoración del trabajo y no cobrar lo que vale o no saber cobrarlo. Este cambio en su autoestima es debido a su integración en el turismo y el manejo de su emprendimiento, este cambio se relaciona a lo expuesto por Silva-Escorcía y Mejía-Pérez (2015) quienes indican que la autoestima se construye y modifica constantemente, siendo esencial en el desarrollo personal y social de los individuos.

Una emprendedora nos indica que para poder trabajar en turismo y sacar adelante la ruta turística hay cosas que tuvieron que hacer, que las ayudaron a crecer y a mejorar su autoestima:

*E.M.: Sí, me empoderé, aprendí, y tuve que sacar la ruta adelante. Yo guiaba al grupo, así que lo hice con mucho entusiasmo.*

También se observó a representantes de la ruta hacer cosas porque debían hacerse para sus emprendimientos o por la Ruta que creían que no podrían. Por ejemplo, la representante de la Ruta tuvo que dar un discurso en una feria campesina en Cañete, actividad que no tenía ganas de hacer,

pero lo realizó por la ruta, posteriormente se vio sorprendida por lograrlo y manifestó que se sentía capaz de volver a hacerlo e incluso que le había gustado.

Las emprendedoras tuvieron un cambio en su juicio personal lo que encaja con lo planteado por Leiva (2015), quien indica que la autoestima es el juicio personal que una persona tiene sobre su propio valor, lo cual influye en sus pensamientos, emociones y conductas. Las emprendedoras al tener otro juicio de sí mismas tienen metas más altas y logran cosas que antes creían impensadas.

Actualmente se observa a las emprendedoras más seguras y confiadas al momento de recibir a los turistas, no se ponen tan nerviosas como antes y son capaces de mostrar lo que hacen y de mostrar el Valle de Cayucupil y su historia. Cosas que antes era más difícil para ellas, se ponían nerviosas al hablar, tenían menos información que entregar al turista sobre Cayucupil y les costaba mucho cobrar por su trabajo.

Actualmente las emprendedoras han crecido individualmente y como grupo, tienen una mayor autoestima, se sienten orgullosas de sus logros, así lo indica la entrevistada:

*L.S.: Sí, más o menos desde 2013 o 2014, cuando comencé con un servicio muy simple y rústico. Ahora estamos en 2024, y la diferencia es abismal. Actualmente manejo mi empresa sola y me siento orgullosa de ello. He aprendido, me he esforzado, y ahora cobro lo que vale mi trabajo.*

Otra entrevistada también nos habla de lo que han pasado para llegar a donde están hoy, pero reconoce que les queda un camino por recorrer:

*E.M.: Sí, tengo mis vaquitas. Al principio me alimentaban a mí porque dependía de ellas antes de tener un trabajo estable. Pasó un tiempo, conocimos lo que era el turismo, cómo desarrollarlo, y logramos formalizarnos. También fue gracias a la consultora, que nos capacitó y empoderó. No sabíamos lo que teníamos ni lo que podíamos lograr. Le estoy muy agradecida porque, al principio, teníamos miedo. Uno no sabe a qué se enfrenta, qué encontrará en el camino, pero hoy creo que tenemos un conocimiento sólido de lo que es hacer turismo. Gracias a eso logramos superar este gran desafío. Hoy, aunque no al 100%, empezamos a cosechar lo que hemos sembrado.*

En conclusión, el cambio en la autoestima les ha permitido superar inseguridades y fortalecer su confianza en sí mismas, en su negocio y en la ruta turística en su conjunto. A través del turismo, han experimentado una revalorización personal, al enfrentarse a desafíos y asumir roles de liderazgo. Este cambio ha mejorado su capacidad para interactuar con los turistas, cobrar

adecuadamente por su trabajo y representar con orgullo su cultura, demostrando cómo el turismo puede impulsar su empoderamiento y crecimiento personal.

### 7.2.2. Liderazgo

El liderazgo anteriormente fue definido en base a algunos autores que diferencian el liderazgo femenino de otros tipos. Cómo Pulido (2014) quien destaca que el liderazgo femenino está vinculado a la necesidad de conciliar la vida familiar y profesional, promoviendo una organización más humana y comprometida con la familia. En el caso de las emprendedoras turísticas, todas emprenden porque necesitan mayores recursos para la mantención de sus familias, por lo que el desarrollo de su liderazgo si tiene relación con el compromiso familiar que tienen.

En la ruta también hay mujeres que se consideran líderes en sus hogares, así lo expresa:  
*E.N.: Sí, y no es por agrandarme, pero me lo han dicho. Aquí en mi casa, todos me consultan, tanto mi esposo como mis hijos. Me consideran como el pilar de la familia. Por ejemplo, mi esposo siempre me pregunta: “Voy a hacer esto, ¿qué opinas tú?”, o “¿Qué me sugieres?”. Y yo a veces le digo: “Amor, toma tus propias decisiones”, pero él insiste.*

También anteriormente mencionamos otros autores que diferencian el liderazgo femenino de otros tipos de liderazgo. Según Carrasco y Barraza (2021) este tiende a ser más colaborativo, emocional y orientado al cuidado de las relaciones interpersonales. Díez, Valle, Terrón y Centeno (2002) agregan características al liderazgo femenino, como democrático, colaborativo, sensible y enfocado en el consenso y la participación.

En Cayucupil, el liderazgo ejercido por las mujeres si cumple algunas de estas características, por ejemplo si es colaborativo y participativo, así lo menciona la entrevistada:

*E.C: El turismo me ha obligado a tomar decisiones importantes, organizar actividades y trabajar en equipo, lo que ha fortalecido mucho mi capacidad para liderar. También he aprendido a gestionar problemas y encontrar soluciones rápidas, habilidades que antes no sabía que tenía.*

Pero el liderazgo que surge en cada emprendimiento de manera individual se aleja un poco de esta mirada tan colaborativa, participativa, democrática, ya que hay emprendedoras que tienen el control así lo manifiesta la siguiente entrevistada:

*L.S: En cuanto a mi negocio, yo tomo todas las decisiones sobre qué se invierte y qué no, qué se compra y qué no.*

En el emprendimiento turístico de la entrevistada trabajan varios integrantes de su núcleo familiar pero ella es la líder del emprendimiento.

En la ruta turística se puede observar a las integrantes que son capaces de organizar y liderar las actividades en conjunto, lo que si calzara con un liderazgo democrático, colaborativo, sensible y enfocado en el consenso y la participación, pero esto se debe a que están trabajando en grupo, donde todas tienen el mismo estatus, ya que todas son socias de la ruta.

El liderazgo en el caso de la Ruta Turística de Cayucupil varía un poco según el contexto, si hablamos del liderazgo como Ruta las emprendedoras turísticas reflejan características de anteriormente definido liderazgo femenino como liderar en base a la colaboración y participación. Pero en el contexto de sus emprendimientos de forma individual, ellas son las únicas líderes. Mientras que en la ruta turística el trabajo grupal favorece un liderazgo democrático y sensible, en sus emprendimientos individuales destacan la autonomía y el control personal, de esta forma se evidencia un liderazgo flexible acorde a las necesidades familiares, sociales y económicas.

### *7.2.3. Reconocimiento dentro de la familia y la comunidad*

El empoderamiento y liderazgo que han desarrollado las emprendedoras hacen que cambie su rol y su dinámica familiar y en sus respectivas comunidades, a pesar de que esto podría no ser reconocido, recordemos lo planteado por Rain, Pujal y Mora (2020) quienes destacan que los liderazgos femeninos en comunidades rurales enfrentan una falta de visibilidad y reconocimiento, lo que dificulta su consolidación como agentes de cambio. Es importante destacar que a diferencias de otras Rutas Turísticas que hacen etnoturismo, la Ruta de Cayucupil no pertenece a una comunidad Mapuche en específico, algunas de las integrantes pertenecen a comunidades diferentes.

En cuanto al rol de las emprendedoras con su comunidad y su entorno se logró observar que la comunidad reconoce el trabajo de algunas de las emprendedoras, lo apoyan y lo comparten. Pero este no es el caso de todas, como el caso de la siguiente entrevistada:

*E.: Ahora, ¿cree que tiene más influencia o reconocimiento por parte de su comunidad debido a su trabajo en el turismo y la artesanía?*

*R.A.: No.*

*E.: ¿Le da pena?*

*R.A.: Un poco. Me da pena y me da rabia, porque no aprecian lo que uno tiene. Y si lo reconocen, es solo para aprovecharse de lo que uno hace. Por ejemplo, ahora mismo dicen: "Ah, R.A. sabe hacer traruwe, mándenle a hacer a ella". Pero como saben que soy de la comunidad, esperan que cobre más barato. "¿Qué más de 10 lucas?", dicen.*

En este caso, la emprendedora siente que su comunidad se aprovecha de su emprendimiento para obtener cosas a menor costo. Claramente en este caso la comunidad no apoya el emprendimiento. Pero por otro lado, hay otras emprendedoras que sienten que si se han ganado el reconocimiento de su comunidad y además el de su familia, como la siguiente entrevistada:

*E.C: Ahora mi familia me ve como alguien que puede contribuir de manera significativa en la toma de decisiones. En la comunidad también he ganado más reconocimiento.*

También hay entrevistadas que solo nos mencionan que sienten el reconocimiento de su familia:

*E.N: Un día mi hija me dijo: “Mamá, me siento orgullosa de ti”. Y esas palabras, ¿cómo no van a llenar el corazón de una madre?*

*L.S: Sí, siento que me he ganado el orgullo de mi familia, y eso llena mi corazón. Mis hijos y mi esposo me lo han dicho. Mi esposo siempre ha estado orgulloso de mí, pero desde que han visto los frutos de mi trabajo y cómo manejo el turismo rural, ese orgullo ha crecido. Me lo he ganado con esfuerzo, y eso me motiva.*

El empoderamiento y liderazgo de las emprendedoras han transformado sus roles dentro de sus familias y comunidades. Mientras algunas reciben reconocimiento y apoyo, tanto familiar como comunitario, otras enfrentan desvalorización y aprovechamiento por parte de su entorno. La diferencia en el nivel de apoyo comunitario refleja las diversas dinámicas y contextos sociales en los que están insertas las emprendedoras. Estos desafíos resaltan la importancia de fortalecer los lazos comunitarios y sensibilizar sobre el valor del trabajo de las emprendedoras para fomentar un entorno más equitativo y colaborativo.

En conclusión, el turismo ha sido un motor transformador en la autopercepción de las emprendedoras de la Ruta Turística de Cayucupil. En cuanto a la autoestima, las emprendedoras han experimentado una revalorización personal que las ha llevado a superar inseguridades y a fortalecer su confianza, lo que genera un impacto en sus negocios y en su vida personal. En cuanto al liderazgo, existe una dualidad, en la ruta turística predomina un liderazgo colaborativo y participativo, en sus emprendimientos individuales prevalece un liderazgo autónomo y centrado en la toma de decisiones. En cuanto al reconocimiento dentro de sus familias y comunidades, algunas emprendedoras han logrado obtener apoyo y admiración, mientras que otras enfrentan desvalorización e incluso aprovechamiento.

### **Capítulo N°3: Desafíos y oportunidades que enfrentan las emprendedoras turísticas**

En este capítulo, se abordan los desafíos y las oportunidades de la Ruta Turística de Cayucupil. Los desafíos y oportunidades abordadas son de índole cultural, económico y social. Para poder realizar este análisis se utilizaron los testimonios de las emprendedoras entrevistadas, los informes del Programa PAE y de las observaciones realizadas.

A lo largo del capítulo, se destacan las múltiples oportunidades que han surgido gracias al turismo, entre ellas el fortalecimiento de la identidad cultural mapuche, la creación de empleo y el impulso a emprendimientos locales liderados principalmente por mujeres mapuches. Mientras que entre los desafíos podemos encontrar las dificultades culturales, económicas y sociales que pueden limitar el desarrollo sostenible de los emprendimientos turísticos y la calidad de la experiencia ofrecida a los visitantes.

#### *7.3.1. Desafíos*

La Ruta Turística de Cayucupil enfrenta y ha enfrentado diversos desafíos relacionados principalmente con aspectos culturales, económicos y sociales. Estos desafíos pueden afectar el desarrollo de sus emprendimientos y la experiencia que ofrecen a los visitantes.

##### *7.3.1.1. Desafíos culturales*

En la Ruta Turística de Cayucupil las emprendedoras intentan incluir la cultura mapuche, debido a sus orígenes. Recordemos que según Pilquimán (2016) el turismo comunitario puede actuar como un mecanismo de resistencia cultural frente a la globalización, promoviendo la preservación de la identidad y autonomía cultural. Es por ello que las emprendedoras buscan incluir y mostrar lo que saben y recuerdan de sus orígenes. También recordemos que Cid et al. (2022) mencionan que el turismo vivencial fomenta el respeto y aprendizaje intercultural, permitiendo que las comunidades proyecten su cultura sin desvirtuar sus prácticas ancestrales.

Los orígenes de las entrevistadas es una de las tantas razones por las que se dedican al turismo, es importante destacar que ellas presentan dificultades al mostrarle al turista su cultura, ya que en primer lugar ninguna es completamente hablante de mapudungun, así lo manifiesta la siguiente entrevistada:

*E: ¿Nota alguna dificultad al incluir su cultura con los turistas?*

*E.M.: Sí, porque no sé hablar bien el mapudungún. A veces me cuesta presentarme o saludar en el idioma. Intento hacerlo, pero hay cosas que desconozco de mi territorio y tendré que empezar a aprender.*

También la entrevistada nos menciona que desconoce cosas de su territorio, reconozcamos que conocer el territorio es algo muy importante para hacer turismo, el turismo es una guía y un desafío. El desconocimiento del territorio por parte de integrantes de la ruta es algo que se logra observar en las reuniones, debido a que cuando se crea el itinerario para recibir a turistas se deben seleccionar lugares a visitar y crear el relato, esa parte es una de las más difíciles para ellos como grupo, por la falta de información.

Siguiendo en esta línea, el mostrar la cultura a alguien que desconocen es un desafío, a pesar de ello han tenido buena experiencia, así lo manifiesta la entrevistada:

*E.M.: Sí, ha pasado, pero la mayoría respeta la cultura mapuche hoy en día. Antes era más difícil, creo que por desconocimiento. Ahora no, no es difícil hacerles entender.*

*Y.N.: En un principio, cuando recibía turistas, les encantaba la cultura mapuche, la apreciaban mucho.*

*E.N.: Vienen felices de aprender. Si uno les habla con respeto y cariño, si los recibe bien y se sienten acogidos, les gusta aprender. Creo que la clave está en cómo uno se relaciona con ellos.*

*E.C.: A veces sí. Aunque la mayoría son respetuosos, algunos llegan con ideas preconcebidas o expectativas que no coinciden con nuestra realidad. Sin embargo, creo que con paciencia y educación, muchos terminan valorando nuestra cultura de una manera más profunda.*

En general las emprendedoras al momento de recibir el turista tienen desafíos culturales al tratar de mostrar su cultura, ya que tienen por ejemplo poco conocimiento del idioma, también según lo observado no todos los emprendimientos rescatan la cultura mapuche. Pero los turistas salen satisfechos con la experiencia, lo que no quita que la Ruta deba trabajar en superar estas brechas culturales que tiene en cuanto a conocimiento de su cultura.

#### *7.3.1.2. Desafíos económicos*

Para hablar de los desafíos económicos de la ruta tenemos que tener claro qué ocurre con la economía en el turismo, recordemos que según lo planteado por Bertoncello (2010) la dimensión económica del turismo, si bien genera empleos, no siempre distribuye los beneficios equitativamente. En el caso de los emprendimientos rurales, esta dinámica se evidencia en la falta de acceso equitativo a recursos y oportunidades, lo que perpetúa las desigualdades estructurales.

En la ruta turística hay emprendedoras que tienen dificultades para acceder a recursos por medio de programas y proyectos para hacer crecer su emprendimiento, en el Informe II Ciclo I se menciona que los socios de la Ruta Turística tienen limitaciones en el acceso a financiamiento,

principalmente debido a la falta de conocimiento sobre los programas disponibles y los requisitos para postular. También este es un tema que se trató en las entrevistas, así lo manifiesta la siguiente entrevistada:

*E: ¿Tiene dificultades para acceder a ellos?*

*E.M.: Sí.*

*E: ¿Le han explicado alguna vez por qué?*

*E.M.: Bueno, con la señora C. logré postular a un fondo y aproveché para comprar cosas para el hostel. Pero CONADI tiene muchos requisitos; me parece que piden demasiado.*

*E: ¿Complica mucho?*

*E.M.: Sí, sobre todo porque exigen tener iniciación de actividades para postular a los proyectos.*

También hay emprendedoras que tienen barreras en su propio emprendimiento que les impide postular a programas y proyectos de ayuda, eso nos señala la siguiente entrevistada:

*Y.N.: Sí. Una de las dificultades que se me presentan es con el tema de la formalización, como el pago de impuestos. Siempre se exige cierta cantidad de ventas para poder postular a proyectos de montos más altos. Yo creo que eso nos limita porque, como estamos recién comenzando, nuestras ventas no son tan altas todavía.*

Pero también existen otros tipos de problemas o brechas personales que le impide a las emprendedoras postular o lograr ganarse un proyecto, por ejemplo la siguiente entrevistada nos señala que le complica rellenar formularios y hacer trámites debido al poco conocimiento:

*E.N.: Sí, como le decía antes, todo el tema de rellenar formularios, ir al banco, y esas cosas administrativas me han complicado bastante.*

Pero también es importante mencionar que las emprendedoras pueden superar estas barreras, averiguando, aprendiendo e intentando, así lo expresa la siguiente entrevistada:

*E: ¿Ha tenido alguna vez dificultades para acceder a financiamiento o apoyo económico?*

*L.S: Al principio, sí. Fue por falta de conocimiento mío y todo eso. Después, me preparé y, como decía antes, ahora me siento lista. Antes, el problema era entender cómo postular..*

También podemos observar barreras económicas en las reuniones que tiene la consultora con la Ruta Turística ya que han habido emprendedoras que manifiestan que no tienen los recursos para pagar cuotas para beneficios grupales. También hay una emprendedora en específico que manifestó en una reunión la necesidad de cerrar su negocio por las bajas ventas.

En conclusión, los desafíos económicos que enfrentan las emprendedoras de la ruta turística de Cayucupil reflejan las desigualdades estructurales presentes en el ámbito del turismo rural. Entre las principales dificultades destacan la falta de conocimiento sobre programas y requisitos de postulación, las barreras asociadas a la formalización y pago de impuestos, y las limitaciones administrativas, como rellenar formularios o realizar trámites. Pero estos desafíos son superables, es más, las mismas experiencias compartidas por las emprendedoras muestran que, con esfuerzo, asesoría y capacitación, es posible superar las barreras económicas y acceder a oportunidades de financiamiento.

### *7.3.1.3. Desafíos sociales*

Para evaluar los desafíos sociales que enfrentan las mujeres recordemos lo señalado por Kieffer (2018) sobre la cohesión social y el capital comunitario los cuales son fundamentales para el éxito de los proyectos colectivos como el turismo comunitario, como el caso de la ruta. También Velasco (s.f.) enfatiza en que la asociatividad y la confianza son elementos clave para fortalecer la colaboración y superar los desafíos sociales en el turismo rural.

La ruta presenta desafíos sociales en primer lugar con las comunidades que habitan en el Valle de Cayucupil, ya que algunas comunidades están apoyando y haciendo turismo mientras que otras al parecer no les gusta, así nos manifiesta una entrevistada perteneciente a una comunidad en la que solo ella hace turismo:

*R.A.: No, la comunidad no agradece ni reconoce lo que uno hace por ellos o lo que uno puede hacer en bien de ellos.*

También otra entrevistada nos contó cómo surgió el turismo en el Valle de Cayucupil, este nace por medio de un proyecto, en el cual no todas las comunidades formaron parte y además ella estima que el proyecto no recibió todo el apoyo que necesitaba:

*Y.N.: No. Se presentó en la comuna, lo llevamos a la gobernación y al alcalde de turno, don J.R., que aún sigue en el cargo, pero no creyeron en el proyecto. Era algo que pudo haberse tomado y ejecutado de inmediato, pero faltó voluntad, quizá política, no lo sé.*

A pesar de estos problemas que han tenido con la comunidad y el apoyo la ruta ha logrado avanzar y ha logrado llegar a los turistas de buena forma, dejándolos contentos con la experiencia. Lo que se reflejan en que las emprendedoras mencionan:

*Y.N.: (...) No he tenido problemas con turistas ni con personas que vengan a hacerme problemas. Todo lo contrario.*

*E.N.: Hasta el momento, no. He tenido buena experiencia y una buena acogida con todos.*

Esta buena experiencia con turistas se ha podido observar en más de alguna oportunidad en que algún emprendimiento o la ruta en su conjunto recibe turistas. En cuanto a las experiencias negativas con turistas solo dos emprendedoras mencionan algo, la primera nos menciona que:

*L.S.: Han sido pocas las situaciones problemáticas que he tenido con los turistas. Por ejemplo, me ha pasado que algunas personas vienen a cotizar y encuentran los precios caros, entonces se van. Pero entiendo que eso puede pasar. También sé que hago estudios de mercado antes de plantear los precios y manejo mis costos.*

Otra emprendedora nos menciona que:

*E.C.: A veces hay malentendidos por diferencias culturales o porque los turistas tienen expectativas poco realistas. Con otros emprendedores, surgen diferencias de opinión en ocasiones, pero siempre trato de manejar esas situaciones con respeto y diálogo.*

En otras palabras, los desafíos sociales que enfrentan las emprendedoras de la Ruta Turística reflejan las complejidades de trabajar en un contexto comunitario diverso, donde las dinámicas influyen en el desarrollo del turismo. Por un lado, la falta de apoyo y cohesión dentro de algunas comunidades evidencia la necesidad de fortalecer el capital social y comunitario. Pero las experiencias positivas con turistas muestran que la ruta ha logrado posicionarse como una experiencia satisfactoria. Las emprendedoras han demostrado que tienen la capacidad para avanzar en sus proyectos turísticos individuales y como grupo superando las barreras que van surgiendo.

### *7.3.2. Oportunidades*

Este punto aborda las oportunidades culturales, económicas y sociales que tiene y ha tenido la Ruta Turística. Se destaca que el turismo ha contribuido al fortalecimiento de la identidad cultural mapuche, la generación de empleo, el crecimiento de emprendimientos locales y la proyección del Valle de Cayucupil como destino. Además, se subraya cómo estas oportunidades se han materializado en iniciativas concretas.

#### *7.3.2.1. Oportunidades culturales*

Siguiendo la misma línea teórica que se utilizó en los desafíos culturales, Pilquimán (2016) menciona que el turismo comunitario puede actuar como un mecanismo de resistencia cultural frente a la globalización, promoviendo la preservación de la identidad y autonomía cultural. Mientras que Cid et al. (2022) mencionan que el turismo vivencial fomenta el respeto y aprendizaje intercultural, permitiendo que las comunidades proyecten su cultura sin desvirtuar sus prácticas

ancestrales. Se entiende que el tipo de turismo que se lleva a cabo en la ruta puede encontrar diversas formas de mostrar su cultura a sus visitantes, esto se ha ido desarrollando desde el principio progresivamente. En primer lugar se vio que la zona tenía un potencial turístico, así nos cuenta la siguiente entrevistada:

*R.A.: Entonces, acá un grupo de personas vio que había potencial—esa era la palabra—para hacer turismo. Notaron que cuando llegaba visita, no solo familia, encontraban bonito el lugar, querían ir al río o visitar el parque Nawelbuta. Algunas ya tejíamos, y empezaron a fijarse si los tejidos eran bonitos, si se vendían. O si alguien cocinaba algo diferente en la casa, preguntaban si vendían la comida. Las mismas personas que nos visitaban nos decían por qué no hacíamos turismo. Entonces nos preguntamos: ¿qué es el turismo? ¿Cómo funciona? Y ahí empezamos a entenderlo y a engancharnos.*

Recordemos que anteriormente una entrevistada nos comentó que el proyecto de turismo en el Valle de Cayucupil no fue tomado en cuenta por falta de voluntad política, esta entrevista nos menciona:

*Y.N.: (...) Este proyecto tan bonito, centrado en el turismo rural y el etnoturismo mapuche, que tanto gusta a los extranjeros por su enfoque en la preservación de la naturaleza y el medio ambiente, no fue tomado en serio.*

Si bien, el turismo en el valle no fue apoyado como los emprendedores emergentes esperaban, les entregó un sello, el de la cultura mapuche, lo que los hace tomar sus tradiciones, llevarlas a cabo y mostrarlas al mundo. Sello que algunas emprendedoras manifiestan que tiene su emprendimiento, como por ejemplo la siguiente entrevistada:

*E.C.: Este proyecto nació hace algunos años, cuando me di cuenta de que las personas que visitaban nuestra casa disfrutaban mucho de la comida que preparaba, sobre todo porque usaba ingredientes frescos de nuestra huerta. Entonces comencé a reflexionar sobre cómo podía compartir no sólo los sabores, sino también la historia y las tradiciones detrás de cada plato. Nuestra cultura mapuche es tan rica que merece ser conocida, y pensé que a través de la cocina podía lograrlo.*

A pesar de ello hay más emprendimientos que surgen no necesariamente con la intención de mostrar la cultura mapuche pero si con la intención de mostrar ese lugar tanpreciado para ellos que es el Valle de Cayucupil, así lo manifiesta una entrevistada:

*L.S: Sin alojamiento, porque no tenía dónde recibir a los turistas. Pero me di cuenta de que necesitábamos hospedaje, ya que los turistas querían quedarse en Cayucupil. Observé que el turista subía al parque y se iba; no se quedaban, no comían en Cayucupil ni se alojaban. Entonces pensé: "Aquí hay que hacer algo".*

*Siempre he querido mucho mi territorio, así que sentí que debía mostrarlo de alguna forma. Algo hizo "click" cuando fui a una reunión donde hablaron de turismo. Me dije: "¿Cómo lo hago?" y empecé a investigar hasta que me atreví. Ofrecí el servicio y, al año, los turistas querían quedarse.*

También en el Informe I del Ciclo I del Programa PAE resalta cómo el turismo rural en Cayucupil contribuye al desarrollo sostenible y cultural de las comunidades, no solo como fuente de ingresos, sino también como un medio para mejorar la calidad de vida. Este enfoque permite que los participantes, fortalezcan su identidad cultural y sus tradiciones, reforzando el sentido de pertenencia comunitaria.

También se observa que las emprendedoras perciben el aumento en el reconocimiento del valor cultural de sus proyectos como una oportunidad significativa para atraer a más turistas interesados en la cultura mapuche.

En palabras simples, las oportunidades culturales en la Ruta Turística de Cayucupil son principalmente destacar su cultura para el fortalecimiento de la Ruta como una Ruta étnica y el desarrollo del turismo vivencial. El turismo rural vivencial les permite preservar y transmitir su cultura, fomentando al turista el aprendizaje intercultural y el respeto por sus prácticas ancestrales. Proceso que reafirma su identidad y otorga un sello distintivo a sus iniciativas, haciendo del Valle de Cayucupil un destino único.

#### *7.3.2.2. Oportunidades económicas*

Siguiendo la misma línea teórica que en los desafíos económicos, recordemos que según lo planteado por Bertonecello (2010) la dimensión económica del turismo, si bien genera empleos, no siempre distribuye los beneficios equitativamente. En el caso de las oportunidades económicas podemos tomar en cuenta que el turismo genera empleos.

Para que un emprendimiento genere empleos este debe crecer, por eso la primera oportunidad económica a tener en cuenta son las opciones que el emprendimiento tiene para crecer. En el Informe II del Ciclo I del Programa PAE, existen programas disponibles que podrían ser aprovechados por los emprendedores, si es que estos fortalecen su conocimiento sobre los requisitos para postular a este tipo de beneficios.

Otra oportunidad económica en la Ruta, es la colaboración entre los integrantes, lo que ya ocurre y ha ayudado a consolidar una oferta turística atractiva en conjunto. Según el Informe I del Ciclo I del Programa PAE, esta estrategia ha aumentado la afluencia de visitantes, generando mayores beneficios económicos y fortaleciendo las relaciones entre los participantes. La capacidad de trabajar en equipo enriquece la experiencia del turista y además potencia la competitividad de la ruta en el mercado.

También la ruta tiene la posibilidad de ampliar la visibilidad digital, el Informe II del Ciclo II del Programa PAE señala que la visibilidad digital es un factor determinante para incrementar la afluencia de turistas. Por lo que la Ruta Turística debería crear un plan comunicacional lo que proporciona un aumento en el flujo de visitantes interesados en las experiencias culturales y naturales que ofrecen

También es importante destacar las oportunidades económicas que han descubierto y aprovechado los integrantes de la ruta. Por ejemplo, a continuación, Artesanías Rosita nos cuenta que antes ella cobraba mucho menos por su trabajo y al ver que en otros lados se vendía mucho más caro logro ver una oportunidad económica que aprovechó:

*R.A.: Con el tiempo hemos aprendido a valorar lo que hacemos. Ahora pedimos más.*

*E.: Sí, porque, según yo, esas cosas son caras.*

*R.A.: Son caras. Después empezamos a preguntar en otras partes. Nosotros pedíamos 2 lucas, y en otras partes las vendían en 20 o 18 lucas, mucho más que nosotros. Entonces empezamos a ajustar los precios. La gente igual se acostumbró, y no lo hallaban caro. Eso fue lo novedoso para nosotros.*

También ellos ven como oportunidad el diversificar sus productos y servicios, ya que lo importante sería venderle algo al turista, así lo manifiesta la entrevistada:

*R.A.: Sí. Por eso quiero cada día aprender más. Porque si no vendo una bajada de cama, puedo tener otro producto de telar más pequeño que genere más ventas. Por ejemplo, ahora nos enseñaron a hacer murales. Un mural cuesta lo mismo que una bajada de cama, que vale 20 o 25 lucas, incluso más. Pero el mural se puede vender por 10 lucas.*

Otra persona que comenzó a diversificar sus servicios es Dulce tentación, una cafetería que comenzó a vender almuerzos:

*M.O: Sí, ahora sí. Igual hago almuerzos de repente, si alguien llama y quiere almuerzo.*

También es importante mencionar que se ven más oportunidades económicas en la ruta de Cayucupil, por ejemplo las artesanas o las personas que producen alimentos podrían hacer talleres en los que enseñan al turista a hacer los productos, enseñando y además añadiendo un servicio de estilo taller.

La Ruta Turística de Cayucupil tiene diversas oportunidades económicas que puede aprovechar que fortalecen tanto a los emprendedores individuales como a la Ruta como la diversificación de la oferta, la colaboración entre emprendimientos y la visibilidad digital. Además, iniciativas como el ajuste de precios en productos artesanales y la diversificación de servicios muestran cómo las emprendedoras han sabido identificar y aprovechar estas oportunidades económicas.

### *7.3.2.3. Oportunidades sociales*

Siguiendo la misma línea teórica que en los desafíos sociales, recordemos lo señalado por Kieffer (2018) sobre la cohesión social y el capital comunitario los cuales son fundamentales para el éxito de los proyectos colectivos como el turismo comunitario, como el caso de la ruta. También Velasco (s.f.) enfatiza en que la asociatividad y la confianza son elementos clave para fortalecer la colaboración y superar los desafíos sociales en el turismo rural.

Según el Informe II del Ciclo I del Programa PAE, en la Ruta Turística una de las principales oportunidades sociales ha sido la participación en capacitaciones y talleres, los cuales han fortalecido las relaciones entre las mujeres emprendedoras, han mejorado su trabajo con el turista y su calidad de productos y servicios. Según lo observado, esta formación no solo ha mejorado sus habilidades, sino que también ha creado un espacio para compartir experiencias y construir redes de apoyo.

Aparte de las oportunidades sociales identificadas por la consultora y por las oportunidades observadas podemos encontrar las oportunidades sociales y principalmente de asociación y colaboración que logran identificar las mujeres entrevistadas. A continuación, Artesanías Rosita nos señala que colabora con otras artesanas:

*R.A.: Sí. He conocido varias... varias lamuen de otros lugares con esto de la artesanía, donde uno puede hacer... Por ejemplo, yo conozco una lamuen que hace ropa con diseño mapuche. Hace vestidos, pantalones, chaquetas, hasta calcetines. Con otro diseño que nosotros acá no hacemos. Entonces, cuando viene un turista que quiere ese tipo de cosas, yo la engancho para allá.*

También han emprendedoras que manifiestan que han visto oportunidades sociales, han tratado de llevarlas a cabo, pero no siempre estas propuestas son viables:

*E.M.: Bueno, antes estaba en una asociación de mujeres que hacían telar mapuche. Traté de vincular el turismo con ellas, pero no fue posible. La idea era que, si teníamos guías los días sábados, pudiéramos pasar por ahí. Ellas tienen un puesto de muestras con los trabajos que hacen y una sala de ventas. También participaba, pero al final me salí porque no podía cumplir con todo. Era demasiado.*

También hay emprendedoras que han visto la oportunidad de hacer alianzas estratégicas con diferentes entidades y personas que puede apoyar y colaborar en el desarrollo de su emprendimiento, como la siguiente entrevistada:

*L.S: Yo tengo una red de apoyo que usted no se imaginaría. Ya no sé, creo que solo me falta el teléfono del presidente, el alcalde, ¡de todos! Todos, todos. Yo llamo a mi alcalde y le digo: "Don Jorge, no me dé nada, yo no le llamo para pedirle nada". Pero si tuviera que llamarlo para decirle algo importante, podría hacerlo. Él siempre está dispuesto a escuchar. Lo mismo pasa con la oficina de turismo, INDAP, CONADI, y varios profesionales.*

*E.C: Totalmente. El turismo ha sido una puerta para conocer a muchas personas e instituciones clave. Por ejemplo, he establecido conexiones con otras emprendedoras de la comunidad, con quienes compartimos ideas y recursos. También, gracias a programas hemos recibido capacitaciones y apoyo técnico que nos han ayudado mucho. Estas redes no solo fortalecen mi emprendimiento, sino que también crean un sentido de comunidad.*

También debemos destacar que las entrevistadas observan otras oportunidades sociales:

*E.M.: Antes no sabíamos valorar lo que teníamos en nuestras casas, como la alimentación que producíamos. Hoy, la gente que nos visita dice que todo es muy rico, que lo producimos nosotros mismos. Eso me hace pensar en lo que dejábamos pasar antes y que ahora puedo vender bien.*

La Ruta Turística tiene varias oportunidades sociales como la participación en talleres y capacitaciones, las redes de apoyo creadas con emprendedoras y con instituciones, oportunidades de asociación y colaboración.

En conclusión, el turismo ha generado oportunidades para las emprendedoras, pero su impacto total está limitado por los desafíos que enfrentan. El potencial del turismo para transformar sus vidas y fortalecer sus comunidades depende de la implementación de estrategias más inclusivas y de apoyo continuo.

## Capítulo N°4: Barreras estructurales, sociales y culturales

En este capítulo se analizarán las principales barreras estructurales, sociales y culturales que enfrentan las emprendedoras de la Ruta Turística de Cayucupil. Estas barreras se relacionan principalmente con la infraestructura deficiente y las tensiones culturales que surgen cuando se intenta preservar la autenticidad de la cultura mapuche y las expectativas de los turistas. Si estas barreras se superan la Ruta Turística de Cayucupil podría consolidarse de mejor manera.

### 7.4.1. Barreras estructurales

Para abordar este punto recordaremos a Bertoncello (2010), quien destaca que la dimensión de planificación turística es esencial para el desarrollo sostenible. Además, Acerenza (2006) identifica que las deficiencias en infraestructura y servicios limitan el potencial del turismo rural como motor de desarrollo local. En zonas rurales como Cayucupil, existen barreras estructurales y estas perpetúan la vulnerabilidad económica de sus habitantes.

Según el Informe I del Ciclo I del Programa PAE algunos emprendimientos necesitan avanzar en infraestructura para mejorar la calidad de servicios que le entregan a sus turistas. Por ejemplo este informe menciona que existe una deficiencia en señalética comercial y turística en la zona. También, el Informe III del Ciclo I del Programa PAE señala problemas de señalización vial y turística, sumados a una infraestructura vial deficiente en los caminos locales. Estas limitaciones dificultan tanto el acceso como la orientación en el destino.

En esta línea algunas entrevistadas mencionan más barreras estructurales, como:

*R.A.: Acá siempre hemos tenido problemas con la luz.*

*E.M.: Dificultades grandes, no. Pero en invierno a veces nos quedamos sin luz. Y el camino, como comentamos antes, está en mal estado en esta época.*

*E.C: Sí, los caminos en mal estado son uno de los mayores problemas, especialmente en invierno, cuando las lluvias dificultan el acceso. También hemos tenido cortes de electricidad que afectan nuestra capacidad para atender a los turistas. Estas dificultades no solo impactan mi negocio, sino también la percepción que los visitantes tienen de la zona.*

Pero no todos los problemas de infraestructura son externos a las empresarias, a continuación, una empresaria nos señala que:

*L.S: Bueno, al inicio fue el espacio. Las construcciones eran mínimas, no tenía nada. Solo un quincho pequeño. Ahí me di cuenta de que la infraestructura es fundamental: alojamiento, cabañas en buenas condiciones, un quincho cómodo. Por eso se amplió todo. Ahora tengo cabañas*

*más grandes, una familiar y otra para cuatro personas. Me falta una para dos, porque recibo muchas parejas, y usar una cabaña grande para ellas es una pérdida de espacio para recibir a una familia.*

Otra barrera estructural que mencionan las entrevistadas, los problemas para postular a programas y proyectos, si bien esto se abordó en un punto más arriba, se debe rescatar que el hecho de que para personas rurales sea más difícil el hacer los trámites para postular es una barrera estructural. A continuación, una emprendedora nos indica:

*L.S: Mire, ahí hay un tema. Yo, que he pasado por tantas oficinas, siento que hay mucha burocracia. Y las personas que trabajan en esas oficinas no siempre están informadas ni alineadas entre ellas. Por ejemplo, si vas a INDAP a hacer un trámite, tal vez esa persona no sabe que primero tienes que ir a la municipalidad o qué trámite corresponde hacer en qué lugar.*

En resumen, las barreras estructurales que enfrenta la Ruta Turística de Cayucupil, son principalmente deficiencias en infraestructura vial, señalética, suministro eléctrico y dificultades para acceder a financiamiento, este conjunto de cosas ahondan en la vulnerabilidad económica en zonas rurales como Cayucupil. Lo ideal es que estas barreras sean subsanadas, para que el turismo y la Ruta Turística de Cayucupil continúe impulsando el emprendimiento local, fortalezca la identidad cultural y mejore la experiencia de los visitantes. En definitiva, abordar y resolver las barreras estructurales constituye un paso indispensable para el crecimiento sostenible de la Ruta y para la consolidación del turismo rural como una fuente de desarrollo y bienestar para las emprendedoras y emprendedores del Valle de Cayucupil.

#### *7.4.2. Barreras sociales*

Para poder abordar las barreras sociales desde la teoría recordaremos a Mora, Fernández y Troncoso (2019) quienes plantean que la discriminación de género se vincula a estructuras patriarcales arraigadas en las comunidades rurales, estas estructuras limitan el liderazgo femenino y perpetúan desigualdades de poder. También destacaremos a Kieffer (2018) quien menciona que la cohesión social y el capital comunitario son fundamentales para el éxito de los proyectos colectivos como el turismo comunitario. Además, volveremos a rescatar a Velasco (s.f.) quien enfatiza en que la asociatividad y la confianza son elementos clave para fortalecer la colaboración y superar los desafíos sociales en el turismo rural.

Destacaremos que en las reuniones del grupo se apreció que hay emprendedoras que no cuentan con el respaldo y apoyo familiar en su emprendimiento, ya que más de alguna emprendedora vive sola y no tiene familia geográficamente cercana.

También queremos destacar que según el Informe III del Ciclo I del Programa PAE que a la Ruta se le han hecho talleres de resolución de conflicto, los cuales han promovido la comunicación y la comprensión mutua, aunque persisten desafíos.

Además de estas barreras las entrevistas identifican otras, como la siguiente:

*E.C.: En algunos momentos, sí. Aunque hay personas y organizaciones que nos apoyan, siento que falta una mayor coordinación en la comunidad para impulsar el turismo de manera conjunta. A veces, las personas no ven el potencial que el turismo tiene para beneficiar a todos.*

Ella nos indica que existen barreras sociales para desarrollar el turismo en las comunidades del Valle principalmente. Por otro lado, a continuación, hay una emprendedora que nos cuenta que hace ella cuando emprendedores u otra persona tiene un problema:

*R.A.: Porque, por ejemplo, en una feria, si hay una persona que quiere hacer problemas, siempre va a hacer problemas. Es mejor quedarse atrasito nomás y escuchar.*

En síntesis, las barreras sociales identificadas en la Ruta Turística de Cayucupil están relacionadas a la carencia de apoyo familiar y a la falta de articulación comunitaria. Aunque los talleres de resolución de conflictos han contribuido a fomentar la comunicación y la comprensión mutua, aún existen problemas internos aunque son simples de resolver. Superando las barreras sociales presentes, se podrá avanzar hacia una participación más inclusiva de las mujeres y una mayor cohesión comunitaria.

#### *7.4.3. Barreras culturales*

Para abordar las barreras culturales recurriremos a Mora, Fernández y Troncoso (2019) quienes destacan que la autenticidad es un valor clave en el turismo vivencial, pero su interpretación puede variar entre los visitantes y las comunidades anfitrionas. Destacamos a estos autores porque le entregan importancia al mantener la autenticidad en un contexto de turismo, lo cual es un desafío recurrente ya que hay que cumplir con las expectativas de los turistas sin sacrificar la autenticidad cultural.

Según lo expuesto en el Informe II del Ciclo II del Programa PAE, se les realizó a los emprendedores una capacitación en turismo indígena que ha reforzado la autenticidad cultural pero persisten desafíos como que los elementos culturales tradicionales se perciben como

complementarios y no como el foco principal de la experiencia turística (Informe I del Ciclo I del Programa PAE). Si bien la capacitación es reportada en un informe posterior al informe donde se indica que los elementos culturales no son el foco, en la actualidad es algo que se sigue viendo en la ruta como conjunto y además en algunos emprendimientos.

Además de estas barreras encontradas en los Informes y observadas debemos darle énfasis a las barreras culturales identificadas por las emprendedoras:

*E.M.: Por ejemplo, el uso del mapudungún. Aprenderlo y desarrollarlo es complicado.*

También manifiestan que existen un prejuicio o miedo de parte del turista de conocer y participar de la cultura y actividades mapuches:

*E.M.: Sí, he visto cierto rechazo cuando las personas no conocen bien la cultura mapuche. Por ejemplo, en una ocasión hicimos una rogativa. Parte de la ceremonia incluye dar vueltas alrededor del canelo, y noté que algunas personas se sentían incómodas o lo rechazaban.*

*E.C: Una de las barreras más comunes es el desconocimiento. Algunos turistas llegan con estereotipos o ideas erróneas sobre la cultura mapuche. También, a veces siento que me limita no hablar mapudungun con fluidez. Sería una herramienta clave para transmitir nuestra identidad de una manera más completa.*

Las barreras culturales en la Ruta Turística se basan principalmente en la tensión entre la importancia de preservar la autenticidad cultural y las expectativas de los turistas. Además, el uso limitado del mapudungun evidencia la necesidad de una mayor sensibilización y educación intercultural.

En conclusión, las barreras estructurales, sociales y culturales representan desafíos significativos para las emprendedoras, aunque estas barreras no niegan los beneficios del turismo, limitan su impacto potencial en el empoderamiento, liderazgo y preservación cultural de las mujeres mapuches. La superación de estas barreras es esencial para consolidar el turismo como herramienta de desarrollo sostenible, requiriendo inversiones en infraestructura, mayor cohesión comunitaria y estrategias para preservar y transmitir la autenticidad cultural.

### **Capítulo N° 5: Soluciones propuestas por las emprendedoras para superar las barreras**

A continuación, se abordan las soluciones propuestas por las emprendedoras de la Ruta Turística de Cayucupil para superar las barreras estructurales, sociales y culturales identificadas previamente. Este análisis se basa solo en los testimonios de las emprendedoras, mostrando cómo estas mujeres enfrentan los desafíos desde una perspectiva práctica y estratégica. Las propuestas

planteadas reflejan no solo sus necesidades inmediatas, sino también su visión de largo plazo para el desarrollo de sus emprendimientos y la consolidación de la ruta turística.

#### *7.5.1. Soluciones a barreras estructurales*

En base a lo establecido anteriormente en el punto 4.1 Barreras estructurales, recordemos que estas son principalmente deficiencias en infraestructura vial, señalética, suministro eléctrico y dificultades para acceder a financiamiento. Las emprendedoras proponen soluciones a esas problemáticas.

Sobre las problemáticas de acceso a financiamiento la emprendedora menciona lo siguiente:

*R.A.: Que no pidan tanto protocolo que hay que seguir. O que todos pudiéramos tener acceso. Por ejemplo, si uno tiene el 70%, 80% o 90% en la ficha de protección social, no sé en qué va eso. Mire, yo tengo esta casa porque fue un subsidio. Lo que tengo en mi casa me costó 15 años de juntar plata para cuando algún día tuviera casa, tener estos muebles, tener todo lo que tengo. Pero voy a sacar mi ficha de protección social, y estoy en el 70%. No tengo derecho a nada. Incluso estuve casi al borde de perder mi trabajo.*

*E.M.: Debería haber un levantamiento de información sobre los emprendedores para entender las carencias que tenemos. Muchas veces enfrentamos dificultades para postular a un proyecto, especialmente con los formularios, que tienen preguntas largas y un lenguaje que no entendemos. Usan palabras que no son accesibles para nosotros y eso complica el proceso. Además, hay demasiados requisitos.*

*Y.N.: Que no haya tantos requisitos ni exigencias. Se supone que uno está emprendiendo, todavía empezando, entonces no es fácil. Es difícil porque uno necesita muchas cosas: estructura, implementación, entre otras. Deberían dar más oportunidades para quienes recién se están introduciendo en este mundo. Creo que ahí falla el sistema.*

*L.S: Siento que podría haber una capacitación conjunta entre todas las entidades que trabajan con el turismo rural, para que hablen el mismo idioma y expliquen las cosas de forma clara a los emprendedores. Hay una piedra de tope ahí, pero siento que no es algo imposible de solucionar. Ya se está empezando a hablar del tema, y espero que pronto mejore.*

*E.C: Creo que los procesos de postulación deberían ser más accesibles, especialmente para quienes vivimos en zonas rurales. Sería muy útil tener asesoría personalizada y talleres prácticos*

*que expliquen cómo postular a fondos. También ayudaría mucho que las instituciones visiten nuestras comunidades para entender mejor nuestras necesidades.*

En base a la cantidad de respuestas y de opciones de cómo abordar el tema de la postulación a recursos podemos darnos cuenta de que es uno de los temas más importantes para ellas. También hay otras problemáticas a abordar como:

*E.C: Lo más urgente es mejorar los caminos para garantizar un acceso seguro durante todo el año. Además, sería esencial invertir en servicios básicos como electricidad y agua potable. Estas mejoras no solo beneficiarían al turismo, sino también a toda la comunidad.*

En base a lo anterior, las barreras estructurales que tienen urgencia para las emprendedoras son las postulaciones a financiamiento y la viabilidad de la zona. La principal solución para el problema de financiamiento es reducir la burocracia, adaptar el lenguaje técnico en los formularios a un lenguaje más simple y realizar un levantamiento de información que permita ver las necesidades y carencias de la zona rural y porque si dificultad para postular. Sobre cómo mejorar la viabilidad o infraestructura básica se sugiere hacer una inversión en ello.

#### *7.5.2. Soluciones a las barreras sociales*

En base a lo establecido anteriormente en el punto 4.2. Recordemos que las barreras sociales identificadas se relacionan a la carencia de apoyo familiar, y a la falta de articulación comunitaria. Es importante ahondar en qué soluciones tienen las emprendedoras para estas barreras. En primer lugar, una entrevistada ve como solución la valoración del trabajo:

*R.A.: Me encantaría que todos valoraran lo que uno hace. O lo que hace cada persona que tiene alguna artesanía. Ya sea el telar como yo, o mi sobrino con la madera.*

Otra entrevistada cree que la solución es fomentar la colaboración:

*E.C: Fomentando la colaboración entre emprendedores y promoviendo el turismo como una herramienta de desarrollo para todos. Organizar reuniones periódicas y talleres conjuntos podría ayudar a alinear esfuerzos y generar un sentido de trabajo en equipo.*

Otra emprendedora cree que se deben formar alianzas estratégicas:

*E.C: (...) Establecer alianzas con agencias de turismo y otras organizaciones podría ayudarnos a promocionar*

Por lo que para lograr superar las barreras sociales en Cayucupil se requiere de un enfoque integral que combine el reconocimiento del trabajo local, el fortalecimiento de la colaboración comunitaria y la creación de alianzas estratégicas.

### 7.5.3. Soluciones a las barreras culturales

Recordemos que en el punto 4.3 Barreras culturales, nos indica que estas se basan principalmente en la tensión entre la importancia de preservar la autenticidad cultural y las expectativas de los turistas y en el uso limitado del mapudungun evidencia la necesidad de una mayor sensibilización y educación intercultural. Para las barreras culturales las emprendedoras presentan algunas soluciones:

*E.M.: Nuestra idea, es que los turistas se queden con nosotros y conversen sobre nuestra cultura para que la comprendan mejor.*

*Y.N.: Yo creo que lo esencial sería empezar con el lenguaje. Algo simple, como un saludo en mapudungún, que sea característico y se mantenga como un sello. Darle la bienvenida a la gente en la lengua originaria sería muy significativo. Además, mantener las tradiciones mapuches y darlas a conocer, porque solo así podemos acercar a los demás a nuestra cultura.*

*E.C: Creo que las experiencias vivenciales son clave. Permitir que los turistas participen activamente y aprendan directamente de nosotros puede ser muy enriquecedor. También, materiales informativos como folletos o videos que expliquen nuestra historia y tradiciones serían herramientas útiles para crear una conexión más profunda y respetuosa.*

En síntesis, los discursos de las emprendedoras evidencian una estrategia clara de resignificación de dichas barreras, transformándose en oportunidades de educación intercultural y fortalecimiento identitario. La incorporación del mapudungun, el énfasis en la experiencia vivencial y el diálogo directo con los visitantes se configuran como mecanismos concretos para promover un turismo más respetuoso y participativo.

En conclusión, estas soluciones no solo abordan las necesidades inmediatas, sino que también apuntan a un desarrollo sostenible de la ruta, fortaleciendo la identidad cultural mapuche y promoviendo la cohesión comunitaria. Si estas propuestas son implementadas, la Ruta Turística podría consolidarse aún más.

## **Capítulo N°6: Encuentros y divergencias de la experiencia turística de Cayucupil respecto a la teoría existente y los resultados esperados**

En este capítulo se intenta sintetizar y contrastar los hallazgos obtenidos, destacando los puntos de encuentro como de divergencia que surgen de la experiencia turística de Cayucupil respecto de la teoría existente. A continuación, se abordan temáticas clave relacionadas con la transformación económica de las emprendedoras, la evolución de su autopercepción, los desafíos

y oportunidades que enfrentan, las barreras estructurales, sociales y culturales que condicionan su progreso, y las soluciones propuestas por las mismas emprendedoras para superar dichas limitaciones.

El análisis que se realiza reafirma la hipótesis de esta investigación: *El turismo rural vivencial en Cayucupil, Cañete, contribuye significativamente al empoderamiento y liderazgo de las mujeres mapuches, promoviendo su independencia económica, fortaleciendo su rol dentro de la comunidad y facilitando la preservación y difusión de su cultura.* El turismo también aporta matices necesarios para comprender las condiciones bajo las cuales estos avances pueden ser sostenibles en el tiempo. Se busca evidenciar los logros alcanzados y también señalar los caminos hacia un desarrollo más inclusivo y equitativo para las emprendedoras de Cayucupil.

Además en este capítulo, se expondrán los posibles aportes de esta investigación a la teoría existente. Este trabajo amplía los respaldos empíricos de la teoría existente al proporcionar un estudio de caso que confirma que el turismo es una herramienta para el desarrollo y que genera beneficios económicos, promueve el empoderamiento y liderazgo de las mujeres en la ruralidad.

#### *7.6.1. Transformación económica de las emprendedoras pertenecientes a la Ruta Turística*

Los resultados y el análisis presentados anteriormente en el capítulo uno del análisis confirman la hipótesis de este trabajo. Las emprendedoras de la Ruta han logrado una autonomía económica de manera progresiva, ya que han tenido que superar desafíos como la falta de conocimientos financieros, las pérdidas económicas, entre otros. Este proceso no necesariamente lineal, rectifica en la práctica lo señalado por Cid et al. (2022), quienes destacan que el turismo rural es una herramienta clave para alcanzar la autonomía económica. En palabras simples, las emprendedoras han aprovechado las capacitaciones y han logrado un aprendizaje continuo lo que les ha permitido no solo mantener, sino también desarrollar sus negocios, consolidando así un mayor control sobre sus recursos económicos y reafirmando que el turismo promueve la independencia económica.

El empoderamiento y liderazgo de estas emprendedoras también se logran evidenciar en el estudio, ya que ellas han logrado diversificar los servicios de sus emprendimientos y se han adaptado a las demandas del mercado turístico. Lo que ellas han desarrollado refleja una confianza creciente en sus habilidades y una capacidad para tomar decisiones estratégicas. Es importante reconocer la motivación de las mujeres a emprender, ya que como indican Avolio y Di Laura

(2017), las mujeres aún enfrentan desigualdades en el ámbito laboral, lo que las impulsa a emprender como una alternativa para alcanzar mejores condiciones económicas y laborales.

También las iniciativas en conjunto de estas emprendedoras, como la implementación de puntos limpios y composteras, demuestran no solo un impacto positivo en sus comunidades, sino también un compromiso con la sostenibilidad y el bienestar colectivo. Lo que reafirma la idea anteriormente planteada de que el turismo rural vivencial no solo transforma la vida económica de las emprendedoras, sino que también contribuye al desarrollo social y ambiental de sus entornos.

#### *7.6.2. Autopercepción de las empresarias turísticas*

Los resultados y el análisis presentados anteriormente confirman la hipótesis de este trabajo. En primer lugar, la autoestima en el caso de las emprendedoras de la Ruta, ha tenido un cambio positivo, es decir, han tenido una mayor valoración de sí mismas y sus habilidades gracias al trabajo en el turismo y el manejo de sus emprendimientos. Lo que respalda lo planteado por Mora, Fernández y Troncoso (2019), quienes mencionan que la autoestima es un proceso que implica la revalorización personal. Lo que podemos complementar con lo planteado por Silva-Escorcía y Mejía-Pérez (2015) quienes destacan que la autoestima se construye y modifica constantemente, siendo esencial para el desarrollo personal y social. En palabras simples, los hechos respaldan la teoría. El proceso que vivieron y viven las emprendedoras les ha permitido superar inseguridades, fortalecer su confianza y desempeñar roles de liderazgo, lo que está alineado con la dimensión de empoderamiento personal y social planteada en la hipótesis.

Por otro lado, el liderazgo en el caso de las emprendedoras turísticas emerge como una necesidad vinculada al cuidado y la mantención económica de su núcleo familiar. Además, se desarrolla como un tipo de liderazgo colaborativo y participativo, en sus emprendimientos individuales prevalece un liderazgo autónomo y centrado en la toma de decisiones. Lo que está acorde con la teoría, ya que recordemos que Pulido (2014) señala que el liderazgo femenino está vinculado a la conciliación de la vida familiar y profesional. También podemos relacionar los hechos con lo planteado por Carrasco y Barraza (2021) quienes identifican este liderazgo como colaborativo, emocional y orientado al cuidado de las relaciones interpersonales, además Díez et al. (2002) lo describen como democrático, sensible y participativo, esto ocurre cuando las emprendedoras de la ruta trabajan en conjunto. También es importante destacar a Rain, Pujal y Mora (2020) quienes señalan que los liderazgos femeninos en comunidades rurales enfrentan desafíos significativos debido a la falta de visibilidad y reconocimiento, lo que dificulta su

consolidación como agentes de cambio, en cuanto al reconocimiento los hechos son diversos, algunas emprendedoras han logrado obtener apoyo y admiración, mientras que otras enfrentan desvalorización e incluso aprovechamiento en especial por parte de sus comunidades.

En conclusión, el turismo ha contribuido significativamente al empoderamiento y liderazgo de las emprendedoras a través de la transformación de su autopercepción. Pero en cuanto al ámbito comunitario las experiencias son variadas, lo que nos demuestra que el reconocimiento de estas mujeres aún enfrenta limitaciones que requieren superar barreras de diversos tipos.

### *7.6.3. Desafíos y oportunidades que enfrentan las emprendedoras turísticas*

En el capítulo de análisis que aborda los desafíos y oportunidades que enfrentan las emprendedoras turísticas de la Ruta, entre los desafíos identificados, se destaca en la dimensión cultural la falta de conocimiento sobre las tradiciones y prácticas ancestrales, lo que limita su capacidad de transmitir la cultura mapuche de manera auténtica a través del turismo. Sin embargo, como plantea Pilquimán (2016), el turismo comunitario puede actuar como un mecanismo de resistencia cultural frente a la globalización, permitiendo a las emprendedoras rescatar y mostrar lo que saben y recuerdan de sus orígenes.

En cuanto a la dimensión económica, como señala Bertoncello (2010) el turismo genera empleos y oportunidades de ingresos, pero los beneficios no siempre son equitativamente distribuidos. Lo que se ve reflejado en el caso, ya que las emprendedoras enfrentan dificultades en el acceso a financiamiento, la diversificación de sus fuentes de ingresos y la formalización de sus negocios. Estas barreras, en su mayoría estructurales, limitan el desarrollo pleno de sus emprendimientos y por tanto del turismo en la zona.

En cuanto a los desafíos de índole social que enfrentan las emprendedoras de la Ruta Turística, por un lado encontramos la falta de apoyo dentro de algunas comunidades. Recordemos que según Kieffer (2018), la cohesión social y el capital comunitario son elementos fundamentales para el éxito de proyectos colectivos como el turismo rural vivencial. Además, Velasco (s.f.) enfatiza que la asociatividad y la confianza son esenciales para superar estos desafíos y fortalecer la colaboración entre las emprendedoras.

A pesar de los desafíos mencionados, el turismo rural vivencial también presenta oportunidades significativas para las emprendedoras. En cuanto a lo cultural, ha contribuido al fortalecimiento de la identidad mapuche y a la posibilidad de preservar y transmitir su cultura a través de experiencias vivenciales. Esto está alineado con lo planteado por Cid et al. (2022),

quienes destacan que el turismo vivencial fomenta el respeto y el aprendizaje intercultural, permitiendo que las comunidades proyecten su cultura sin desvirtuar sus prácticas ancestrales.

En cuanto a las oportunidades económicas, encontramos la diversificación de productos y servicios, el aumento de la visibilidad de los emprendimientos mediante plataformas digitales lo que generaría un aumento en sus ingresos. Estas oportunidades permiten consolidar el turismo como una fuente importante de sustento económico para las familias de las emprendedoras.

En cuanto a las oportunidades sociales, la creación de redes de apoyo, asociaciones y alianzas estratégicas ha fortalecido la colaboración entre las emprendedoras, fomentando el éxito colectivo de la ruta turística. Estas dinámicas colaborativas contribuyen tanto al empoderamiento grupal como al individual, fortaleciendo el liderazgo de las mujeres mapuches en sus comunidades.

La hipótesis planteada anteriormente sostiene que el turismo rural vivencial contribuye significativamente al empoderamiento y liderazgo de las mujeres mapuches, promoviendo su independencia económica, fortaleciendo su rol dentro de la comunidad y facilitando la preservación y difusión de su cultura. Los hallazgos del capítulo N°3 del análisis respaldan parcialmente esta hipótesis, ya que las oportunidades identificadas, como la preservación cultural, el desarrollo de capacidades y el fortalecimiento del liderazgo, refuerzan la idea de que el turismo rural vivencial potencia el empoderamiento. Sin embargo, los desafíos culturales, económicos y sociales, especialmente las barreras estructurales y la falta de cohesión comunitaria, matizan el alcance de esta contribución.

#### *7.6.4. Barreras estructurales, sociales y culturales*

En relación con las barreras estructurales, se identifican problemas significativos, como deficiencias en infraestructura vial, señalética turística, suministro eléctrico y acceso a financiamiento. Estas limitaciones afectan la experiencia de los turistas y la capacidad de las emprendedoras para ampliar y mejorar sus negocios, reduciendo su competitividad. Estos desafíos estructurales limitan el desarrollo pleno del turismo, lo que refleja desigualdades históricas que siguen impactando a las comunidades rurales.

En el ámbito de las barreras sociales, destacan la falta de cohesión comunitaria y el escaso apoyo familiar, estas son barreras ya que según Kieffer (2018), la cohesión social y el capital comunitario son esenciales para el éxito de proyectos colectivos como el turismo comunitario, pero a pesar de los desafíos las emprendedoras han logrado sacar sus emprendimientos a delante,

recordemos que Velasco (s.f.) enfatiza que la asociatividad y la confianza son clave para superar los desafíos sociales.

Las barreras culturales se reflejan en las tensiones entre la autenticidad cultural y las expectativas de los turistas, pero a pesar de ellas el turismo comunitario puede actuar como un mecanismo de resistencia cultural frente a la globalización, promoviendo la preservación de la identidad y la autonomía cultural (Pilquimán, 2016). Sin embargo, esta resistencia enfrenta tensiones debido a las expectativas externas y las limitaciones internas en la comunidad.

A pesar de las barreras el turismo presenta oportunidades significativas que refuerzan su potencial como herramienta de empoderamiento. En términos culturales, este tipo de turismo fomenta el respeto y el aprendizaje intercultural, como señala Cid et al. (2022) permite que las comunidades proyecten su cultura sin desvirtuar sus prácticas ancestrales. En el ámbito económico, aunque Bertoncello (2010) señala que los beneficios del turismo no siempre son distribuidos equitativamente, la generación de empleos y el acceso a ingresos adicionales son avances importantes para las emprendedoras.

Los hallazgos del capítulo cuatro del análisis respaldan parcialmente la hipótesis del trabajo. Si bien el turismo ha demostrado ser un motor de cambio para las emprendedoras de la Ruta, su impacto está limitado por tensiones internas y externas. La superación de estas barreras será fundamental para fortalecer el empoderamiento, el liderazgo y el rol comunitario de las mujeres mapuches, así como para garantizar la preservación y difusión de su cultura.

#### *7.6.5. Soluciones propuestas por las emprendedoras para superar las barreras*

Las soluciones propuestas por las emprendedoras de la Ruta para enfrentar las barreras estructurales, sociales y culturales que limitan el desarrollo del turismo buscan mitigar los desafíos identificados.

En relación con las barreras estructurales, las emprendedoras destacan la necesidad de simplificar la burocracia asociada a los procesos de postulación a financiamiento, plantean realizar un levantamiento de información que permita a las instituciones comprender mejor las necesidades de las zonas rurales. Además, subrayan que la mejora de la infraestructura, como caminos, electricidad y servicios básicos, no solo beneficiaría al desarrollo del turismo, sino también al bienestar general de la comunidad, reforzando la sostenibilidad del territorio.

Respecto a las barreras sociales, las emprendedoras proponen iniciativas que fomenten la colaboración y el trabajo conjunto entre los actores locales, como la organización de reuniones y

talleres que fortalezcan la cohesión social, promoviendo un mayor sentido de unidad y articulación en la comunidad. Además, valoran la importancia de reconocer y poner en valor el trabajo artesanal y turístico, ya que esto no solo incrementa el reconocimiento de sus esfuerzos, sino que también refuerza el sentido de identidad y pertenencia en la comunidad. La creación de alianzas estratégicas con agencias de turismo y otras organizaciones se presenta como una herramienta clave para potenciar la promoción del destino y favorecer el desarrollo colectivo.

En cuanto a las barreras culturales, las emprendedoras enfatizan la necesidad de preservar la autenticidad de la cultura mapuche y responder a las expectativas de los turistas. Proponen la implementación de experiencias vivenciales en las que los turistas puedan participar activamente en prácticas culturales, como talleres de artesanía o actividades gastronómicas. También destacan la importancia de incorporar el idioma mapudungun en las interacciones con los visitantes, junto con la creación de materiales informativos que expliquen la riqueza de su cultura. Estas estrategias no solo buscan satisfacer las demandas del turismo, sino que también reflejan un compromiso con la educación intercultural y la promoción activa de la identidad mapuche.

Esto refuerza la hipótesis planteada al evidenciar que las soluciones propuestas por las emprendedoras tienen el potencial de consolidar los impactos positivos del turismo rural vivencial en su empoderamiento, liderazgo e independencia económica. También es importante destacar que estas propuestas contribuyen al fortalecimiento del rol comunitario y facilitan la preservación y difusión de su cultura. Al reconocer las barreras existentes y plantear formas concretas de superarlas, las emprendedoras demuestran su capacidad para transformar desafíos en oportunidades, evidenciando cómo el turismo puede ser una herramienta efectiva de desarrollo personal, social y cultural.

#### *7.6.6. Aportes del estudio para la teoría existente*

Esta investigación aporta a la teoría existente ya que analiza las dimensiones de la autonomía económica y el liderazgo, vinculando el desarrollo económico de las mujeres con su capacidad para superar las barreras existentes. Este enfoque no solo confirma teorías previamente existentes, sino que también agrega evidencia empírica sobre cómo las mujeres enfrentan y superan los desafíos que surgen en un contexto turístico indígena y rural.

Desde una perspectiva comunitaria, el estudio enfatiza la importancia de la cohesión comunitaria y las redes de apoyo para el éxito de los emprendimientos turísticos. Además, el trabajo ofrece soluciones o estrategias prácticas para manejar las barreras existentes. Estas

estrategias no solo tienen relevancia local, sino que podrían ser aplicadas a otros contextos, ampliando el alcance práctico del estudio.

Además, el trabajo aborda la relación entre empoderamiento, liderazgo y preservación cultural en iniciativas de turismo rural vivencial, este trabajo contribuye al desarrollo de nuevos enfoques teóricos y prácticas sostenibles para el turismo en comunidades indígenas. Este aporte teórico se convierte en una base para futuras investigaciones y en una guía para diseñar políticas públicas y estrategias orientadas a fortalecer el turismo vivencial en la ruralidad.

En conclusión, esta investigación aporta tanto a la teoría, ya que analiza la relación entre la autonomía económica, el liderazgo y la preservación cultural en el turismo rural vivencial de comunidades indígenas. Al destacar el rol de las redes de apoyo comunitario y ofrecer estrategias prácticas para superar barreras estructurales y culturales. El estudio es otro respaldo empírico a la teoría que ya existe sobre el tema y además ofrece soluciones aplicables a contextos similares. Los hallazgos contribuyen al diseño de políticas públicas y enfoques sostenibles que promuevan el empoderamiento de las mujeres y el fortalecimiento cultural en comunidades rurales, estableciendo una base para futuras investigaciones en el área.

## **8. Conclusiones**

En este punto se expondrá cómo se respondió a cada uno de los objetivos específicos de la investigación, además se destacarán los elementos innovadores, las recomendaciones, los desafíos pendientes, los hallazgos y las limitaciones del presente trabajo.

Para responder al primer objetivo, se respalda teóricamente y se recoge información por medio de entrevistas, fuentes secundarias y observaciones que evidencian una mejora en los ingresos de las mujeres mapuches, lo que ha fortalecido su independencia económica y la sostenibilidad de sus familias. Las emprendedoras de la Ruta han experimentado en los últimos cuatro años un cambio positivo en sus condiciones de vida y en la sostenibilidad de sus emprendimientos. Sus negocios les han generado ganancias ya que pueden diversificar y aumentar los servicios que ofrecen, además de realizar mejoras en infraestructura y materiales, lo que fortalece su independencia económica, permitiéndoles contribuir al sustento familiar. Es importante destacar que las emprendedoras también sufren dificultades como la estacionalidad y la conectividad.

En cuanto al segundo objetivo del presente trabajo, se respalda teóricamente y se recoge información por medio de entrevistas, fuentes secundarias y observaciones para lograr evidencia.

Se logra evidenciar que existe un fortalecimiento de su autoestima y liderazgo a lo largo del tiempo gracias al emprendimiento turístico. Sobre la autopercepción de las emprendedoras se evidenció un aumento en su autoestima y una mayor valoración de sus capacidades. Lo anterior, fortalece su liderazgo y cambia la dinámica existente dentro de su familia y la comunidad a la que pertenecen.

Para responder al tercer objetivo, se respalda teóricamente y se recoge información por medio de entrevistas, fuentes secundarias y observaciones, lo que nos permite concluir que las emprendedoras enfrentan desafíos como la falta de apoyo institucional, el acceso restringido a financiamiento y las tensiones entre la incorporación de la cultura en el turismo y la necesidad de preservar su autenticidad.

En lo que respecta al cuarto objetivo de esta investigación, se respalda teóricamente y se recoge información por medio de entrevistas, fuentes secundarias y observaciones para identificar las barreras existentes que limitan la capacidad para consolidar sus emprendimientos y alcanzar una plena autonomía económica. Los resultados nos indican que las barreras estructurales, sociales y culturales que enfrentan las mujeres mapuches en sus emprendimientos turísticos, son la falta de apoyo de sus comunidades, la desinformación al momento de postular a programas y proyectos, la informalidad y los requisitos con los que no cumplen por ser emprendimientos rurales que dificulta el crecimiento de sus negocios.

Para responder al último objetivo, se recoge información por medio de entrevistas en las cuales las emprendedoras plantean estrategias para la mejora de los programas de capacitación y financiamiento. Los discursos de las mujeres proponen la creación o adaptación de programas y proyectos con el fin de que estos sean más flexibles con los emprendimientos rurales y los que están comenzando. Además, las emprendedoras proponen fortalecer redes de apoyo y hacer un turismo respetuoso con las tradiciones mapuches, creando un espacio en el que se puedan compartir su cultura de manera auténtica, educando y enseñando a los turistas y a las propias comunidades sobre el valor de preservar el patrimonio cultural. Estas soluciones, impulsadas desde sus propias vivencias y desafíos, enfatizan la importancia de la colaboración y el apoyo institucional para fortalecer el liderazgo y la sostenibilidad de sus proyectos.

Además, el presente trabajo destaca elementos novedosos, como el rol transformador del turismo rural vivencial en el fortalecimiento de la identidad cultural y la construcción de liderazgos femeninos en contextos rurales e indígenas. Además, se plantea que el turismo puede convertirse

en una herramienta efectiva para el empoderamiento económico y social, siempre que se gestionen adecuadamente las tensiones entre la autenticidad cultural y las exigencias del mercado turístico.

Entre las recomendaciones para futuras investigaciones en el área del turismo rural vivencial se sugiere realizar una medición del impacto del turismo vivencial, es decir, evaluar cómo el turismo vivencial afecta la economía, el empoderamiento y la sostenibilidad cultural de las comunidades indígenas. Ya que una de las limitaciones de esta investigación fue no lograr obtener datos duros sobre la economía de estos emprendimientos estudiados. También se recomienda abordar áreas que no fueron tan profundizadas como por ejemplo posibles estrategias para la estacionalidad en el turismo.

Sobre los desafíos pendientes que tiene la Ruta Turística podemos destacar superar la estacionalidad del turismo en la zona, trabajar en una mejor incorporación de la cultura mapuche en el turismo (como lo es el hablar mapudungun o el vender experiencias culturales).

En cuanto a las limitaciones de la investigación, podemos destacar que el análisis está condicionado por las dinámicas cambiantes del turismo y por la información entregada por las emprendedoras en las entrevistas y a la consultora, ya que esto nos impidió por ejemplo obtener información de ingresos en los emprendimientos turísticos. A pesar de estas limitaciones, el caso de Cayucupil nos muestra cómo el turismo puede integrarse en procesos de empoderamiento y transformación social para comunidades indígenas y rurales.

En palabras simples, la Ruta Turística de Cayucupil evidencia el potencial transformador del turismo rural vivencial como herramienta de empoderamiento económico, social y cultural para las mujeres emprendedoras. Los resultados reflejan mejoras significativas en la independencia económica, autoestima y liderazgo de las emprendedoras. Sin embargo, persisten desafíos relacionados con la estacionalidad, el turismo cultural y las barreras estructurales. A partir de los discursos de las mujeres, se proponen estrategias como la capacitación, la mejora en el proceso de postulación a financiamiento y el fortalecimiento de políticas públicas inclusivas. Este estudio subraya la importancia de gestionar adecuadamente las tensiones entre autenticidad cultural y demandas del mercado, posicionando al turismo vivencial como un motor clave para el desarrollo sostenible de comunidades indígenas y rurales.

## 9. Referencias

- Acerenza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. Editorial México: Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Álvarez, A., Mantecón, A. y Puertas-Cañaverl, I. (2020). *Sociología del turismo*. Revista Investigaciones Turísticas, n° 19, pp. 265-269. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/106777/6/Investigaciones-Turisticas\\_19\\_12.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/106777/6/Investigaciones-Turisticas_19_12.pdf)
- Avolio, B. y Di Laura, G. (2017). *Progreso y evolución de la inserción de la mujer en actividades productivas y empresariales en América del Sur*. Revista de la CEPAL, 122, 36-54. [https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/42031/RVE122\\_Avolio.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/42031/RVE122_Avolio.pdf)
- Baschet, J. (2015). *Adiós al capitalismo. Autonomía, sociedad del buen vivir y multiplicidad de mundos*. España: Ned Ediciones. <https://www.redalyc.org/pdf/286/28647435010.pdf>
- Bernal, O. y Zavala, J. (2015). *El turismo rural como experiencia significativa y su estudio desde la fenomenología existencial*. Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas Vol.6 Núm.6 14 de agosto - 27 de septiembre, 2015 p. 1387-1401. <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263140688019.pdf>
- Beroíza, C., Pilquiman, M., Cid, B., de la Maza, F. y Cea, E. (2022). *Patrimonialización turística y autonomías en territorios indígenas protegidos: experiencias contemporáneas del Alto Biobío, Chile*. Diálogo andino n° 67. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-26812022000100346](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-26812022000100346)
- Bertoncello, R. (2010). Investigación en turismo: logros y desafíos desde una perspectiva latinoamericana. Aportes y Transferencias, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata. II Congreso Latinoamericano de Investigación Turística, Montevideo, Uruguay. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27621296002.pdf>
- Biblioteca del Congreso Nacional. (s.f). *Cañete Reporte Comunal | 2017*. [https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas\\_v.html?anno=2017&idcom=8203](https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas_v.html?anno=2017&idcom=8203)
- Calleja y González. (2016). *Mercantilización de la cultura en aras de ofrecer una experiencia turística estandarizada*. Reflexiones desde el caso de Cozumel, México. Revista

Iberoamericana de Turismo, 6(Especial), 82-95.  
<https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/download/2343/1788/0>

- Capanegra, C. (2010). *Sociología del Turismo*. VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata. <https://www.academica.org/000-027/750.pdf>
- Carrasco, A. y Barraza, D. (2021). *Una aproximación a la caracterización del liderazgo femenino: El caso de directoras escolares chilenas*. RMIE, 2021, VOL. 26, NÚM. 90, PP. 887-910. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v26n90/1405-6666-rmie-26-90-887.pdf>
- Cazalla-Luna, N. y Molero, D. (2013). *Revisión teórica sobre el autoconcepto y su importancia en la adolescencia*. Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID), 43-64. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/reid/article/download/991/818/0>
- Chanquey, Y., Lagos, N. y Llanco, C. (2021). *Análisis del crecimiento económico en función del turismo en Chile, período 2000-2018*. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, Volumen 16, No 1 p. 34-46. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-235X2021000100034](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2021000100034)
- Chile consultor. (2021). Informe I - segundo ciclo. Consultoría PAE (Programa de Asociatividad Económica). Grupo pre-asociativo. Ruta turística de Cayucupil. Comuna de Cañete, Región del Biobío. Chile consultor, Centro de Estudios de Gestión.
- Chile consultor. (2021). Informe I. Consultoría PAE (Programa de Asociatividad Económica). Grupo pre-asociativo. Ruta turística de Cayucupil. Comuna de Cañete, Región del Biobío. Chile consultor, Centro de Estudios de Gestión.
- Chile consultor. (2021). Informe III. Consultoría PAE (Programa de Asociatividad Económica). Grupo pre-asociativo. Ruta turística de Cayucupil. Comuna de Cañete, Región del Biobío. Chile consultor, Centro de Estudios de Gestión.
- Chile consultor. (2022). Informe II. Consultoría PAE (Programa de Asociatividad Económica). Grupo pre-asociativo. Ruta turística de Cayucupil. Comuna de Cañete, Región del Biobío. Chile consultor, Centro de Estudios de Gestión.
- Chile consultor. (2024). Informe I. Consultoría PAE (Programa de Asociatividad Económica). Grupo pre-asociativo. Ruta turística de Cayucupil. Comuna de Cañete, Región del Biobío. Chile consultor, Centro de Estudios de Gestión.

- Cid, B., Mella, M., Beroiza, C., Arias, L., Callupe, G., Amigo, A. y Moya, J. (2022). Comunes bioculturales y el kimün: experiencias turísticas de comunidades mapuche del Biobío. Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural, Vol. 20 N.o 4. Págs. 923-937. <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/3118>
- Concha, V., Barriga, O. A., y Henríquez, G. (2011). Los conceptos de validez en la investigación social y su abordaje pedagógico. Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales, 1(2), 91-111. Memoria Académica. [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.5189/pr.5189.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5189/pr.5189.pdf)
- Cortés, L., Ruiz, M. & Flórez, G. (2021). *Cambios y transformaciones en las familias latinoamericanas. Mujer y trabajo: transformaciones familiares tras su incorporación al escenario laboral*. Revista Latinoamericana de Estudios de Familia, vol. 13, núm. 2. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/697/6973669005/html/>
- Cruz, F. (2011). *Identidad territorial y el turismo vivencial*. Caso departamento de Ancash. Investigaciones sociales | Vol.15 N°27, pp.105-119 [2011] | UNMSM/IIHS, Lima, Perú | [https://www.researchgate.net/publication/332195314\\_Identidad\\_territorial\\_y\\_el\\_turismo\\_vivencial\\_Caso\\_departamento\\_de\\_Ancash](https://www.researchgate.net/publication/332195314_Identidad_territorial_y_el_turismo_vivencial_Caso_departamento_de_Ancash)
- Di Tullio, (2015). *Teoría feminista y liberalismo: el devenir de una relación problemática*. Universidad de Barcelona. [https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/364768/ALDTA\\_TESIS.pdf](https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/364768/ALDTA_TESIS.pdf)
- Díez E., Valle, R., Terrón, E., y Centeno, B. (2002). El liderazgo femenino y su ejercicio en las organizaciones educativas. Revista Iberoamericana de Educación (ISSN: 1681-5653). <https://rieoei.org/historico/deloslectores/483Diez.pdf>
- División de Asociatividad. (2015). *Guía de puesta en marcha para emprendimientos asociativos: Cooperativas*. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. <https://asociatividad.economia.cl/wp-content/uploads/2022/04/Guia-de-puesta-en-marcha-cooperativas.pdf>
- Elizalde, A., y Thayer, L. (2013). *Ruralidad y campesinado: ¿categorías en extinción o realidades en proceso de transformación?*. Polis, Revista Latinoamericana, 12(34), 7-12. <https://www.scielo.cl/pdf/polis/v12n34/art01.pdf>

- Escudero, C. (2020). El análisis temático como herramienta de investigación en el área de la Comunicación Social: Contribuciones y limitaciones. *La Trama de la Comunicación*, 24(2), 89-100. <https://www.redalyc.org/journal/3239/323964237005/323964237005.pdf>
- Espinosa, A. S., Llancaman, L. M., & Sandoval, H. B. (2014). *Turismo de intereses especiales y parques nacionales*. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(1), 115-130. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180729920007.pdf>
- Estrategia Nacional de Turismo Chile 2030 -Subsecretaria de Turismo. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/chi219356.pdf>
- Estrategia Regional de Desarrollo Región de Biobío 2015-2030 <https://gorebiobio.cl/wp-content/uploads/2019/01/Estrategia-Regional-de-Desarrollo-2015-2030-aprobada-CORE-19-08-2015.pdf>
- Gana-Núñez, A., y Orellana Ossandón, A. (2024). *Despoblamiento rural en Chile: análisis de tendencias demográficas a escala local*. *urbe*. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, v.16. <https://www.scielo.br/j/urbe/a/QypzWjzNp7nGZb548rwBXHt/?format=pdf&lang=es>
- Gómez, V. & Jiménez, A. (2015). *Corresponsabilidad familiar y el equilibrio trabajo-familia: medios para mejorar la equidad de género*. *Revista Latinoamericana*, Volumen 14, N° 40, 2015, p. 377-396. <https://www.scielo.cl/pdf/polis/v14n40/art18.pdf>
- González, C., Simon, J. y Arias, L. (2004). *Entre la Monetización y la Tradición: Una Evaluación Comparativa de los Efectos Culturales de la Política Indígena en la Región de Bío Bío*. *V Congreso Chileno de Antropología*. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, San Felipe. <https://www.aacademica.org/v.congreso.chileno.de.antropologia/65>
- Guajardo, J., Rivera, M., Molina, Á., & Pérez, L. (2020). *Autopercepción motivante*. Autonomous University of Coahuila. <https://es.scribd.com/document/636926263/Autopercepcionmotivante>
- I. Municipalidad de Cañete. (s.f). *Historia*. <https://municanete.cl/v2/historia/>
- Información Turística Cayucupil. (2010). *El alma de Cayucupil* <http://www.cayucupil.cl/p/blog-page.html>
- Instituto de estudios urbanos y territoriales. (s.f.). *Autogestión y cooperativas de vivienda*. Pontificia Universidad Católica de Chile. <https://estudiosurbanos.uc.cl/guia-temas/historia-cooperativas-en-chile-de-1887-a-1989/>

- Instituto Nacional de Estadísticas. (2015). *Mujeres en Chile y mercado del trabajo: Participación laboral femenina y brechas salariales*. Departamento de Estudios Laborales y Departamento de Estudios Sociales. [https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/ocupacion-y-desocupacion/publicaciones-y-anuarios/publicaciones/mujeres-en-chile-y-mercado-del-trabajo---participaci%C3%B3n-laboral-femenina-y-brechas-salarialesa.pdf?sfvrsn=ade344d4\\_3](https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/ocupacion-y-desocupacion/publicaciones-y-anuarios/publicaciones/mujeres-en-chile-y-mercado-del-trabajo---participaci%C3%B3n-laboral-femenina-y-brechas-salarialesa.pdf?sfvrsn=ade344d4_3)
- Instituto Nacional de Fomento Cooperativo. (2019). *Historia del cooperativismo mundial*. INFOCOOP. <https://www.infocoop.go.cr/historia-coperativismo-mundial>
- Kawulich, B. (2005). *La observación participante como método de recolección de datos*. Forum: cualitative social research, Volumen 6, No.2, Art. 43. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2715/1/La%20observaci%C3%B3n%20participante%20como%20m%C3%A9todo%20de%20recolecti%C3%B3n%20de%20datos.pdf>
- Kaztman, R., y Filgueira, C. (1999). Marco conceptual sobre activos, vulnerabilidad y estructura de oportunidades. En el marco del Proyecto URU/97/017. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Oficina de Montevideo.
- Kieffer, M. (2018). Turismo Rural Comunitario y organización colectiva: un enfoque comparativo en México. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural. Vol. 16 N.o 2. Págs. 429-441. <https://www.redalyc.org/journal/881/88165994011/88165994011.pdf>
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Ediciones Morata. <https://s81ac41eccb5d92fb.jimcontent.com/download/version/1702673175/module/12032526595/name/Kvale%20Las%20entrevistas%20en%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Lagua, M. (2020). *Turismo Vivencial y el Desarrollo Socioeconómico*. Universidad técnica de Ambato facultad de ciencias humanas y de la educación carrera de turismo y hotelería. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31716/1/LAGUA%20MAYRA%20TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20%283%29.pdf>
- Leiva R. (2015). Las mujeres en el proceso de reconstrucción de la sociedad mapuche. Revista IIDH, 62, 168-198. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r35517.pdf>
- López de Tkachenko, G., y De Lameda, B. (2008). *Análisis de los constructos teóricos: vida cotidiana, familia, autopercepción y motivación*. Laurus, 14(26), 243-261. <https://www.redalyc.org/pdf/761/76111491012.pdf>

- Lopez, M. (2010). *Ecoturismo comunitario-étnico: ¿activación del patrimonio cultural identitario o parques temáticos étnicos?*. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas | 26. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18118916019>
- Medina, C. (2018). *La autoestima de las mujeres en un mundo patriarcal y mecanismos de fortalecimiento: estado de la cuestión*. Raudem, Revista de Estudios de las Mujeres. Vol. 5. ISSN: 2340-9630. <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/RAUDEM/article/download/1988/2753/6644>
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2014). *El cooperativismo en Chile*. División de Política Comercial e Industrial. <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2014/07/El-Cooperativismo-en-Chile.pdf>
- Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género. (2017). *Mujeres de pueblos indígenas: Desafíos y oportunidades en Chile*. Gobierno de Chile. <https://minmujeryeg.gob.cl/doc/estudios/MMEG-2017-Documento-Mujeres-de-Pueblos-Indigenas.pdf>
- Miranda, U. y Acosta, Z. (2009). Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa. <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>
- Mora, G. Fernández, M. y Troncoso, J. (2019). *Mujeres rurales y acción productiva para la autonomía*. Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales. Revista Mexicana de Sociología 81, núm. 4. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v81n4/2594-0651-rms-81-04-797.pdf>
- Mora, G., Fernández, M. y Ortega, S. (2016). *Asociacionismo productivo y empoderamiento de mujeres rurales: Madres multiactivas, socias y mujeres campesinas*. Cuhso. vol. 26 núm. 1 págs. 133-160. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-27892016000100007&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-27892016000100007&script=sci_abstract)
- Morales, H. (2006). *Turismo Comunitario: Una Nueva Alternativa de Desarrollo Indígena*. AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana, vol. 1, núm. 2, pp. 249-264. Asociación de Antropólogos Iberoamericanos en Red Madrid, Organismo Internacional. <https://www.redalyc.org/pdf/623/62310205.pdf>

- Morales, M. (2008). *¿Etnoturismo o turismo indígena?*. Teoría y Praxis, núm. 5, pp. 123-136. Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México. <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145110010.pdf>
- Moreno, A. (s.f). *Historia del turismo: una investigación necesaria*. UNED-Guadalajara. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/53098/moreno-garrido.pdf>
- Murguialday, C. (2006). *Empoderamiento de las mujeres: conceptualización y estrategias*. <https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/16/23/51623.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2016). *Estudios de política rural: Chile*. Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo. <https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/10/Estudios-de-Poli%CC%81tica-Rural-Chile-OCDE.pdf>
- Oyarce, L. (2012). *Estrategia de turismo mapuche en la región de la Araucanía: Un análisis desde la institucionalidad y los emprendedores indígenas*. Tesis de magíster, Universidad de La Frontera. [https://magistergerenciasocial.cl/wp-content/uploads/2021/01/TESIS\\_18\\_Lorena-Oyarce-Estrategia-de-Turismo-mapuche.pdfm](https://magistergerenciasocial.cl/wp-content/uploads/2021/01/TESIS_18_Lorena-Oyarce-Estrategia-de-Turismo-mapuche.pdfm)
- Pereiro, X. (2012). *Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina*. Revista Española de Antropología Americana, vol. 43, núm. 1, 155-174. <https://core.ac.uk/download/pdf/38845369.pdf>
- Pilquimán, M. (2016). *El turismo comunitario como una estrategia de supervivencia: Resistencia y reivindicación cultural indígena de comunidades mapuche en la Región de los Ríos (Chile)*. Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Políticas Públicas (CEDER) Universidad de Los Lagos Osorno, Chile. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6333375>
- Pilquimán, M., Palacios, A., y Cabrera, G. (2021). *El turismo comunitario indígena: Reto sociopolítico y oportunidad económica para comunidades mapuche en zonas precordilleranas del sur de Chile*. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, 17(1), 479-493. <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/download/6179/1077>

- Piñeiro, E. (2015). *Observación participante: una introducción*. Revista San Gregorio, 80–89. <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/116/72>
- Proyecto NODO. (2021). *Comunidades y entornos rurales en Chile*. Análisis y perspectivas sobre población mayor. <https://chile.un.org/sites/default/files/2021-12/NS-07-Comunidades-y-entornos-rurales-en-Chile.pdf>
- Pulido, S. (2014). Liderazgo y mujer. *Dedica*. Revista de educación y humanidades, 6 (2014) marco, 273-283. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4734038.pdf>
- Quecedo, R. y Castaño, C. (2003). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402>
- Quiroz-Albán, G. Font-Aranda, M. y Sánchez-Briones, A. (2021). *Asociatividad un paradigma que fortalece el desarrollo sostenible de la sociedad*. Pol. Con. (Edición núm. 58) Vol. 6, No 8, pp. 220-241. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8042605>
- Rain, A., Pujal, M. y Mora, E. (2020). Mujeres mapuche en la diáspora y el retorno al wallmapu: entre micro-resistencias de género y despojos coloniales. Volumen 52, N° 2, 2020. Páginas 347-360 *Chungara* Revista de Antropología Chilena. <https://www.scielo.cl/pdf/chungara/v52n2/0717-7356-chungara-01004.pdf>
- Ramírez, U y Barragán, J. (2018). *Autopercepción de estudiantes universitarios sobre el uso de tecnologías digitales para el aprendizaje*. A/pertura, volumen 10, número 2, pp. 94-109 | Universidad de Guadalajara. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-61802018000200094&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-61802018000200094&script=sci_abstract)
- Robertson, R. (2000). *Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad heterogeneidad*. Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales. [https://ivanhistorico.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/12/art\\_4\\_glocalizacic3b3n-tiempo-espacio.pdf](https://ivanhistorico.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/12/art_4_glocalizacic3b3n-tiempo-espacio.pdf)
- Rojas-Barahona, C., Zegers, B., & Förster, C. (2009). *La escala de autoestima de Rosenberg: Validación para Chile en una muestra de jóvenes adultos, adultos y adultos mayores*. Revista Médica de Chile, 137, 791-800. <https://www.scielo.cl/pdf/rmc/v137n6/art09.pdf>
- Sagredo, M. (2024). *Asociatividad y acceso a recursos públicos en localidades rurales en Chile: interacción entre organizaciones campesinas e instituciones estatales en la Región de Coquimbo*. Revista Antropologías del Sur, N°21 Págs. 221 - 245. <https://www.scielo.cl/pdf/antrosur/v11n21/0719-5532-antrosur-11-21-221.pdf>

- Salgado, J. (2019). *El cooperativismo internacional, un mecanismo alternativo de desarrollo: El caso de México y Francia*. Instituto de Estudios Internacionales. [https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/174358/El\\_cooperativismo\\_internacional\\_un\\_mecanismo\\_alternativo\\_de\\_desarrollo\\_el\\_caso\\_de\\_Mexico\\_y\\_Francia.pdf?sequence=6](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/174358/El_cooperativismo_internacional_un_mecanismo_alternativo_de_desarrollo_el_caso_de_Mexico_y_Francia.pdf?sequence=6)
- Salinas, E. y Medina, N. (2009). *Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba*. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 18, núm., pp. 227-242. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires, Argentina. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180714240007.pdf>
- Silva-Escorcía, I., & Mejía-Pérez, O. (2015). *Autoestima, adolescencia y pedagogía*. Revista Electrónica Educare, 19(1), 241-256. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/ree/v19n1/a13v19n1.pdf>
- Subsecretaría de Turismo. (2020). *Lineamientos para la comercialización de experiencias auténticas de turismo indígena en Chile*. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2020/07/Comercializaci%C3%B3n-Turismo-Indigena.pdf>
- Urry, J. (1996). *La mirada del turista*. Patrimonio y turismo. <https://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/153>
- Velasco, M. (s.f.). *Gobernanza del turismo: retos y estrategias de las redes de destinos turísticos*. Universidad Complutense (CES Felipe II). <https://www.aecit.org/uploads/public/congresos/15/C15.pdf>
- Yáñez, J. (2021). *El turismo y los inicios de una industria en Chile (1910-1950)*. América Latina en la Historia Económica, 28(3), 1-21. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-22532021000300004&script=sci\\_abstract&tlng=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-22532021000300004&script=sci_abstract&tlng=es)

## Anexos

Anexo N°1: Plan de trabajo

Actividades	Noviembre				Diciembre		
	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana

	1	2	3	4	1	2	3
<b>Agendar entrevistas</b>	X	X					
<b>Entrevistas</b>		X	X				
<b>Análisis de entrevistas</b>				X	X	X	X
<b>Análisis de fuentes secundarias</b>	X	X	X	X			
<b>Análisis observación participante</b>	X	X	X	X			

Anexo N°2: Matrices levantamiento de información

2.1. Matriz de observación:

<b>Objetivo</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Dimensión operacional</b>	<b>¿Qué se observa?</b>
Describir la transformación económica vivida por las emprendedoras turísticas rurales en los cuatro años de desarrollo de la ruta turística.	Transformación económica	Autonomía económica	Nivel de independencia en la toma de decisiones económicas.	Grado en que las emprendedoras toman decisiones económicas por sí mismas (sin depender de terceros) en sus negocios
		Sostenibilidad económica	Capacidad para mantener o aumentar los	Identificación de estrategias o prácticas que han

			ingresos obtenidos del turismo a lo largo del tiempo.	permitido a las emprendedoras mantener su actividad turística (diversificación de ingresos, reinversiones, etc)
Caracterizar la autopercepción de las microempresarias turísticas mapuches, identificando los cambios en su autoestima, liderazgo y rol dentro de la familia y la comunidad.	Autoestima	Cambios visibles en la forma en que se siente respecto a si misma	Percepción de valor personal y autoconfianza en su rol como microempresaria	1. Cambios en la actitud o comunicación hacia los turistas y comunidad 2. Participación en actividades que requieren autoconfianza
	Liderazgo	Responsabilidades y toma de decisiones dentro del entorno	Nuevos roles de liderazgo en la organización de actividades turísticas y toma de decisiones dentro de la comunidad	1. Se observa si las emprendedoras organizan y lideran actividades dentro de la ruta. 2. Se observa si tiene un rol protagónico en la toma de

				decisiones del grupo o en la interacción con turistas y otros actores locales.
	Rol dentro de la familia y la comunidad	Cambios en la participación y toma de decisiones dentro del entorno familiar y comunitario	Nivel de participación y toma de decisiones en el ámbito familiar y comunitario	Se observa el reconocimiento que reciben de otros miembros de la comunidad o de sus pares en actividades públicas o reuniones
Identificar los principales desafíos y oportunidades que creen enfrentar las mujeres mapuches al desarrollar emprendimientos turísticos rurales vivenciales, considerando factores culturales,	Desafíos	Desafíos culturales	Identificación de barreras culturales que dificultan la participación de las mujeres en el emprendimiento turístico.	Se observan las dificultades que enfrentan las emprendedoras relacionadas con la presentación y difusión de la cultura mapuche dentro de sus emprendimientos
		Desafíos económicos	Dificultades económicas relacionadas con la falta de acceso a financiamiento	Se observa en reuniones si las mujeres mencionan problemas

económicos y sociales.			o infraestructura adecuada.	económicos, como falta de recursos, capital, o problemas para acceder a financiamiento.
	Oportunidades	Oportunidades culturales	Posibilidades de fortalecer la cultura mapuche a través del turismo	Cambios observados en la integración de elementos culturales en la oferta turística a lo largo del tiempo
		Oportunidades económicos	Oportunidades de generar ingresos o crecer económicamente a través del turismo	Se registran las oportunidades que perciben para el crecimiento de sus emprendimientos
		Oportunidades sociales	Posibilidades de construir redes de apoyo o fortalecer lazos sociales a través del turismo	Creación o fortalecimiento de redes de apoyo entre emprendedoras, tales como asociaciones o cooperativas

<p>Analizar las barreras estructurales, sociales y culturales que las mujeres mapuches identifican como dificultad en su emprendimiento turístico.</p>	<p>Barreras estructurales, sociales y culturales en el emprendimiento turístico.</p>	<p>Barreras estructurales</p>	<p>Falta de acceso a infraestructura o recursos necesarios para el emprendimiento turístico (barreras estructurales).</p>	<p>Se observan la falta de recursos físicos o de infraestructura para el desarrollo turístico (carencias de equipamiento, instalaciones, acceso a tecnología).</p>
		<p>Barreras sociales</p>	<p>Falta de apoyo social, discriminación de género, o dificultades para conciliar el emprendimiento con las responsabilidades familiares (barreras sociales).</p>	<p>Se registra si las mujeres mencionan dificultades sociales, como la falta de apoyo familiar o comunitario, o problemas de discriminación por su género dentro de la ruta.</p>
		<p>Barreras culturales</p>	<p>Dificultades relacionadas con la preservación y transmisión de la cultura mapuche dentro del marco</p>	<p>Se observa en reuniones si las emprendedoras mencionan barreras culturales</p>

			turístico (barreras culturales).	relacionadas con la dificultad de integrar prácticas y valores tradicionales mapuches en el contexto turístico moderno.
--	--	--	----------------------------------	---

## 2.2. Fuentes secundarias:

<b>Objetivo</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Dimensión operacional</b>	<b>Qué información se busca</b>
Describir la transformación económica vivida por las emprendedoras turísticas rurales en los cuatro años de desarrollo de la ruta turística.	Transformación económica	Crecimiento económico	Comparación de ingresos a lo largo del tiempo	Comparar los ingresos iniciales y actuales de las emprendedoras
		Sostenibilidad económica	Capacidad para mantener o aumentar los ingresos obtenidos del turismo a lo largo del tiempo	Identificar nuevas líneas de negocio.

<p>Identificar los principales desafíos y oportunidades que creen enfrentar las mujeres mapuches al desarrollar emprendimientos turísticos rurales vivenciales, considerando factores culturales, económicos y sociales.</p>	Desafíos	Desafíos económicos	Problemas económicos al desarrollar su emprendimiento.	Explorar información sobre el acceso a subsidios y programas de apoyo económico.
	Oportunidades	Oportunidades culturales	Posibilidades de fortalecer la cultura mapuche a través del turismo	Fortalecer la ruta por medio de la cultura
		Oportunidades económicas	Oportunidades de generar ingresos o crecer económicamente a través del turismo	Explorar las oportunidades de generar ingresos y fomentar el crecimiento económico de las emprendedoras mapuches mediante el turismo rural vivencial
		Oportunidades sociales	Posibilidades de construir redes de apoyo o fortalecer lazos sociales a través del turismo	Identificar como el turismo ha contribuido a fortalecer los lazos comunitarios y

				fomentar la cooperación entre las mujeres emprendedoras
Analizar las barreras estructurales, sociales y culturales que las mujeres mapuches identifican como dificultad en su emprendimiento turístico.	Barreras estructurales	Falta de acceso a recursos e infraestructura	Dificultad para acceder a financiamiento, servicios básicos o infraestructura necesaria para el turismo	Dificultades en relación con la falta de infraestructura turística y la escasez de recursos financieros o materiales para mantener las empresas
	Barreras sociales	Falta de apoyo de la comunidad o del entorno	Dificultad para obtener apoyo de la comunidad o colaboración con actores sociales	Alianzas estratégicas
	Barreras culturales	Conflictos o tensiones con la preservación de la cultura mapuche	Dificultades para mantener la autenticidad cultural en el turismo	Mantenimiento de la autenticidad cultural al momento de recibir turistas

2.3. Matriz de entrevista:

<b>Objetivo</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Dimensión operacional</b>	<b>Pregunta</b>
Describir la transformación económica vivida por las emprendedoras turísticas rurales en los cuatro años de desarrollo de la ruta turística.	Transformación económica	Autonomía económica	Nivel de independencia en la toma de decisiones económicas	<p>1. ¿Siente que, a partir de su participación en el turismo, ha ganado mayor independencia para tomar decisiones económicas en su hogar y negocio?</p> <p>2. ¿Ha cambiado su capacidad de administrar los ingresos obtenidos gracias al turismo en comparación con antes de su participación en la ruta turística?</p> <p>3. ¿En qué medida ha podido decidir de manera autónoma sobre cómo utilizar los ingresos generados por el turismo?</p>
		Crecimiento económico	Aumento del ingreso familiar en los últimos cuatro años gracias a	1. ¿Cuánto han aumentado sus ingresos familiares desde que comenzó a participar en la ruta turística?

			la actividad turística	<p>2. ¿Ha notado un incremento en la cantidad de turistas que atiende o en los productos/servicios que ofrece durante los últimos cuatro años?</p> <p>3. ¿Ha invertido en nuevas actividades o productos turísticos gracias a los ingresos adicionales del turismo?</p>
		Sostenibilidad económica	Capacidad para mantener o aumentar los ingresos obtenidos del turismo a lo largo del tiempo.	<p>1. ¿Considera que los ingresos que ha obtenido del turismo en los últimos años son sostenibles a largo plazo?</p> <p>2.¿Ha tenido dificultades para mantener o aumentar los ingresos generados por la actividad turística?</p> <p>3.¿Ha diversificado su oferta o buscado nuevas formas de generar ingresos dentro del turismo para asegurar su estabilidad</p>

				financiera?
Caracterizar la autopercepción de las microempresarias turísticas mapuches, identificando los cambios en su autoestima, liderazgo y rol dentro de la familia y la comunidad.	Autoestima	Cambios en la forma en que se siente respecto a sí misma antes y después de su inicio en el turismo.	Cómo se siente sobre sí misma ahora en comparación con antes de participar en el turismo.	<p>1. ¿Algún (os) elemento(s) de su trabajo en el turismo han contribuido a aumentar su confianza en sí misma?</p> <p>2. ¿Siente que su participación en el turismo ha influido en cómo se ve a sí misma?</p> <p>3. ¿Cómo se sentía respecto a sí misma antes de empezar en la ruta turística, y cómo se siente ahora?</p>
	Liderazgo	Percepción de su capacidad para influir o liderar dentro de la comunidad y su negocio.	Nivel de influencia o liderazgo dentro de la comunidad y negocio.	<p>1. ¿Siente que su participación en el turismo ha fortalecido su capacidad para liderar?</p> <p>2. ¿Cómo ha cambiado su rol de liderazgo dentro de la familia o la comunidad desde que comenzó a trabajar en el turismo?</p> <p>3. ¿Qué oportunidades de liderazgo ha</p>

				encontrado gracias a su emprendimiento turístico?
	Rol dentro de la familia y la comunidad	Cambios en la participación y toma de decisiones dentro del entorno familiar y comunitario.	Nivel de participación y toma de decisiones en el ámbito familiar y comunitario.	<p>1. ¿Ha notado algún cambio en su rol dentro de la familia desde que comenzó a emprender en el turismo?</p> <p>2. ¿Siente que ha adquirido mayor influencia o reconocimiento dentro de su comunidad debido a su trabajo turístico?</p> <p>3. ¿Cómo ha cambiado la dinámica de toma de decisiones familiares desde que usted participa activamente en el turismo?</p>
Identificar los principales desafíos y oportunidades que creen enfrentar las mujeres	Desafíos	Desafíos culturales	Dificultades percibidas en mantener o promover la cultura mapuche dentro de los emprendimientos	<p>1. ¿Qué dificultades ha encontrado al tratar de incorporar la cultura mapuche en su trabajo turístico?</p> <p>2. ¿Siente que hay obstáculos para que los turistas comprendan o</p>

mapuches al desarrollar emprendimientos turísticos rurales vivenciales, considerando factores culturales, económicos y sociales.			tos turísticos.	respeten su cultura?
		Desafíos económicos	Problemas económicos enfrentados al desarrollar su emprendimiento turístico (financiamiento, ingresos)	1. ¿Ha sido difícil obtener los recursos económicos necesarios para mantener o hacer crecer su emprendimiento turístico? 2. ¿Qué desafíos económicos ha enfrentado para continuar trabajando en el turismo?
		Desafíos sociales	Dificultades relacionadas con el apoyo o colaboración de la comunidad y los turistas.	1. ¿Ha tenido dificultades para obtener apoyo de su comunidad para su emprendimiento turístico? 2. ¿Qué desafíos sociales ha encontrado al relacionarse con los turistas o con otras personas involucradas en el turismo?
	Oportunidades	Oportunidades culturales	Posibilidades de fortalecer la cultura	1. ¿Cree que su trabajo en el turismo le ha dado la oportunidad de

			mapuche a través del turismo	<p>promover su cultura mapuche?</p> <p>2. ¿Qué aspectos de su cultura cree que han sido mejor valorados o difundidos gracias al turismo?</p>
		Oportunidades económicas	Oportunidades de generar ingresos o crecer económicamente a través del turismo	<p>1. ¿Qué oportunidades económicas ha encontrado gracias al turismo?</p> <p>2. ¿Ha logrado diversificar o aumentar sus ingresos a través de nuevas actividades en el turismo?</p>
		Oportunidades sociales	Posibilidades de construir redes de apoyo o fortalecer lazos sociales a través del turismo.	<p>1. ¿El turismo le ha permitido establecer relaciones o redes de apoyo con otras personas o instituciones?</p> <p>2. ¿Qué oportunidades sociales ha encontrado para su familia o comunidad gracias al turismo?</p>

<p>Analizar las barreras estructurales, sociales y culturales que las mujeres mapuches identifican como dificultad en su emprendimiento turístico.</p>	<p>Barreras estructurales</p>	<p>Falta de acceso a recursos e infraestructura</p>	<p>Dificultad para acceder a financiamiento, servicios básicos o infraestructuras necesarias para el turismo.</p>	<p>1. ¿Ha tenido dificultades para acceder a financiamiento o apoyo económico para su emprendimiento? 2. ¿Qué barreras relacionadas con infraestructura (como caminos, agua potable o electricidad) ha encontrado al desarrollar su emprendimiento turístico?</p>
	<p>Barreras sociales</p>	<p>Limitaciones en el apoyo de la comunidad o del entorno</p>	<p>Dificultad para obtener apoyo de la comunidad o colaboración con otros actores sociales.</p>	<p>1. ¿Ha sentido falta de apoyo por parte de su comunidad o de otras personas para llevar adelante su emprendimiento? 2. ¿Qué dificultades sociales ha enfrentado al relacionarse con otros emprendedores o con los turistas?</p>
	<p>Barreras culturales</p>	<p>Conflictos o tensiones con la</p>	<p>Dificultad para mantener la autenticidad</p>	<p>1. ¿Siente que mantener la autenticidad de la cultura mapuche ha</p>

		preservación de la cultura mapuche	cultural en un entorno de turismo.	sido un desafío en su emprendimiento turístico? 2. ¿Qué barreras culturales ha enfrentado al tratar de compartir su cultura con los turistas?
Proponer desde los discursos de las mujeres posibles soluciones para superar las barreras estructurales, sociales y culturales que enfrentan en su emprendimiento.	Discursos de las mujeres	Soluciones para barreras estructurales	Estrategias o ideas para mejorar el acceso a recursos e infraestructura .	1. ¿Qué cree que se podría hacer para mejorar el acceso a recursos económicos y apoyo para su emprendimiento turístico? 2. ¿Qué soluciones propondría para superar las dificultades relacionadas con la infraestructura (caminos, servicios básicos) en su comunidad?
		Soluciones para barreras sociales	Estrategias para mejorar el apoyo de la comunidad o las relaciones sociales en el emprendimiento	1. ¿Cómo cree que se podría fortalecer el apoyo de su comunidad o de otras personas hacia su emprendimiento? 2. ¿Qué tipo de

			to.	colaboración o redes sociales podrían ayudar a mejorar las oportunidades en su emprendimiento turístico?
		Soluciones para barreras culturales	Ideas para preservar la cultura mapuche y mejorar la interacción con los turistas.	<p>1. ¿Cómo cree que se podría preservar mejor la cultura mapuche en su emprendimiento turístico?</p> <p>2. ¿Qué sugerencias propondría para que los turistas comprendan mejor su cultura y la respeten?</p>

Anexo N°3: Consentimiento informado

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Concepción, 2024

Declaro tener conocimiento de que,

1. La presente entrevista corresponde a una de las actividades formativas del proyecto de tesis, con supervisión de la docente Beatriz Cid Aguayo en la carrera de Sociología de la Universidad de Concepción, sede Concepción. La estudiante investigadora es Francisca Staub.
2. El objetivo general de esta entrevista es analizar la contribución de la práctica del turismo rural a la independencia económica, empoderamiento y liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando sus dificultades y oportunidades, así como su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura.
3. Esta actividad no implica beneficios ni riesgos para mi persona.
4. Estoy en todo mi derecho de plantear preguntas en cualquier momento, durante o después de mi participación en la entrevista.
5. Es mi derecho responder, cómo no responder a las preguntas que se me formulan, sin tener la necesidad de dar explicaciones o razones.
6. La entrevista durará aproximadamente una hora, será grabada para registrar las respuestas de manera apropiada y para efectos de la transcripción, pero es mi derecho que toda la información entregada por mí sea confidencial, de forma anónima y sólo para fines académicos que se me informen.
7. Es mi derecho no autorizar la entrevista y cambiar de opinión sobre mi participación en cualquier momento.

Declaró de forma libre y voluntaria, que doy mi consentimiento para participar en la entrevista.



-----  
Firma

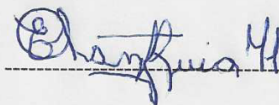
### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Concepción, 2024

Declaro tener conocimiento de que,

1. La presente entrevista corresponde a una de las actividades formativas del proyecto de tesis, con supervisión de la docente Beatriz Cid Aguayo en la carrera de Sociología de la Universidad de Concepción, sede Concepción. La estudiante investigadora es Francisca Staub.
2. El objetivo general de esta entrevista es analizar la contribución de la práctica del turismo rural a la independencia económica, empoderamiento y liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando sus dificultades y oportunidades, así como su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura.
3. Esta actividad no implica beneficios ni riesgos para mi persona.
4. Estoy en todo mi derecho de plantear preguntas en cualquier momento, durante o después de mi participación en la entrevista.
5. Es mi derecho responder, cómo no responder a las preguntas que se me formulan, sin tener la necesidad de dar explicaciones o razones.
6. La entrevista durará aproximadamente una hora, será grabada para registrar las respuestas de manera apropiada y para efectos de la transcripción, pero es mi derecho que toda la información entregada por mí sea confidencial, de forma anónima y sólo para fines académicos que se me informen.
7. Es mi derecho no autorizar la entrevista y cambiar de opinión sobre mi participación en cualquier momento.

Declaró de forma libre y voluntaria, que doy mi consentimiento para participar en la entrevista.



Firma

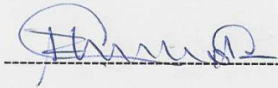
### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Concepción, 2024

Declaro tener conocimiento de que,

1. La presente entrevista corresponde a una de las actividades formativas del proyecto de tesis, con supervisión de la docente Beatriz Cid Aguayo en la carrera de Sociología de la Universidad de Concepción, sede Concepción. La estudiante investigadora es Francisca Staub.
2. El objetivo general de esta entrevista es analizar la contribución de la práctica del turismo rural a la independencia económica, empoderamiento y liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando sus dificultades y oportunidades, así como su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura.
3. Esta actividad no implica beneficios ni riesgos para mi persona.
4. Estoy en todo mi derecho de plantear preguntas en cualquier momento, durante o después de mi participación en la entrevista.
5. Es mi derecho responder, cómo no responder a las preguntas que se me formulan, sin tener la necesidad de dar explicaciones o razones.
6. La entrevista durará aproximadamente una hora, será grabada para registrar las respuestas de manera apropiada y para efectos de la transcripción, pero es mi derecho que toda la información entregada por mí sea confidencial, de forma anónima y sólo para fines académicos que se me informen.
7. Es mi derecho no autorizar la entrevista y cambiar de opinión sobre mi participación en cualquier momento.

Declaró de forma libre y voluntaria, que doy mi consentimiento para participar en la entrevista.



Firma



Universidad de Concepción

Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de sociología  
Carrera de sociología

1

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Concepción, 2024

Declaro tener conocimiento de que,

1. La presente entrevista corresponde a una de las actividades formativas del proyecto de tesis, con supervisión de la docente Beatriz Cid Aguayo en la carrera de Sociología de la Universidad de Concepción, sede Concepción. La estudiante investigadora es Francisca Staub.
2. El objetivo general de esta entrevista es analizar la contribución de la práctica del turismo rural a la independencia económica, empoderamiento y liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando sus dificultades y oportunidades, así como su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura.
3. Esta actividad no implica beneficios ni riesgos para mi persona.
4. Estoy en todo mi derecho de plantear preguntas en cualquier momento, durante o después de mi participación en la entrevista.
5. Es mi derecho responder, cómo no responder a las preguntas que se me formulan, sin tener la necesidad de dar explicaciones o razones.
6. La entrevista durará aproximadamente una hora, será grabada para registrar las respuestas de manera apropiada y para efectos de la transcripción, pero es mi derecho que toda la información entregada por mí sea confidencial, de forma anónima y sólo para fines académicos que se me informen.
7. Es mi derecho no autorizar la entrevista y cambiar de opinión sobre mi participación en cualquier momento.

Declaró de forma libre y voluntaria, que doy mi consentimiento para participar en la entrevista.

Firma



Universidad de Concepción

Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de sociología  
Carrera de sociología

1

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Concepción, 2024

Declaro tener conocimiento de que,

1. La presente entrevista corresponde a una de las actividades formativas del proyecto de tesis, con supervisión de la docente Beatriz Cid Aguayo en la carrera de Sociología de la Universidad de Concepción, sede Concepción. La estudiante investigadora es Francisca Staub.
2. El objetivo general de esta entrevista es analizar la contribución de la práctica del turismo rural a la independencia económica, empoderamiento y liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando sus dificultades y oportunidades, así como su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura.
3. Esta actividad no implica beneficios ni riesgos para mi persona.
4. Estoy en todo mi derecho de plantear preguntas en cualquier momento, durante o después de mi participación en la entrevista.
5. Es mi derecho responder, cómo no responder a las preguntas que se me formulan, sin tener la necesidad de dar explicaciones o razones.
6. La entrevista durará aproximadamente una hora, será grabada para registrar las respuestas de manera apropiada y para efectos de la transcripción, pero es mi derecho que toda la información entregada por mí sea confidencial, de forma anónima y sólo para fines académicos que se me informen.
7. Es mi derecho no autorizar la entrevista y cambiar de opinión sobre mi participación en cualquier momento.

Declaró de forma libre y voluntaria, que doy mi consentimiento para participar en la entrevista.

Firma



Universidad de Concepción

Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de sociología  
Carrera de sociología

1

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Concepción, 2024

Declaro tener conocimiento de que,

1. La presente entrevista corresponde a una de las actividades formativas del proyecto de tesis, con supervisión de la docente Beatriz Cid Aguayo en la carrera de Sociología de la Universidad de Concepción, sede Concepción. La estudiante investigadora es Francisca Staub.
2. El objetivo general de esta entrevista es analizar la contribución de la práctica del turismo rural a la independencia económica, empoderamiento y liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando sus dificultades y oportunidades, así como su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura.
3. Esta actividad no implica beneficios ni riesgos para mi persona.
4. Estoy en todo mi derecho de plantear preguntas en cualquier momento, durante o después de mi participación en la entrevista.
5. Es mi derecho responder, cómo no responder a las preguntas que se me formulan, sin tener la necesidad de dar explicaciones o razones.
6. La entrevista durará aproximadamente una hora, será grabada para registrar las respuestas de manera apropiada y para efectos de la transcripción, pero es mi derecho que toda la información entregada por mí sea confidencial, de forma anónima y sólo para fines académicos que se me informen.
7. Es mi derecho no autorizar la entrevista y cambiar de opinión sobre mi participación en cualquier momento.

Declaró de forma libre y voluntaria, que doy mi consentimiento para participar en la entrevista.

Firma

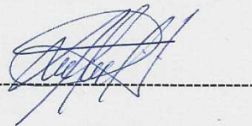
### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Concepción, 2024

Declaro tener conocimiento de que,

1. La presente entrevista corresponde a una de las actividades formativas del proyecto de tesis, con supervisión de la docente Beatriz Cid Aguayo en la carrera de Sociología de la Universidad de Concepción, sede Concepción. La estudiante investigadora es Francisca Staub.
2. El objetivo general de esta entrevista es analizar la contribución de la práctica del turismo rural a la independencia económica, empoderamiento y liderazgo comunitario de las mujeres mapuches en Cayucupil, Cañete, considerando sus dificultades y oportunidades, así como su contribución al fortalecimiento, preservación y difusión de su cultura.
3. Esta actividad no implica beneficios ni riesgos para mi persona.
4. Estoy en todo mi derecho de plantear preguntas en cualquier momento, durante o después de mi participación en la entrevista.
5. Es mi derecho responder, cómo no responder a las preguntas que se me formulan, sin tener la necesidad de dar explicaciones o razones.
6. La entrevista durará aproximadamente una hora, será grabada para registrar las respuestas de manera apropiada y para efectos de la transcripción, pero es mi derecho que toda la información entregada por mí sea confidencial, de forma anónima y sólo para fines académicos que se me informen.
7. Es mi derecho no autorizar la entrevista y cambiar de opinión sobre mi participación en cualquier momento.

Declaró de forma libre y voluntaria, que doy mi consentimiento para participar en la entrevista.



Firma

## Anexo N°4: Canvas de los emprendimientos

### 4.1.Pulebu pillan



Fuente: Informe I Ciclo I Programa PAE Cayucupil. Chile consultor



Fuente: Informe I Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor



Fuente: Informe III Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

# MODELO CANVAS



## PULEBU PILLAN - CENTRO DE EVENTOS, QUESOS, ALOJAMIENTO



Fuente: Informe III Ciclo III Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

## 4.2.Hostal y Granja Educativa Tía Yeya



Fuente: Informe I Ciclo I Programa PAE Cayucupil. Chile consultor



Fuente: Informe I Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor



Fuente: Informe III Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

# MODELO CANVAS

## HOSTAL Y GRANJA EDUCATIVA TÍA YEYA



Fuente: Informe III Ciclo III Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

### 4.3.Ruka Lamuen Elba



Fuente: Informe I Ciclo I Programa PAE Cayucupil. Chile consultor



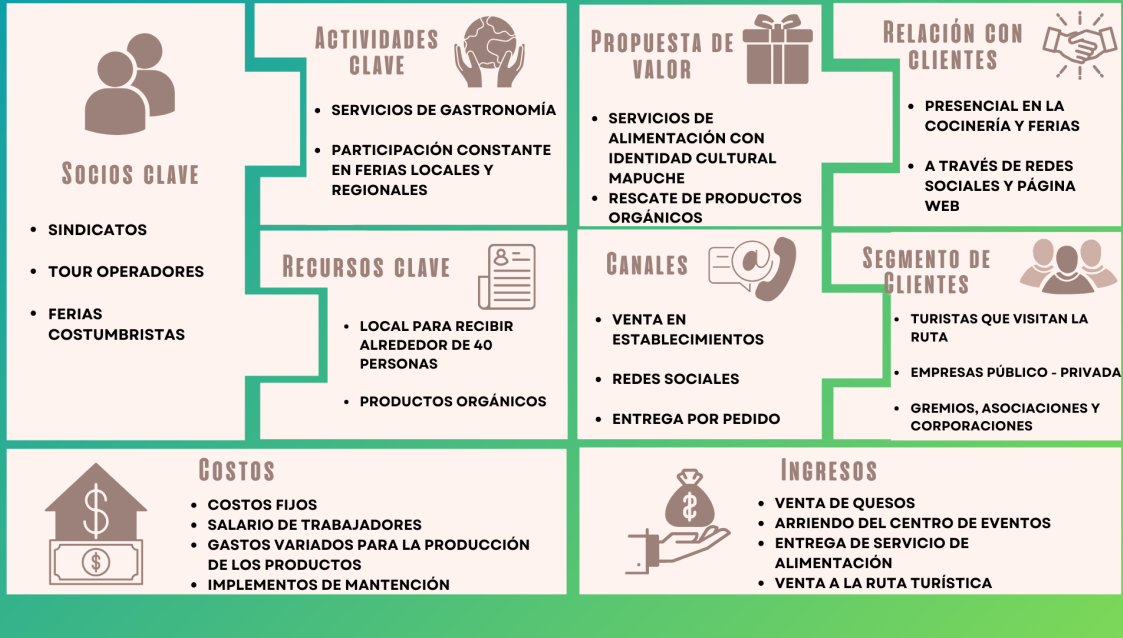
Fuente: Informe I Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor



Fuente: Informe III Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

# MODELO CANVAS

## RUKA LAMUEN - COCINERÍA ELBA



Fuente: Informe III Ciclo III Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

#### 4.4. Dulce tentación:



Fuente: Informe I Ciclo I Programa PAE Cayucupil. Chile consultor



Fuente: Informe I Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor.



Fuente: Informe III Ciclo II Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

# MODELO CANVAS

## CAFETERÍA DULCE TENTACIÓN



Fuente: Informe III Ciclo III Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

4.5.Artesanías Rosita:

# MODELO CANVAS

## ARTESANÍAS ROSITA



Fuente: Informe III Ciclo III Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

### 4.6. Campo Lindo:

# MODELO CANVAS

## CAMPO LINDO - AYIN LELBUN



Fuente: Informe III Ciclo III Programa PAE Cayucupil. Chile consultor

### 4.7. Frutos del Huerto

# MODELO CANVAS

## FRUTOS DEL HUERTO



Fuente: Informe III Ciclo III Programa PAE Cayucupil. Chile consultor