

Turismo enológico como generador de empleo en comunidades rurales. El caso de la ruta del vino de Colchagua, Chile.

Pablo Szmulewicz E.¹

Ana María Dávila²

Mariela Pinuer M.^{3,4}

RESUMEN

A través del desarrollo de diversas rutas del vino en Chile, se ha generado una oferta de turismo enológico que se ha traducido en cambios en las comunidades locales, ya que la llegada de viajeros, ha provocado una transformación económica, social y cultural del paisaje y de la vida de los habitantes de los valles del centro de Chile. El turismo enológico no sólo ha implicado costos sino también beneficios para las comunidades rurales tales como, mejoramiento en la infraestructura, más oferta de servicios comunitarios y mayores oportunidades laborales para todos los habitantes de la zona, en especial para los jóvenes.

La presente investigación tiene como objetivos caracterizar la oferta creada por este tipo de turismo, conocer la percepción que tiene la comunidad del valle de Colchagua, Chile sobre los beneficios generados por el turismo, e identificar las oportunidades de empleo que brinda, especialmente, a los jóvenes y en qué condiciones.

ABSTRACT

Through the development of diverse wine routes in Chile, a varied offer of enologic tourism has been generated, which has translated into changes in the local communities, since, the arrival of tourists has provoked an economic, social and cultural transformation of the environment and the lives of the inhabitants of the valleys of the center of Chile. Enologic tourism has not only implied costs, but benefits as well for the rural communities, such as improvement in infrastructure, broader offer of community services and greater job opportunities for all the inhabitants of the area, especially for the younger population.

This study has the objectives to characterize the offer created by this type of tourism, to document the perception that the community of the valley of Colchagua, Chile has of the benefits generated by this tourism, and to identify the job opportunities rendered, especially to young people, and in what conditions.

Among the most important results

¹ Pablo Szmulewicz: Licenciado en Antropología, Magister en Desarrollo Rural, Dr. en Economía Aplicada. pszmulew@uach.cl

² Ana María Dávila: Comunicadora Social, Magister (E.) en Desarrollo Rural anadavilar4@yahoo.com

³ Mariela Pinuer: Licenciada en Turismo, Administradora de Empresas de Turismo, Magister (E.) en Desarrollo Rural marielapinuer@gmail.com

⁴ Colaboradores: Julie Ohlandt, Magister (E.) en Desarrollo Rural. jaohlandt@hotmail.com

Entre los resultados más importantes destacan que el turismo enológico ha mejorado la oferta de servicios comunitarios para dar un mejor trato a los turistas y ha creado mayores oportunidades de empleo en la zona, aunque se detectan falencias en cuanto a la capacitación del personal que trabaja en el sector. En cuanto al empleo que ha generado en la zona, se puede establecer que las mujeres están asumiendo un rol importante. Además el estudio reporta que aunque los jóvenes cuentan con un contrato laboral y con otros beneficios, están a la espera de que sus condiciones laborales mejoren en el futuro.

Palabras Claves: empleo en turismo, turismo enológico, empleo rural, empleo y turismo enológico

detected by the study are that enologic tourism has improved the availability of community services to render better treatment to tourists and it has generated a greater offer of employment opportunities in the area, though we detect weaknesses in the preparation of the employees in the sector. As to the employment, we were able to determine that women have assumed an important role, and that though young people have contracts and benefits, they still expect job conditions to improve in the future.

Key Words: employment in tourism, enologic tourism, rural employment, employment and enologic tourism.

1. Marco Teórico

Empleo rural

En el mundo rural se observa la existencia de tres tipos de explotaciones agrarias: explotaciones modernas, grandes y muy especializadas capaces de acumular y reinvertir el capital; enclaves especializados en productos de alto valor y muy competitivos y explotaciones pequeñas y familiares, que requieren subvenciones estatales y el trabajo de sus miembros en otras actividades para lograr una mínima subsistencia.

En este contexto, según CEPAL (1997), el mercado de trabajo agrícola está constituido por las unidades agrícolas que demandan mano de obra (no familiar); por aquellas que ofrecen mano de obra (familiar) en algún momento del ciclo productivo; por la oferta de mano de obra agrícola rural que no posee tierras y por mano de obra agrícola urbana.

En un amplio sector del mundo rural, entre las características que se destacan en el empleo, encontramos que el papel de la familia es muy importante pues desempeña el rol de refugio para la persona desempleada y a la vez puede cumplir el rol de fuente de empleo, aunque sea marginal, en el momento en que la actividad económica se encuentre en recesión.

CEPAL (1997) señala que otra característica del trabajo en el mundo rural es la presencia del pluriempleo y el trabajo a tiempo parcial en la agricultura. Muchos agricultores mantienen actividades relacionadas con la construcción o en servicios de hotelería, pero se declaran agricultores para poder recibir beneficios cuando hacen petición de un crédito o solicitan alguna ayuda a entidades del gobierno.

Según Dirven, et. al. (2007), la agricultura emplea a 28,7 millones de personas en Latinoamérica, es decir el 65,4% de la fuerza de trabajo rural, mientras que otros sectores emplean a 15 millones de personas. Crecientemente el empleo rural no agrícola (ERNA) gana terreno sobre el empleo agrícola tradicional. Se entiende por ERNA al trabajo desarrollado por los hogares rurales en actividades económicas distintas al empleo en su propia explotación agrícola o como asalariado en otras explotaciones agropecuarias, y abarca diversas actividades manufactureras que incluyen a la agroindustria y a los servicios de distinto tipo, entre ellos el turismo. El empleo rural no-agrícola creció, en las últimas décadas en Latinoamérica, un poco más del 4% anual en promedio, mientras que el propiamente agrícola, se redujo en un 0.4% (BID, 2005). En este sentido existe una diferencia entre países con respecto a la relevancia del empleo rural no agrícola, pasando desde el caso de Bolivia que tiene una menor importancia (14,3%) hasta Costa Rica (64,9%), donde su importancia es creciente gracias, entre otras cosas, al desarrollo del ecoturismo.

Ramírez (2001) señala que en 1996 el empleo rural agrícola en el caso de Chile alcanzaba el 65% de los puestos de trabajo, mientras que en el año 2001 alcanzaba el 59%. El empleo rural no agrícola aumentó 1,5 puntos porcentuales al año pasando del 35% en 1996 al 41% de los puestos generados en el medio rural en el año 2001.

Empleo juvenil

Al hablar del empleo juvenil, nos encontramos con un gran problema a evidenciar que es la población más propensa a no tener trabajo, según estudios recientes.

En 2005, uno de cada cuatro trabajadores jóvenes tenía un contrato a tiempo parcial, modalidad de trabajo que también va en aumento. Las investigaciones realizadas en Europa, sobre dicha modalidad, indican que ofrece menos oportunidades de formación y de promoción profesional, que los niveles salariales y las prestaciones de seguridad social son a menudo inferiores, y que las tareas son generalmente monótonas.

En América Latina la mayoría de países presenta tasas de desempleo juvenil muy por encima de la tasa general de desempleo. Para la población juvenil que vive en las grandes ciudades, la probabilidad de estar desempleados es mayor que para los que viven en el campo, de esta forma las diferencias salariales, según Beyer (1998), observadas entre el campo y la ciudad son bastante significativas y son mayores mientras menor es el nivel educacional del joven. Las condiciones laborales para los jóvenes son de baja calidad, pues cuentan con poca estabilidad laboral, no tienen protección social y en la mayoría de los casos esta población a la que hacemos referencia trabaja sin ningún tipo de contrato. Este factor es común en todos los países latinoamericanos.

En el caso específico de Chile, si la tasa de desempleo (OIT, 2008) se sitúa en un 7.9%, la tasa de desempleo juvenil estará en un 19.1%. Según un estudio titulado “Trabajo decente y juventud en Chile” realizado por la OIT, actualmente el 19% de los jóvenes no estudian ni trabajan y un 12% tampoco está interesado en buscar trabajo.

Para los jóvenes que viven en el campo y que han mantenido bajos niveles de educación la integración económica internacional, en una primera etapa, puede significar graves dificultades por la complejidad de que las pequeñas empresas familiares sobrevivan a la competencia con empresas más modernas. En una etapa más avanzada de integración pueden crearse más empleos asalariados del sector moderno tanto en la agricultura como en el comercio y otros servicios.

Turismo rural.

Barrera (2006) define al turismo rural como aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local.

De acuerdo a Szmulewicz (1997), las principales formas del turismo rural son las siguientes: ecoturismo, agroturismo (aquí se encuentra el turismo enológico), turismo de aventura y turismo cultural étnico.

Desde el punto de vista de su evolución se puede señalar que existe el turismo rural de retorno y el “turismo rural moderno”, según Yagüe (2002), (Citado por Szmulewicz, 2008), cuya contribución, la de este último, a la economía local se manifiesta tanto en ingresos como en la creación de “nuevas formas de trabajo”. El turista rural moderno muestra una disposición a realizar actividades típicas de las comarcas rurales: excursiones de aventura, deportes al aire libre, etc., pero hay que destacar que en cuanto al nivel de ingresos y estudios no es muy diferente al turista rural de retorno.

Turismo enológico

Según Szmulewicz y Álvarez (2002), el turismo enológico es la actividad turística que se relaciona principalmente con el conocimiento *in situ* del proceso de

la elaboración del vino, donde el turista visita las instalaciones de las bodegas y los viñedos, además de poder degustar cada uno de los vinos que se le ha presentado con anterioridad; también es posible complementar con visitas a museos, casas típicas de la región, conocer la historia, entre otras actividades. Torrejón (2004) (citado por Szmulewicz, 2008), señala que este tipo de turismo conjuga el interés por la cultura del vino con su potencial turístico.

El turismo enológico, es un fenómeno relativamente reciente, en particular en Latinoamérica, que nace de la confluencia de distintos intereses. Por una parte, el crecimiento de la demanda por conocer los sitios de origen de los afamados vinos de moda, a lo que se agrega el creciente interés por nuevas estrategias de comercialización de los productores viñateros y el importante desarrollo de todas las formas de turismo vinculadas a la naturaleza y a la vida campesina.

Según Szmulewicz y Álvarez (2002), “el turismo enológico es una actividad económica que beneficia a diversos actores ya sean empresarios vitivinícolas, localidades y comunidades rurales y, por supuesto, satisface los requerimiento de una demanda turística”.

Empleo en turismo rural

Mathieson y Wall, (citado por Fayos y Sancho, 1997 y por Szmulewicz 2008), distinguen tres categorías de empleos generados por el turismo: empleo directo, resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas; empleo indirecto, generado como gasto en empresas de otros sectores y el empleo inducido resultado del gasto de los residentes locales de los ingresos procedentes del turismo.

Como beneficios para el empleo, la OIT (1997) (citado por Szmulewicz, 2008), señala que el turismo rural permite a los productores agrarios continuar con sus labores tradicionales, genera nuevas actividades como venta al detalle, hotelería, restauración, transporte y con ellas nuevas ocupaciones, propicia el reconocimiento de la labor de la mujer, ayuda al cambio de actitudes favoreciendo el trabajo cooperativo y otras formas de organización.

En el caso de Latinoamérica, el crecimiento del sector turístico versus la declinación de otros sectores como la agricultura han mejorado las oportunidades de empleo y ha ido cambiando los requerimientos de las habilidades laborales. El turismo rural genera pocos empleos directos en relación con otros segmentos laborales, además es un sector que requiere el desarrollo de una capacidad empresarial específica.

Según una encuesta realizada en Perú (Chacaltana, 2002) por el Ministerio del Trabajo los trabajadores del sector turístico son las personas que tienen los menores niveles de educación en comparación con trabajadores de otras actividades. Además arrojó que el sector turístico es, después de la construcción, el sector donde la rotación de mano de obra es mayor, pues un 30% de los trabajadores de las empresas de este sector no duran más de un año en sus puestos. Por esta razón las empresas encuentran bastante difícil invertir en la capacitación de sus trabajadores.

El trabajo que brindan las empresas relacionadas con el turismo, es un trabajo marcado por la poca definición de las tareas a realizar en los distintos puestos y la necesidad de profesionales multifuncionales, capaces de desempeñar diversas tareas que

en empresas de mayor dimensión son realizadas por personas con preparación diferente. El problema está en que encontrar a este profesional multifuncional en el medio rural es muy complicado debido a la escasez de mano de obra autóctona y también porque no es fácil encontrar a personas capacitadas para enfrentarse a una situación de competencia.

Empleo juvenil en turismo rural

Si bien el turismo representa un sector con amplias oportunidades para jóvenes, los empleos en este sector son generalmente precarios. La temporalidad, es decir la contratación por un tiempo definido, es una de las características claves que definen esta precariedad laboral. Los trabajadores, y en mayor medida los jóvenes en el turismo rural son víctimas directas de los efectos que conlleva dicha precariedad. Son trabajadores muy vulnerables, que se encuentran indefensos ante el mercado laboral y que se ven abocados a acceder a trabajos inseguros con malas condiciones laborales para cubrir sus necesidades socioeconómicas. Los jóvenes aceptan los contratos temporales aunque no estén de acuerdo con las condiciones, porque no tienen más remedio si quieren trabajar. No se denuncian los abusos por temor a que no vuelvan a contratarlos una vez que termine el tiempo estipulado. El mercado de empleo ofrece un tipo de trabajo y si alguien no lo acepta, no faltará quien lo sustituya. Con sueldos escasos e inestabilidad laboral, a los jóvenes les resulta más difícil salir de la casa de sus padres, comprar una vivienda o tener hijos (Abdala, 2003).

2. Objetivos y Metodología

Los objetivos de esta investigación son:

1. Caracterización de la oferta de turismo enológico en el valle de Colchagua
2. Percepción de los beneficios generados por el turismo enológico por parte de la comunidad local
3. Determinación de las oportunidades de empleo generadas por el turismo enológico en el valle de Colchagua
4. Plantear algún grado de relación entre empleo en turismo enológico y migración juvenil
5. Establecer las condiciones de trabajo en turismo enológico
6. Análisis comparativo del empleo en turismo enológico y en la industria vitivinícola.

Esta investigación tiene un carácter exploratorio y fue realizada en el Valle de Colchagua, específicamente en la ciudad de Santa Cruz y sus alrededores, donde se realizaron 35 entrevistas semi-estructuradas a personas vinculadas a las viñas, a la hotelería, la restauración, al transporte, comercio, a entidades públicas, colegios, entre otros que hacen parte de la ruta del vino.

Área de estudio

El valle de Colchagua, que en lengua indígena significa valle de pequeñas lagunas, se encuentra ubicado en lo que llamamos la zona central de Chile, agroturísticamente

conocida como la zona del Huaso y las Viñas. Se ubica en el km. 130 al sur de la capital del país. Limita al norte con la provincia de Cachapoal, al oeste con el Océano Pacífico, al este con la cordillera de Los Andes y al sur con la provincia de Curicó. Se accede al valle, por el norte, aproximadamente a la altura del km 130 de la ruta 5 sur (Los Lingues) y por el sur en el km. 159 (Chimbarongo).

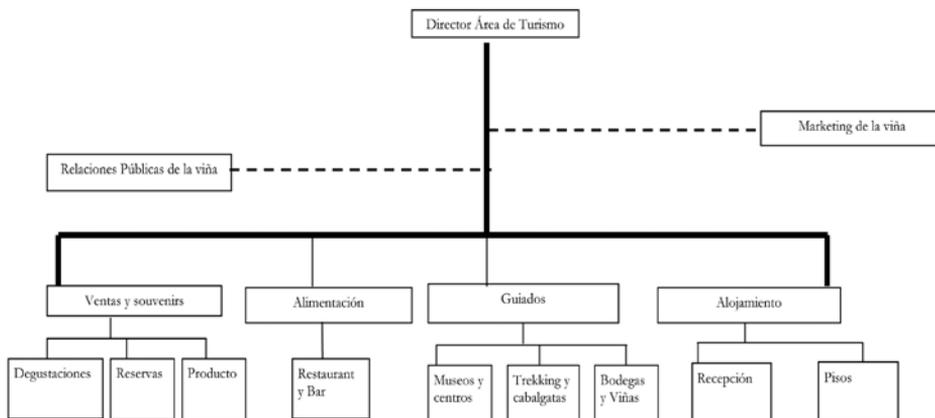
Durante el periodo llamado de colonización española, en el siglo XVII, se crean las principales haciendas en el valle de Colchagua, siendo las tierras de este valle las más codiciadas, por su clima y suelo, ideales para la agricultura y ganadería. La capital del valle es la ciudad de Santa Cruz. El valle tiene 32.400 habitantes según censo 2002, de los cuales 13.800 viven en el área rural. Santa Cruz es la ciudad del valle que mayores cambios ha tenido en el último tiempo, unido a su importancia como uno de los mayores centros de abastecimiento y servicios para las empresas y habitantes de este gran valle agrícola. El principal factor que determina la calidad de la producción vitivinícola es el clima. En este sentido el valle de Colchagua ha sido denominado como un paraíso para los enólogos. Posee 4 estaciones muy marcadas, con un clima mediterráneo, tiene una fuerte influencia de la brisa marina del Océano Pacífico.

3. Resultados

3.1 Caracterización de la oferta de turismo enológico en el valle de Colchagua

El turismo enológico presenta un modelo tipo de la estructura organizacional de una viña turística con toda la gama de servicios posibles (ver figura 1). El organigrama es de tipo jerárquico y se encuentra inserto dentro de un sistema mayor: el de la empresa vitivinícola. Las labores del área de turismo son apoyadas por los departamentos de marketing y de relaciones públicas y cuenta con 4 subdepartamentos en los que se desarrollan las actividades de venta de souvenirs, alimentación, guiados y alojamiento.

Figura 1. Esquema tipo del área de turismo de una viña



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la oferta de servicios de turismo enológico presentes en el valle de Colchagua, ésta se compone principalmente de visitas a las viñas y de los servicios que se ofrecen en ellas. En el valle existen hoy 20 viñas que ofrecen servicios turísticos. Además el valle cuenta con una oferta hotelera y gastronómica variada, destacándose el hotel Santa Cruz Plaza de 5 estrellas. En cuanto al patrimonio cultural el valle de Colchagua cuenta con una rica oferta en la que destaca el museo de Colchagua que posee una de las colecciones históricas más importantes de Latinoamérica. Por otro lado, el valle de Colchagua también cuenta con oferta en turismo aventura, venta de artesanía, entretención de distintos gustos donde destacan su nuevo casino de juegos y un sinnúmero de fiestas y eventos relacionados en su gran mayoría con el vino (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Oferta turística directa en el valle de Colchagua, Chile

Viñas	Hotelería	Restaurantes	Museos	Turismo de Aventura	Otras actividades complementarias
- Bisquertt	- Hotel Casa Silva	- Viña Casa Silva	- Museo de Colchagua	- Cabalgatas	- Tren del vino
- Casa Lapostolle	- Casa Silva	- Viña Viu Manent	- Museo de Colchagua	- Hacienda Lolol	- Fiestas y Eventos
- Casa Silva	- Hotel Santa Cruz	- La Casita de Barreales	- Museo San José del Carmen de Huique	- Cabalgatas Punta del Viento	- Teleférico viña Santa Cruz
- Caliterra	- Plaza	- Los Varietales		- Cabalgatas Viña Viu Manent	- Centro astronómico viña Santa Cruz
- Cono Sur	- Hacienda Los Lingues	- Pan Pan		- Trekking Viña Montes	- Casino de juegos
- Estampa	- Parador de la Viña	- Aromas de Colchagua			
- Hacienda Araucano	- Hotel La Playa	- Hacienda Lolol			
- Las Niñas	- Hacienda Los Lingues	- Don Celedonio			
- Laura	- Parador de la Viña	- Club Social Santa Cruz			
- Hartwig	- Hotel La Playa	- Museo Lircunlautala			
- Los Vascos	- Hacienda Los Lingues	- Viña la Posada			
- Luis Felipe Edwards	- Hotel La Playa				
- Montes	- Hacienda Los Lingues				
- MontGras	- Hacienda Los Lingues				
- Emiliana	- Hacienda Los Lingues				
- Organicos	- Hacienda Los Lingues				
- Santa Cruz	- Hacienda Los Lingues				
- Santa Helena	- Hacienda Los Lingues				
- Santa Rita	- Hacienda Los Lingues				
- Siegel	- Hacienda Los Lingues				
- Viu Manent	- Hacienda Los Lingues				
- La Posada	- Hacienda Los Lingues				

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la oferta turística indirecta en el valle de Colchagua, a pesar de que aun no se realiza el catastro respectivo, destacan por su artesanía los sectores de Chimbarongo y La Lajuela (greda y cestería), además de los trabajos de los plateros y la talabartería de Colchagua.

Sobre la percepción de los cambios en las viñas, cerca del 90% de sus representantes (87.5%), señalan que se pueden apreciar significativas variaciones en las viñas donde trabajan, entre el momento en que se crearon y el momento actual.

3.2 Percepción de los beneficios generados por el turismo enológico en el valle de Colchagua

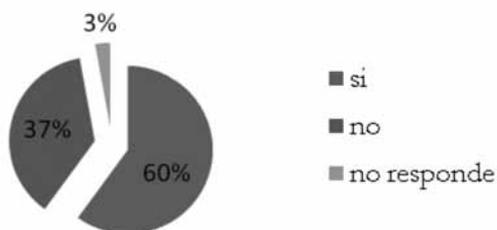
Más del 60% de los habitantes consultados de la comunidad local reconoce que con la creación de la ruta turística del vino en el valle de Colchagua y en especial en Santa Cruz y sus alrededores, se ha desarrollado una mayor oferta recreacional y se han mejorado las opciones que ya existían (ver gráfico 1).

Actualmente, según su percepción, existen más actividades para los jóvenes, más sitios culturales de recreación, el nuevo museo, mayor oferta hotelera y de restaurantes. Algunos de los entrevistados agregan que las mejoras en el comercio, la creación de ferias artesanales y gastronómicas y las fiestas, como es el caso de la vendimia, entre otras, son oportunidades recreativas en las que la población local puede participar.

Por otra parte, la población local percibe que la comunidad hace uso de los sitios de recreación recientemente creados y que son pagados a través de los colegios y otras instituciones comunales.

Un 37% de la población local percibe que la oferta recreativa creada por el turismo enológico está pensada principalmente para los turistas, señalando que la mayoría de los sitios son pagados. En la misma línea, algunos entrevistados perciben que el turismo beneficia principalmente a los comerciantes, artesanos, entre otros y no a la población no involucrada comercialmente con el turismo.

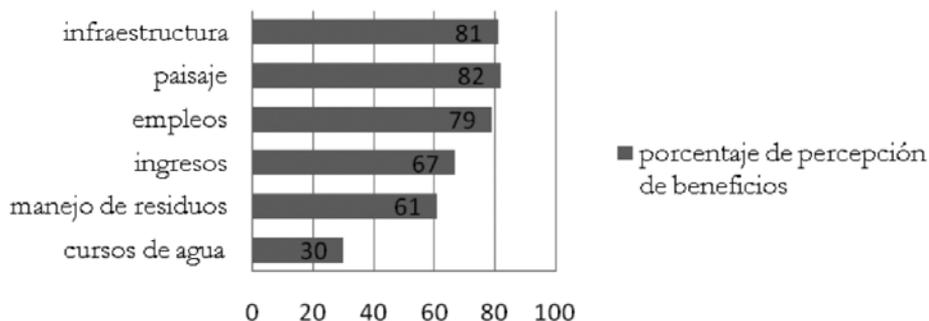
Gráfico 1. Percepción de la contribución del turismo a la recreación



Fuente: elaboración propia

En cuanto a las mejoras percibidas por los habitantes de la comunidad local, a partir del desarrollo del turismo enológico en la zona, los 35 entrevistados indican que se pueden observar en infraestructura, embellecimiento del paisaje, mayores oportunidades de empleo, mejoras en el manejo de residuos, etc. (ver gráfico 2).

Gráfico 2. Ambitos en los que la comunidad local percibe los beneficios del turismo enológico



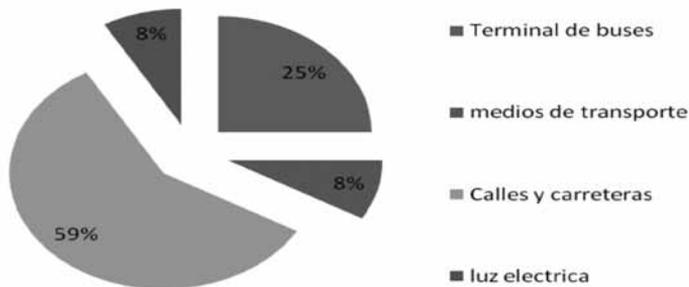
Fuente: elaboración propia

En cuanto a la infraestructura entre los aspectos más destacados se señalan (ver gráfico 3):

- Crecimiento vertiginoso de la red vial, en especial se indica la mejora de los caminos rurales y las carreteras que han beneficiado a la comunidad del valle.
- Avances en los medios de transporte y construcción de un nuevo terminal de buses para la ciudad.
- Avances en la disponibilidad de tendido eléctrico.

Un tercio de quienes perciben mejoras en la infraestructura lo atribuyen a otras causas y no producto del turismo enológico sino debido al crecimiento natural. Por lo mismo indican la ausencia de mejoras en aspectos como: señalética, paraderos, semáforos, etc. Por otro lado, las personas que consideran que no ha habido un avance en esta materia, perciben que el incremento del turismo ha provocado una mayor afluencia de vehículos, pero no se han construido nuevas calles para acoger esa demanda.

Gráfico 3. Mejoras producto del turismo enológico percibidas en infraestructura por la población local



Fuente: elaboración propia

En el ámbito del paisaje los habitantes de la comunidad coinciden en que se ha mejorado en los siguientes aspectos:

- se ha hermoñado la entrada principal a la capital del valle, Santa Cruz, y en ese lugar se construyó un parque.
- calles mucho más ornamentadas
- sitios anteriormente eriazos, se han transformado en parques y plazuelas
- se han mejorado las fachadas de las casas y se cuidan mucho más que antes los jardines.
- las viñas están interesadas en hermoñar su aspecto para el turista, tanto de los predios mismos como de los alrededores y de los cerros cercanos.

En el ámbito del manejo de residuos, el 61% de los encuestados de la comunidad local perciben que hay una mejora, debido principalmente a que la ciudad de Santa Cruz es actualmente mucho más limpia de lo que era antes. Perciben que la población misma ha mejorado sus hábitos de limpieza, los camiones recolectores municipales han incrementado la frecuencia del retiro de la basura y además hay mayor cantidad de basureros selectivos en la zona céntrica de la ciudad.

En general observan una mayor preocupación por parte de la comunidad en el tema de la basura y en el caso de las viñas cada una tiene su planta de tratamiento para los residuos, con lo que se ha evitado bastante la contaminación, ya sea en las áreas públicas urbanas y rurales, como en las viñas mismas.

No obstante, un 39% de los entrevistados señala no percibir mejoras en este aspecto, no aprecian cambios y tampoco reconocen una política municipal que incentive el reciclaje y hay algunos habitantes que perciben que las mejoras no son producto del turismo.

Finalmente, en cuanto a los cursos de agua, el 30% de quienes responden percibe que ha habido una mejora principalmente en la evacuación de las aguas servidas y que se ha mejorado la calidad de las aguas, aunque algunos habitantes no lo atribuyen a la creación de la ruta del vino, sino al mismo desarrollo del país. El 13% de los habitantes perciben que no ha habido mejoras en este aspecto, debido principalmente a que los desechos de la ciudad son vertidos en el río y no hay una adecuada preocupación por el tratamiento de las aguas de riego.

En relación con la percepción de beneficios directos y personales de los cambios provocados por el turismo enológico, las respuestas son plenamente coherentes ya que el 73% de los encuestados de la comunidad local dicen que sí han percibido beneficios personalmente, centrados en que hay más lugares de entretención y muchas más actividades culturales que organiza la municipalidad; las cosas actualmente están mucho más al alcance; hay más ofertas de empleo y mayores ingresos; las carreteras están mucho más expeditas y se cuenta con mejores servicios de transporte, lo que se traduce en una disminución en el tiempo de traslado; más disponibilidad de agua potable y en cuanto al paisaje, hay una preocupación por mostrar una ciudad turísticamente agradable.

Quienes no se han visto beneficiados, indican que es debido principalmente a que la presencia de mayor flujo de turistas hace que los precios aumenten, lo que no es positivo para la población local.

3.3. Oportunidades de empleo generadas por el turismo enológico.

Actualmente las labores que se realizan en las diferentes viñas están cubiertas en mayor porcentaje por hombres. Sin embargo, las mujeres han tenido una participación importante dentro de las viñas y existen labores específicas donde se prefiere más la participación de la mujer que la del hombre.

La mayor parte de los trabajadores ligados al sector turismo que son contratados por las viñas no son de la zona; esto debido a la falta de personal calificado en la zona, además de la falta de experiencia en el área y ausencia de manejo del inglés como segunda lengua.

En cuanto al empleo, el 79% de quienes responden percibe que ha habido una mejora debido a que, además de la instalación de empresas ligadas al tema agrícola, principalmente a las viñas, también el mayor desarrollo del comercio y de la construcción asociada, supermercados, farmacias, locales de comida rápida, etc. y la construcción pública, como en el caso del terminal de buses, han derivado en mayores oportunidades de empleo.

La expansión del comercio ha provocado mayor oferta laboral, lo que se traduce además en que hay más estudiantes que trabajan part time los fines de semana, debido principalmente a la apertura del hotel Santa Cruz Plaza y la dedicación de las viñas al turismo enológico. Sin embargo, la apreciación general es que los empleos han favorecido tanto a la población local como a la de fuera de la comuna.

Por otro lado, el 21% estima que el desarrollo del turismo no ha generado beneficios en este aspecto. Indican que ello se debe a que los tour que se realizan a las viñas vienen organizados desde fuera de la zona, por lo que no hay una interacción entre el turista y la comunidad: el empleo generado es, en su percepción, sólo de carácter temporal.

En cuanto al ámbito de los ingresos el 67% de los habitantes, la comunidad local percibe que ha habido un mejoramiento debido al desarrollo del turismo enológico en la zona. El 33% de los encuestados considera, por el contrario, que no ha habido una mejora y que los ingresos se encuentran estancados.

3.4.- Empleo juvenil en turismo enológico

El 50% de los encuestados opina que en el turismo enológico, los empleados menores de 30 años, o sea los jóvenes, representan entre el 50 y el 70% e incluso algunos piensan que es mayor el porcentaje. El turismo enológico brinda mayores oportunidades de trabajo a los jóvenes que la parte agrícola de las viñas (ver cuadro 2).

Cuadro 2. Presencia de personal joven en las viñas del valle de Colchagua, Chile

Porcentaje de empleados jóvenes	Ámbito Agrícola (%)	Ámbito Turístico (%)
<30%	28.6	12.5
Entre 31 – 50%	42.8	37.5
Entre 51 – 70%	28.6	37.5
Más del 70%	-----	12.5

Fuente: elaboración propia.

Al mismo tiempo, los jóvenes vinculados laboralmente a las viñas son personas que tienen educación media completa, sin embargo el porcentaje de aquellos que logran tener un título profesional o que han llegado a realizar estudios técnicos superiores es menor (ver cuadro 3).

Cuadro 3. Nivel educacional de los jóvenes empleados en las viñas del valle de Colchagua, Chile

Nivel educacional de los jóvenes	Universitarios %	Técnicos superiores %	Media completa %
<30%	87, 5	87. 5	12. 5
Entre 31 – 50%	-----	12. 5	12. 5
Entre 51 – 70%	12, 5	—	—
Más del 70%	----	—	75.0

Fuente: elaboración propia.

Cerca de un 90% de los encuestados (89%) estima que más del 70% de los empleados jóvenes que trabajan en turismo en las diferentes viñas viven en la zona (es decir Santa Cruz y sus alrededores). El 11% restante opina que poco menos del 30% son personas ajenas a la zona. (Ver cuadro 4).

Cuadro 4. Residencia de los jóvenes empleados en turismo enológico

Porcentaje	Residentes locales %	Residentes foráneos %
<30%	---	11.0
Entre 31 – 50%	---	---
Entre 51 – 70%	---	---
Más del 70%	89.0	---

Fuente: elaboración propia.

Un 100% de los encuestados estiman que no se requiere experiencia laboral para entrar a trabajar en las viñas. En cambio, el 75% opina que se requiere algún grado de experiencia laboral en las funciones de turismo enológico.

Todos los entrevistados estiman que el papel de los jóvenes es muy importante para el desarrollo del turismo enológico. Los jóvenes han ido asumiendo un papel activo en lo relacionado con el turismo y según los resultados de las entrevistas son las personas, que se considera, van a conservar en el futuro el negocio del turismo.

3.5 Condiciones de trabajo en turismo enológico.

Cerca del 60% de los encuestados (62.5%) estiman que existe entrenamiento en las viñas al personal joven y que este entrenamiento es especializado en el cargo, mientras que el 37% de los encuestados opinan que existe algún tipo de preparación general para todo el personal sin distinguir cargos ni edades, al ingresar a trabajar en las viñas.

Las viñas entregan una capacitación diferente a su personal dependiendo del cargo, menor al porcentaje de viñas donde se da una capacitación general a todos los trabajadores que ingresan. Las mujeres que trabajan en el sector turístico tienen más oportunidades de capacitación que las que se desempeñan en el rubro agrícola.

Los representantes de las viñas afirman que todos los trabajadores jóvenes cuentan con contrato laboral y con beneficios como vacaciones, bonos y descuentos.

Cerca del 90% de los encuestados (87.5%) opinan que todos los jóvenes que trabajan en la viña reciben, entre otros beneficios laborales, bonos y descuentos y el 12.5% de las personas entrevistadas estiman que algunas viñas cuentan con seguro médico y pensiones para los jóvenes que trabajan. Además, las mujeres en especial cuentan con la implementación necesaria para desarrollar su trabajo y remuneraciones acorde con el nivel de educación.

Sin embargo, el 50% de los representantes de las viñas estima que las condiciones laborales de los jóvenes que trabajan en las viñas deberían mejorar y el 37.5% considera que las condiciones en que trabajan los jóvenes en las viñas no son las adecuadas. Sólo el 12.5% estima que las condiciones laborales para los jóvenes son adecuadas. Aunque las viñas han generado oportunidades laborales interesantes en los jóvenes, parece que igual se espera que las condiciones en que trabajan pudieran mejorar pues la mayoría de los entrevistados consideran que las condiciones no son adecuadas.

3.6 Análisis comparativo del empleo en turismo enológico y en la vitivinicultura.

Las principales diferencias laborales detectadas entre los trabajadores de turismo enológico y los trabajadores vitivinícolas son las siguientes:

- a) La mayoría de los trabajadores vitivinícolas encuestados reciben ingresos que se encuentran en el rango de \$146.000 a \$350.000 (US\$238 a US\$570), siendo personas que no cuentan con capacitación, ni estudios especializados en el tema. El 40% de los encuestados se encuentra en un rango de remuneración que es superior a los \$400.000, contando con capacitación y estudios especializados.
A diferencia de lo que ocurre en el sector vitivinícola, en el sector turismo, los sueldos son mucho mayores, encontrándose el 50% de los consultados en el rango superior a \$800.000, siendo personas capacitadas y especializadas en el rubro turístico o en algún tema afín.
- b) Los trabajadores de las viñas reconocen que si bien el trabajo en el sector turístico es mejor remunerado, a la vez requiere de mucha más responsabilidad. Agregan que no es cuestión de capacitación solamente, sino de compromiso con el trabajo que desarrollan, además de no poseer un horario fijo.
- c) Los trabajadores ligados a las viñas cuentan con descuentos en la compra de vinos, con aguinaldos y vacaciones.
- d) El trabajador agrícola posee una jornada de trabajo establecida, gana menos remuneración, pero cuenta con un trabajo que le permite realizar otras actividades. El trabajador agrícola trabaja 5 días a la semana, en contraste con el trabajador del sector turístico que trabaja 6 días a la semana con sólo un día libre.
- e) En lo relativo a la situación de las mujeres, éstas han tenido un rol activo en el trabajo en las viñas, pues aunque en algunas viñas existan más hombres que mujeres, en otras se aprecia un porcentaje muy igualitario. Las mujeres ligadas al sector agrícola desarrollan actividades como la poda y desbrote, actividades no tan exigentes físicamente; pero que han hecho que se conviertan en personas importantes dentro

de la organización. Para los administradores de los fundos el trabajo femenino es bien evaluado, debido a que la mujer, según comentan algunos de los encuestados, es mucho más cuidadosa que el hombre; realizan las actividades que requieren mejor destreza manual como es armar parritas, amarras, etc., además de realizar actividades mucho más delicadas. En el caso de los hombres, éstos desarrollan actividades más ligadas a la cosecha de la uva y labores administrativas.

- f) Cerca del 50% de los encuestados (42.8%) estima que entre un 30 y un 50% de los empleados de la parte agrícola de las viñas son menores de 30 años y cerca del 30% estima que el porcentaje de jóvenes es aún mayor (entre un 50 y un 70%). El 50% de los encuestados opina que en turismo enológico los empleados menores de 30 años, o sea los jóvenes, representan entre el 50 y el 70% o incluso algunos piensan que es mayor el porcentaje. En turismo la composición del personal es más juvenil que en la agricultura tradicional, según lo informado por los representantes de las viñas.
- g) Un 50% de los encuestados estima que mayoritariamente los empleados jóvenes de las viñas, tanto en la parte agrícola como en la parte de turismo, son hombres, mientras que el 25% estima que el porcentaje de mujeres menores de 30 años que trabajan en las viñas se encuentra entre un 50 y 70%.
- h) Como se había explicado anteriormente, la mayoría de jóvenes vinculados a la parte de turismo en las viñas son personas de la zona, lo que nos indica que las viñas han brindado oportunidad laboral a la población donde se encuentran ubicadas, aunque por supuesto en menor medida que los trabajos agrícolas.

4. Conclusiones

4.1 Caracterización de la oferta de turismo en el valle de Colchagua

- En el valle de Colchagua existe una variada oferta de turismo enológico, en la que destaca la reciente creación de establecimientos hoteleros y extrahoteleros. Además se aprecia un aumento en la oferta de restauración tanto en la ciudad como en los alrededores, la creación de 3 museos históricos, donde destaca el museo de Santa Cruz, que cuenta con una rica colección de piezas precolombinas. Por último, en la ciudad de Santa Cruz, se pueden encontrar tiendas de artesanía típica y otras actividades turísticas complementarias, como oferta de turismo aventura.
- Entre las principales inversiones desarrolladas con motivo del turismo enológico en la zona destacan: creación de instalaciones para la visita de turistas en 20 viñas de la zona; creación de salas de cata y venta de souvenirs, aumento del personal y la incorporación de oferta gastronómica y hotelera en algunas viñas, entre otras mejoras.

4.2 Percepción de los beneficios generados por el turismo enológico por parte de la comunidad local.

- El turismo enológico trae consigo mejoras en la oferta recreacional para la población local. Claro está que la oferta de este tipo es en gran medida pagada, pero entrega alternativas que antes no existían, muchas de ellas de carácter cultural, y que pueden

ser utilizadas tanto por colegios, instituciones locales, como por la comunidad.

- Dentro de los aspectos que la comunidad local reconoce como de mayor beneficio provocado por el turismo enológico destacan el mejoramiento de caminos y medios de transporte, la mejora en las áreas verdes urbanas y el paisaje rural, el mayor cuidado por los cursos de agua y la importante generación de oportunidades de empleo.
- Un sector menor de la comunidad local percibe que una parte importante de las nuevas instalaciones turísticas y recreacionales no se encuentran a su alcance en razón de su carácter privado o pagado; el aumento en la demanda ha producido que los caminos se encuentren saturados, además que la llegada de turistas ha producido un alza en los precios, lo que perjudica a los habitantes locales, y por último el desvío de parte de las contrataciones a personal externo, producto de la falta de capacitación del recurso humano local.

4.3 Oportunidades de empleo generadas por el turismo enológico en el valle de Colchagua.

- Se observa una clara mejora en las oportunidades de empleo percibidas por la comunidad local, principalmente con el aumento en la creación de empresas ligadas al turismo, el transporte y el comercio.
- La falta de calificación de los habitantes de la zona hace que los trabajadores del sector turismo provengan en forma significativa de fuera del valle, generando la necesidad de contar con instituciones educacionales que capaciten o formen a los habitantes de la comunidad en turismo.

4.4 Empleo juvenil en el turismo enológico

- Las oportunidades laborales creadas por las viñas para los jóvenes son de fácil acceso pues no es una obligación que las personas menores de 30 años tengan algún grado de experiencia en la parte agrícola, aunque sí se exige algo de experiencia laboral en turismo enológico.
- Las viñas han generado oportunidades de trabajo formal para los jóvenes; es decir que sin importar la condición laboral de ser empleados de planta o temporeros, todos cuentan con un contrato laboral.
- Otra forma de percibir la mayor oferta laboral es el incremento en las oportunidades de trabajo *part time* para los estudiantes de la zona.
- Las oportunidades laborales para los jóvenes, ligadas al desarrollo del turismo enológico se han incrementado por las siguientes razones: los jóvenes cuentan con más capacidades para desarrollar actividades físicas como trekking, cabalgatas, etc. (mejores competencias de los jóvenes para turismo enológico), y además son personas interesadas continuamente en descubrir nuevas cosas y posiblemente ellos conservarán en el futuro estos negocios de nuevo cuño.
- El turismo representa, por ende, una nueva oportunidad laboral para los jóvenes superior a las oportunidades laborales de la agricultura.
- Uno de los principales problemas que existe en la zona es la escasez de centros de formación adecuados, lo que se traduce en una migración de los jóvenes hacia otros

lugares, no retornando a sus zonas natales. Actualmente se está tratando de revertir esta situación con la construcción de nuevos centros dedicados a formar técnicos para los requerimientos de la zona.

4.5 Condiciones de trabajo en turismo enológico

- Las empresas ligadas al sector ofrecen condiciones laborales que les permiten a los trabajadores acceder a capacitaciones e implementos acordes para desarrollar sus labores.
- Las remuneraciones pagadas son acorde al nivel educacional de los trabajadores.
- Como cualquier tipo de empresa las viñas dictan un entrenamiento diferente a su personal dependiendo del cargo. Sin embargo, existen viñas donde se da un entrenamiento general a todos sus miembros sobre prevención de riesgos y también sobre las tres áreas generales en las que se puede dividir la viña (vino, gastronomía y manejo de administración).
- Las condiciones en que trabajan los jóvenes, tanto en el aspecto agrícola como en el turismo enológico, no son las mejores según la opinión de la mayoría de los entrevistados; sin embargo, los jóvenes cuentan con contrato y algunos beneficios básicos.

4.6 Análisis comparativo del empleo en turismo enológico y en el sector vitivinícola

- Los trabajos especializados y técnicos en turismo son más permanentes que en agricultura. Los trabajadores no tienen que buscar empleo después de cada estación, lo cual crea un sentido de estabilidad en estas personas.
- Aunque los diferentes cargos en las viñas siguen siendo ocupados más por hombres que por mujeres, el género femenino ha empezado a tener participación importante en este tipo de empresas no sólo en la parte de agricultura sino también en los puestos de turismo, donde son contratadas especialmente para el servicio al cliente.
- Las viñas ubicadas en la zona de Santa Cruz y sus alrededores han generado más oportunidades laborales para los jóvenes de la zona, que a jóvenes de otras partes del país, aunque en turismo se aprecia más intervención externa.
- Los jóvenes que se han vinculado laboralmente a las viñas, sea para ejercer trabajos en agricultura o en turismo, son personas más preparadas académicamente que muchos de sus compañeros mayores. Las personas que se vinculaban a las diferentes viñas para ejercer labores en el campo eran personas que no habían terminado la educación media y muchos de ellos sólo tiene la educación básica. Aún sigue siendo pequeño el porcentaje de jóvenes con estudios universitarios o técnicos superiores trabajando en las viñas. El nivel educacional que tienen los trabajadores del sector turístico en la mayoría de las viñas va desde técnico profesional a universitario con experiencia en turismo.
- Existe una marcada diferencia salarial entre los distintos estamentos laborales, lo que está ligado tanto al nivel educacional de los trabajadores como al tipo de trabajo desarrollado.

Bibliografía

- Abdala, Ernesto. (2003). *Jóvenes, Educación y Empleo en América Latina*. Montevideo, Uruguay: Organización Internacional del Trabajo.
- Albarracín, Daniel. (2005). *La industria Turística y las Relaciones Laborales*. Fundación CIREM.
- Andrés Sarasa, José Luis. (2000). "Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural." *Cuadernos de Turismo*, N° 6 Universidad de Murcia. España, pp. 45 – 59.
- Barrera, Ernesto. (2006). *Turismo Rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Montevideo: CINTERFOR/OIT
- Beyer, Harald. (1998). "¿Desempleo Juvenil o un Problema de Deserción Escolar?" *Estudios Públicos*, N° 71, Chile.
- Caputo, Luis. (2002). Intenciones Juveniles y Heterogeneidad de los Patrones Migratorios como Estrategias de Vida de la Juventud Rural Argentina. VI Congreso de Asociación Latinoamericana de Sociología Rural y Red Latinoamericana de Juventudes Rurales. Porto Alegre, Brasil.
- CEPAL. (1997). *El Empleo Agrícola en América Latina y el Caribe: Análisis del 25% de la PEA*, Chile.
- Constabel, S.; Oyarzún, E.; Szmulewicz P., et al. (2008). *Agroturismo en Chile: Caracterización y perspectivas*. Santiago de Chile: Ediciones FIA/UACH.
- Chacaltana, Juan. (2002). *Restricciones a la generación de empleo en el sector turístico*. Lima: Centro de Estudios para el Desarrollo y la Participación.
- Dirven M.; Köbrich, C. (2007). *Características del empleo rural no agrícola en América Latina con énfasis en los servicios*. CEPAL, N° 174. Serie desarrollo productivo. Santiago de Chile.
- Durston, John. (1998). *Juventud y Desarrollo Rural: Marco conceptual y contextual*. Serie Políticas Sociales No 28. Santiago de Chile: CEPAL.
- Ministerio de Planificación Nacional. MIDEPLAN. (2008). División Social, CASEN www.mideplan.cl/casen
- Organización Internacional del Trabajo. OIT. (2008). *Tendencias Mundiales del Empleo*.
- Ramírez, Eduardo. (2001). "Análisis de la Movilidad del Empleo Rural en Chile 1996 – 2001." *Debates y Temas Culturales 3*. Santiago de Chile.
- Rojas Pinilla, Humberto. (2005). *¿El turismo rural alternativa de desarrollo?* Bogotá, Colombia.
- Szmulewicz, Pablo; y Álvarez, Karina. (2002). "Agroturismo: Una opción de desarrollo sustentable para las comunidades rurales de Latinoamérica." *Turismo y Desarrollo Sostenible*. Universidad del Externado de Colombia, pp. 177-197
- Szmulewicz, Pablo. (2008). *Generación de empleo y desarrollo de recursos humanos en turismo rural Aplicación al caso de la Comunidad Valenciana, España*. Tesis Doctoral, Universidad de Valencia, España.
- Wilkins, T. (2007). *Ruta del Vino de Colchagua. Seminario de Ecoturismo*. Mendoza. Argentina.