



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

**“CADENA DE VALOR TURÍSTICA DEL TEQUILA EN JALISCO, MÉXICO:  
ANÁLISIS DESDE LA ECOLOGÍA POLÍTICA FEMINISTA”**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

**PRESENTA:**

**DANIELA LIZBETH HERNANDEZ CARDOSO**

**ASESORA**

**DRA. EN C. GREGORIA RODRÍGUEZ MUÑOZ**

**REVISORAS**

**M.EN A. MERCEDES MIREYA MOCTEZUMA MEDINA**

**DRA. EN C. MARÍA CRISTINA CHÁVEZ MEJÍA**

Texcoco, Estado de México, abril de 2025

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO</b>	<b>4</b>
1.1 Feminismo, mujeres, leyes y políticas públicas	4
1.2 La participación laboral de la mujer en la actividad turística y en territorios rurales	6
1.3 Perspectiva de género feminista	9
1.4 Ecología política feminista	10
1.4.1 Estudios de caso que involucran la participación de las mujeres en proyectos turísticos desde la perspectiva de género	14
1.5 Tipologías de turismo	20
1.6 Producto turístico	23
1.6.1 Estrategias de conservación	28
1.7 Cadena de valor	29
1.7.1 Cadena de valor turística	31
<b>CAPITULO 2. MARCO CONTEXTUAL</b>	<b>35</b>
<b>2.1 Tequila, pueblo mágico</b>	<b>35</b>
2.1.1. Ubicación geográfica	35
2.1.2 Actividades económicas	36
2.1.3. Actividad turística	38
<b>CAPITULO 3. PROCESO METODOLÓGICO</b>	<b>40</b>
3.1. Problemática	40
3.2. Pregunta de investigación	42
3.3. Objetivo general	42
3.4. Objetivos específicos	42
3.5. Justificación	43
3.6. Metodología	44
3.6.1. Selección de tequileras	45
3.6.2. Selección de informantes	46

3.7. Técnicas de recolección de datos.....	47
3.7.1. Observación no participante.....	47
3.7.2. Entrevista no estructurada.....	47
<b>CAPITULO 4. RESULTADOS.....</b>	<b>49</b>
<b>4.1. Origen 1. Cultivo del agave.....</b>	<b>51</b>
4.1.1. Preparación de la tierra.....	51
4.1.2. Plantación /siembra.....	52
4.1.3. Crecimiento del agave.....	52
4.1.4. Jima.....	53
4.1.5. Recolección transporte y venta.....	55
<b>4.2. Origen 2. Cultivo del agave.....</b>	<b>56</b>
<b>4.3 Producción del tequila.....</b>	<b>57</b>
4.3.1. Cocción de la piña.....	57
4.3.2. Destrozo de la piña.....	58
4.3.3. Fermentación y destilación.....	59
<b>4.4. Cava.....</b>	<b>60</b>
4.4.1 Añejamiento.....	60
<b>4.5. Envasado.....</b>	<b>62</b>
4.5.1. Etiquetado y embalaje.....	62
<b>4.5. Comercialización.....</b>	<b>63</b>
4.5.1. Ruta del tequila: Recorridos guiados por las fábricas de tequila.....	63
4.5.2. Venta en tienda y exportación e importación.....	66
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>67</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>69</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>70</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>78</b>

## RESUMEN

La presente tesis analiza desde la Ecología Política Feminista la participación de hombres y mujeres dentro de la cadena de valor turística del tequila en Tequila, Jalisco. El interés es ampliar la información de la ruta del tequila en el estado de Jalisco ya que poco se ha analizado la participación y beneficios generados por medio de la elaboración y comercialización de esta bebida a través de la ruta turística.

A través de una investigación cualitativa, se analizaron los roles de género inmersos dentro del proceso de producción del agave y el tequila, pues también se busca contribuir a identificar, las desigualdades que existen dentro de las actividades que realizan hombres y mujeres por lo que la pregunta que se buscó responder fue: ¿Cuáles son las relaciones de género en la cadena de valor turística del tequila en Tequila, Jalisco?

La investigación destaca la desigualdad estructural que limita el acceso de las mujeres a ciertas actividades, las cuales están relacionadas con el trabajo doméstico y de cuidados y que a su vez las coloca en espacios en donde se les restringe su participación debido a barreras sociales y culturales como la creencia de que ellas solo pueden realizar actividades que no requiere fuerza física, son sencillas, delicadas, etcétera. Además, se explora cómo las mujeres pueden verse excluidas de roles clave en la toma de decisiones y liderazgo dentro de las empresas que producen tequila y ofertan recorridos guiados como parte de la comercialización de esta bebida.

Por otro lado, la tesis también deja ver la necesidad de las tequileras que ofertan recorridos guiados de hacer un análisis detallado de las desigualdades que las mujeres viven frente a los hombres, ya que para la realización de estos recorridos no existe una participación activa de las mujeres debido a que el personal dedicado a esta labor está dominado por hombres a pesar de que ellas poseen las habilidades y conocimientos necesarios para realizarlas.

Por último, se realizan algunas recomendaciones las cuales enfatizan en la necesidad de integrar la perspectiva de género en productos turísticos como las rutas, así como la promoción de modelos de negocio inclusivos y la creación de políticas públicas que fomenten la igualdad de oportunidades en todas las etapas de la cadena de valor turística del tequila.

## INTRODUCCIÓN

La actividad turística, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2008) es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. En México hay un importante número de destinos turísticos que ofertan productos y servicios especializados y diferenciados por características bio-regionales a través de rutas denominadas turísticas, la creación de éstas busca impulsar el desarrollo económico de comunidades rurales, pero en especial son nichos de mercado que buscan poner al público un producto (Ibarra-Michel y Velarde-Valdez, 2016). En el país encontramos la ruta del café en Chiapas, la ruta del cacao en Tabasco, la ruta del maíz en Oaxaca, la ruta del vino en Querétaro y Baja California, la ruta del tequila en Jalisco, entre otras.

Como se mencionó en el párrafo anterior la actividad turística tiene la posibilidad de generar beneficios económicos para las comunidades receptoras, por ejemplo, genera nuevas oportunidades de trabajo para hombres y mujeres, sin embargo, estos beneficios no siempre son aprovechados de manera equitativa y están marcados por el género, en el caso de las mujeres, su trabajo es mal remunerado, es socialmente menos valorado, tienen menos oportunidad de obtener cargos de mayor nivel o de seguir con su carrera profesional y se les cuestiona sobre vida personal para poder obtener un empleo (ONU MUJERES, 2025).

En especial las mujeres en destinos rurales, tanto en España como en México, se incorporan al trabajo turístico desarrollando actividades relacionadas con lo doméstico, por ejemplo son responsables de la transformación de alimentos para la venta y el trabajo de cuidados (servicio de hospedaje), además hay marcadas diferencias de acceso a los recursos y beneficios por género generados por el turismo (Cànoves y García-Ramón, 1995; García-Ramón, Cànoves, Salamaña, Valdovinos y Villarino, 1995; Díaz Carrión, Serrano, (2010), Rodríguez y Vizcarra, (2015).

Cabe señalar que una de las problemáticas más recurrentes a las que las mujeres se enfrentan en proyectos comunitarios y/o turísticos tiene que ver con que ellas quedan excluidas de las políticas públicas de desarrollo y son víctimas de las relaciones de poder determinadas por el género las cuales están inmersas en la estructura patriarcal que les imponen ciertas características y comportamientos asumidos como normales (Girón, Gonzales y Jiménez 2008).

Particularmente es de interés de esta investigación ampliar información de la ruta del tequila en el estado de Jalisco. Se han realizado diferentes investigaciones relacionadas con la producción del tequila, en ellas se analiza la producción y comercialización de este producto desde diferentes perspectivas, por ejemplo, algunos trabajos han dado cuenta de la participación de los actores sociales en estos procesos, del impulso de la región a través del enfoque de desarrollo territorial y la preservación sociocultural de la bebida a partir de un enfoque antropológico. Sin embargo, poco se ha analizado sobre la participación y beneficios generados por medio de la elaboración y comercialización de la bebida a través de la ruta turística diferenciada por género, de ahí que la presente investigación analice desde la Ecología Política Feminista la participación de hombres y mujeres dentro de la cadena de valor turística del tequila en Tequila, Jalisco.

La cadena de valor del tequila en Tequila, Jalisco cobra relevancia debido a que en los elementos que la constituyen participan hombres y mujeres de la comunidad, particularmente se analizó esta cadena en el municipio de Tequila que se localiza aproximadamente a 40 minutos de la cabecera municipal y de acuerdo con las operadoras turísticas de este municipio es el destino más popular en la producción del tequila.

La presente investigación también busca contribuir a identificar, las desigualdades que existen dentro de las actividades que realizan hombres y mujeres para la producción del agave y el tequila, por lo que la pregunta que se buscó responder fue: **¿Cuáles son las relaciones de género en la cadena de valor turística del tequila en Tequila, Jalisco?**

En el primer capítulo se presenta la incorporación de las mujeres en congresos, conferencias y tratados con perspectiva de género , así como su participación en luchas sociales y su incorporación en las leyes y políticas públicas de México, para después dar pie a aspectos relacionados con la perspectiva de género incluyendo estudios de caso sobre proyectos comunitarios en espacios rurales, que dejan ver las desigualdades y los obstáculos que mujeres enfrentan, también se muestran algunas tipologías del turismo y el concepto de producto turístico y de cadena de valor turística que sirvió teórica y metodológicamente para la investigación.

En el segundo capítulo se identifica la ubicación geográfica del municipio de Tequila y se contextualizan las condiciones socioeconómicas haciendo énfasis en las condiciones que excluyen a las mujeres en participar en la generación de economía, del mismo modo se hace una revisión de la actividad turística dentro del municipio, contextualizándola como una actividad complementaria que ayuda a la comercialización del tequila y a genera mayor derrama económica.

El tercer capítulo, expone el planteamiento del problema de la investigación, así como el objetivo general y específicos; finalmente se presenta la metodología que incluye el diseño de la investigación, técnicas y trabajo de campo.

En el cuarto y penúltimo capítulo se presentan los resultados obtenidos, realizando la reflexión a través de la Ecología Política Feminista y dejando al descubierto los roles de genero asignados sociales y culturalmente, así como exponiendo las experiencias que hombres y mujeres tienen dentro de los eslabones que conforman la cadena de valor turística del tequila.

El trabajo cierra presentando las conclusiones y recomendaciones finales con la intención de que estos sirvan para vincular los hallazgos con futuras investigaciones y mostrar las posibles aplicaciones prácticas.

## **CAPITULO 1. MARCO TEORICO**

### **1.1 Feminismo, mujeres, leyes y políticas públicas**

En el derecho internacional de los derechos humanos, la discriminación por razón de género se reconoce como un obstáculo para el avance de la igualdad y los derechos humanos de las mujeres. Este tipo de discriminación se ha construido a partir de la diferencia sexual y los estereotipos de género y puede incluir cualquier diferenciación que se realice entre hombres y mujeres (Placido, 2021).

A nivel internacional la Organización de las Naciones Unidas ha hecho un esfuerzo para visibilizar la desigualdad de género y disminuir la brecha de desigualdad entre hombres y mujeres, para ello ha realizado diferentes conferencias internacionales. Por ejemplo, en junio de 1992 durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (Río de Janeiro, Brasil) se firmaron acuerdos sobre el medio ambiente, desarrollo, cambio climático, biodiversidad, pero también otros temas relacionados con la pobreza, las mujeres y los jóvenes (Manos Unidas, 2024).

En 1995 en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing surge una serie de objetivos estratégicos y medidas para el progreso de las mujeres y el logro de la igualdad. En esta plataforma se solicita a los Estados Parte buscar mecanismos institucionales para el adelanto de la mujer, es decir integrar la perspectiva de género en las legislaciones, políticas, programas y proyectos (Placido, 2021).

También hay que destacar la fuerza e importancia política del movimiento feminista para reivindicar el importante papel de las mujeres en diferentes aspectos de la vida social, económica y política. Por ejemplo, este movimiento contribuyó enormemente a diferentes logros en materia de política pública, por ejemplo, en 1953 en México las mujeres ganan el derecho al voto y a obtener cargos de elección popular, además se logró que ellas tuvieran derecho a la educación (Sánchez, 2022). La educación sirvió como un eslabón importante para que las mujeres comenzaran a insertarse en el campo laboral (Girón, Gonzales y Jiménez 2008).

También el feminismo logró otras reivindicaciones para las mujeres presionando para que se celebraran convenciones, se formularan leyes, y se reconocieron derechos a favor de éstas, por ejemplo, en 1975 se celebra en la ciudad de México la Conferencia Mundial de la Mujer y se promulgó el "Año Internacional de la Mujer" por la Organización de Naciones Unidas (ONU), sugiriendo al gobierno mexicano a dictar una serie de reformas jurídicas tendientes a eliminar la desigualdad entre hombres y mujeres, sancionada por la legislación. De igual manera varias disposiciones discriminatorias contenidas en el Código Civil de 1928 fueron derogadas, entre ellas la que exigía el permiso escrito del marido de la mujer casada que quisiera acceder al empleo remunerado. También se estableció la igualdad de derechos de hombres y mujeres para ser sujetos de dotaciones de tierra y la igualdad de derechos de las mujeres ejidatarias" (Cano, 1996).

Otro alcance importante en cuestión de la igualdad de género fue el Programa de Acción para el siglo XXI, llamado Programa 21 que contempla acciones que los Estados Miembros deberían promover para modificar el modelo de desarrollo basado en la explotación de recursos naturales y en la desigual distribución de los beneficios, así como en la necesidad de generar un modelo solidario con las generaciones próximas (CEPAL, 2012).

Para el año 2012, temas como la igualdad, medio ambiente, desarrollo, cambio climático y biodiversidad siguieron vigentes y se debatieron en el Primer Encuentro Global de la Erradicación de la Pobreza y el Desarrollo Sustentable en la Ciudad de México. De acuerdo con el director de la Comisión para América Latina, "la clave para generar un desarrollo e igualdad es lograr la sustentabilidad junto con la igualdad de género, ya que se trata de una oportunidad para impulsar el empleo y la autonomía de las mujeres, por lo que se debe crear un marco institucional con tres pilares con enfoque de género: las leyes, las políticas, los programas y sus reglas de operación" (CEPAL, 2012, pág. 1).

Estas acciones conjuntas y la lucha constante de las mujeres han permitido la creación de políticas públicas y leyes que disminuyen la brecha de desigualdad entre géneros, faciliten su participación en diferentes espacios públicos tomando

decisiones y sobre todo promoviendo leyes inclusivas hasta la actualidad. De acuerdo con Díaz Carrión (2010) en la década de los noventa se impulsan políticas con perspectiva de género como la **Ley del gasto etiquetado para las mujeres y la igualdad de género** (GEMIG). Según Benavente y Valdés (2014) esta ley se impulsó en el 2008 e hizo visible el gasto destinado a resolver las desigualdades en los distintos ramos administrativos con el objetivo de lograr el bienestar y la igualdad sustantiva entre mujeres y hombres a través del financiamiento de programas, medidas y acciones públicas que entiendan y atiendan las especificidades de género, las brechas de desigualdad entre mujeres y hombres en los distintos ámbitos de la vida y se enfoquen en eliminar las expresiones de violencia, discriminación y desigualdad por motivos de género.

## **1.2 La participación laboral de la mujer en la actividad turística y en territorios rurales**

De acuerdo con León (1997) todas las acciones de las mujeres por lograr equidad frente a los hombres no han logrado desafiar por completo la ideología patriarcal (dominación masculina y subordinación de la mujer), transformar las estructuras e instituciones que refuerzan y perpetúan la discriminación de género y la desigualdad social. Esto se refleja en los diferentes sectores de la población, pero en los territorios rurales tiene especificidades que amplía la brecha de desigualdad por ejemplo, 6 de cada 10 mujeres viven en pobreza (Instituto Nacional de las Mujeres, 2019), en consecuencia, la oportunidad de tener acceso a la tierra resulta ser complejo, puesto que, los hombres son los que tienen mayores facilidades para adquirir una propiedad, lo anterior, ha provocado que las mujeres queden excluidas de las políticas públicas de **desarrollo**, pues, a través de los años los programas de apoyo han sido solamente dirigidos al género masculino, debido a que estos fueron considerados como los principales agentes generadores de recursos económicos, mientras que a las mujeres se les encasillo en como **responsables del trabajo doméstico y de cuidados**, lo que les limitó por muchos años desarrollarse en otros ámbitos imposibilitando la oportunidad de tener acceso a diferentes derechos como la educación, acceso a la capacitación, recreación, entre otros., de tal manera que

las mujeres rurales son quienes enfrentan las peores condiciones de pobreza (Valladares, 2008).

Hay que señalar que a partir de las décadas de los ochenta y noventa los territorios rurales se transformaron debido a las políticas neoliberales que rigieron los modelos de desarrollo en América Latina, una característica de estos fue la diversificación de las actividades económicas y productivas en estos territorios, se impulsó al turismo como una alternativa para el desarrollo, debido a las bondades que se le atribuyeron por parte de las instituciones gubernamentales:

“ .... versatilidad y flexibilidad para adaptarse a las condiciones específicas de cada territorio y población, lo que lo convierte en un sector con potencial para ajustarse a las necesidades locales aprovechando los recursos naturales y culturales de la comunidad para dinamizar las actividades económicas tradicionales y promover la identidad cultural local, ofreciendo oportunidades de empleo a la población rural promoviendo el desarrollo sostenible y la inclusión social de estas áreas y frenando la emigración hacia áreas urbanas” (Pérez, 2010)

Asimismo, Pérez (2010) menciona que las instituciones gubernamentales consideran al turismo como una actividad complementaria en el impulso de desarrollo en las diferentes comunidades rurales, sin embargo, ella considera que para generar este desarrollo debe ser necesario incluir mujeres y hombres de la comunidad para que de esta manera se logre la participación de todos los agentes de la localidad de manera equitativa.

A pesar de esto y de que la participación de la mujer en la actividad económica es fundamental para el crecimiento de la economía de cualquier país se siguen generando constantes desigualdades que no permiten formar oportunidades y garantizar la inclusión de las mujeres en el mercado laboral (Banco de México, 2021).

En México la participación de las mujeres en el mercado laboral varía según la localización geográfica, en relación con las tradiciones culturales, las oportunidades laborales y los esfuerzos políticos por ayudar a las mujeres a incorporarse al mercado de trabajo. No obstante, el patrón del empleo asalariado femenino puede distinguirse universalmente por tres características: las mujeres se concentran en

ciertos sectores y ocupaciones (segregación horizontal); tienden a estar en posiciones en el extremo inferior de la jerarquía ocupacional y; las mujeres como grupo ganan menos que los hombres como grupo (Bengoa, 2004) citado por (Bueno, 2021).

Dicho lo anterior y según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) sobre la población de 15 años y más, en promedio en los últimos dos años la tasa de participación de los hombres es del 72.75 %, mientras que la de las mujeres apenas rebasa el 40 %, es decir, subsiste una brecha entre hombres y mujeres de más de 30 % (2024).

Para lo anterior se consideran barreras importantes las expectativas sociales del género expresadas en la actividad económica, por ejemplo, la suposición de que las mujeres están mejor capacitadas para labores ligadas al cuidado y aquellas que implican menor esfuerzo físico, así como barreras legales, tal como la falta de una prohibición a empleadores potenciales del cuestionamiento sobre la situación familiar de una mujer durante el proceso de contratación (Bueno, 2021).

Dicho esto, la participación laboral de las mujeres en el turismo está ocupada por la hospitalidad con persistentes desigualdades debido a cuestiones de género que insertan a las mujeres solo en actividades de cuidado lo cual representa una gran pérdida del Producto Interno Bruto (PIB) (Banco de México, 2021).

En los territorios rurales la situación no cambia mucho, de acuerdo con Ballarda y Parada (2009) la situación de las mujeres rurales en el empleo es el resultado de un conjunto de condicionantes, provenientes de diversas esferas de la sociedad tales como las políticas públicas, las legislaciones, los atributos personales de la población rural, las distancias, entre otras, las que a su vez están relacionados con los roles de género.

De acuerdo a lo anterior la población rural-femenina sigue guardando una gran brecha respecto a la población económicamente activa, pues ellas en casi 70% no están activas, es decir, que no tienen un empleo, mientras que, por el contrario, más

del 80% de los hombres tienen un trabajo remunerado (Ayala, Zapata y Pérez, 2021).

### **1.3 Perspectiva de género feminista**

Para entender a qué nos referimos cuando se habla de “Perspectiva de género” resulta necesario reconocer que el género como fenómeno cultural y social no sólo ha clasificado a la población de acuerdo con su sexo biológico (hombres y mujeres) sino que también ha dejado a las mujeres en total desigualdad en los ámbitos económico, social, político y religioso (Conway, Bourque y Scott, 2000).

De acuerdo con Alberti (2011), “Género es una categoría teórico-metodológica y política que analiza la construcción social de la diferencia sexual, cuestiona las relaciones desiguales de poder y propone un cambio hacia la equidad e igualdad” (pág. 213). En esta definición, según esta autora, está explícita la noción de que la significación de la diferencia sexual es un constructo social dado por cada cultura y, por lo tanto, la biología no determina la discriminación e inferiorización de las mujeres en una sociedad dada. Otro elemento central es considerar las relaciones de poder desigual entre hombres, entre mujeres, y entre hombres y mujeres promovidas por la jerarquización social.

Rodríguez y Campos (2011) consideran que el género también puede considerarse como parte fundamental del cuerpo teórico-metodológico que permite estudiar la situación de las mujeres en relación con los hombres en diferentes contextos, ya que es un enfoque que busca conocer y entender mejor las identidades personales y sociales que han sido atribuidas a los sujetos mediante “invenciones culturales” que van más allá de las diferencias biológicas.

Es muy importante señalar que los estudios de género muestran las diferencias entre mujeres y hombres, pero no todos los estudios de género explican el porqué de esas diferencias. Por ello es absolutamente necesario que los estudios de género incluyan la teoría feminista (Alberti, 2018).

Con la adopción de este enfoque se permite relacionar la perspectiva de género y el movimiento feminista y cuestionar las jerarquías entre los géneros presentes en

la organización social, en la esfera económica, en la estructura política, así como el sistema de parentesco y el matrimonio, entre otras instituciones (Rodríguez y Campos, 2011).

Aclarando, esta perspectiva es considerada como un enfoque teórico y práctico que surge del feminismo, por tanto busca analizar, comprender y transformar las relaciones de género basadas en la desigualdad y la opresión, así, como, visibilizar las desigualdades de género, denunciar la opresión que sufren las mujeres y promover la equidad y la justicia de género en todos los ámbitos de la sociedad, es decir, la perspectiva de género feminista es una herramienta analítica y política que busca transformar las estructuras patriarcales y construir una sociedad más igualitaria y justa para todas las personas, independientemente de su género (Lagarde, 1996).

Algunos de los aspectos clave que los estudios de género han visibilizado es la carga individual y social del trabajo doméstico y de cuidados que recae en las mujeres, asignado de acuerdo con los constructos sociales y que tiene que ver con el bienestar cotidiano de las personas (Torns, 2008), así como la desigualdad de acceso a los recursos productivos, educativos y de capacitación, entre otros.

#### **1.4 Ecología Política Feminista**

En la década de 1980 solamente se hablaba de una política ecológica (EP) la cual se centró de manera general en el acceso a recursos, sin embargo, de acuerdo con diversos autores era necesario incluir la perspectiva de género y la etnicidad dentro de este término, principalmente por la limitada participación de las mujeres dentro de diferentes contextos, destacando, principalmente, el acceso a los recursos y cuestiones de desigualdad de género, prejuicios y abusos dependientes de género (Ullua,2020).

Fueron Rocheleau, Slayter y Wangari (2004) quienes proponen hablar de la ecología política desde una perspectiva feminista, en este contexto, el eje central de esta propuesta es el género ya que este interactúa con la clase, raza, cultura e

identidad nacional en la experiencia de las personas con el ambiente y los intereses en el mismo.

Para conocer dicha experiencia e intereses, la ecología política feminista propone analizar los siguientes temas: la división de trabajo dependiente del género; los derechos y responsabilidades y el riesgo ambiental en la vida cotidiana poniendo énfasis en los diferentes ejes de poder que pueden definir el acceso y control de las mujeres a los recursos.

En su marco de análisis Rocheleau (2004), cuestiona el dominio de los hombres sobre los bienes naturales y aunque su participación es dominante y visible en comparación a la de las mujeres, no las excluye de una relación con la naturaleza, puesto que las mujeres del todo mundo han trabajado mucho para mantener y desarrollar sus propio espacios en el planeta a través del manejo cotidiano del paisaje que habitan por lo que proponen considerar tres temas relevantes comunes al género y ambiente los cuales ayudan a definir de manera particular algunas generalidades de los mismos, tal y como se presenta a continuación:

#### *TEMA 1: CIENCIAS DE LA SUBSISTENCIA DEPENDIENTES DEL GÉNERO*

La ecología política feminista se preocupa de la convergencia del género, la ciencia y el ambiente, esta perspectiva junto con los demás movimientos y estudios que abordan la relación entre el género, la ciencia y el ambiente, comparten distintos puntos en común:

1. Los roles múltiples de las mujeres como productoras, reproductoras y consumidoras las ha obligado a desarrollar y mantener sus conocimientos y habilidades de manera informal para mantener sus hogares, comunidades y paisajes.
2. Las mujeres de todo el mundo están expuestas a diversos sistemas políticos y económicos, así como a actividades del cuidado del hogar lo que sugiere que la participación de las mujeres en estos ámbitos está casi siempre influenciada por las responsabilidades que tiene que ver con la casa, la salud y en muchos casos con la subsistencia básica.

3. La mayoría de los movimientos feministas consideran distintos aspectos críticos en los cuales se involucra la desigualdad y poder en la ciencia, abuso y maltrato de las mujeres, uso de suposiciones respecto a aspectos culturalmente fijados dependientes del género y experiencias de mujeres.

## *TEMA 2: DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DEPENDIENTES DEL GÉNERO*

Responder al cuestionamiento ¿Quién controla y determina los derechos sobre los recursos, la calidad del ambiente y la definición de los que es un medio deseable y saludable? conduce nuevamente a retomar que existen derechos al control y al acceso ambiental que dependen del género, así como del poder para preservar, proteger, cambiar, construir rehabilitar y restaurar los bienes ambientales y para regular las acciones de unas como de otros.

Existen factores específicos que determinan las acciones de los demás así como los derechos y responsabilidades ambientales dependientes del género de una forma espacial, por ejemplo, los espacios del acceso y el control de los hombres y las mujeres suelen dividirse entre lugares públicos y los privados y entre los espacios del hogar y el trabajo lo cual puede variar dependiendo de la cultura y afecta tanto a los sistemas de tenencia de los recursos y el control de calidad ambiental como los consuetudinarios.

La tenencia de los recursos estructurada con base en el género abarca tanto a los derechos como las responsabilidades. El tipo de tenencia tiende a reflejar las relaciones de poder que dependen del género. Los derechos ambientales, especialmente los de los recursos, pueden ser *de jure* (legales) o *de facto* (por las prácticas o costumbres) por lo que normalmente se asocia a los hombres con los derechos de jure y a las mujeres con los de facto.

Esto se ve reflejado en la diferencia de uso de los bienes naturales por parte de las mujeres y hombres, ellas suelen tener derechos de uso renovable (sobre los cultivos de las plantas en el suelo, las hojas, los árboles o la recolección de la leña) mientras que los hombres tienen derechos de uso de consumo (los árboles completos, la compra y venta de tierra y el agua). De igual manera se pueden dividir entre

derechos de uso consuetudinarios y los de uso y acceso; los cuales también tienen dependencia en el género, por ejemplo, en muchas culturas los hombres mayores comparten la autoridad para distribuir los recursos y a las mujeres es poco probable que se les elija para ocupar puestos de poder por lo que se encuentran en total desventaja para obtener otros beneficios como créditos hipotecarios o jubilación.

Asimismo, es importante mencionar que también existen responsabilidades las cuales se unen paralelamente con la división de los derechos antes mencionados, estas son expresadas en los niveles doméstico y de la comunidad. Las formas más comunes de responsabilidad genérica sobre los recursos consideran dos puntos importantes: la responsabilidad para procurar trabajos o productos particulares del uso domésticos (agua, leche, hierbas medicinales, etc.) y la responsabilidad de administrar recursos particulares (proteger fuentes de agua, mantener bosques comunitarios, proteger parques, etc.).

Estas responsabilidades y derechos están desbalanceadas en muchas áreas pues las mujeres tienen una carga desproporcionada de las responsabilidades y poseen al mismo tiempo derechos formales muy limitados lo cual genera un desequilibrio derivado de las relaciones de poder entre el uso de los recursos, quienes los usan, quienes los poseen y quienes los administran.

### *TEMA 3: POLÍTICA AMBIENTAL ACTIVISMO DE BASE DEPENDIENTE DEL GÉNERO*

La inclusión de las mujeres en las luchas ambientales y en los movimientos políticos y sociales derivado de las dificultades a las que se enfrentan para asegurar la subsistencia de sus familias en instituciones de crisis ecológica y económica ha contribuido a seguir uniendo esfuerzos y de esta manera lograr que las mujeres tomen acciones que les permitan incluirse en distintos contextos destacando el político y social.

De acuerdo con lo anterior es importante mencionar que, derivado de las condiciones económicas y ecológicas, catastróficas, que las mujeres de todo el mundo viven, éstas se enfrentan a limitaciones severas en sus opciones de

subsistencia y participación, si es que lo hacen, lo cual al mismo tiempo refleja la presión y la angustia que genera el sistema y el impacto que tiene el mismo en el bienestar familiar y personal de las mimas.

Dicho lo anterior en todo el mundo grupos locales se organizan para compartir el manejo de los recursos e incrementar la accesibilidad y de esta manera ayudar a crear nuevas oportunidades y proporcionar mejor acceso a la tierra y al trabajo; por lo que todas estas luchas económicas y ecológicas tienen consecuencias importantes en el significado del género y la naturaleza de los roles de los hombres y las mujeres debido a que estas organizaciones exigen un desarrollo más equitativo entre las clases, los grupos étnicos y el género y así mismo logran generar que las mujeres se involucren cada vez más en espacios antes limitados a los hombres, ocasionando de esta manera, que su agencia y empoderamiento incrementen.

#### **1.4.1 Estudios de caso que involucran la participación de las mujeres en proyectos turísticos desde la perspectiva de género feminista**

En esta sección se presentan diferentes documentos que analizan la participación de las mujeres en diferentes contextos turísticos, tanto a nivel internacional como nacional. En diferentes estudios Gonzales y Piñeiro (2021) consideran que el acceso de las mujeres a los recursos en la mayoría de los casos responde a el sistema heteropatriarcal, el cual conduce a las mujeres a una posición de desigualdad y vulnerabilidad, pues en la mayoría de los casos su participación dentro de espacios privados o públicos está altamente relaciona con actividades asociadas a las del hogar y cuidado y en el caso particular de espacios naturales o rurales se ha analizado y denunciado que su participación suele ser nula o casi nula debido a que voces como las de los hombres son las más escuchadas y sus argumentos son los que disponen de mayor visibilidad o mayor espacio para ser enunciados, situación que se puede observar en las siguientes investigaciones.

En el documento titulado Ecoturismo comunitario y género en la Reserva de la Biosfera de los Tuxtlas, México Díaz Carrión (2010) se planteó la siguiente pregunta ¿Cómo el ecoturismo potencializa el control de recursos y la participación de las mujeres en su propio desarrollo o el de sus comunidades? y busca caracterizar

los mecanismos socioculturales que sostienen las inequidades y limitan el acceso de las mujeres a los espacios de poder en las comunidades rurales.

La investigación se realizó en la Reserva de la Biosfera de los Tuxtlas (RBT) que protege los últimos reductos de una selva de la zona y en la que el aprovechamiento de los recursos que alberga no siempre se ha llevado a cabo de forma ordenada, es por ello que el uso de estos recursos naturales para la realización de actividades lúdicas, se convierte en un elemento principal de la oferta turística alternativa concibiendo al ecoturismo como una herramienta para resolver la problemática de conservación y desarrollo.

Ella resalta que en México, a finales de la década de los noventa se incluye la perspectiva de género en las políticas pública y se institucionaliza el establecimiento de medidas para el empoderamiento de la mujer, de tal manera que se impulsan proyectos turísticos comunitarios con la participación de las mujeres esperando que las actividades y servicios turísticos en espacios rurales funcionarían para generar una oferta turística que promueva la educación ambiental y la igualdad de oportunidades, logrando así destacar la participación activa y reconocida de las mujeres en todos los espacios de la comunidad. Debido a esto ellas pueden mejorar sus condiciones de vida como la autonomía financiera, la valoración del trabajo y la oportunidad de crear contacto con la esfera pública, mejorando así patrones de desigualdad al acceso de recursos y oportunidades, adquiriendo nuevas habilidades y estableciendo redes de apoyo empresarial y personal.

En el caso de las mujeres de la RBT, la autora encontró que los efectos generados por el ecoturismo son negativos y positivos. Entre los primeros se encuentra que hay una estrecha relación de la actividad turística con el rol tradicional de la mujer como cuidadora de otros y poca valorización del trabajo doméstico; los segundos, refieren a los beneficios que las mujeres adquieren como socias, por ejemplo, valoran su participación en el ecoturismo comunitario, pues les ha generado beneficios como el aumento de autoestima, autonomía, seguridad, reconocimiento y desarrollo de nuevas habilidades.

Además, las mujeres de esta reserva revelaron que su participación en el proyecto resultó en que ellas tuvieran acceso a roles significativos o el reconocimiento de la comunidad, esto conllevó el enfrentamiento con sus parejas y/o la sobrecarga de trabajo, aun así, se considera que el ecoturismo en la mayoría de los casos fungió como estrategia positiva generadora de cambios en la estructura social y en las normas sociales para la introducción de las mujeres en las actividades equitativas de la comunidad.

Desde otra perspectiva, Rodríguez y Vizcarra (2015) en su documento titulado “Turismo comunitario y género: La incorporación de las mujeres al proyecto turístico del Ejido El Rosario, Ocampo, México” analizaron los cambios sociales a nivel comunitario que ha generado la incorporación de las mujeres en el proyecto turístico del Rosario, Michoacán, que forma parte de la Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca.

El objetivo de dicha investigación fue conocer el papel de las mujeres en este tipo de proyectos y el destino de los recursos generados por su participación impulsado por el gobierno federal y organizaciones no gubernamentales.

Respecto a lo anterior las autoras consideran que el turismo comunitario puede servir como una herramienta generadora de oportunidades para las mujeres y ayudar al proceso de “reasignación del rol tradicional” que deberían desempeñar ellas en sociedad el cual ubica a las mismas en un papel de cuidado y reproducción de los seres humanos. Por esta razón mencionan que es necesario tener acceso a cargos de representación ya que este trae consigo la capacitación y control de recursos, sin embargo, las mujeres no son consideradas en esto.

Las autoras antes mencionadas identificaron, que las mujeres realizan más y diversas tareas en los hogares y fuera de él en comparación a los hombres, pues además del trabajo doméstico y de cuidados las mujeres con sus ingresos cubren necesidades por la ausencia temporal masculina cuando estos salen a buscar oportunidades laborales. En la mayoría de los casos el dinero obtenido por las mujeres es utilizado en la compra de alimentos, ropa, zapatos, limpieza personal,

perfumes, entre otras. De igual manera se recurre a él para adquirir material y diseñar artesanías o suvenires.

Bajo este contexto, Rodríguez y Vizcarra (2015) mencionan que a pesar de que el turismo abre la posibilidad de crear empleos en áreas rurales, se siguen generando persistentes desigualdades basadas en el género. Sin embargo, resulta efectivo incluir la perspectiva de género en este tipo de proyectos, pues podría tener efectos positivos en las mujeres y sus familias ayudando a mejorar la confianza e independencia y a su vez serviría como ejemplo hacia otras comunidades enclavadas en Áreas Naturales Protegidas.

Por otro lado, Villanueva, Limón, Barra y Pizar (2017) en su trabajo titulado: Turismo comunitario y empoderamiento de la mujer rural indígena en la sierra Norte de Puebla: caso del Hotel Tezelotzin, plantearon que una de las problemáticas que enfrenta la comunidad antes mencionada se centra en las dificultades económicas que sufrieron las familias debido al cambio climático, que provocó un aumento en las precipitaciones pluviales. Esto resultó en que los hombres campesinos no pudieran sembrar, cultivar ni comercializar sus productos durante un largo tiempo, lo que disminuyó los ingresos en los hogares.

En consecuencia, a lo anterior, el turismo comunitario resultó ser una herramienta que permitió la participación de las mujeres en la comunidad y en el desarrollo de bienes y servicios, ayudando a la repartición consensuada de beneficios económicos a la población local y posibilitó, así, un verdadero diálogo intercultural y conocimiento turista-comunidad generando un respeto al ambiente y valoración de la biodiversidad.

Debido a lo anterior los autores consideran que la actividad turística en el caso particular del estado de Puebla puede ser considerada como una actividad generadora de empoderamiento hacia las mujeres que forman parte de comunidades de la sierra, ya que, acompañado de capacitaciones en temas de género y educación reproductiva, funcionaría también, como una herramienta que podría ayudar a crecer la autonomía y la toma de decisiones, además de generar

cambios sociales y personales logrando romper las con cadenas de subordinación de la mujer frente al hombre (Villanueva, Limón, Barra y Pizar, 2017).

En contraste con los documentos anteriores Sánchez, Pérez, Pérez, Rodríguez y Munguía (2019) consideran que a través de los años, en México, las investigaciones desde la perspectiva de género y los saberes de los pueblos, han hecho que la visión de lo sustentable se dirija más hacia el desarrollo humano, sin embargo, en el caso de las mujeres de la Red Ecoturística Calakmul (REC), Campeche, México; su aparición en las políticas de desarrollo se da desde el papel de “clientas del bienestar”, por esta razón algunas de las problemáticas en las que están inmersas dentro de la REC son:

- División entre el modelo de gestión tradicional de las comunidades y un plan de desarrollo económico que excluye a la organización social.
- Falta de perspectiva de género en el trabajo de la REC.
- Conflictos económicos y personales dentro de la red.
- Escaso reconocimiento por parte de las autoridades municipales.
- Estancamiento de las actividades ecoturísticas debido al desinterés de las autoridades locales en permitir que los grupos gestionen sus propios recursos

Dicho lo anterior las autoras antes mencionadas consideran que, para poder alcanzar el objetivo general de la investigación, el cual se centró en comprender cómo la participación de las mujeres en actividades turísticas no convencionales está contribuyendo al desarrollo personal, social y económico de ellas; es necesario involucrar el tema del empoderamiento como un factor que desafíe la ideología patriarcal, y que también ayude a transformar las estructuras e instituciones que refuerzan la desigualdad social y lograr que las mujeres tengan control sobre sus vidas, adquieran habilidades, aumentan la confianza en sí mismas, desarrollen su independencia y promuevan el cambio para otras.

Respecto al punto anterior, Sánchez et al., (2019) proponen que involucrar la perspectiva de género en las políticas convertida al empoderamiento en una estrategia de desarrollo, con el objetivo de generar un cambio social que conduzcan

a la promoción de la autonomía y la independencia en la gestión de recursos y promoción turística, y a su vez, mejore la calidad de vida de las mujeres participantes, generando oportunidades laborales y de desarrollo en el sector turístico, como sucedió en el caso de la REC.

En el último documento revisado en esta sección, titulado Ecoturismo y el trabajo invisibilizado de las mujeres en la Selva Lacandona, Chiapas, México las autoras Suárez, Bello, Hernández y Rodes (2016) consideran como objetivo principal revelar la situación de invisibilización de las mujeres en la actividad ecoturística en la Selva Lacandona, observando los efectos que mantienen los estereotipos de género en este contexto.

La metodología empleada dentro de la investigación combinó un enfoque cualitativo, un modelo de dos niveles, herramientas de investigación como la observación participante y entrevistas semiestructuradas, y el análisis de contenido para analizar la situación de las mujeres en la actividad ecoturística en la Selva Lacandona.

Después de aplicar la metodología antes mencionada, las autoras consideran que el papel de las mujeres ha estado históricamente limitado a ciertas actividades tradicionalmente asociadas con roles de género específicos. En muchos casos, las mujeres se han visto relegadas a tareas como cocineras, recepcionistas y encargadas de limpieza, mientras que los hombres ocupan puestos directivos, manejan aspectos financieros y toman decisiones importantes

Sin embargo, a pesar de estas limitaciones iniciales, se ha observado un cambio positivo en la participación de las mujeres en el ecoturismo. Algunas mujeres han destacado el valor de su participación en estas actividades, mencionando el contacto con otras personas, el desarrollo de nuevas habilidades, el sentido de pertenencia a un grupo, la modificación de roles, el reconocimiento de su trabajo e incluso la independencia económica en algunos casos.

Dicho lo anterior es importante destacar que, a medida que el ecoturismo se consolida como una alternativa económica y social en la región, se ha vuelto crucial

visibilizar y valorar el trabajo de las mujeres en esta industria. Se han propuesto medidas como la capacitación de las mujeres, su inclusión en los procesos y lineamientos de financiamiento, y la planificación de proyectos con una perspectiva de género para maximizar su participación y reducir las brechas existentes.

### **1.5 Tipologías del turismo**

Leonardi (2005) en su documento titulado “La construcción de tipologías en el medio rural” menciona que la clasificación de espacios agrícolas ha ido cambiando a través de los años debido a factores como el tamaño de la propiedad, lugar de residencia de la familia, diversificación de las actividades productivas, tecnologías utilizadas, destino de la producción, etcétera. De ahí que Leonardi (2005) realiza su trabajo para identificar los factores que caracterizan al turismo rural en el municipio de Alfredo Chaves, Brasil.

Debido a lo anterior propone que para realizar las tipologías en el medio rural se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos: las diferencias espaciales, las similitudes y reconocer las tendencias de producción o pérdida de significado del lugar.

Para clasificar las tipologías del turismo rural él toma en cuenta características sociales, económicas y ecológicas de cada lugar. Además, analizó factores específicos de cada emprendimiento turístico tales como las siguientes variables relacionadas con la gestión:

- Mano de obra utilizada
- Arquitectura de los emprendimientos
- Relación entre turismo y actividades agrícolas
- Tipo de atractivos ofrecidos
- Residencia de los empresarios

En este contexto, Luiz Carlos, (2005) considera que el turismo puede ser una estrategia de diversificación económica, ya que creando empleos en actividades indirectamente ligadas al turismo o ligadas directamente impulsa a que las comunidades rescaten, preserven y valoren todas las formas culturales locales y

regionales generando beneficios hacia las familias y la conservación del paisaje y los recursos naturales.

Desde otro punto de vista Delisle y Jolín (2011) en su documento titulado ¿Es posible otro turismo? Mencionan que para poder establecer tipologías dentro de la actividad turística es necesario partir de dos perspectivas esenciales, la del visitante y la del visitado, sin embargo, antes de describir alguna de estas tipologías debemos de considerar al turismo de masas como parteaguas o desenlace de los demás tipos de turismo

Dicho lo anterior, el turismo de masas es aquel que involucra actividades que no muestran una preocupación por las consecuencias de la concentración espacio-temporal, es por ello que la ausencia de previsión de carga de los destinos y las consecuencias medio ambientales ha causado el agotamiento de los recursos, así como la destrucción progresiva del medio ambiente natural, de la cultura local y de los paisajes.

Considerando ahora los efectos negativos expuestos anteriormente las autoras consideran necesario involucrar al turismo alternativo como una herramienta que ayude a diversificar la oferta turística, que se acerque a las realidades sociopolíticas y económicas de los lugares y que encuentre formas alternativas para practicarlo, seleccionando un producto o un servicio turístico que no entre en la red turística tradicional.

Por tal motivo a través de los años el turismo alternativo se ha ido extendiendo y junto con él se han diseñado diferentes tipologías que involucran y evidencian uno u otro de los valores expuestos en su definición, todo esto, de acuerdo con las perspectivas expuestas en el primer párrafo.

Para comprender mejor dichas perspectivas las autoras comienzan ordenando las tipologías desde el eje de los visitantes y el eje de los visitados en el siguiente

Cuadro 1. Tipologías turísticas desde el eje de los visitantes y el eje de los visitados

	<b>Principales valores</b>	<b>Lógicas de acción</b>		<b>Principales protagonistas</b>
<b>DESDE EL EJE DE LOS VISITANTES</b>				
Turismo responsable	Buena conducta Previsión Respeto Discernimiento	Desarrollar un consumo y un comportamiento responsable por parte de los turistas	Comportamiento	
Turismo social	Justicia social Equidad Igualdad	Promover el derecho a las vacaciones y la accesibilidad para todo el turismo	Accesibilidad	
Turismo solidario	División Cooperación Simpatía Altruismo	Incitar a los viajeros a apoyar concretamente en un proyecto de desarrollo en la comunidad visitada	Cooperación	
<b>DESDE EL EJE DE LOS VISITADOS</b>				
Turismo sostenible	Perpetuidad Equidad Conservación Crecimiento	Fijarse una planificación, un desarrollo y una financiación a largo plazo	Desarrollo y planificación	
Turismo comunitario	Participación Compromiso Conservación Pertenencia Igualdad de clases	Comprometer las fuerzas vivas de la comunidad a desarrollar, como socio prioritario, una oferta	Gobernanza participativa	
Turismo equitativo	Justicia Honradez Transparencia Integridad	Comprometer todos los protagonistas de la industria turística	Remuneración	
Turismo integrado	Tolerancia Respeto Interdependencia Recepción	Favorecer la integración de las presentaciones turísticas a la vida local de las comunidades visitadas	Cohabitación	

Fuente: Delisle y Jolín, 2011:90-91

## 1.6 Producto turístico

De acuerdo con Vargas (2021) el producto turístico de un destino es una amalgama de numerosas experiencias, en lo que al turista se refiere; por lo que un producto turístico es un conjunto de componentes, atracciones y actividades que se incluye en el término genérico el cual abarca componentes tan diversos como los parajes naturales, la historia y el patrimonio cultural, el entorno arquitectónico y la propia población del destino. Todo esto para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

Dicho lo anterior y de acuerdo con el Manual de Desarrollo de Productos Turísticos (2013) para poder desarrollar un producto turístico es indispensable considerar los siguientes aspectos fundamentales:

1. No es una actividad que se realice sin contexto, sino que forma parte de un proceso amplio con múltiples vínculos.
2. Los estudios de mercado, el desarrollo de productos y el marketing constituyen una cadena. Si no se lleva a cabo satisfactoriamente cualquiera de esos componentes fundamentales, el destino no alcanzará su pleno potencial.

Respecto a esto, se considera que el desarrollo de un producto turístico forma parte de un gran proceso continuo e interconectado y no se debe considerar de manera aislada ya que el desarrollo de un producto turístico es un proceso de reconfiguración de los activos de un destino determinado para responder a las necesidades de clientes nacionales e internacionales (Manual de Desarrollo de Productos Turísticos, 2013).

De acuerdo con lo anterior, resulta necesario conocer las variables que influyenn en el desarrollo de un producto turistico que de acuerdo con el Manual de Desarrollo de Productos Turísticos (2013) son los siguientes:

- Factores económicos
- Factores tecnológicos
- Factores demográficos

- Globalización frente a localización
- Sensibilidad socio ambiental
- Entornos de vida personal y laboral
- Búsqueda de experiencias auténticas
- Marketing
- Seguridad de los viajes

Conocer las variables antes mencionadas ayudara a responder de manera más acertada a una o varias de las siguientes tres motivaciones principales para generar una función proactiva:

1. Aumentar y acelerar la contribución económica del sector.
2. Planificar el desarrollo de forma que sea tanto sostenible como responsable, que ofrezca buenas experiencias para el turista y al mismo tiempo aporte beneficios sustanciosos a la comunidad local y que salvaguarde el entorno natural.
3. Incrementar la prestación de servicios recreativos y de otra índole que puedan beneficiar tanto a la comunidad como a los visitantes.

Sin embargo, para poder desarrollar un producto turístico y alcanzar las motivaciones antes mencionadas resulta importante conocer las etapas de desarrollo de un producto turístico las cuales están divididas en tres etapas claramente diferenciadas: planificación, implementación y comercialización y marketing, que a su vez ayudaran a guiar paso a paso el desarrollo del mismo, el cual es expresado en el siguiente cuadro basado en el Manual para la Planificación de Destinos Turísticos (2014).

Cuadro 2. Diseño de un producto turístico

<b>DISEÑO DE UN PRODUCTO TURISTICO</b>			
<b>1. PLANIFICACIÓN</b>			
<i>Análisis del destino</i>	<i>Conceptualización</i>	<i>Diseño de producto</i>	<i>Plan de acción para el desarrollo de un producto turístico</i>
Todas las acciones están ligadas al recojo de información cuantitativa y cualitativa. Esta etapa inicial permite contar con información técnica y objetiva sobre la situación turística regional (oferta, demanda y las tendencias del mercado)	Se construye un producto de acuerdo a lo que vemos (1) y a lo que queremos transmitir (2) al turista, guiándonos a través de algunos cuestionamientos. 1. ¿Cuál es tu temática?, ¿Qué actividades se pueden ofrecer?, ¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar en el producto? 2. ¿que lo hace especial?, ¿Qué recuerdos queremos que se lleve el turista?, ¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto? <b>IMPLEMENTACIÓN</b>	Se toman en cuenta los siguientes aspectos: 1. Descripción detallada del producto turístico 2. Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico 3. Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico 4. Determinación de las necesidades de intervención pública y privada 5. Gráfico del producto turístico	Considera los siguientes puntos: 1. Conformación del comité local para la gestión y desarrollo del producto turístico 2. Validación del producto turístico definitivo con gestores y público objetivo 3. Consolidación validación del plan de trabajo
<b>2. IMPLEMENTACION</b>			
Implementación de las actividades programadas en el plan de trabajo validadas por los actores involucrados			
<b>3. COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING</b>			
Comercialización del producto turístico			

Fuente: Manual para la Planificación de Destinos Turísticos, 2014

Como se visualiza en el cuadro anterior la primera etapa denominada panificación para el diseño de un producto turístico considera como primer paso el **análisis del destino** ya que este, permite, identificar, caracterizar y comprender la situación actual de la zona de intervención específica en relación con el destino, este aspecto, es de vital importancia, puesto que permitirá delimitar si es que existe o no el escenario idóneo para el desarrollo o reestructuración de productos turísticos; posterior a esto es importante retomar el paso número dos el cual hace referencia a la **conceptualización**, es decir tomando en cuenta la información obtenida en el punto número uno, resulta necesario procesarla y posteriormente plantear todas las posibilidades y alternativas de diseño/reestructuración de los productos turísticos, así como plantear la temática principal del producto y las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo de la oferta actual para que posteriormente se comience con una evaluación del producto turístico y así se identifiquen los posibles escenarios en función a condiciones de mercado, nivel de inversión, tiempo necesario de implementación y las condiciones para la gestión de los productos turísticos, a fin de elegir el que resulte más adecuado de acuerdo al contexto específico del destino.

Ahora bien, considerando los dos pasos antes mencionados lo que sigue dentro de la etapa número uno es el **diseño del producto turístico** ya que en este momento del proceso se busca reconocer las acciones concretas que se necesita llevar a cabo para desarrollar integralmente el producto turístico elegido.

Para lo anterior, en primera estancia será necesario generar una descripción detallada sobre la identidad del producto, resaltando los atributos y características tangibles e intangibles que son susceptibles de valoración por el público y así, posteriormente, seleccionar y evaluar los aspectos que deben componer el

producto y realizar el mapeo de los elementos que intervienen y conforman el producto: recursos turísticos, atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y actividades complementarias los cuales deben de cumplir los siguientes requerimientos:

- Adecuarse a la demanda
- Adecuarse, en cierta medida, con el concepto de producto.
- Desarrollar elementos diferenciales y de valor agregado que
- los haga únicos.

Después de realizar el mapeo se busca evaluar los actores locales que forman parte del producto (gestores del recurso turísticos, instituciones públicas-privadas y empresarios turísticos) así como una evaluación *in situ* de los elementos que conforman el producto turístico, con la finalidad de corroborar su disponibilidad para consumo, nivel de calidad, estado de conservación de los componentes de la oferta e inversiones para la puesta en valor y que de esta manera se puedan conocer las capacidades reales que tiene el sitio o servicio y así lograr una adecuada implementación, control, monitoreo y gestión del producto turístico.

Lo anterior con la finalidad de formar una organización en los espacios y así generar el intercambio de ideas, sugerencias y expectativas para que de esta manera se logre caracterizar el producto turístico con todos sus componentes evaluados y valorizados, orientados hacia el mercado turístico, creando un gráfico que los represente.

Para el último paso, el cual hace referencia al **plan de acción para el desarrollo de un producto turístico** se identificarán las acciones concretas a desarrollar, tiempos que tomará cada una de ellas, responsables que las llevarán a cabo y cronograma de implementación para ello será necesario considerar la creación de un comité, a través del cual se coordine, monitoree y evalúen las actividades y acciones necesarias para el desarrollo del producto turístico y de esta manera se establezca un plan de trabajo en el cual se constituyan una serie de actividades que permitan la puesta en marcha del producto turístico.

### **1.6.1 Estrategias de conservación**

Un aspecto de vital importancia para lograr procesos participativos de la población local y la búsqueda de sustentabilidad es reconocer las diferencias existentes entre la población, por ello la comisión nacional de áreas naturales protegidas (CONANP) (2007) reconoce que la equidad de género es un asunto fundamental de los derechos humanos y una precondition para transitar hacia el desarrollo sustentable. De la misma manera, reconoce que existen roles y responsabilidades diferenciadas para hombres y mujeres en el campo y, por lo tanto, diferentes contribuciones de cada uno a la familia, a la comunidad y a la sociedad.

Debido a lo anterior la SEMARNAT Y CONANP (2007) consideran que los programas y proyectos sirven como estrategias diseñadas para utilizarse como elementos articuladores de recursos a largo y mediano plazo para desarrollar y fortalecer los proyectos productivos alternativos. Un claro ejemplo de esto son los instrumentos de estrategia denominados como programa de desarrollo regional sustentable y programa de empleo temporal.

En el primer caso se establece que para cumplir con la misión de “conservar el patrimonio natural de México” es imprescindible involucrar a las comunidades a los dueños y habitantes de la tierra en la conservación de los ecosistemas y su biodiversidad. a través de la cual se impulsan procesos de tránsito hacia el desarrollo sustentable en las Áreas Protegidas, sus zonas de influencia y en regiones prioritarias, con una visión de mediano y largo plazo.

En el segundo caso, el programa de empleo temporal, serviría como herramienta complementaria también denominada como economía de la conservación la cual apuesta por incluir políticas públicas de desarrollo alternativo que involucre las actividades rurales como parte del desarrollo social y económico. Así mismo la aplicación de modelos como el TCR ayuda a al desarrollo de estrategias y procesos de cambio promoviendo el empoderamiento de las organizaciones y sus integrantes. Tal es el caso del empoderamiento colectivo, siendo las primeras beneficiadas las mujeres pues, al incorporarse a diversos espacios de aprendizaje, logran cambios importantes en su vida.

Dicho lo anterior la siguiente figura refleja los pasos necesarios para el análisis del destino turístico para obtener la información certera que ayuden a encontrar información técnica y objetiva sobre la situación turística regional, así como datos cuantitativos y generales sobre el destino y/o los productos turísticos ya existentes puesto que no necesariamente se deben diseñar nuevos productos turísticos, sino que en algunos casos se requiere reestructurar los existentes.

### **1.7 Cadena de valor**

Para comprender de mejor manera el termino cadena de valor es necesario definir el concepto cadena, el cual de acuerdo con Londoño y Botero (2012) hace referencia a una serie de muchos eslabones enlazados entre sí, destinados a la fabricación de un producto mediante un proceso sucesivo y continuo dirigidos al mismo fin, por otro lado el termino valor es definido por los autores antes mencionados como el grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite, es decir, es el valor añadido de un producto durante las sucesivas etapas de su producción o distribución.

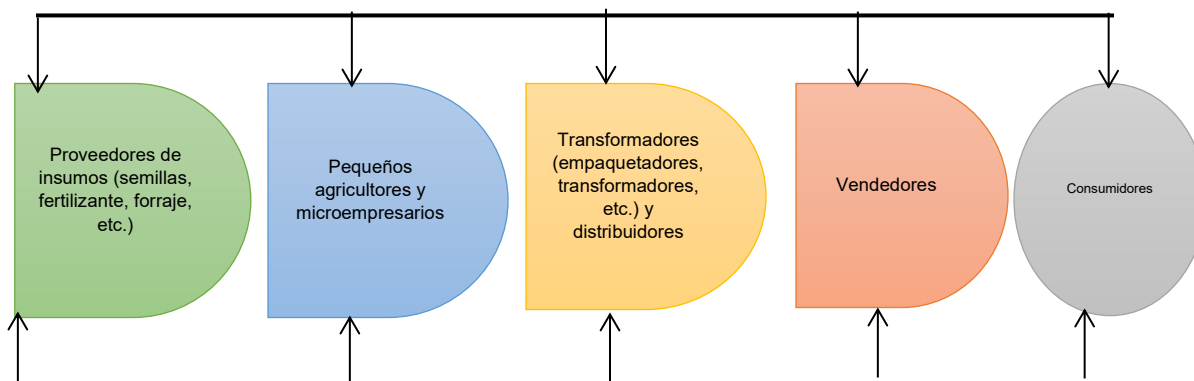
En términos generales, de acuerdo con CEPAL (2017) “una cadena de valor comprende las distintas actividades necesarias para que un bien o servicio llegue al consumidor final, desde la concepción, pasando por las etapas de procesamiento y comercialización” (p.58). Por lo que todo productor, por pequeño que sea, pertenece a una cadena de valor, desde el momento que compra insumos y comercializa sus excedentes, aunque sea de manera informal (CEPAL,2017).

Dicho lo anterior y de acuerdo con la fundación CODESPA (2010) una cadena de valor también puede ser considerada como “un modelo de análisis e intervención que busca añadir un valor económico y social sostenible para las personas que conforman los eslabones más pobres y que tiene un gran potencial para mejorar el impacto beneficioso ya que se produce con el apoyo a las familias productoras de las tradicionales “cadenas productivas” (p.16).

En suma, a lo anterior la cadena de valor también analiza el proceso que sigue un producto desde la obtención de materia prima, procesamiento, transporte y

distribución, e identifica qué factores y agentes de esa cadena inciden en que los eslabones representados por pequeños productores y microempresarios se encuentren en una situación de pobreza permanente (CODESPA, 2010).

Figura 1 . Esquema basico del enfoque de cadena de valor



Fuente: CODESPA, 2010.

En relación con el punto anterior, Harold Koontz (2000) citado por Londoño y Botero (2012) consideran que una parte fundamental de las cadenas de valor involucra las relaciones sociales, es decir, las relaciones interpersonales dentro de una organización o empresa son de suma importancia ya que las personas que forman parte de esta, son el medio mediante el cual se pueden lograr los propósitos de la misma, pues ellas van a permitir que la cadena de valor se fortalezca.

Dicho lo anterior la CEPAL Y FIDA (2017) consideran que la cadena de valor comprende una amplia variedad de actividades requeridas para que un producto o servicio transite por diferentes etapas, desde su concepción hasta su entrega a los consumidores por lo que refieren que dentro de este proceso es importante que se contenga los siguientes elementos:

1. Eslabones de la cadena de valor: estos hacen referencia a las distintas etapas de concepción y diseño, producción del bien o servicio, tránsito de la mercancía, consumo y manejo, y reciclaje de igual manera estos eslabones pueden estar compuestos de un conjunto de empresas y productores, que pueden competir o cooperar en la provisión del bien o servicio de que se trate.

2. La relación entre eslabones: la relación entre cada uno de los eslabones es clave para el buen funcionamiento del todo lo cual resulta de suma importancia para que se puedan generar políticas públicas específicas.
3. Apropiación del valor agregado: no todos los eslabones, ni los actores de un mismo eslabón, tiene la misma oportunidad de apropiarse del valor agregado por el conjunto de la cadena, por lo que también es importante considerar los beneficios que contrae la distribución del valor agregado.
4. La gobernanza de la cadena: estudiar relaciones que existen entre los eslabones de la cadena valor es un paso necesario para analizar mecanismos, procesos y reglas mediante los cuales las empresas y productores se relacionan con el gobierno y otros actores. En este sentido se busca conocer los factores que determinan la conducta de los agentes de la cadena, así como los vínculos y relaciones que se establecen entre ellos.

De manera que, la cadena de valor tiene un enfoque y una visión de desarrollo sostenible y, por ende, se trabaja bajo el enfoque no sólo de respeto, sino de promoción de los Derechos Humanos, cuidado del medio ambiente e inclusión de colectivos excluidos para que de esta manera los pequeños productores y microempresarios puedan competir en condiciones de equidad y así se fomente, por un lado, la generación de una demanda de sus productos y servicios ofertados y, por otro lado, se promueva la creación de una oferta local de éstos, que será gestionada por microempresas locales.

### **1.7.1 Cadena de valor turística**

La actividad turística es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas hacia países o lugares fuera de su medio habitual y se caracteriza por tener la virtud de contribuir al desarrollo económico, cultural y social de las comunidades receptoras (Delisle y Jolin,2011).

Para la contribución de este desarrollo los productos turísticos ofertados en los diferentes destinos turísticos, permiten al viajero gozar de una experiencia compuesta por elementos tangibles e intangibles o fortuitos que, en relación con los servicios ofertados en el mismo, el turista o visitante considere como el valor de la

experiencia vivida (CEPAL Y FIDA, 2017). Es decir, se consideran que el posicionamiento de cualquier destino turístico en el mercado va depender necesariamente de su capacidad para generar valor percibido por parte del potencial turista (Pulido y López, 2014).

Es por lo anterior que el turismo logra consolidarse como una estrategia de desarrollo cuando contribuye a la diversificación productiva, a la creación de empleo, a la dinamización de la economía local, a la mejora de la infraestructura y, a una mayor “capitalización del campo” en manos de la población local (CEPAL y FIDA, 2017).

Es por lo anterior que la cadena de valor retoma un espacio importante dentro del ámbito turístico debido a que el turismo no es un único producto, sino más bien un conjunto de productos y servicios dentro de los cuales existen eslabones que ayudan a generar valor en la experiencia vivida, es por ello que la cadena de valor constituye “una herramienta básica para describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial, generando valor al cliente final” (Porter, 1985) citado por (CEPAL y FIDA , 2017, p.156).

En términos específicos en el ámbito turístico la cadena de valor puede ser definida como el proceso de transferencia de los productos turísticos desde los proveedores hasta los consumidores, que generalmente está compuesto por productos turísticos, intermediarios turísticos tradicionales o de comercio electrónico y los propios turistas (CEPAL y FIDA, 2017).

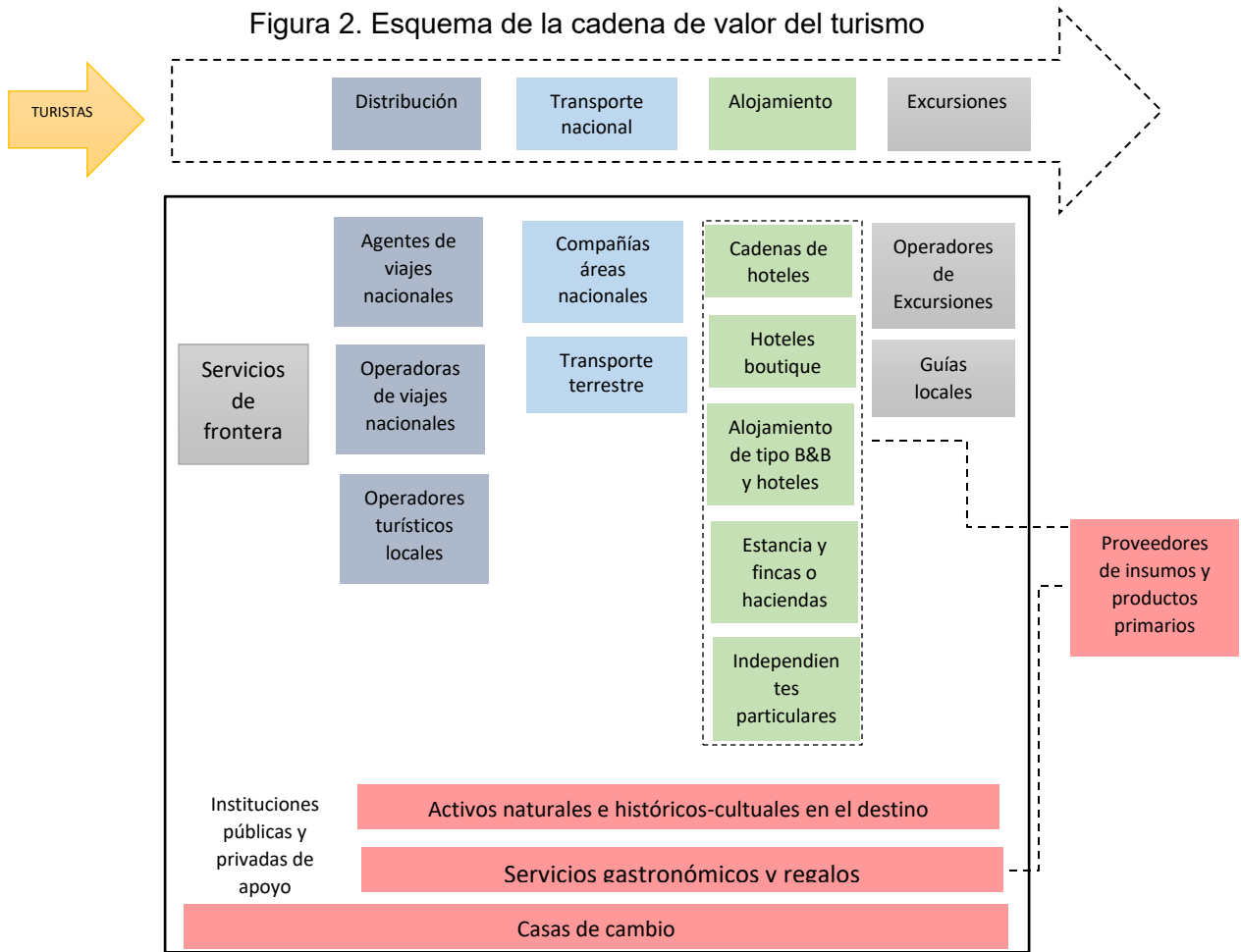
En el caso particular del turismo en territorios rurales, esta actividad, permite incorporar actores no tradicionales, como pequeños agricultores, ganaderos, pescadores, artesanos y miembros de grupos vulnerables como las mujeres y los jóvenes, que puedan sumarse a la cadena de valor (Rosas, s/f). Esto mismo favorecerá una gestión activa de la cadena de valor del destino, lo que, como señala gallego (2009, p. 243) citado por Pulido y López (2016, p.158), permitiría:

- Concentrar los esfuerzos en aquellas actividades en los que la generación de valor para el turista es mayor.

- Identificar los factores clave que aumentan la generación de valor.
- Gestionar el destino como un todo, que es como lo percibe el turista.
- Influir sobre todas las etapas del itinerario de consumo del turista.
- Alcanzar la satisfacción del turista, cuya capacidad de prescripción contribuirá a la mejora de la imagen del destino.

La CEPAL y FIDA (2017) añade que al igual que en otras cadenas, hay que diferenciar, por una parte, la distribución del valor entre eslabones y, por otra, la distribución dentro de estos ya que los distintos tipos de proveedores pueden estar asociados a uno o varios productos debido a que dentro de una cadena de valor en el ámbito turístico se definen distintos eslabones, los cuales comienzan a desencadenarse a partir del turista que desea visitar un nuevo destino por lo que el turista desencadena el eslabón de distribución adquiriendo su pasaje por algún medio o conducto. El siguiente eslabón lo constituye las empresas de aviación u otras entidades de transporte incluyendo los trámites y procedimientos que el turista debe realizar para poder viajar para que posteriormente se comience con los demás eslabones los cuales hacen referencia a la experiencia turística y satisfacen las necesidades de los turistas cobrando relevancia debido a los eslabones locales, es decir la obtención de un producto turístico ofertado dentro del destino recordando que la mayoría de los eslabones antes mencionados pueden contar con su propia cadena de valor.

Figura 2. Esquema de la cadena de valor del turismo



Fuente: Rosas, s/f.

## CAPITULO 2. MARCO CONTEXTUAL

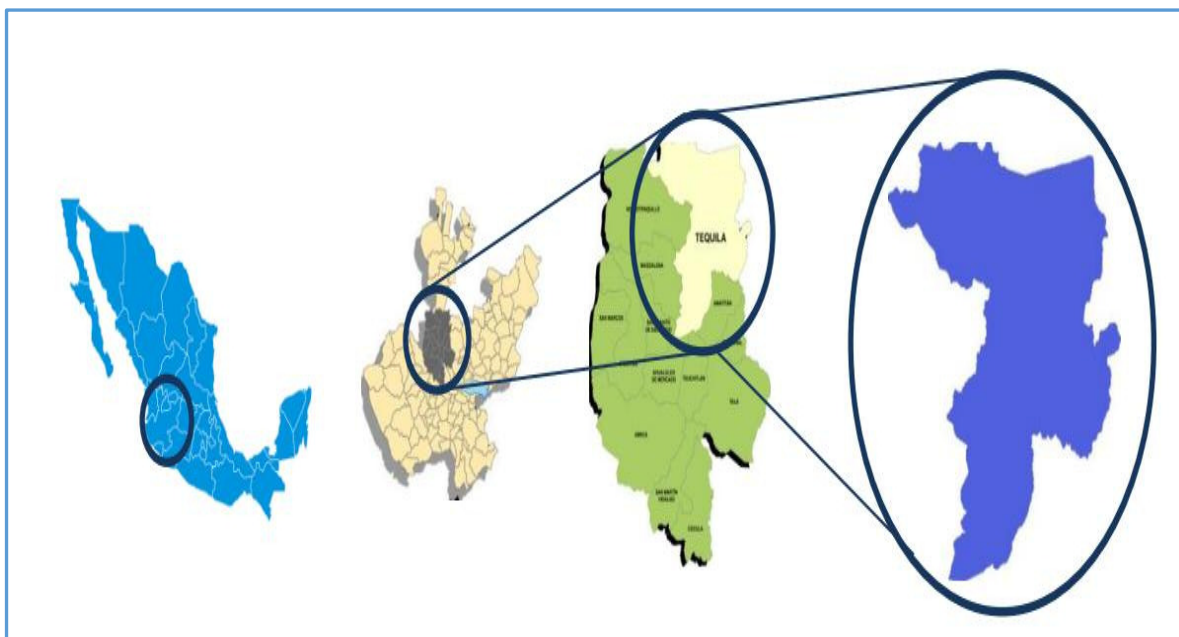
### 2.1 Tequila Pueblo mágico

#### 2.1.1 Ubicación geográfica

El municipio de Tequila pertenece a la Región de Valles del estado de Jalisco, se localiza a 60 km. del Área Metropolitana de Guadalajara, capital del estado (Rodríguez y Torres, 2023). Limita al norte con el estado de Nayarit, el municipio de San Martín de Bolaños y el estado de Zacatecas; al este con el estado de Zacatecas y los municipios de San Cristóbal de la Barranca y Zapopan; al sur con los municipios de Zapopan, Amatitán, Ahualuco de Mercado y San Juanito de Escobedo; al oeste con los municipios de San Juanito de Escobedo, Magdalena, Hostotipaquillo y el estado de Nayarit (García, 2017).

Se localiza entre los 420 y 2,940 metros sobre el nivel del mar y cuenta con una superficie de 1,693 km<sup>2</sup>, representando el 2.2% del territorio estatal, con un total de población de 44 mil 353 personas (Rodríguez y Torres, 2023).

Imagen 1. Ubicación geográfica de Tequila, Jalisco

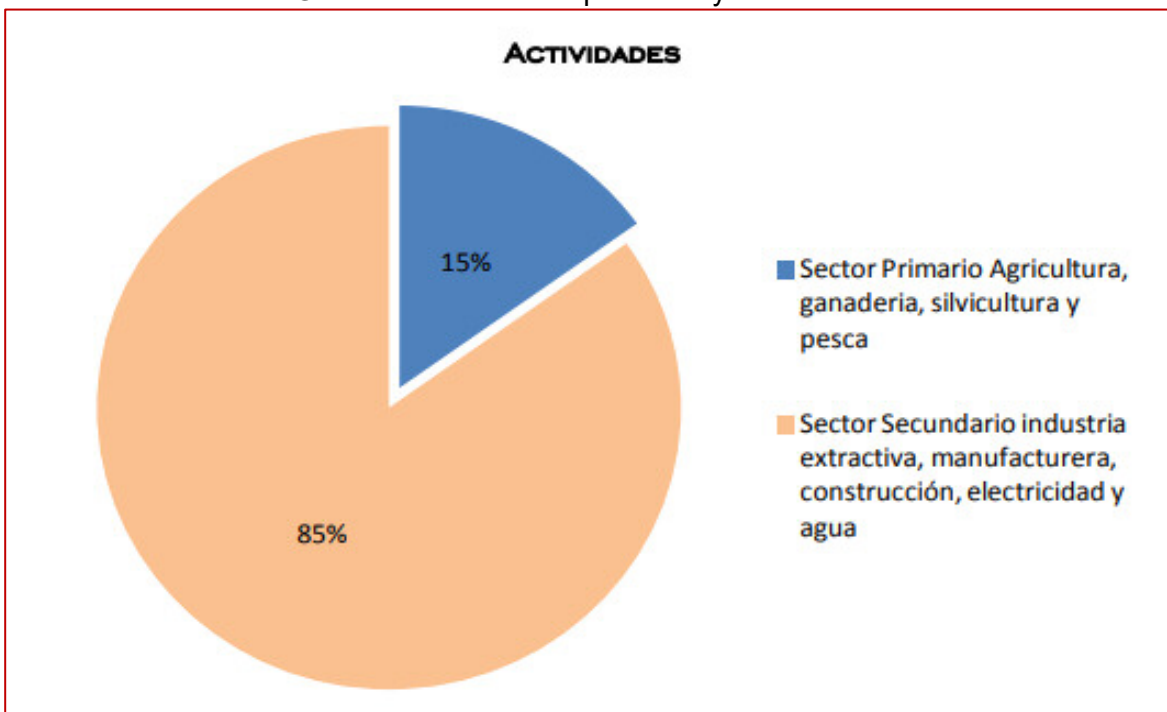


Fuente: García, 2017

### 2.1.2 Actividades económicas

De acuerdo con García (2017) las unidades económicas que destacan en el municipio de Tequila están centradas en el sector primario y secundario. Del sector primario se desprende la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca y del sector secundario encontramos la industria extractiva, manufacturera, construcción, electricidad y agua. (Véase Grafica 1).

Gráfica 1. actividades primarias y secundarias



Fuente: García, 2017

Cabe señalar que en cuanto la producción ganadera y pesquera, el municipio de Tequila tiene una vocación en este sentido, aunque en menor escala. En el caso de la agricultura este municipio concentra la mayor cantidad de hectáreas en el cultivo de agave, con un 72.8% del total, esto, debido a que este sector tiende a impulsar una mayor diversidad de cultivos agrícolas en el municipio, con una mayor rentabilidad, sin afectar al mismo tiempo el paisaje agavero, distinguido con la categoría de Patrimonio Cultural de la Humanidad. De igual manera se encuentran otros cultivos medianamente importantes como son maíz en grano con un 21.1%, ciruela con un 4.1% y el 1.96% de mango (Plan municipal de desarrollo, 2012).

El desarrollo de la producción agrícola está principalmente en manos de los hombres, quienes además de ser los poseedores de la tierra también son propietarios de la maquinaria para la producción de tequila (Lizama, 2019), esta actividad ha estado históricamente ligada al municipio por lo que la industria manufacturera de tequila representa el 97% del valor de la producción de las empresas tequileras y concentran la mayor generación de riqueza del municipio (Plan municipal de desarrollo, 2012).

Hay que destacar que desde el año 1600 comienza la producción tequila, pero no es hasta finales del siglo XVIII que la elaboración de esta bebida se convierte en una actividad que retribuye en el sector económico a nivel local, estatal y nacional, pues de acuerdo con el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) citado por García (2017) “el grupo económico que más empleos genera en el municipio de Tequila es la elaboración de bebidas” (p.24).

Los empleos que genera esta industria son varios, pero en las principales actividades, tanto en campo como en la fábrica, se emplea al género masculino, por ejemplo, ellos son los plantadores, jimadores y cargadores, mientras que en el proceso de fermentación se les ve manipulando la maquinaria para la producción y la materia prima.

Es en el proceso de distribución, las mujeres se insertan en la cadena de valor del tequila aprovechando las bondades del turismo rural, dentro de las actividades que ellas realizan destaca el etiquetado, envasado y comercialización del producto a través de recorridos guiados en donde las mujeres participan como guías locales o en la atención al cliente.

Por otro lado, Sánchez (2017), considera que en un principio la función de la mujer dentro de la cadena productiva agave-tequila se limitaba únicamente a llevar el producto (la piña del agave) para ofrecérselo a las grandes fábricas tequileras para su venta, sin embargo, y aunque actualmente realizan actividades relacionadas a otras áreas como se mencionó anteriormente, ellas siguen sin desprenderse del seno familiar lo cual las inserta en un rol de cuidados y servicio en el hogar o el trabajo, esto a pesar de que es bien sabido que ellas poseen los conocimientos

relacionados con el cuidado del agave así como el control de plagas del mismo, debido a la herencia de conocimiento que sus familiares les han dejado, sin embargo esto resulta ser totalmente invalidado ya que las tradiciones arraigadas a su rol como cuidadores les limita encontrar un trabajo o desarrollarse plenamente y equitativamente en el mismo.

A sí mismo y como parte complementaria de la generación de economía en Tequila, García (2017) hace referencia a la denominación de origen de esta bebida, lo que significa que esta solo puede ser producida en el estado de Jalisco, esto a su vez propicia que la distribución y sobre todo la exportación se convierta en un elemento clave generador de economía.

#### **2.2.4. Actividad turística**

Como se observa, la industria tequilera ha provocado el surgimiento de nuevas actividades económicas complementarias a las ya existentes, tales como la actividad turística.

En el caso particular de tequila se registró una importante actividad turística a partir de que el lugar fue declarado pueblo mágico en el año 2003 ya que de acuerdo con la SECTUR (2016) este lugar cumple con atributos simbólicos, leyendas, hechos trascendentales, cotidianidades y aspectos naturales que se aprovecharon para impulsar el turismo. Esto provocó que en los últimos años este municipio destaque entre turistas nacionales como extranjeros y accedan a diferentes actividades turísticas.

Una de las actividades que se destaca en el lugar es el recorrido por la Ruta del tequila la cual, que de acuerdo con Venegas (2017) fue diseñada para aumentar la competitividad de las pequeñas, medianas y grandes empresas (MIPYMES) ubicadas en la región de Tequila, así como coadyuvar en el desarrollo de infraestructura básica para garantizar el desarrollo de nuevos productos y servicios y fortalecer las acciones referentes a la conservación y cuidado de las áreas naturales y del paisaje agavero y del medio ambiente.

Esta ruta comprende diferentes tequileras, las cuales de manera independiente generan sus propios productos turísticos, por ejemplo, en algunas se ofertan recorridos guiados por las instalaciones de la fábrica para conocer el proceso de producción del tequila, degustación de los productos y la venta de los mismos; otras el recorrido incluye la visita a los campos agaveros y el pueblo mágico.

Estos recorridos pueden insertarse en la modalidad conocida como turismo cultural, debido a que este abre las posibilidades de mostrar y/o explicar el patrimonio arqueológico, histórico, monumental, arquitectónico y expresiones culturales vivas de las regiones, el cual acompañado del agroturismo y otras actividades del turismo rural (visita a los campos agaveros y contemplación del paisaje), permite mostrar, explicar y motivar la interacción con las actividades del campo, como es el caso de las fábricas de tequila y los campos agaveros.

Todo esto ha logrado desarrollar productos y paquetes turísticos de calidad, impulsando el desarrollo económico y social integral del territorio, del mismo modo la Ruta del tequila es considerada como un destino turístico y cultural multitemático, cuya experiencia principal de viaje es la cultura del tequila y la interacción con el paisaje agavero (Venegas, 2017).

## CAPITULO 3. PROCESO METODOLOGICO

### 3.1. Problemática

La inserción de las mujeres en proyectos turísticos rurales puede darse de diferente manera, uno de ellos puede ser en proyectos comunitarios y otros en empresas turísticas privadas, en ambas su participación está relacionada con el trabajo doméstico y de cuidados que perpetúan el rol tradicional de género asignado y generar más horas de trabajo (Díaz-Carrión,2010; Rodríguez y Acevedo, 2015). Algunas investigaciones señalan que su inserción ayuda a un proceso de empoderamiento al incrementa bienestar y calidad de vida a través de aspectos como la capacitación y valoración de sí mismas, teniendo como meta principal generar la capacidad y derecho de estar o ser parte del espacio decisorio, así como la autonomía de tomar y administrar sus propias acciones y recursos (Vizcaíno y Serrano, 2018).

Sin lugar a duda el turismo rural es un agente de cambio y en las últimas dos décadas la participación femenina ha aumentado por la promoción del Programa Nacional de Pueblos Mágicos impulsado por el gobierno federal. En México existen 132 pueblos mágicos, específicamente en el estado de Jalisco podemos encontrar 12 y de acuerdo con la Secretaría de Turismo (2016) se les denominan así a las localidades que poseen diferentes atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad y que hoy día son una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.

Particularmente el municipio de Tequila fue declarado Pueblo Mágico en el año 2003 por la importancia y denominación de los campos agaveros como Patrimonio Mundial de la Humanidad.

De acuerdo con Miranda (2006) y la Secretaria de Turismo de México (2019) después de la grabación de una telenovela mexicana, filmada en el año 2007 se manifiesta una incipiente actividad turística en este municipio, las expectativas y motivaciones de los turistas que visitan este lugar están conformadas

principalmente por la producción y consumo del tequila ya que este destino destaca por sus grandes paisaje de los cultivos de agave y cuenta con patrimonio arqueológico como sus haciendas, infraestructura vial, transportación, artesanías, cultura local, gastronomía, paisaje natural o construido. Además, según este mismo autor, con la llegada de los visitantes a este destino, sus habitantes crean en sitios naturales y culturales establecimientos de recreación, hospedaje o alimentación para satisfacer las necesidades de los turistas.

Varios de los atractivos de este lugar están centrados principiante en algunas tequileras las cuales ofertan la degustación y venta de tequila y recorridos guiados a lo largo de las tequileras para conocer el proceso de producción de esta bebida.

Ante este escenario en la presente investigación se le denominará cadena de valor turística del tequila a las distintas actividades necesarias para que un bien o servicio llegue a su consumidor final (CEPAL y FIDA, 2017). En ella participan diferentes personas y se llevan a cabo procesos que bien vale la pena analizar desde la Ecología Política Feminista propuesta por Rocheleau, Slayter y Wangari (1980) (EPF) ya que esta considera al género como una variable importante en el acceso y control a los recursos al interactuar con la clase, la casta, la raza, la cultura y la etnicidad, es decir se ocupa del complejo contexto en el cual el género interactúa con los aspectos antes mencionados para conformar nuestra experiencia del ambiente y nuestros intereses en el mismo (Rocheleau, Slayter y Wangari, 2004).

Además, porque la EPF ofrece elementos clave para entender y explicar la participación de mujeres y hombres en cualquier proceso que incluya el acceso y control de recursos como lo es la promoción del producto turístico ofertado por las distintas tequileras del municipio de Tequila. Pues en las actividades de producción de esta bebida es importante considerar que los roles de las mujeres así como sus conocimientos ambientales (que ayudan ampliamente en la producción de alimentos y materias primas) han obligado a desarrollar y mantener sus habilidades de integración para manejar sistemas complejos de hogares, comunidades y paisajes, tal y como lo encontraron Rocheleau et al., (2004) en otros contextos, estas autoras también señalan que las mujeres están expuestas a diversos sistemas

políticos y económicos que no les permiten involucrarse en actividades comerciales, de responsabilidad y/o en su caso de control y acceso de los recursos generados por la venta de algún producto, lo cual las pone en una posición de desventaja y desigualdad y no permite que ellas se puedan desarrollar de manera adecuada.

Elmhirst (2017) enfatiza en generar investigaciones y prácticas que empoderen y promuevan la transformación social y ecológica y así generar un cambio ecológico que permita a mujeres y hombres sostener formas de subsistencia y de esta manera lograr un desarrollo sustentable, tal y como lo promueve el turismo rural.

En la búsqueda por contribuir a estos estudios e identificar las formas de participación, acceso y control de los beneficios generados en los proyectos turísticos rurales, se llevará a cabo una investigación en Tequila, Jalisco.

### **3.2 Pregunta de investigación**

¿Cuáles son las relaciones de género en la cadena de valor turística del tequila en Tequila, Jalisco?

### **3.3 Objetivo general**

Analizar desde la Ecología Política Feminista la participación de mujeres y hombres en la cadena de valor turística del Tequila en Tequila, Jalisco

### **3.4 Objetivos específicos**

- Identificar de qué manera intervienen la asignación de estereotipos en la participación de mujeres y hombres en la cadena de valor turística del tequila en Tequila, Jalisco.
  - Identificar cómo las normas sociales y consuetudinarias regulan la participación de las mujeres y hombres en el diseño de la cadena de valor turística del tequila en Tequila, Jalisco
- Identificar las implicaciones sociales y culturales que conlleva la participación de hombres y mujeres en la cadena de valor del tequila en Tequila, Jalisco

### **3.5 Justificación**

La presente investigación tiene relevancia en los estudios de género y turismo, en tanto que estos deben profundizar en el análisis de la desigualdad de género, en especial en la brecha laboral en el turismo y su impacto en el ambiente; analizar esta problemática desde la Ecología Política Feminista (EPF) permite develar aspectos relacionados con las normas sociales, responsabilidades y obligaciones y las políticas ambientales que están estructuradas por el género.

Por tal razón, generar un nuevo conocimiento, respecto a las limitantes que sufren las mujeres dentro de la actividad turística y desde su partición en la cadena de valor de “la ruta del tequila”, permitirá a quienes toman las decisiones al interior de este grupo, develar y hacer consciencia sobre la problemática de género inmersa dentro del ámbito turístico y ayudará a darle un nuevo enfoque a la actividad turística que desde una perspectiva de género feminista visibilizara al género femenino y evidenciara las estructuras y mecanismos ideológicos que reflejan aspectos como la discriminación, violencia, opresión y limitaciones que sufren las mujeres dentro de un contexto ecológico así como también servirá para llenaran los vacíos existentes de información, poniendo principal atención en la situación que viven las mujeres dentro de la actividad turística de manera pormenorizada a lo largo de su cadena de valor dentro de la ruta antes mencionada y de esta manera focalizar a las mismas en el plano político, ambiental, social y económico.

Además, los nuevos conocimientos generados dentro de la presente investigación, los cuales pueden considerarse como antecedentes relacionados con el turismo y la EPF, permitirán que éstos puedan ayudar o favorecer a futuras investigaciones. Además, dentro del ámbito académico los resultados podrían favorecer a generar un enfoque con perspectiva de género durante la formación profesional que permita a los alumnos desarrollar las habilidades necesarias basadas en las necesidades y tendencias del sector y de esta manera fortalecer las habilidades, capacidades y competencias de los estudiantes, docentes y egresados y así contribuir al crecimiento sostenible del turismo fomentando y fortaleciendo el ámbito político a través de la planificación turística y el aliciente a desarrollar proyectos de

investigación que tengan un impacto real en la industria desde una perspectiva de género.

Por otro lado, la presente investigación también toma relevancia dentro del contexto comunitario pues ayudara a visibilizar e impulsar los derechos humanos de las mujeres a través de la construcción de nuevos saberes que aliente la posibilidad a otras mujeres a incursionarse el campo laboral turístico y así romper con los estereotipos de género y al mismo tiempo permitirles incorporarse al ámbito laboral con mayor libertad y seguridad; teniendo en cuenta que esto puede ayudar a mejorar sus condiciones de vida desde diferentes ámbitos, destacando el personal, familiar y comunitario.

De ahí que la investigación proporcionara datos valiosos que ayuden al gobierno y sector turístico en conjunto con la comunidad local que participa dentro de la ruta del tequila de Tequila, Jalisco a generar estrategias que auxilien la incorporación de hombres y mujeres por igual y que también permita la generación de nuevos empleos y enriquezca el producto ofertado dentro de la cadena de valor y así mismo identificar tendencias, proyectar futuras demandas y diseñar estrategias eficientes para satisfacer las necesidades de los turistas y las partes interesadas.

### **3.6 Metodología**

Para llevar a cabo la presente investigación se retomó el enfoque cualitativo, esto porque de acuerdo con Quecedo y Cataño (2002) este enfoque pretende entender una situación social dentro de un contexto en particular. En el caso particular de la presente investigación se analizó la participación de las mujeres y hombres en la cadena de valor de “la ruta del tequila” en Tequila, Jalisco, es decir, se pretendía considerar la realidad que mujeres y hombres viven dentro de la misma y de esta manera conocer como cada agente percibe, piensa, siente y actúa frente a su caso específico.

Cabe mencionar que de acuerdo con Sandoval (2002) es importante “no generalizar los casos, sino al contrario se pretende que desde el enfoque cualitativo se puedan describir e **interpretar el fenómeno social en cuestión a partir de los rasgos**

**determinantes**, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro y de esta manera poder entender cómo es que ellos perciben su realidad” (p.5).

Como se ha dicho anteriormente, fue necesario utilizar el enfoque cualitativo debido a que los procesos de observación, reflexión, diálogo, construcción de sentido compartido y sistematización, característicos de la misma, permitieron interpretar las palabras, silencios, inmovilidades y acciones de los sujetos y así se generó la posibilidad de construir generalizaciones, que permitan entender los aspectos comunes a muchas personas y grupos humanos en el proceso de producción y apropiación de la realidad social y cultural en la que desarrollan su existencia en contextos diferentes a los de esta investigación (Sandoval,2002).

### **3.6.1 Selección de tequileras**

El trabajo de campo se realizó en dos momentos, el primero fue la selección de las tequileras y el segundo la selección de informantes clave. En este proceso se buscó que el papel de la investigadora retomara las características que señalan Quecedo y Castaño (2002), un rol activo para identificarse con las personas que se están estudiando para comprender cómo experimentan la realidad y así posteriormente *interpretar* los comportamientos y datos recolectados, apartando las propias creencias, perspectivas y predisposiciones, buscando, así, una comprensión detallada de las perspectivas de otras personas para finalmente poder generar un análisis de resultados.

En los meses de mayo de 2024 durante la selección de las comunidades de estudio se realizó una búsqueda en internet para conocer tequileras que además de dedicarse a la producción de la bebida también ofrecieran recorridos guiados, esto para tener completa la cadena de valor turística del tequila, en esta búsqueda se contactó al director del Consejo Regulador del Tequila en el municipio Jalisciense quien dio información sobre las diferentes tequileras y sus características (tamaño, importancia económica en la región, ubicación, etc.).

Posterior a esto en el mes de septiembre del mismo año se visitó el municipio de Tequila, Jalisco y se procedió a seleccionar dos empresas con información de la

población local, los criterios de selección fueron los siguientes: i. antigüedad, ii. carga turística, iii. tipo de producción (productores locales) y iv. reconocimiento nacional e internacional, pero no famosas.

Es así como se eligieron dos tequileras que forman parte de la ruta del tequila en Tequila Jalisco “Tres Mujeres” y “Don Valente”

### **3.6.2. Selección de informantes**

El segundo momento fue para seleccionar y aplicar la entrevista a las y los informantes clave. Esta se hizo con la técnica conocida como “bola de nieve” que de acuerdo con Sandoval (1996) busca comprender realidades culturales o personales y consiste en comenzar con unos pocos participantes que cumplen con los criterios del estudio y pedirles que recomienden a otros posibles participantes que también cumplan con esos criterios. Este proceso se repite hasta alcanzar el tamaño de muestra deseado.

De tal manera que la muestra quedó de la siguiente manera: 10 entrevistas al personal femenino y masculino de las dos tequileras seleccionadas.

En “Tres mujeres” se entrevistó a dos mujeres en el área de recepción y dos hombres en el área de recorridos guiados y en “Don Valente” a una mujer en el área de cava y a tres hombres, uno de ellos es el director de la tequilera, otro el coordinador del área turística y un guía.

Las dos mujeres que se entrevistaron en “Tres mujeres” son solteras y su edad es de 28 y 21 años, una de ellas está estudiando la licenciatura y la otra concluyó la educación básica, mientras que los dos hombres tienen el puesto de guía y 26 años, son solteros y solo concluyeron la preparatoria.

En “Don Valente” la entrevistada realiza sus actividades en el área de cava, tiene 30 años es soltera y madre de 2 hijos y su nivel de escolaridad es secundaria. El otro informante fue el director de la tequilera, de 25 años y cuenta con estudios de licenciatura, y el otro informante es el coordinador del área turística, tiene 40 años y es soltero y concluyó estudios de licenciatura en turismo. El último informante fue el guía que tiene 35 años, soltero y tiene estudios de bachillerato.

Referente al personal entrevistado en el campo agavero se encuentra el dueño de los campos que tiene 40 años solo concluyo la secundaria, es soltero y tiene un hijo y una hija. Además, en estos campos se entrevistó a una mujer conocida como jimadora, de 32 años de edad, soltera y madre de 2 hijos y su escolaridad es secundaria.

### **3.7 Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas utilizadas para la recolección de información fueron la observación no participante y la entrevista no estructurada.

#### **3.7.1. Observación no participante**

Con esta técnica se buscó tal y como lo sugiere Rodríguez (2020) estudiar una situación social, se enfoca en obtener información sin interactuar de manera directa o profunda con los miembros de la comunidad. En el caso de la presenta investigación se aplicó para durante la visita a los campos agaveros y en los recorridos por las tequileras.

Siguiendo a Rodríguez (2020) y a Sandoval (2002) no hubo un involucramiento en las actividades que se realizaban durante el proceso de producción del tequila ni del agave, más bien se observaron las diferentes actividades, quienes las realizaban, la maquinaria, la materia prima, las relaciones que se daban entre los y las colaboradoras o empleados.

La información se registró en notas de campo (libreta y en fotografías) para después analizar y triangular la información, tal y como lo mencionan Ricalde, Vizcarra y Macazaga (2014).

#### **3.7.2. Entrevista no estructurada**

La entrevista no estructurada fue una gran herramienta para la recolección de información en la presenta investigación, pues, de acuerdo con Díaz, Torruco, Martínez y Varela (2013) con ella fue posible averiguar hechos no observables como: significados, motivos, puntos de vista, opiniones, insinuaciones, valoraciones, emociones, etc., y de esta manera campo comprender la vida social

y cultural de diversos grupos, a través de interpretaciones subjetivas para explicar la conducta del grupo.

El guion de entrevista (véase anexo 1) fue escrito para conocer el proceso de producción del agave y del tequila tratando de obtener información de la experiencia que tienen hombres y mujeres en dicho proceso por lo que las preguntas fueron redactadas de manera que no resultaran intimidantes ni poco claras ya que se buscaba seguir los lineamientos marcados por Schwartz y Jacobs (2012) y Díaz, Torruco, Martínez y Varela (2013) los cuales hacen referencia a trabajar con indicaciones de carácter genérico sobre lo que se busca y donde la propia dinámica de la entrevista sea la que haga emerger los temas de estudio.

Para la aplicación de las entrevistas fue necesario disponer de 10 a 20 minutos del tiempo de los entrevistados ya que no solo se leyeron y respondieron las preguntas antes redactadas en el guion si no que el éxito de las entrevistas y de obtener información dependió en gran parte de la destreza y sensibilidad del entrevistador, quien presento las preguntas correctas en el momento correcto y aparecer como oyente no amenazador, comprensivo y empático.

Una vez recopiladas en grabación las entrevistas a transcribieron en Word señalando el día y persona a quien se entrevistó para poder tener un orden y posteriormente se procedió a leer nuevamente las entrevistas y tratar de identificar palabras, acciones y contextos similares a los expuestas en la teoría de la EPF, una vez que se identificó esto se subrayó con diferentes colores los mismos y se crearon códigos es decir palabras con las cuales identificar cada situación subrayada y con esto se logró darle una mejor estructura y organización a la información recopilada y de esta manera proceder a redactar los resultados.

## CAPITULO 4. RESULTADOS

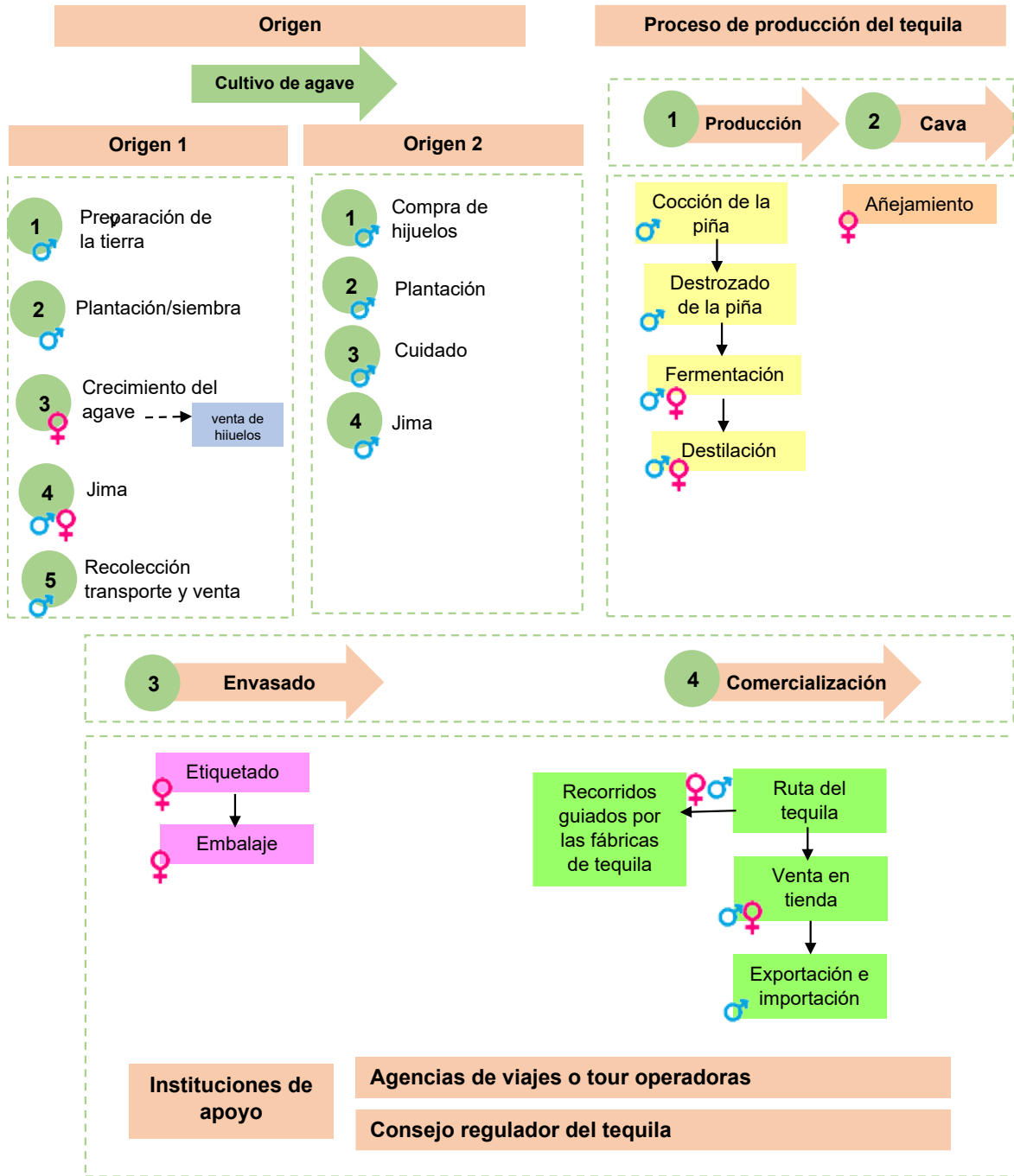
En esta sección se presentan los resultados a los que se llegó en esta investigación, consideramos que fue necesario separar la explicación de la cadena de valor por secciones y en cada una explicar los eslabones que la conforman, además tal y como lo sugieren Rocheleau et al, (2004) se desagregó la información por género haciendo hincapié en el acceso, derechos y responsabilidades de mujeres y hombres dentro del proceso de producción del tequila y su comercialización. La cadena de valor de la bebida conocida como tequila en el municipio de Tequila, Jalisco, involucra diferentes pasos en el proceso de producción conocidos como eslabones, la actividad turística en la industria tequilera en México juega un papel clave de difusión cultural, social y económica.

La afluencia turística con el objetivo de conocer este proceso consume visitas guiadas a las destiladoras y campos agaveros con el objetivo de conocer el proceso de producción del tequila, en donde se logra visibilizar los conocimientos de la población para este propósito. Del mismo modo, los campos agaveros, declarados patrimonio natural de la humanidad, son un recurso que complementa la oferta turística en el lugar.

Dicho lo anterior, en la siguiente sección se describe, de manera detallada la cadena de valor del tequila en Tequila, Jalisco, la cual consta de seis eslabones o fases las cuales se subdividen en dos. La primera hace referencia a una empresa dedicada únicamente a la producción del agave; mientras que la segunda encierra el proceso de producción de tequila en dos empresas las cuales llevan por nombre “Tres mujeres” y “Don Valente” ubicadas en municipio de Tequila, Jalisco.

En los dos contextos mencionados anteriormente se identificó las actividades que se realizan en cada proceso, éstas están marcadas por el género, es decir, mujeres y hombres realizan diferentes tareas dependiendo de los roles asignados social y culturalmente como se puede observar en la Figura 3

Figura 3. Cadena de valor turística del tequila



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo.

#### **4.1 Origen 1. cultivo de agave**

El proceso de producción de tequila dura, en promedio, 8 años, e inicia con la plantación de la principal materia prima utilizada en la elaboración del tequila, que es el agave tequilero (*Agave tequilana weber* var. azul). Esta planta forma parte de la familia agavácea, de hojas largas y fibrosas, de forma lanceolada, de color azulado, cuya parte aprovechable para la elaboración de tequila es la piña o cabeza

Es una de las especies con mayor importancia en México debido a la demanda mundial del tequila, su cultivo solo se da en nuevas áreas geográficas ubicadas en la región protegida por la Denominación de Origen en donde Jalisco abarca el 90% de la producción de esta bebida ya que por su clima y vegetación, se desarrollaron agaves que se aprovechan por sus características sobresalientes, fibras duras y tallos y bases de las hojas (pencas) con altas concentraciones de polisacáridos (Moreno, Estrella, Escobedo, Bustamante y Gerritsen, 2011).

El primer apartado denominado Origen, es el primer eslabón de la cadena de valor turística del tequila. Dicha sección está conformada por cinco actividades (o eslabones) que tienen que ver con el cultivo y producción del agave para su venta y estas son: preparación de la tierra, plantación/siembra, crecimiento del agave, jima, recolección y transporte y venta, para su comprensión y diferenciación de las actividades que realizan mujeres y hombres se subdividió en dos, denominadas Origen 1 y Origen 2 las cuales son descritas a continuación.

##### **4.1.1. Preparación de la tierra**

Esta es la primera actividad que se realiza en la cadena de valor del tequila, en el municipio de Tequila, Jalisco la llevan a cabo exclusivamente los hombres. Esta actividad consiste en preparar el suelo para la plantación del agave, utilizando tractores o herramientas para barbechar, rastrear, limpiar y marcar las líneas de plantación. Además, se debe hacer un estudio de suelo para verificar su fertilidad y cantidad de humedad para optimizar la producción.

Los hombres en la comunidad son los dueños de las tierras por lo tanto los únicos que tiene acceso y derecho a hacer uso de este recurso, así como los hombres que

rentan tierras, pero a diferencia de los propietarios sólo tienen el acceso previo contrato o acuerdo legal.

*“Lo primero es la posesión legal para que no me lo vayan a quitar, posterior a esto se debe hacer la preparación de la tierra, generalmente el terreno está listo después de dos meses de haber jimado, pero antes de todo eso ya debo de saber cuándo cosechan los demás productores de agave para que de esta manera yo pueda cosechar en una fecha diferente y así se venda mejor y a un mejor precio. Porque el precio está regido por el precio y la demanda.” (informante 2)*

#### **4.1.2. Plantación y siembra**

En esta actividad los responsables de la plantación o siembra del agave también son los hombres, el dueño de la tierra o arrendador contrata personal que tenga el conocimiento sobre la producción de agave, además desde la voz de los informantes, estos deben de tener -fuerza física o condición para rendir mejor en la jornada laboral-. Este pensamiento y práctica excluye a las mujeres de adquirir experiencia de administrar recursos y a su vez mantiene la idea de que ellas no pueden hacerse cargo de las actividades del campo, tal y como lo mencionó uno de los entrevistados “Es raro que una mujer vaya y pida trabajo en el campo, por lo mismo de que es trabajo muy duro”. (informante 1)

#### **4.1.3. Crecimiento del agave: venta de hijuelos**

La maduración del agave desde su plantación a su cosecha está en un rango de 7 a 10 años por lo que durante este tiempo se deben de realizar una serie de actividades de cuidado con el objetivo de que la planta crezca libre de plagas o enfermedades, es decir, revisar los agaves, eliminar pupas o huevecillos, regar, eliminar malezas, enderezar las plantas, cortar las puntas

Esta responsabilidad la realizan mujeres, quienes han heredado el conocimiento o saberes relacionados con el cuidado de la planta y estos se replican año con año contribuyendo a la conservación natural del agave.

*“Después de plantar los hijuelos, es importante empezar a estar pendiente de las enfermedades y plagas para saber si hay que hacer fumigación, generalmente de eso se encarga mi esposa o una sobrina.” (Informante 2)*

La participación de las mujeres en la producción del agave es importante, aunque queda invisibilizada ya que las responsabilidades que realizan -cuidado y sanidad del agave- están asociadas con el trabajo doméstico y de cuidados y replica los roles múltiples de las mujeres como cuidadoras, productoras y reproductoras, limitando su participación en otros contextos de trabajo, en consecuencia, reproduce los roles de género asignados cultural y socialmente.

En este eslabón, dependiendo de la cantidad de agave en el campo, se puede vender los hijuelos (pequeños retoños que nacen de la planta madre) y esta es una actividad exclusivamente masculina que a su vez refleja la limitada participación de las mujeres.<sup>1</sup>

#### **4.1.4. Jima**

También los hombres se encargan de jimar el corazón del agave (cosecha), en este caso los informantes consideran que ellos poseen la fuerza necesaria para despancar el agave y cortar la piña puesto que jimar resulta ser un trabajo duro que requiere mucha destreza y fuerza, en palabras de un informante *“El jimador corta una piña en seco”* refiriéndose a la acción de cortar con fuerza.

*“El jimador saca el corazón con una herramienta que se llama coa y va a cortar unas cuantas pencas, va a colocar la coa en el corazón del agave, lo va a empujar y una vez que este fuera va a terminar de cortar todas las pencas” (informante 1)*

---

<sup>1</sup> A partir de este eslabón inicia la segunda forma de origen de la Cadena de valor turística del tequila, misma que se presenta en el punto **2**

Imagen 2. Jima.



Fuente: Pagina web "Don Valente"

También las mujeres participan en este eslabón, para realizar esta actividad se requiere tener conocimientos para identificar el momento en que planta está lista para ser jimada, resaltando nuevamente la importancia de los saberes femenino y de las personas que los transmiten, por ejemplo, las abuelas, madres, tías, etcétera.

Como se observa la poca participación de las mujeres en estas actividades tiene que ver con creencias limitadas sobre la importancia de la fuerza masculina necesaria y las jerarquías de género que las coloca en un espacio desigual, por ejemplo, en el caso de una de las informantes, ella considera que la participación de otras mujeres es limitada por que se les ha hecho creer que es un trabajo pesado que solo es para hombres, como se observa en el siguiente testimonio:

*"Nadie les dice que no es así y bueno si a ti te dicen eso pues nunca vas a querer trabajar aquí porque te puede perjudicar aparte de que veces es muy complicado trabajar con hombres ya que suelen ser groseros y decir que no podemos, nos hacen burla o simplemente no nos quieren decir cómo le podemos hacer, pero pues ya lo sabemos, así que no necesitamos que nos digan, hay que saber tener carácter duro para sobrellevarlos y hacerte respetar y la mejor manera de demostrarlo es con mi trabajo de que si puedo hacerlo. Y la verdad es que ellos son de fuerza bruta*

*a veces no saben lo que yo sé para hacerlo más fácil o cuidar mejor la planta porque hay remedios para cuidarla, que me dijo mi abuelita y que sirven y ellos no lo saben". (informante 10)*

#### **4.1.5. Recolección, transporte y venta**

Esta es una actividad exclusivamente masculina, en donde los hombres son los responsables de trasladar las piñas a las camionetas y posteriormente llevarlas a una bodega, esta práctica se hace con el fin de resguardar el producto hasta el momento de su venta, al mismo tiempo en campo ellos colocan las pencas del agave en el campo con el objetivo de abonar la tierra.

Para la venta de las piñas se hace la negociación previa con los compradores, el precio de estas depende de la cantidad de piñas disponibles, de esto se encarga únicamente el dueño de las tierras o el arrendador. Este proceso termina con el traslado del producto del comprador con ayuda de los trabajadores, también hombres.

Como se observa en este eslabón se excluye a las mujeres, impidiendo ejercer su derecho al trabajo y a los recursos económicos derivados del proceso, también se les limita el acceso a los bienes naturales (la tierra y el agave), reforzando la división del trabajo dependiente del género y las normas sociales relacionadas a ello.

Imagen 3. Transporte de piñas.



Fuente: trabajo de campo DLHC, septiembre2024

#### **4.2. Origen 2: Cultivo de agave**

A continuación, se describe el apartado denominado Origen 2, este se conforma por cuatro eslabones los cuales también hacen referencia a la producción del agave - estas actividades son descritas en la sección Origen 1- los resultados obtenidos estarán relacionados a las dos entidades (Don Valente y Tres mujeres) haciendo énfasis en diferenciar la participación de hombres y mujeres en ambos contextos.

Este apartado comienza desde la compra de hijuelos a la empresa que se dedica a la producción del agave, el negocio se realiza entre el dueño de los hijuelos y el director o dueño de la tequilera porque en cualquiera de las dos áreas de estudios los dueños son hombres, de acuerdo con dos de los informantes:

*“En tres mujeres el dueño es un hombre, y sus hijos son los que llevan la empresa, sin embargo, se le llama así porque son 3 mujeres es decir las 3 hijas del dueño.” (informante 4)*

Por otro lado, en el caso de Don Valente uno de los informantes refiere que:

*“El fundador de la empresa era Don Valente y él era quien se dedicaba a la producción del agave y el tequila, pero posteriormente heredo ese negocio a su yerno, no se lo heredo a su hija ya que era una industria de hombres y posteriormente se quedó la tradición.” (Informante 8)*

Parecido a la primera fase esta involucra actividades de **campo** es decir que tienen que ver con el cuidado y producción del agave, pero al ser el origen dos comienza desde la compra de hijuelos en la cual los dueños de las empresas se encargan de comprar al productor de agave los hijuelos para posteriormente plantarlos en tierras que sean de su propiedad en las cuales también se encuentra la fábrica de tequila ya que esto permite concentrar esta y los campos de agave en un mismo lugar y aportar mayor extensión al paisaje agavero de la región (patrimonio cultural de la humanidad) y a su vez atraer mayor actividad turística al lugar; a partir de aquí se lleva el mismo procesos de cuidados y producción del agave.

En las actividades destinadas a la plantación, cuidado y jima no existe personal femenino ya que al igual que en el origen uno se considera que todos estos trabajos implican mucha fuerza y quienes poseen esta fuerza y poder son los hombres y de acuerdo con uno de los informantes *-un 95 % de los trabajadores del área de producción son varones-*

### **4.3. Producción del tequila**

En el segundo eslabón denominado **producción** se destacan cuatro actividades: cocción de la piña, destrozo de piña, fermentación y destilación, todas tienen relevancia en el proceso de producción ya que durante el proceso se extrae el jugo de la piña, se fermenta y destila para obtener los grados de alcohol necesarios y reglamentarios para continuar con el proceso de producción. A continuación, se describe cada uno de los procesos antes mencionados:

#### **4.3.1. Cocción de la piña**

Como su nombre lo dice esta actividad consta cocinar la piña para ablandarla y poder extraer el jugo. De esta actividad se encarga el personal masculino por diferentes situaciones. En el caso de don Valente y tres mujeres la persona encargada de realizar este proceso son los hombres ya que se requiere descargar el producto y llevarlo a un pozo en tierra que contiene una cama de piedra volcánica

y fuego para la cocción. De este proceso se encargan los hombres acuerdo al testimonio de uno de los informantes:

*“La cocción es hecha por hombres ya que ellos aguantan las piñas que están pesadas y porque también hay que estarle echando fuego y leña al pozo y es una actividad que también requiere fuerza y aguante porque es pesado con el calor del pozo”. (informante 5)*

Imagen 4. Cocción de la piña.



Fuente: trabajo de campo DLHC, septiembre2024

#### **4.3.2. Destrozo de la piña**

Después de que la piña esta cocida y jugosa se lleva a una maquina llamada destrozadora la cual se encarga de machacar el producto para extraer los jugos, en el caso de Don Valente se utiliza una herramienta manual llamada tahona la cual es una piedra volcánica redonda que gira alrededor de un hoyo en el piso y que al pasar por la piña la destroza; en este caso la persona responsable de controlar la piedra es un hombre ya que este carga la piña del pozo a la tahona y aprieta el interruptor para que esta gire. Este proceso sigue siendo artesanal ya que de acuerdo con uno de los informantes:

*“Anteriormente la piedra era jalada por el hombre, una mula o un güey ahora ya está automatizada, pero si se traba se necesita fuerza para moverla” (informante 1 y 5)*

En el caso de Tres mujeres se utiliza una maquina llamada destrozadora la cual es controlada por un hombre porque al igual que en el párrafo anterior es necesario cargar la piña hasta la destrozadora para extraer el jugo.

figura 8. Destrozo de piña



Fuente: trabajo de campo DLhC, septiembre2024

#### **4.3.3. Fermentación y destilación**

Dentro de las actividades que se realizan en este proceso participan mujeres y hombres, en el caso de Don Valente solamente los hombres se encargan de llevar a cabo este procedimiento ya que ellos son quienes conocen el funcionamiento de la máquina encargada de fermentar y destilar. Lo anterior refleja la poca participación de las mujeres durante el proceso de producción ya que se les limita a desarrollarse en espacios casi siempre influenciados por las responsabilidades que tienen que ver con la casa, la salud y en muchos casos la subsistencia básica. Así mismo la información y conocimiento que ellas poseen se conserva de manera informal solamente dirigida a mantener sus hogares y no a desarrollarse en el ámbito laboral.

Por otro lado, en Tres Mujeres, hombres y mujeres participan en el proceso ya que de acuerdo con uno de los informantes – *“es una actividad que no requiere fuerza y de hecho hay una mujer que es ingeniera.”* –(informante 4)

En suma, la inclusión de las mujeres en procesos de producción clave para la elaboración del tequila es un claro ejemplo de las nuevas oportunidades de acceso al trabajo, pero a su vez sigue reflejando las dificultades a las que se enfrentan y la presión de generar en el sistema mayores oportunidades que no limiten su participación dependiente del género.

Imagen 5. Fermentación y destilación



Fuente: trabajo de campo DLHC, septiembre2024

## 4.4 Cava

### 4.4.1. Añejamiento

En el segundo eslabón denominado **cava** se destaca una actividad la cual tiene que ver con el **añejamiento** del producto obtenido en la fermentación y destilación, este

hace referencia a colocar esta bebida en barricas de madera para que el tequila tome el color y sabor necesario para su venta.

En este proceso las mujeres son las encargadas de supervisar el tequila. Sus actividades consisten en ordenar los barriles por fechas y nombres, cuidar la temperatura y color de la bebida y a su vez se encargan de mantener limpias algunas de las áreas.

En palabras de una de las informantes las mujeres que están en cava también realizan otras actividades:

*“Mi puesto es en el área de cava, cuando entramos aquí barremos y también atendemos a la gente, les damos degustación de los diferentes tequilas y las oraciones para tomar el tequila, pero cuando no hay turismo regreso a la cava.” (Informante 7)*

En este caso las mujeres están expuestas al sistema de creencias que las coloca en espacios en donde se realizan actividades que tienen que ver con el trabajo doméstico y de cuidados, reflejando factores específicos que determinan sus actividades dependientes del género y que a su vez fomentan las formas de responsabilidad genéricas como procurar trabajos o productos.

Figura 6. Cava Tres mujeres



Fuente: Pagina web “Tres Mujeres”

#### 4.5. Envasado

En el tercer eslabón denominado **envasado** se realiza la actividad de colocar la bebida previamente añejada o destilada en botellas y posteriormente **etiquetar** y **envolver** o **acondicionar** el producto para su transporte, almacenamiento y venta. Estas se describen a continuación.

##### 4.5.1. Etiquetado y Embalaje

Dentro de este proceso las mujeres son las responsables de etiquetar y empaquetar el tequila ya que de acuerdo con una de los informantes *“Siempre se han incluido mujeres en el envasado y etiquetado porque ese trabajo es como más delicado y no requiere fuerza”* (informante 1)

Del mismo modo otro de los informantes refiere que en este proceso solo participan mujeres debido a que existen un tequila exclusivo el cual requiere mayor cuidado y

delicadeza puesto que se ofertan botellas artesanales hechas a mano por lo que estás- *“son obra de las mujeres pues ellas son más delicadas al manejar botellas exclusivas porque en algunas hay que pegar piedrita por piedrita y los hombres son más bruscos para este trabajo.”* – (informante 1)

Bajo esta suposición de que las mujeres están mejor capacitadas para actividades ligadas al cuidado y aquellas que implican menor fuerza física siguen emergiendo estereotipos de género que adjudican características específicas consideradas apropiadas para hombres y mujeres.

#### **4.5. Comercialización**

##### **4.5.1 Ruta del tequila: Recorridos guiados por las fábricas de tequila**

Una de las principales formas de comercialización del tequila en el municipio de Tequila, Jalisco es la **ruta del tequila**.

La ruta del tequila comprende diferentes empresas dedicadas a la producción de esta bebida en ella se encuentran Casa Sauza, José Cuervo, La Rojeña, Don Julio que son de las más grandes y famosas, pero también otras como Tres Mujeres y Don Valente que son más pequeñas, pero no dejan de ser importantes. El recorrido se puede contratar a través de una agencia de viajes o tour operadora, pero también se puede visitar libremente y la duración es de aproximadamente de 1:00 a 1:30 horas.

Los servicios que se ofertan están la venta de visitas guiadas dentro de las instalaciones de la tequilera para conocer el proceso de producción de esta bebida, así como una degustación y finalmente se pasa a la tienda para la compra del tequila (si así se desea). Además, aprovechando el paisaje del cultivo del agave se oferta una visita por los terrenos de producción y se da un tiempo para tomarse fotografías y apreciar el paisaje.

En el caso de Don Valente y Tres Mujeres, hombres y mujeres se involucran en distintas actividades relacionadas con las visitas guiadas. Las mujeres se encuentran en la recepción en donde organizan los grupos de visitantes y lo relacionado al cobro, como se menciona a continuación:

*“Es en donde yo recibo (en la entrada de la fábrica) y atiendo a los turistas, les doy el costo, el cobro, programo su recorrido y un guía que nos apoya es quien les da el recorrido”. –(informante 9)*

Como se ha dicho en párrafos anteriores, la participación de mujeres ha estado centrada solo en actividades que no requieren fuerza física o denominadas por las informantes “actividades sencillas”; que implica colocarlas en una posición donde no hay acceso a recursos. Tal es el caso de una las informantes, la cual refiere que - *“Las actividades que hago aquí tienen que ver un poco con labores de casa porque cuando entramos aquí barreemos” –( informante 7) constatando que el trabajo en la tequilera está marcado por el género.*

Esto mismo ocurre durante los recorridos, las y los guías se encargan de llevar a los grupos de turistas por los distintos espacios de la tequilera y al mismo tiempo explicar el proceso de producción del agave y la elaboración del tequila, ofertando esta bebida e interactuando con la gente con el fin de hacer la explicación amena y divertida.

Resulta valioso mencionar que, si bien sí existen mujeres dando recorridos, la mayoría de los guías son hombres, la misma población masculina lo justifica refiriendo que es porque a veces se requiere socializar con perdonas alcoholizadas, en voz de uno de los entrevistados se tiene lo siguiente: *“hay algunas actividades que solo el hombre hace, me ha pasado que ya cuando un borrachito se pone intenso necesitas de un hombre.” (informante 6)*

Mientras que las mujeres mencionan que ellas no participan activamente como guías es por la falta de interés de los visitantes y del apoyo familiar:

*“En la mayoría de las veces minimizan algunas acciones porque se hacen como normales, por ejemplo, hay quien te ignora completamente en tú recorrido, son personas que no les interesa nada más que venir a tomar y eso te desanima a ti como guía y también a veces no hay mucho apoyo de la familia o la pareja” (pareja” (informante 6)*

Finalmente, el recorrido concluye con la degustación de los diferentes tipos de tequila y la venta de este producto y otros derivados del agave como por ejemplo miel, licores e inulina. Dentro de estas actividades las mujeres son las involucradas ya que ellas se encargan de dar la degustación y ofertar los productos.

Lo anterior reafirma que hombres y mujeres asumen distintas actividades, en la mayoría están dominadas por ellos y las que ellas realizan son devaluadas socialmente debido a que existen un conjunto de condicionantes derivadas de la sociedad y la cultura, tales como los diferentes atributos a las mujeres (débiles, sin carácter, sumisa, de servicio) y a los hombres (fuerza, poder, valentía, etcétera); el acceso a los recursos para trasladarse a la tequilera (tener automóvil o no), políticas al interior de las fábricas, entre otras, y todas en conjunto están determinadas por el género.

Figura 7. Recorrido guiado tres mujeres



Fuente: trabajo de campo DLHC, septiembre2024

#### **4.5.2. Venta en tienda, exportación e importación**

Hay diferentes formas de comercializar el tequila, a nivel local, nacional y en el extranjero.

En el municipio de Tequila (venta local) son las mujeres las que se encargan de este último eslabón de la cadena de valor turística del tequila. Mientras que la venta nacional y al extranjero está en manos de los hombres directores o con algún cargo administrativo, de acuerdo con uno de los informantes se tiene lo siguiente: *“Quien se encarga de hacer los convenios es el director y subdirector de la empresa ya que ellos tienen la experiencia a lo largo de los años, del mismo modo alguno de los dueños o hermanos son quienes se encargan de acudir a los eventos”* (informante 4)

## CONCLUSIÓN

La presente investigación ofrece aportes teóricos que revelan las diferencias marcadas por el género dentro de la cadena de valor del tequila en Tequila, Jalisco. Este análisis refleja la desigualdad estructural que limita el acceso de las mujeres a ciertas actividades, las cuales están relacionadas con el trabajo doméstico y de cuidados y que a su vez las coloca en espacios en donde se les restringe su participación debido a barreras sociales y culturales como la creencia de que ellas solo pueden realizar actividades que no requiere fuerza física, son sencillas, delicadas, etcétera. Esto solo se logra identificar en estudios bajo la perspectiva de género que ayuda a la reflexión de la información recogida desde un punto de vista crítico que permite ver estas desigualdades.

Estas contribuciones son valiosas ya que en el municipio de Tequila se han realizado diferentes investigaciones relacionadas con la producción del tequila, en ellas se analiza la producción y comercialización del mismo desde diferentes perspectivas. En el caso de la presente investigación que se apoyó de la Ecología Política Feminista con el objetivo de visibilizar la división dependiente del género, los derechos y las responsabilidades en la cadena de valor turística del tequila se destaca lo siguiente:

Primero, las mujeres participan de manera limitada en la primera fase de la cadena de valor la cual tiene que ver con la producción de agave, a pesar de que ellas tienen conocimientos relacionados con las diferentes labores culturales requeridas en la producción de esta planta, su trabajo es desvalorizado y temen enfrentarse a discriminación lo que las limita de la experiencia de adquirir nuevos conocimientos y otros beneficios al trabajar en estos espacios.

Segundo, en cuanto al tema de los **derechos y responsabilidades dependientes del género** hay un desproporcionado acceso de las mujeres a los recursos naturales (tierra y agave), punto clave que se refleja en toda la cadena de valor turística del tequila y que a su vez conducen y perpetúa la desigualdad entre

mujeres y hombres, pues quien tiene el acceso y control sobre los recursos en este eslabón denominado origen son los hombres, dueños de las tierras, arrendatarios o dueños de las tequileras, directores o familiares varones.

En cuanto a la segunda fase denominada producción del tequila (cocción y destrozado de la piña, fermentación y destilación), el trabajo implica tener conocimientos técnicos y especializados (medir el grado de alcohol y características bromatológicas), estudios a los que difícilmente las mujeres tienen acceso, de ahí su limitada participación condicionada a su capacidad o su grado de estudios.

En esta investigación, se revela que es el rol reproductivo y las características asignadas a las mujeres predomina para asignar su participación en la cadena de valor turística, esto se observa en el trabajo que se realiza en la cava y el envasado, debido a que se considera que estas labores no requieren fuerza física y son actividades en donde ellas cumplen las características idóneas para realizarlas, por ejemplo, son detallistas, delicadas y meticulosas.

Finalmente, el eslabón denominado comercialización deja ver la necesidad de las tequileras que ofertan recorridos guiados de hacer un análisis detallado de las desigualdades que las mujeres viven frente a los hombres, ya que para la realización de estos recorridos no existe una participación activa de las mujeres debido a que el personal dedicado a esta labor está dominado por hombres a pesar de que ellas poseen las habilidades y conocimientos necesarios para realizarlas, así como también en las actividades dedicadas a la exportación del tequila, los hombres, dueños, directivos o familiares poseen la autoridad y control de realizar convenios o cerrar tratos debido a que ellos conservan la autoridad legal de realizarlos, lo que a su vez imposibilita la oportunidad de las mujeres a insertarse en espacios de poder u obtener otros beneficios como apoyos gubernamentales.

## RECOMENDACIONES

La forma en que se reproduce la cadena de valor turística del tequila limita los diferentes recursos a las mujeres, por lo que se hace necesario que en el proceso de producción del agave y del tequila, así como durante la comercialización se implementen acciones que conduzcan a disminuir la brecha de desigualdad de género, esto sólo se logrará a través de crear políticas que permitan el acceso directo de a las mujeres a la tierra y otros medios de producción. La industria tequilera debe encaminarse a crear empleos sin sesgos de género y promover modelos de negocio libres de estereotipos donde las mujeres puedan encabezar negocios.

Desde el punto de vista académico es necesario que los planes de estudio de la Licenciatura en turismo involucren unidades de aprendizaje donde se realice el análisis de la realidad de las mujeres desde la perspectiva de género debido a que difícilmente se visibiliza su participación en diferentes proyectos turísticos, esto además serviría como reflexión a las estudiantes, instituciones académicas y empresas turistas de la situación que las mujeres viven dentro del ámbito laboral en el trayecto de su carrera y al culminarla y de esta manera generar estrategias de empleabilidad y difusión que les permitan acceder a las mismas oportunidades de empleo que los hombres sin importar los roles asignados social y culturalmente.

## REFERENCIAS

- Ayala, M., Zapata, E. y Pérez, M. (2021). Género y trabajo: Mujeres rurales en México. Recuperado de: [https://www.usc.gal/ecoagra/archivos/SEHA\\_congreso\\_2021\\_mujeres\\_rurales\\_mexico.pdf](https://www.usc.gal/ecoagra/archivos/SEHA_congreso_2021_mujeres_rurales_mexico.pdf)
- Ballarda, M. y Parada, S. (2009). El empleo de las mujeres rurales: Lo que dicen las cifras. FAO-CEPAL. Recuperado de: <file:///D:/Bibliografia/Ballara%20y%20Parada%20Empelo%20mujeres%20rurales.pdf>
- Banco mundial. (2021). La participación laboral de la mujer en México. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/region/lac/publication/la-participacion-de-la-mujer-en-el-mercado-laboral-en-mexico>
- Benavente, M. y Valdés, A. (2014). Políticas públicas para la igualdad de género: Un aporte a la autonomía de las mujeres. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Recuperado de: <file:///D:/Bibliografia/POLITICA%20PUBLICA%20GASTO%20ETIQUETADO.pdf>
- Bueno, A. (2021). División sexual del trabajo: Mujeres en el mundo laboral. ONU-Habitat. Recuperado de: <https://onuhabitat.org.mx/index.php/division-sexual-del-trabajo-mujeres-en-el-mundo-laboral>
- Cano, G. (1996). Más de un siglo de feminismo en México. *Debate Feminista*, 14, 345–360. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/42624383>
- Cánoves, G., Villarino, M., Herrera, L. (2006) Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: Difícil equilibrio. *Boletín de la A. G. E.* 41 pp. 199-217. Recuperado de: <file:///C:/Users/Anselmo%20Cardoso/Downloads/Dialnet-PolíticasPublicasTurismoRuralYSostenibilidad-1958916.pdf>

- CEPAL. (2012). Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible - Rio+20. Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/eventos/conferencia-naciones-unidas-desarrollo-sostenible-rio20>
- Conway., Bourque, S. y Scott, J. (2000). El género. La construcción cultural de la diferencia sexual. En, Lamas, M., (com). Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de: <file:///D:/Bibliografia/El%20concepto%20de%20genero%20Lamas.pdf>
- Deslisle, M. y Jolín, L. (2011). ¿es posible otro turismo? Ética, protagonistas, conceptos, dificultades, *buenas prácticas, recursos*. Vol. 1. Recuperado de: [file:///C:/Users/cardh/Downloads/otro\\_turismo\\_l%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/cardh/Downloads/otro_turismo_l%20(1).pdf)
- Díaz, I. (2010). Ecoturismo Comunitario y Género en la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas, México. PASOS. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 8 (2), pp.151-165. Recuperado de: [https://www.pasosonline.org/Publicados/8110/PS0110\\_12.pdf](https://www.pasosonline.org/Publicados/8110/PS0110_12.pdf)
- Díaz, Isis (2010) Ecoturismo Comunitario y Género en la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtla (México). Pasos, 8(1):151-165. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88112836012.pdf>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2 (7), pp.162-167. Recuperado de: <file:///D:/Bibliografia/entrevista%20no%20estructurada%20%20D%C3%ADaz,%20Torruco,%20marines%20y%20Varela.pdf>
- Elmhirst, R. (2017). Ecologías políticas feministas: perspectivas situadas y abordajes emergentes. (Gonzales, M., Trad.). *Dialnet*, (55), pp.50-57. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6292623>
- Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. (2024). Subsistema de Información Demográfica y Social. INEGI. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>

- Esteban, N. (2018). Tipos de investigación. Recuperado de: <http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- García, M., Canoves, G. y Valdovinos, N. (1995). Farm tourism. Gender and the environment in Spain. *Annals of tourism research* 22(2), pp.267-282. recuperado de : <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738394000964>
- García, R. (2017). La participación ciudadana en la elaboración y ejecución de las políticas públicas. El caso de tequila Jalisco. Tesis de maestría, universidad de Guadalajara. RIUdeG. Recuperado de <https://www.riudg.udg.mx/visor/pdfjs/viewer.jsp?in=j&pdf=20.500.12104/84487/1/MCUAAD10132FT.pdf>.
- Girón, A., Gonzales, M. y Jiménez, A. (2008). Breve historia de la participación política de las mujeres en México. Límites y desigualdades en el empoderamiento de las mujeres en el PAN, PRI y PRD. *Las Ciencias Sociales Estudios de Género*. Miguel Ángel Porrúa. (pp. 33-61). Recuperado de: <https://ru.iiec.unam.mx/1774/1/breve.pdf>
- Gobierno de México. (2016). Programa pueblos mágicos. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>
- Gómez Bonilla, Adriana. (2017). Los programas de pago por servicios en Milpa Alta. Un análisis desde la ecología política feminista. *Sociedad y ambiente*, (15), 95-116. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-65762017000300095&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-65762017000300095&lng=es&tlng=es).
- Gonzales, M. y Piñeiro, C. (2021). Ecología política, feminista y emocional: por qué y para qué hablar de emociones y afectos en las situaciones actuales de cambio y conflicto socioambiental. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (152), pp.83-100. Recuperado de:

file:///C:/Users/cardh/Downloads/Dialnet-EcologiaPoliticaFeministaYEmocional-7753189%20(2).pdf

Guevara, p., Verdesoto A. y Castro N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas de investigación-acción). *RECIMUNDO*. Recuperado de: file:///D:/Bibliografia/Guevara,%20Verdesoto%20y%20Castro%20%20investigacion%20descriptiva.pdf

H, Ayuntamiento de Tequila. (2012-2015). Plan municipal de desarrollo. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://tequilamodeloapp.com/data/files/reglamentos/01%20PMD%20DE%20TEQUILA,%20JALISCO%202012-2015.pdf

Instituto Nacional de las Mujeres. (2019) Las mujeres rurales producen más del 50% de la producción de alimentos en México. Gobierno de México. Recuperado de: <https://www.gob.mx/inmujeres/articulos/las-mujeres-rurales-agentes-clave-para-el-desarrollo-sostenible#:~:text=De%20acuerdo%20con%20datos%20nacionales,nacional%20es%20de%209%20a%C3%B1os>.

Lagarde, M. (1996). El género. La perspectiva de género. En *Genero y feminismo. Desarrollo humano y Democracia*. (pp. 13-38). Recuperado de: file:///D:/Bibliografia/Perspectiva%20de%20g%C3%A9nero%20Lagarde.pdf

Leonardi, L. (2005). Construcción de tipologías para el turismo en áreas rurales. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 14, (3), pp.263-275. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713883004.pdf>

Lizama, G. (2019). Reforma agraria en Tequila (Jalisco, México) 1915-1980. *Hist 26* (2), pp. 183-2017. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.scielo.cl/pdf/revhistoria/v26n2/0717-8832-revhistoria-26-02-00183.pdf

- Manos Unidas (2024). Cumbre de la tierra. Recuperado de:  
<https://www.manosunidas.org/observatorio/cambio-climatico/cumbre-tierra>
- Miler, S. (2011). Tipos de investigación científica. *Revista de actualización Clínica*, 9, (12), pp. 621-624. Recuperado de:  
[http://revistasbolivianas.umsa.bo/pdf/raci/v12/v12\\_a11.pdf](http://revistasbolivianas.umsa.bo/pdf/raci/v12/v12_a11.pdf)
- Miranda, G. (2006). La participación del turismo en la modificación del paisaje cultural de Malinalco, Estado de México. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 4 (2), pp.201-211. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88140206>
- Pérez, M., Sánchez, Y., Pérez, E., Pérez, M., Rodríguez, G. y Munguía, M. (2019). Organización y empoderamiento de mujeres en el Turismo Rural Comunitario: Red Ecoturística Calakmul, Campeche, México. *Sociedad y ambiente*, (19), pp.217-239. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.31840/sya.v0i19.1943>
- Placido, E. (2021). Protocolo para fortalecer la igualdad sustantiva y no discriminación en razón de género en el congreso de la ciudad de México. Centro de estudios legislativos para la igualdad de género. Recuperado de:  
<file:///D:/Bibliografia/CELIG%20placido.pdf>.
- Quecedo, R. y Cataño, C. (20029). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de psicodidactica*, 14, pp.5-39. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Rekalde, I., Vizcarra, M. y Macazaga, A. (2014). La Observación Como Estrategia De Investigación Para Construir Contextos De Aprendizaje Y Fomentar Procesos Participativo. *Educación XX1*, 17 (1), pp.201-220. Recuperado de:  
<file:///D:/Bibliografia/Rekalde,%20Vizcarra%20y%20Macazaga%20Observacion%20participativa.pdf>
- Rocheleau, D., Slayter, B. y Wangari, E. (2004). Género y ambiente: una perspectiva de la ecología política feminista. En Vázquez, V. y Velázquez, M.(Eds.).

Miradas al futuro. Hacia la construcción de sociedades con equidad de género. (pp.343-405).

Rodríguez, D. (2020). Observación no participante: características, ventajas y desventajas. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/446195997/Observacion-no-participante>

Rodríguez, G. y Vizcarra, I. (2015) Turismo comunitario y género: la incorporación de las mujeres al proyecto turístico del Ejido el Rosario, Ocampo, México. *Spanish journal of rural development*, Vol. VI (Special). Pág. 55-70. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5143373>

Rodríguez, G. y Vizcarra, I. (2015). Turismo comunitario y género: la incorporación de las mujeres al proyecto turístico del Ejido El Rosario, Ocampo, México. *Spanish Journal of Rural Development*, VI (special 1). Recuperado de: [file:///C:/Users/cardh/Downloads/TURISM\\_1%20\(5\).PDF](file:///C:/Users/cardh/Downloads/TURISM_1%20(5).PDF)

Rodríguez, M. y Campos, L. (2011). Las mujeres en distintos escenarios. La interdisciplinariedad de los estudios de género. En Rodríguez, M. y Campos, L. (Ed), *Mujeres miradas interdisciplinarias*. Centro de estudios de antropología de la mujer.

Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17, (3), pp.613-619. Recuperado de: <file:///D:/Bibliografia/martinez%20y%20salgado%20Muestreo.pdf>

Sánchez, M. (2022). Mujeres en México votan por primera vez. Comisión Nacional de los Derechos Humanos. Recuperado de: <https://www.cndh.org.mx/noticia/mujeres-en-mexico-votan-por-primera-vez-0>

Sandoval, A. (2002). Investigación cualitativa. Recuperado de: <file:///D:/Material%20de%20apoyo/Sandoval.pdf>

Schwartz, H. y Jacobs, J. (2012). Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad.

Secretaria de Turismo. (2016). Programa pueblos mágicos. Gobierno de México. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos#:~:text=Un%20Pueblo%20M%C3%A1gico%20es%20una,oportunidad%20para%20el%20aprovechamiento%20tur%C3%AD>

SEMARNAT Y CONANP. (2007-2012). Estrategias de conservación para el desarrollo. Recuperado de: [file:///C:/Users/cardh/Downloads/Estrategia%20de%20conservacion%20para%20el%20desarrollo%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/cardh/Downloads/Estrategia%20de%20conservacion%20para%20el%20desarrollo%20(2).pdf)

Sparrer, M. (2003). Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa. pp.181-197. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/398/39801112.pdf>

Sparrer, M. (2003). Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa. pp.181-197. Recuperado de: <bmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/398/39801112.pdf>

Suarez, G., Bello, E., Hernandez, R. y Rhodes., A. (2016). Ecoturismo y el trabajo invisibilizado de las mujeres en la Selva Lacandona, Chiapas, México. El periplo sustentable, [S.I.], (31). Recuperado de: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4888>

Torns, T. (2008). El trabajo y el cuidado: cuestiones teórico metodológicas desde la perspectiva de género. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (15),53-73. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2971/297124045003.pdf>

Ullua, A. (2020). Ecología política feminista latinoamericana. En De Luca, A., Fosado, E. y Velázquez, M. (Cor.), *Feminismo sociambiental. Revitalizando el debate desde América Latina*. (pp.75-104). Centro Regional de

Investigaciones Multidisciplinarias (CRIM). Recuperado de:  
file:///D:/Bibliografia/Ulloa%20ecologia%20politica%20feminista.pdf

Valladares, L. (2008). Los derechos humanos de las mujeres indígenas: De la aldea local a los foros internacionales. ALTERIDADES. 18 (35), pp. 47-65.  
Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711467005.pdf>

Valle, A. (2022). La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación. Facultad de educación PUCP. Recuperado de:  
file:///D:/Bibliografia/Valle%20investigacion%20nivel%20descriptivo.pdf

Villanueva, H., Limón, E., Barra, V. y Pizar, F. (2017). Turismo comunitario y empoderamiento de la mujer rural indígena en la Sierra Norte de Puebla: caso del hotel Taselotzin. Repositorio institucional. Universidad Iberoamericana Puebla. Recuperado de:  
<http://hdl.handle.net/20.500.11777/3869>

# ANEXOS

## GUIÓN DE ENTREVISTA

### ANEXO 1. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL AGAVE

#### Datos generales de la/el productor de maguey tequilero (materia prima para la producción del tequila)

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Cuál es su escolaridad?
4. ¿Cuál es su estado civil?
5. ¿Desde cuándo vende el agave?

#### Actividades productivas y producción del agave tequilero

1. Cuénteme el proceso productivo del agave tequilero en esta zona (especificar las actividades, mencione la época del año en qué se realizan ¿quién lo hace y por qué? por ejemplo, época de siembra o trasplante, actividades de cuidado, corte, etc.

NOTA: Llevar una hoja bond para ir describiendo las actividades. Formato 1

2. ¿En qué tipo de propiedad de los terrenos producen el agave? ¿Quiénes son los dueños de estos terrenos? ¿En cuántas hectáreas producen el agave? ¿Cuánto producen por terreno sembrado?

#### Venta

1. ¿Quién es el responsable de la venta de la producción del agave?
2. ¿En qué poblados o negocios lo venden?
3. ¿A cuánto le pagan la tonelada?
4. ¿Conoce alguna creencia o tradición que limite la participación o inclusión de las mujeres en la producción y venta del agave? ¿Cuál?

## **ANEXO 2. PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TEQUILA**

### **Datos generales del entrevistado**

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Cuál es su escolaridad?
4. ¿Cuál es su estado civil?
5. ¿Cuál es su puesto?
6. ¿Desde cuándo trabaja aquí?

### **Producción del tequila**

1. Cuénteme ¿cómo producen el tequila? (en cada etapa preguntar quién lo hace y por qué, en qué época, con qué –maquinaria y equipo- y los problemas a los que se enfrentan).

NOTA: llevar en hoja aparte un cuadro para llenarlo con la información que se requiere Formato 2.

2. De quienes trabajan en este espacio ¿Quién o quiénes son los responsables de la venta del tequila?
3. ¿Conoce alguna creencia o tradición que limite la participación o inclusión de las mujeres en la producción del tequila? ¿Cuál?

### **Comercialización del tequila**

1. ¿Desde cuándo empezó a comercializar su producto?
2. ¿Cuándo abrió la mezcalera y a cargo de quién estuvo?
3. ¿Cuénteme que tuvo que hacer para empezar con este negocio?
4. ¿Cómo surge la idea de hacer los recorridos turísticos?
5. ¿Quién se encarga de realizar los recorridos? ¿por qué él o ella?
6. ¿En qué consisten los recorridos guiados?
7. ¿Qué costo tiene el recorrido?
8. ¿Qué otros servicios se ofertan?

9. ¿Quién se hace cargo de ofertarlos? ¿Porque él o ella?
10. ¿Usted cuenta con algún apoyo gubernamental para producir tequila? Si la respuesta es sí ¿cuál? ¿Quién y cómo lo gestiona?, ¿Qué beneficios se obtienen de estos apoyos? Si la respuesta es no ¿Por qué no? A caso ¿No existen? ¿No les han dado respuesta?
11. ¿Conoce alguna creencia o tradición que limite la participación o inclusión de las mujeres en la venta del tequila? ¿Cuál?

### **ANEXO 3. LIMITACIONES DE LAS MUJERES EN LA INDUSTRIA TEQUILERA (PREGUNTAS DIRIGIDA A PERSONAL MASCULINO)**

#### **Datos generales (de ser necesarios)**

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Cuál es su escolaridad?
4. ¿Cuál es su estado civil?
5. ¿Cuál es su puesto?
6. ¿Desde cuándo trabaja aquí?

#### **Limitaciones de las mujeres en la industria tequilera**

1. ¿Considera que hay oportunidades específicas para mujeres en la industria tequilera que no estén disponibles para los hombres, o viceversa? ¿cuáles? ¿porque cree que suceda de esa manera?
2. ¿Le han solicitado empleo mujeres en la tequilera? Si la respuesta es no preguntar ¿porque cree que suceda de esa manera? Si la respuesta es sí preguntar lo siguiente:
  - ¿Las has contratado? ¿porqué?
  - ¿Para qué áreas las han contratado? ¿Porque en esas áreas?
3. ¿Considera que las actividades las mujeres suelen realizar en el hogar son una limitante para poder trabajar en la industria del tequila?
4. ¿Desde su perspectiva en qué actividades de la industria tequilera podrían participar las mujeres?

**Imaginario social alrededor del consumo del tequila (considerar hacer las siguientes preguntas depende del rumbo y accesibilidad del entrevistado)**

1. ¿Consume tequila? ¿qué beneficios le proporciona beber tequila? (poder, diversión, valor, etc.)
2. ¿En qué momentos consume tequila? (reunión familiar, cerrar negocios, etc.) ¿porque cree que se consume esta bebida en estos contextos?
3. Desde su punto de vista, ¿considera que el tequila solo lo pueden consumir los hombres? ¿por qué?

**ANEXO 4. PARA LOS RECLUTADORES DE RECURSOS HUMANOS**

NOTA: preguntar a la persona encargada de contratación o dueño de tequilera o en su caso al departamento de recursos humanos.

1. ¿Cuáles son los criterios para seleccionar al personal?
2. ¿En qué áreas emplean hombres y cuáles a mujeres?
3. Si trabajan en las mismas áreas ¿Tienen los mismos salarios y beneficios? Sí o no y ¿por qué?

## ANEXO 5. A MUJERES EXCLUSIVAMENTE

### Datos generales de la entrevistada

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Cuál es su escolaridad?
4. ¿Cuál es su estado civil?
5. ¿Desde cuándo trabaja aquí?

### Participación de las mujeres en la producción y comercialización del tequila

1. ¿Usted tiene terrenos en donde se produzca el maguey? ¿tiene un lugar o espacio para producir tequila? ¿Quién le otorgo el terreno? ¿Cuándo y por qué? ¿Cuenta con título de propiedad de los terrenos?
2. ¿Desde cuándo trabaja o participa en la tequilería?
3. ¿Qué actividades realiza aquí? ¿Le agradan las actividades que realiza en la tequilería? ¿Se siente a gusto al realizar esas actividades?
4. ¿Alguna vez ha sentido que no valoran su trabajo?
5. ¿Cree usted que estas actividades son similares a las labores que realiza en casa (labores domésticas y de cuidado) ¿Cuáles son estas responsabilidades?

NOTA: diferenciar si son familiares de los dueños de las tequileras o son trabajadoras

6. ¿Qué relación tiene con el dueño de la mezcalería?
7. En la familia ¿quién decidió que usted realizará estas actividades en la tequilería? ¿Usted estuvo de acuerdo? ¿por qué?
8. ¿Usted tiene contacto con los turistas que llegan a la tequilería? Si su respuesta es sí ¿de qué manera y en dónde se da este contacto? Si su respuesta es no ¿Por qué considera que sea así?
9. Para llevar a cabo las actividades asignadas ¿se ha capacitado? ¿dónde? ¿de qué tipo? ¿pagó por esta capacitación?
10. Aparte del salario ¿Qué beneficios ha obtenido de trabajar aquí?

11. ¿Podría compartir alguna experiencia personal en donde se haya sentido discriminada en la tequilera?

### FORMATO 1. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL TEQUILA

Actividad	Responsable	Pregunta adicional	Problemas
Gima		¿Cuántos kilos de piña se necesitan para producir un litro de tequila?	
Triturado			
Extracción			
destilado			
Fermentado			
Cocimiento			
Filtrado			
Añejamiento			
Mezclado			
Embotellamiento			
Comercialización			

### FORMATO 2. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL AGAVE

Actividad	Responsable	Pregunta adicional	Problemas
Desplantar hijuelos			
Preparar la tierra			
Plantar hijuelos			
Trabajos de cuidado			

<ul style="list-style-type: none"><li>• Riego</li><li>• Control de plagas</li><li>• Abonado</li></ul>			