



TURISMO Y GÉNERO

Una mirada desde Iberoamérica

Rocío del Carmen **Serrano Barquín**
Gregoria **Rodríguez Muñoz**
Yanelli Daniela **Palmas Castrejón**
Coordinadoras



TURISMO Y GÉNERO

Una mirada desde

Iberoamérica



**Universidad Autónoma
del Estado de México**

Dr. en Ed. Alfredo Barrera Baca
Rector

Dr. en C.I. Amb. Carlos Eduardo Barrera Díaz
Secretario de Investigación y Estudios Avanzados

Dra. en C. A. Elva Esther Vargas Martínez
Directora de la Facultad de Turismo y Gastronomía

M. en A. Susana García Hernández
*Directora de Difusión y Promoción de la Investigación
y los Estudios Avanzados*

TURISMO Y GÉNERO Una mirada desde Iberoamérica

Rocío del Carmen Serrano Barquín
Gregoria Rodríguez Muñoz
Yanelli Daniela Palmas Castrejón
Coordinadoras



**Universidad Autónoma
del Estado de México**

TURISMO Y GÉNERO
Una mirada desde
Iberoamérica

1a edición: mayo, 2018

ISBN: 978-607-422-941-7

ISBN versión digital: 978-607-422-940-0

Fotografía en portada: Hugo Iván González Ortega

D.R. © Universidad Autónoma del Estado de México

Instituto Literario núm. 100 ote., Centro,

C.P. 50000,

Toluca, Estado de México

<http://www.uaemex.mx>

La presente investigación fue sometida a dictamen
en el sistema de pares ciegos externos.

El contenido de esta publicación es responsabilidad de los autores.

En cumplimiento del Reglamento de Acceso Abierto de la Universidad Autónoma del Estado de México, la versión digital de esta obra se pone a disposición del público en el repositorio de la UAEM (<http://ri.uaemex.mx>) para su uso en línea con fines académicos y no de lucro, por lo que se prohíbe la reproducción parcial o total, directa o indirecta del contenido de esta presentación impresa sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la Ley Federal del Derecho de Autor y, en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

Impreso y hecho en México

ÍNDICE

9

INTRODUCCIÓN

*Rocío del Carmen Serrano Barquín, Gregoria Rodríguez Muñoz
y Yanelli Daniela Palmas Castrejón*

PRIMERA PARTE

Aproximaciones teórico-metodológicas

19

Modelo analítico para el empoderamiento de las mujeres en el turismo

Laura Paola Vizcaino Suárez y Rocío del Carmen Serrano Barquín

51

Turismo rural y género: Propuestas de un marco analítico para el desarrollo de la conciencia social

Gregoria Rodríguez Muñoz e Ivonne Vizcarra Bordi

SEGUNDA PARTE

Mujer y turismo en zonas rurales

75

Emprendimientos de turismo de naturaleza. Una vía para propiciar el empoderamiento de la mujer en la zona rural de Los Cabos, Baja California Sur

Angélica Montaña Armendáriz, Nora Trejo Briseño, Juan Carlos Pérez Concha y Virginia Guadalupe López Torres

101

Mujeres protagonistas en el turismo comunitario de Zuleta, Ecuador

Carolina Rivas y Valeria Andrade

111

Relaciones intra e intergénero en un proyecto de turismo rural. El caso de la Ruta de la Sal Prehispánica en Zapotitlán Salinas, Puebla, México

*Humberto Thomé Ortiz, Marie Christine Renard Hubert
y Yanelli Daniela Palmas Castrejón*

- 145 **Género y espacios del Turismo de Aventura en Jalcomulco (México)**
Isis Arlene Díaz Carrión
- 175 **Turismo rural y género: ¿mitos o realidades?**
Rosana Montequín Reboledo
- 205 **Emprendedurismo con enfoque de género y turismo rural, Zacazonapan, Estado de México**
Rebeca Osorio González, Jorge Soto Ortega, Rocío del Carmen Serrano Barquín, Yanelli Daniela Palmas Castrejón y Ambar Jazmín Arango Morales

TERCERA PARTE

La mujer en empresas turísticas

- 227 **El rol de género en la Alta Dirección de Empresas Turísticas competitivas: principales diferencias**
Irma Magaña Carrillo
- 249 **Igualdad de género, eficiencia y capital humano en la intermediación turística: el caso de Galicia**
Jakson R. Rodrigues Soares, Larissa Paola Macedo Castro Gabriel y Raquel Santiago Romo
- 285 **El empoderamiento de las mujeres que trabajan en el sector turístico. Un análisis desde las redes sociales y la gestión del conocimiento**
Martha Rocío Guerra Gutiérrez, Gizelle Guadalupe Macías González e Ismael Manuel Rodríguez Herrera

INTRODUCCIÓN

En las últimas cuatro décadas ha crecido el interés de la academia, gobiernos y organizaciones internacionales por estudiar cómo ha sido, en qué circunstancias y qué efectos ha traído la incorporación de las mujeres al turismo. De esta forma se inicia un debate internacional en el que se cuestionan, por un lado, los efectos negativos de esta actividad en la vida de las mujeres y, por el otro, se realzan beneficios económicos que mejoran su calidad de vida y la de sus familias. A pesar del interés y la importante participación de mujeres en el sector turístico, aún son insuficientes los estudios enfocados en explicar y evidenciar su situación laboral. En este contexto, surge la idea de publicar un libro que compilara trabajos recientes en torno a las condiciones de las trabajadoras en el sector turístico de Iberoamérica. En un primer momento, la Dra. Regina Schlüter, del Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET) de Argentina, convocó a investigadores de esta región a enviar propuestas para integrar dicho libro. Al no haber continuidad con esta tarea, la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) asumió la responsabilidad de continuar con este proyecto editorial a través de las doctoras Rocío del Carmen Serrano Barquín, Gregoria Rodríguez Muñoz y Yanelli Daniela Palmas Castrejón. Desde estas líneas, le enviamos nuestro agradecimiento a la Dra. Schlüter por tan necesaria iniciativa.

La Organización Mundial del Turismo considera este sector clave para el desarrollo socioeconómico de países y regiones, en particular por la creación de empleos y empresas, la generación de ingresos por exportación y ejecución y mejoramiento de infraestructura. De acuerdo con esta organización, en el 2016 el turismo representó el 7% de las exportaciones mundiales y ocupó el tercer lugar en este rubro, después de la producción de combustibles y de productos químicos (2016: 2). A pesar de las continuas crisis económicas, políticas y de seguridad, el turismo es una de las pocas actividades económicas que mantiene un ritmo de crecimiento positivo: para el periodo 2010-2030, se prevé un crecimiento de alrededor del 3.3% anual.

Desde el punto de vista laboral, una de sus características es la constitución de ambientes propicios para la incorporación de las mujeres en distintas empresas de dicho sector, desde las de hospedaje y alimentos y bebidas hasta sectores relacionados como el comercio y la producción de artesanías.

Ante esta compleja situación, resulta conveniente conjuntar los esfuerzos de académicos de diversos países de Iberoamérica en los cuales los resultados de investigaciones visibilizan a las mujeres en los contextos laborales de la actividad turística. Por lo que en esta obra se buscó la pluralidad e inclusión de trabajos que abordan desde la interdisciplinariedad diferentes temas que ayudan a la comprensión de las mujeres en el sistema turístico.

Aproximaciones teórico metodológicas

En general, las autoras analizan el tema del empoderamiento de las mujeres en el turismo rural y proponen marcos teóricos para su análisis, pues es necesario contar con propuestas que guíen nuevos trabajos en dos sentidos: incrementar la discusión con marcos alternativos para visibilizar el trabajo de las mujeres e identificar los obstáculos que a nivel cultural y social impiden su plena participación y el goce de los beneficios del turismo para ayudar en los procesos de empoderamiento de las mujeres a escala local y, por qué no, a una más amplia.

En *Modelo analítico para el empoderamiento de las mujeres en el turismo*, Laura Paola Vizcaino Suárez (Bournemouth University, Reino Unido) y Rocío del Carmen Serrano Barquín (UAEM) presentan un modelo para analizar los procesos de empoderamiento de las mujeres en el turismo. Parten de una revisión de constructos que sustentan las teorías críticas y feministas como género, poder, agencia y por supuesto empoderamiento. En el modelo propuesto se sigue una ruta en tres etapas: involucrar el contexto laboral de las mujeres en el turismo y actividades relacionadas;

analizar información relacionada con las transformaciones ligadas al desarrollo turístico; y explorar las negociaciones para el empoderamiento de las mujeres. Las autoras resaltan la necesidad de proponer modelos analíticos para el empoderamiento debido a que el turismo ha transformado diversas localidades en América Latina y por supuesto la vida de las mujeres incorporadas a este campo laboral.

En el siguiente capítulo, *Turismo rural y género: propuestas de un marco analítico para el desarrollo de la conciencia social*, Gregoria Rodríguez Muñoz e Ivonne Vizcarra Bordi (UAEM) nos ofrecen una propuesta, desde los estudios de género para promover un cambio en las relaciones sociales y la relación sociedad-naturaleza, que consiste en desarrollar la conciencia social a través de tres etapas para explicar las relaciones de subordinación sustentados por los proyectos turísticos en espacios rurales. El desarrollo de la conciencia social que proponen estas autoras tiene su sustento teórico en la construcción de marcos analíticos para comprender y dirigir las acciones con otra racionalidad, el ecofemenismo latinoamericano, a través de relaciones solidarias, respetuosas de la vida humana y no humana, equitativas y pacíficas, tomando como punto de partida los contextos, experiencias y conocimientos (materiales y espirituales) de esas mujeres reconocidas como Sujetos en el turismo rural (Objeto).

Mujer y turismo en zonas rurales

Una estrategia de algunos gobiernos latinoamericanos y europeos fue reactivar la economía de la población rural mediante la terciarización de sus economías, percibiendo al turismo como promotor de cambio. De esta forma, los habitantes de estos espacios fueron receptores de proyectos turísticos gubernamentales e incluso propusieron iniciativas comunitarias. Éstos trajeron nuevos retos a quienes se interesan por los estudios en el ámbito rural, por lo que fue necesaria la comprensión y diferenciación de conceptos propuestos desde la Organización Mundial del Turismo y la Academia, por ejemplo: turismo rural, turismo en ámbitos rurales y sus distin-

tas modalidades. También fue necesaria la comprensión e inclusión de otros conceptos surgidos de los estudios de género y desarrollo (feminización de la pobreza, exclusión en la toma de decisiones, incremento en la carga de trabajo, la doble y triple jornada, entre otros) para que fuera posible la incorporación de la perspectiva de género en los estudios turísticos. En este apartado, se presentan los resultados de diferentes investigaciones que buscan visibilizar, reflexionar y proponer acciones de mejora para las mujeres que se insertan en esta actividad.

Angélica Montaña Armendáriz, Nora Trejo Briseño, Juan Carlos Pérez Concha y Virginia Guadalupe López Torres (Universidad Autónoma de Baja California Sur, México) en *Emprendimientos de turismo de naturaleza, una vía para propiciar el empoderamiento de la mujer en la zona rural de Los Cabos, Baja California Sur* buscan identificar y analizar el nivel de desarrollo de los emprendimientos turísticos de mujeres en la zona rural de Los Cabos; y exponen que la suma de variables, como la formalidad, asociatividad empresarial y financiamiento de las empresas turísticas, robustecen los proyectos en la zona. Además, destacan que estos emprendimientos otorgan beneficios a las mujeres más allá de lo económico, resultados que sólo pueden revelarse con apoyo de la perspectiva de género.

Carolina Rivas y Valeria Andrade, autoras de *Mujeres protagonistas en el turismo comunitario de Zuleta*, utilizan la perspectiva de género para analizar el vínculo entre las mujeres de una localidad ecuatoriana y la actividad turística. Estudian el proceso de empoderamiento de las mujeres enfatizando la dimensión económica, situación urgente en comunidades rurales donde los escasos recursos económicos y productivos, jurídicamente pertenecientes a los varones, se agotan y aportan poco a la economía doméstica, mientras que los recursos culturales ganan terreno en manos de las mujeres. Este vínculo lo analizan reflexionando en torno a tres conceptos, género, empoderamiento económico y turismo comunitario en escenarios rurales, elementos necesarios para comprender el protagonismo alcanzado de las mujeres en actividades turísticas y para revalorizarlas en el camino hacia una sociedad más justa.

Humberto Thomé Ortiz, Marie Christine Renard Hubert y Yanelli Daniela Castrejón Palmas, en *Relaciones intra e intergénero en un proyecto de turismo rural. El caso de la Ruta de la Sal Prehispánica en Zapotitlán Salinas, Puebla, México*, reflexionan sobre los estudios turísticos, el análisis de los beneficios y perjuicios que provoca el turismo a grupos de personas diferenciados por género y edad. En este caso, se estudia sólo a las mujeres insertadas en proyectos turísticos, pues su rol en estos se desvanece al agruparlas como beneficiarias de todo un grupo de personas que conforman la unidad doméstica o comunidad local. El objetivo es analizar las relaciones intra e intergénero reproducidas en las dinámicas sociales que dan origen al turismo rural. A través de un estudio de caso se realizó una investigación descriptiva con carácter etnográfico sobre la Ruta de la Sal Prehispánica en Zapotitlán de las Salinas, Puebla, México. La conclusión es que el turismo rural es una actividad ambivalente para las mujeres, pues efectivamente provoca efectos en dos sentidos, reproduce diferentes roles asignados a las mujeres por su condición de género y el turismo en estos espacios ayuda a fortalecer procesos de organización colectiva y genera ingresos económicos. Llama la atención el énfasis de los autores en la dignificación económica y moral "marginal" generada por el turismo rural, ya que conduciría a hacernos nuevos cuestionamientos sobre el papel del turismo en los procesos de desarrollo colectivo y personal de las poblaciones rurales.

El análisis del espacio asignado por género es un tema que busca explicar la desigualdad de acceso y control a diferentes recursos productivos por mujeres y hombres y la permisibilidad de actividades dentro y fuera de las esferas pública y privada. Éste es abordado atinadamente por Isis Arlene Díaz Carrión en *Género y espacios del Turismo de Aventura en Jalcomulco (México)*. Busca visibilizar la exclusión de las mujeres como guías de *rafting* y *rappel*, deportes estereotipados como masculinos en un destino turístico. Importa resaltar en este trabajo la metodología usada para explicar la problemática en el análisis de la vida cotidiana de las mujeres, actividad

que conlleva a un largo, profundo e imprescindible análisis basado en la confianza otorgada por informantes a la investigadora. Los principales hallazgos señalan la existencia de una interacción entre los estereotipos de género y el turismo de aventura, en donde las mujeres, como ha sucedido con otras actividades productivas, recurren a estrategias para acceder, usar y controlar recursos naturales turísticos y afianzar su derecho de participación como guías en este tipo de proyectos turísticos.

La estrecha relación entre las mujeres y el agroturismo, promovida a partir de que es una práctica en donde las mujeres se insertan como principales proveedoras de servicios, permite además de analizar aspectos cuantificables, otros relacionados con su subjetividad. Estudios como el de Rosana Montequin Reboledo revelan que el turismo también ha promovido cambios positivos en la vida de las mujeres y éstos son importantes para su empoderamiento. En su *Turismo rural y género: ¿mitos o realidades?*, se revela que a través del agroturismo las mujeres potencializan aspectos de su propia vida y logran el reconocimiento social en sus comunidades, cambios que no se plasmaron como objetivos en los proyectos rurales promovidos por los gobiernos y han sido poco difundidos, razón suficiente para analizarlos. La reflexión de estos logros en grupos de mujeres, con apoyo de promotoras o investigadoras, puede reactivar procesos de empoderamiento que ayuden a disminuir las desigualdades entre géneros.

Rebeca Osorio González, Jorge Soto Ortega, Yanelli Daniela Palmas Castrejón y Ámbar Jazmín Arango Morales, autores de *Emprendedurismo con enfoque de género y turismo rural, Zacazonapan, Estado de México*, determinan las características y capacidad emprendedora, así como el perfil particular de la mujer empresaria que es productora de queso en el municipio de Zacazonapan. Los autores consideran que el emprendedurismo con enfoque de género en el medio rural es una alternativa de organización productiva y económica, que no pretende sustituir los esquemas rurales tradicionales ni modificar los usos y costumbres de la comunidad, por el contrario, puede favorecer el desarrollo personal, familiar y territorial.

La metodología utilizada se centra en la aplicación de dos encuestas a las mujeres que elaboran queso del municipio, lo cual permitió identificar el perfil y capacidad emprendedora de la mujer productora más reconocida en la región, por el volumen e innovación que ha alcanzado en la producción del queso añejo, principal producto lácteo en la región con arraigo histórico; ya que la entidad es reconocida por su importante actividad pecuaria y en especial por la producción de quesos.

La mujer en empresas turísticas

¿Las desventajas y obstáculos que enfrentan las mujeres se desvanecen cuando las universitarias son empleadas en la empresa turística? Esta pregunta se resuelve en los trabajos que conforman esta tercera parte del libro. Se presentan tres trabajos que analizan la participación de las mujeres en la industria turística, los cuales evidencian las desigualdades de acceso a puestos gerenciales. Se comprueba que, a pesar de que a nivel mundial el turismo es una de las empresas con mayor capital humano, la contratación de mujeres también está permeada por un sesgo de género, provocando desigualdades de acceso a puestos gerenciales aún con perfiles similares a los varones en cuanto a estudios y edad.

En su trabajo *El rol de género en la Alta Dirección de Empresas Turísticas competitivas: principales diferencias*, Irma Magaña Carrillo (Universidad de Colima) señala que a nivel nacional, dentro del ámbito empresarial, los roles de género han jugado un papel determinante en las empresas turísticas, vinculando a hombres y mujeres dentro de la industria según parámetros diferenciadores culturalmente dados. Se analiza el rol de género dentro de la alta dirección en las empresas turísticas del estado de Colima, y cómo este concepto se manifiesta como un elemento diferenciador en la construcción social y el desempeño directivo del empresario y la empresaria local, repercutiendo en las formas de organización, dirección y competitividad de las empresas turísticas, según el género de la persona que las dirige. Asimismo, se analizan las dificultades sociales y culturales,

establecidas desde los roles de género, que obstaculizan la incursión de la mujer dentro del ámbito de los negocios, estableciendo mecanismos que refuerzan al rol de género como una fuerza impulsora para los hombres y una fuerza restrictiva para las mujeres dentro del ámbito empresarial. Finalmente, se analizan las diferencias sustanciales en las motivaciones, forma de dirección y toma de decisiones de los directivos según el género al que éstos pertenecen.

Desde que las mujeres accedieron a la educación formal en el siglo XIX a través de la lucha feminista, en el presente, se esperaría que este derecho les abriera paso en el ámbito laboral al término de sus estudios universitarios. Desafortunadamente en el turismo, la brecha entre géneros y el acceso a los puestos directivos o gerenciales se agrava, pareciera que *eficiencia* fuera un concepto inherente de los varones. Esto genera la exclusión del capital humano femenino en las empresas turísticas, tema abordado por Jakson Renner Rodrigues Soares, Larissa Paola Macedo Castro Gabriel y Raquel Santiago Romo en *Igualdad de género, eficiencia y capital humano en la intermediación turística: el caso de Galicia*. Comentan los autores, a pesar de que en la universidad hay más mujeres que hombres y ellas se concentran en gran número en el mundo empresarial, no se observa su presencia en cargos directivos, de tal forma que buscan identificar qué elementos impiden que las mujeres estén subrepresentadas en los puestos más altos de las empresas turísticas gallegas. No sería sorprendente que fuera la discriminación de género quien construyera barreras y que se perpetúen éstas a través de estereotipos de género.

Por otro lado, y debido a que el análisis del empoderamiento debe ser analizado desde un marco analítico de las relaciones sociales, es imprescindible en los estudios turísticos estudiar este tema entre las mujeres incorporadas en diferentes organizaciones, llámense empresas, asociaciones, cooperativas, entre otras, ya que en éstas ellas comparten los mismos objetivos, trabajan y se relacionan entre sí bajo esquemas y organigramas jerárquicos. Es por esto que Martha Rocío Guerra Gutiérrez, Gizelle Gua-

dalupe Macías González e Ismael Manuel Rodríguez Herrera hicieran una revisión de literatura sobre el empoderamiento organizacional de las mujeres que trabajan en empresas turísticas y lo titulan *El empoderamiento de las mujeres que trabajan en el sector turístico. Un análisis desde las redes sociales y la gestión del conocimiento*. Después de revisar diferentes estudios que fueron publicados a inicios de la década de los noventa, resaltan la importancia de conocimientos y habilidades que las mujeres desarrollan para impulsar sus empresas y a través de este proceso empoderarse.

*Rocío del Carmen Serrano Barquín
Gregoria Rodríguez Muñoz
Yanelli Daniela Palmas Castrejón
Coordinadoras*

PRIMERA PARTE

Aproximaciones teórico-metodológicas

Modelo analítico para el empoderamiento de las mujeres en el turismo

Laura Paola Vizcaino Suárez¹

Rocío del Carmen Serrano Barquín²

Introducción

En la literatura sobre género y desarrollo, el empoderamiento ha sido considerado como un componente relevante de los procesos de cambio social (Kabeer, 1999; Mosedale, 2005). El empoderamiento de las mujeres ha sido importante en el trabajo teórico y práctico para la igualdad, la liberación y la justicia de género (León, 2001; Rowlands, 1997). Las cuestiones de poder se relacionan con cuestiones de quién obtiene qué, así como el trato que reciben las personas (Agarwal, 1997: 8). Los conceptos de poder y empoderamiento son fundamentales para entender las desigualdades sociales, étnicas y de género en el contexto de las iniciativas de desarrollo pero han sido escasamente analizados en la investigación turística. Además, el paradigma del turismo sustentable, promovido por las organizaciones internacionales de desarrollo y las academias turísticas, ha sido renuente a incorporar el análisis de género y la igualdad de género (Ferguson y Moreno, 2015).

La industria turística es una de las principales generadoras de empleo directo e indirecto para las mujeres alrededor del mundo (Organización Mundial del Turismo, 2011). Dada su alta tasa de crecimiento y de flexibilidad, el turismo tiene el potencial para promover el avance económico, político y social de las mujeres (Ashley *et al.*, 2007; Ghodsee, 2005). Sin embargo, algunos investigadores cuestionan la relación entre el turismo

¹ Faculty of Management, Bournemouth University, Reino Unido.

² Facultad de Turismo, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

y el empoderamiento de las mujeres debido a: a) las prácticas de discriminación de género prevalentes en la industria y que afectan desproporcionalmente a las mujeres (Baum, 2013; Chant, 1997; Sigüenza, Brotons y Huete, 2013); b) la ausencia de perspectiva de género en la planeación y puesta en práctica de la mayoría de iniciativas de desarrollo turístico (Bergareche y Vargas, 2010; Murguialday, 2015); y c) la creciente explotación de las mujeres a través de la trata, el turismo sexual y la prostitución de niñas y mujeres (Cabezas, 2004; Davidson, 2000).

En concordancia con los patrones internacionales, el turismo es una de las actividades económicas con mayor participación de las mujeres en México. Representan más del 57% de la fuerza laboral en el sector turístico y el 45% en los sectores relacionados (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015). Los sectores relacionados con el turismo incluyen la producción y venta de artesanías y alimentos en los destinos turísticos. El mercado laboral turístico mexicano se caracteriza por la división sexual del trabajo que produce desigualdades de género como: segregación ocupacional basada en roles tradicionales de género; mayor representación de las mujeres en empleos con menor estatus y remuneración; mayor proporción de mujeres en empleos de medio tiempo; menores oportunidades de capacitación y promoción; así como menores salarios con relación a los hombres en puestos similares (Secretaría de Turismo y Colegio de México, 2011). A pesar de la existencia de marcos legales que promueven la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en los procesos de planeación para el desarrollo en todos los sectores económicos incluyendo el turismo (Vizcaino-Suárez *et. al.*, 2014), la puesta en marcha de estos objetivos no ha rebasado el nivel de ideales regulativos. Por el momento no es posible analizar el éxito de las políticas o programas turísticos para promover estos objetivos. Sin embargo, se pueden examinar las interacciones cotidianas de las mujeres con los procesos turísticos, con el propósito de comprender qué elementos aportan cambios a las vidas de las mujeres y qué significa el empoderamiento para ellas (Cornwall y Edwards, 2010).

El modelo analítico presentado se construyó para un caso de estudio sobre mujeres artesanas en Metepec, Estado de México, en un contexto donde el estatus y reconocimiento como “artesana” se adscribe por lo general al varón jefe de familia. En las últimas décadas, la ciudad típica de Metepec se ha convertido en un destino de turismo cultural debido a su producción de artes populares: alfarería, cestería, herrería y cerería. Las fiestas locales también atraen a turistas nacionales e internacionales en diferentes épocas del año. La preservación de las tradiciones y festividades legendarias en los seis barrios centrales de Metepec, que conforman la “ciudad típica”, fue reconocida por el Programa Nacional de Desarrollo Turístico Pueblos Mágicos en el 2012. Actualmente, poco más de un ciento de localidades han sido seleccionadas para su incorporación en este programa debido a la preservación de “atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy en día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico” (Secretaría de Turismo, 2016: 1).

Las participantes del estudio desafían las normas tradicionales de género a través de estrategias de negociación manifiestas y sutiles al interior del hogar y en la comunidad. Enfrentan impedimentos y oportunidades para avanzar su situación en una sociedad patriarcal y una actividad artesanal dominada por los varones. El desarrollo turístico de Metepec ha abierto nuevos espacios simbólicos y materiales para la auto-determinación, socialización y producción cultural de las mujeres más allá de la esfera privada. Sin embargo, la falta de objetivos específicos para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en las políticas turísticas locales ha limitado los cambios de tipo estructural.

El capítulo se organiza de la siguiente manera. Se presenta la revisión sobre mujeres y empoderamiento en la investigación turística; seguido del marco teórico que retoma los constructos de género, poder, empoderamiento y agencia de las mujeres. Posteriormente, se presenta la discusión sobre las consideraciones epistemológicas, teóricas y metodológicas previas; segui-

do del desarrollo del modelo analítico compuesto por tres componentes: 1) contextualización del trabajo de las mujeres en las actividades turísticas y relacionadas, 2) las respuestas de las mujeres a las transformaciones generadas por el desarrollo turístico y 3) las negociaciones para el empoderamiento de las mujeres. Finalmente, en las conclusiones se resaltan las contribuciones del estudio, se reconocen las limitaciones y se proponen futuras direcciones para la investigación sobre turismo y género.

Mujeres y empoderamiento en la investigación turística

La introducción de los marcos teóricos feministas y de género en la investigación turística ha permitido analizar las dimensiones de género en la producción, consumo y promoción del turismo (Aitchison, 2005; Gibson, 2001; Kinnaird y Hall, 1996; Pritchard, 2014; Sinclair, 1997; Swain, 1995-2005). La participación de las mujeres en el trabajo turístico depende del contexto económico, político y sociocultural, así como de los valores y las ideologías de género prevalecientes en la sociedad de estudio (Duffy, *et al.*, 2015; Tucker y Boonabaana, 2012). Por ejemplo, en algunos países de Medio Oriente, las normas del Islam restringen el movimiento de las mujeres por lo que suelen ser excluidas del empleo turístico, mientras que los hombres no enfrentan este tipo de restricciones para conseguir trabajo en el sector (Sönmez, 2001; Tucker, 2007). En el turismo de base comunitaria y en el contexto africano, se da preferencia a los hombres sobre las mujeres para los trabajos turísticos (Scheyvens, 2000). Las mujeres también enfrentan limitaciones para participar en actividades consideradas de alto riesgo, con gran demanda física o "masculinas", como es el caso de las guías de descenso en río en Veracruz, México (Díaz Carrión, 2012: 536-38).

En general, las autoras, quienes consideran que las mujeres pueden mejorar sus condiciones de vida mediante el trabajo turístico, se centran en cuestiones relacionadas con la autonomía financiera, la valoración social del trabajo productivo y la oportunidad para establecer contactos con la esfera pública (Gentry, 2007; Ferguson, 2010). Otros aspectos relevantes de la

participación de las mujeres en la producción turística son la adquisición de nuevas habilidades y el establecimiento de redes personales y de negocios (Fernández y Martínez, 2010). El crecimiento del turismo y las interacciones sociales asociadas con esta actividad pueden contribuir a modificar las definiciones de género (Swain, 1995), para abrir nuevos espacios y ocupaciones tradicionalmente negadas a las mujeres (Díaz Carrión, 2012; Tucker, 2007). Por otro lado, el trabajo turístico suele extrapolar los roles y estereotipos tradicionales de género de la esfera doméstica a la productiva. Lo anterior contribuye a mantener la segregación ocupacional por género y a considerar el trabajo de las mujeres como complemento del de los hombres, perpetuando así la posición de las mujeres en empleos informales, de baja cualificación y baja remuneración (Chant, 1997). Otra cuestión problemática se refiere al incremento de la carga de trabajo para las mujeres, ya que continúan asumiendo las responsabilidades domésticas y reproductivas además de su creciente participación en el mercado productivo (Díaz Carrión, 2010; Gentry, 2007; Suárez Gutiérrez *et al.*, 2016). Además, cuando las mujeres realizan una actividad relacionada con el turismo en espacios domésticos (por ejemplo: en la granja familiar o en la casa-taller artesanal) este trabajo carece de visibilidad y reconocimiento social, limitando la participación de las mujeres en las decisiones públicas a nivel comunitario (Sparrer, 2003).

Con relación al empoderamiento, Scheyvens (1999) propuso un marco conceptual para analizar los proyectos turísticos a partir de cuatro dimensiones: económica, psicológica, social y política. El modelo se centró en el análisis del empoderamiento comunitario pero resultó útil también para examinar la participación de las mujeres en proyectos ecoturísticos en países en vías de desarrollo (2000). Al analizar diversos casos de estudio, la autora concluyó que las participantes en proyectos ecoturísticos no eran meras víctimas del desarrollo turístico, sino evidenciaron gran capacidad de actuar para avanzar sus intereses en las iniciativas que se pusieron en marcha (244). La autora también observó cambios significativos en los roles de género con la participación de las mujeres en proyectos ecoturísticos, a

pesar de que no proporcionó una explicación de cómo se sucedieron esos cambios o qué tipo de negociaciones tuvieron que realizar las mujeres.

En otro estudio pionero, Gentry (2007) examinó la relación entre la participación de las mujeres en el trabajo turístico de Belice y los cambios en los roles de género. La autora concluyó que si bien el turismo explota la división sexual del trabajo (ejemplificada en la domesticación del trabajo, doble jornada laboral, bajos salarios y bajos niveles educativos), también abre oportunidades para que las mujeres incrementen su capacidad de toma de decisiones económicas en el hogar, mayores interacciones sociales, la propiedad de pequeños negocios y un cierto grado de autonomía. En su investigación con mujeres empleadas en el sector turístico de tres destinos centroamericanos, Ferguson (2010) llegó a una conclusión similar. A pesar de la segregación laboral por género, el trabajo turístico tuvo efectos positivos en los niveles de autonomía económica, la movilidad y socialización de las mujeres.

Mientras la mayoría de estudios ignora la capacidad de las mujeres para tomar decisiones y negociar su participación en el trabajo turístico, algunas investigaciones se han centrado en estos temas importantes. Por ejemplo, Tucker (2007) analizó las negociaciones de las mujeres para realizar trabajo turístico en el pueblo turco de Göreme y concluyó que el turismo ha contribuido a ampliar las fronteras espaciales y morales, facilitando su inserción. Boonabaana (2014) resaltó la importancia de analizar la agencia de las mujeres para aprovechar las oportunidades de trabajo en el sector turístico de Mukono, Uganda, considerando tanto las posibles ganancias como las posibles pérdidas de ese tipo de trabajo. Según la autora, ellas comienzan a disputar algunos de los atributos relacionados con la feminidad y la masculinidad, incluyendo la propiedad de bienes, el poder económico, la movilidad y el respeto de la comunidad (34). Por su parte, Moswete y Lacey (2015) evaluaron las recientes políticas de turismo cultural de base comunitaria en Botswana, con relación a la generación de oportunidades para que las mujeres se vuelvan en líderes y emprendedoras, y concluyen

que dichas políticas han contribuido a fomentar el empoderamiento femenino en términos de liberarse de la dependencia económica de los varones, así como de romper con los ciclos de privación, vacío y dependencia familiar. En este caso, los varones de la familia fungieron como facilitadores de la participación de las mujeres en el turismo (613).

Recientemente, la investigación turística en México ha comenzado a explorar cuestiones relacionadas con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres (Vizcaino Suárez *et al.*, 2016). Por ejemplo, Fernández y Martínez (2010) descubrieron que a pesar de las normas de género, un grupo de mujeres en el resort turístico de Huatulco, México, lograron adquirir las habilidades necesarias para gestionar pequeñas empresas turísticas privadas y comunitarias. De manera similar, Díaz Carrión (2010) observó que las mujeres alcanzaron roles productivos más visibles gracias a su participación en iniciativas de turismo comunitario en las áreas naturales protegidas de Veracruz. Gámez, Ivanova y Wilson (2011) analizaron el caso de las vendedoras de playa en Los Cabos, Baja California Sur. A pesar de la discriminación que sufren en el empleo informal, la interacción con el turismo permite a las mujeres cuestionar los roles tradicionales de género y obtener mejoras en su condición social, económica y cultural. Las autoras reflexionan sobre la importancia de incorporar la perspectiva de género en los procesos de planeación del desarrollo turístico, ya que de esta manera: “el éxito de las iniciativas de las mujeres en el turismo dejaría de ser resultado sólo del esfuerzo individual para convertirse en componente clave del desarrollo económico sustentable en el municipio de Los Cabos” (28). Por su parte, Díaz Carrión (2014) concluyó que las estrategias de las mujeres para conciliar el trabajo productivo con las tareas domésticas y reproductivas en las iniciativas ecoturísticas de México, representan esfuerzos individuales. Las mujeres no cuentan con apoyo institucional para diseñar estrategias que les ayuden a conciliar sus múltiples responsabilidades. Sin embargo, en los contextos rurales, el turismo está abriendo algunos espacios para debatir sobre las relaciones desiguales de género

y el reparto más equitativo de las tareas productivas, domésticas y reproductivas en las unidades familiares (85-6).

Continuando con el análisis del ecoturismo desde la perspectiva de género, Rodríguez y Acevedo (2015) examinaron los cambios en la vida cotidiana de las mujeres al incorporarse a un proyecto turístico en el ejido El Rosario, Michoacán, impulsado por el gobierno federal para la generación de ingresos y la protección del hábitat de la mariposa monarca. Las autoras identificaron las ocupaciones específicas que las mujeres realizan dentro del proyecto (guías, artesanas, vendedoras de alimentos y bebidas entre otras), mientras que por otro lado, distinguieron los impactos que dichas labores tuvieron en las vidas de las mujeres tales como: el aumento en el número de horas de trabajo, disminución de horas de ocio y descanso, cambio en el horario de alimentación, fortalecimiento de redes sociales y el interés por el arreglo personal (21-5).

Finalmente, en un estudio en el contexto de dos centros ecoturísticos en Chiapas, Suárez Gutiérrez *et al.* (2016) identificaron desde la perspectiva de género, las formas de participación y el papel de mujeres y hombres indígenas en los centros. Los resultados del estudio confirmaron la presencia de estereotipos de género en las actividades de los centros ecoturísticos que mantienen la división de trabajo productivo-reproductivo, evidenciada en la doble jornada por parte de las mujeres. Entre los impactos positivos, las mujeres modificaron actitudes, maneras de ser y hacer, además de que encontraron nuevos espacios para el emprendimiento económico y social.

Los estudios empíricos revisados en el apartado no siempre definen lo que entienden por empoderamiento, pero la noción implícita se refiere a la transformación de los roles tradicionales de género que mantienen la subordinación de las mujeres con respecto a los varones. Existe cierto consenso de que el trabajo de las mujeres en el turismo puede favorecer la renegociación de las normas tradicionales de género, pero no produce cambios inmediatos. Ya que las normas de género están embebidas en la

cultura, es más probable que se transformen en el largo plazo. Se requiere prestar mayor atención a los procesos de decisión, negociación y diseño de estrategias de las mujeres con respecto a su participación en el turismo (Boonabaana, 2014; Díaz Carrión, 2010), con la finalidad de identificar intervenciones públicas que puedan apoyar lo que las mujeres ya están haciendo para producir cambios en sus vidas. En el siguiente apartado, se presenta el marco teórico empleado para construir el modelo analítico para el empoderamiento de las mujeres en el turismo.

Marco teórico: Género, poder, empoderamiento y agencia de las mujeres

Según Scott (1986), el sistema de género está compuesto por cuatro elementos interrelacionados: símbolos, en los que las diferencias de género están inscritos; conceptos normativos, que operan en sistemas de binarios opuestos; instituciones políticas y sociales, como relaciones familiares, el mercado laboral, el sistema educativo y político; y la formación de identidades subjetivas, identidades de género con relación a actividades históricas específicas, organizaciones sociales y representaciones culturales. La construcción histórica de los roles y estereotipos de género en México ha caracterizado a los varones como “proveedores”, jefes de familia y tomadores de decisiones. Cuando el trabajo productivo es considerado una responsabilidad masculina, ellos están en posición de controlar y gestionar los recursos económicos y tecnológicos ligados al ejercicio del poder público y privado. Por otro lado, el trabajo de las mujeres en el hogar es de consumo inmediato y por lo tanto, invisible y con escaso o nulo valor económico y social (Loría, 1998). La cuestión de la visibilidad del trabajo de las mujeres está adquiriendo importancia en los estudios sobre turismo y género (Suárez Gutiérrez *et al.*, 2016) y se exploró también en el caso de estudio sobre las mujeres artesanas de Metepec, México.

El concepto de empoderamiento ha sido empleado por diferentes movimientos y organizaciones en diferentes contextos y con una variedad de significados (Batliwala, 1993). Es importante resaltar que la noción central

del empoderamiento es el poder. Este último es un concepto relacional, ejercido en diferentes niveles como poder manifiesto, latente e ideológico (ver Gramsci, 2003; Foucault, 1988; Bourdieu, 2000). Si bien en la literatura sobre género y desarrollo, predomina el concepto del empoderamiento económico, existe consenso de que el empoderamiento es un proceso y su aplicación es relevante para aquellas personas que carecen de poder y padecen marginación, exclusión, discriminación o desigualdad social (Battilwala, 1993; Kabeer, 1999; León, 1997; Rowlands, 1997; Stromquist, 1995).

Las raíces históricas del concepto de empoderamiento se remontan al movimiento de derechos civiles liderado por la comunidad afroamericana en la década de 1960, con la búsqueda por el "poder negro" como estrategia para el cambio social (León, 1997). La ciencia social crítica retomó el concepto y enriqueció el análisis del poder con las aportaciones teóricas de Antonio Gramsci, Michel Foucault y Paulo Freire. Gramsci (2003) desarrolló la idea del poder como hegemonía, o de cómo el poder se constituye en los ámbitos de las ideas y el conocimiento y se expresa mediante el consentimiento más que a través de la fuerza. Foucault (1988) avanzó la noción de que el poder opera en todos los niveles de la sociedad, desde el nivel interpersonal y privado, hasta las altas esferas del gobierno y el Estado.

Finalmente, Freire (2005) promovió un movimiento para la educación popular en la que las experiencias transformadoras de aprendizaje proporcionarían las herramientas necesarias para que las personas oprimidas (o marginadas) se liberaran a sí mismas de las estructuras que limitan su participación social, intelectual y política. Estos tres autores, influenciados por el pensamiento marxista, aseveraban que las relaciones de poder y las formas de conciencia estaban condicionadas histórica y culturalmente por las luchas sociales. Sin embargo, ninguno de ellos empleó el término "empoderamiento" y no discutieron las relaciones de poder con respecto al género. Esta última discusión la emprenderían las investigadoras feministas en su crítica a las teorías del desarrollo (León, 1997).

Basado en el trabajo de Boserup en la década de 1970, la escuela de Mujeres en el Desarrollo (MED) proporcionó una "crítica poderosa desde la perspectiva del feminismo liberal sobre las teorías del desarrollo que se concentraron en los hombres como productores y jefes de familia", mientras veían a las mujeres como amas de casa y madres (Rowlands, 1997: 5). Sin embargo, el enfoque MED no cuestionó las estructuras sociales que perpetuaban la subordinación de las mujeres. Un nuevo análisis surgió durante 1980, conocido como Género en el Desarrollo (GED), que se centró en las relaciones de género en las organizaciones y los procesos sociales. El "enfoque de empoderamiento" emergió de la perspectiva GED. La subordinación de las mujeres y las inequidades de género fueron reconocidas como las principales cuestiones en el desarrollo, por lo que la planeación de género proponía que "las mujeres a través del empoderamiento logran la igualdad y equidad con los hombres en la sociedad" (Moser, 1993: 4). Autoras como Molyneaux (1985), Moser y Levy (1986) y Young (1991) abrieron la discusión sobre los intereses de las mujeres, diferenciando entre necesidades prácticas e intereses estratégicos en el contexto de la planeación para el desarrollo. Las necesidades prácticas se tienen que cubrir, por ejemplo: alimentación, salud, agua, combustible, cuidado de los hijos o educación, pero no pueden ser un fin en sí mismas. Para estas autoras, movilizar a las mujeres para cumplir con sus intereses estratégicos a largo plazo (como: abolir la división sexual del trabajo, alivio de la carga de trabajo doméstico y cuidado de los hijos, eliminación de las formas institucionales de discriminación, lograr la igualdad política, la libertad para decidir sobre la procreación, y las medidas en contra de la violencia masculina contra las mujeres) es una tarea esencial (Molyneaux, 1985:233).

Durante la década de 1990, las teóricas y activistas feministas aportaron mayor significado al concepto del empoderamiento de las mujeres. Para la investigadora y activista india Srilatha Batliwala (1993), el empoderamiento implica una transformación en las relaciones de poder entre los individuos y los grupos en la sociedad. La autora explica el poder como sinónimo de

control sobre los recursos de distintos tipos: físicos (tierra), intelectuales (conocimiento e información), humanos (gente, el trabajo de la gente, la capacidad de las mujeres para la reproducción), financieros (dinero o acceso al dinero). Las personas que tienen poder están en una posición para tomar decisiones para su propio beneficio e incrementar el control sobre los recursos, mientras que las mujeres en general y las mujeres pobres en particular, generalmente carecen de poder de decisión o control sobre los recursos (1993). En este sentido, los procesos de empoderamiento se refieren a la creación de oportunidades para que las mujeres decidan qué cambios quieren en sus vidas y cómo lograrlos. Rowlands (1997: 13) sintetiza las diferentes formas del poder:

- *poder sobre*: poder de control en una relación de dominación/subordinación, hay conflicto y confrontación directa; se responde con conformidad, resistencia o manipulación;
- *poder para*: poder para generar o producir, crea nuevas posibilidades sin dominación y se refiere a tener autoridad para tomar decisiones;
- *poder con*: involucra a personas que se organizan con un propósito común para alcanzar metas colectivas;
- *poder desde dentro*: autoconfianza, autoconciencia, autoestima y asertividad que se extiende al respeto de los demás como iguales.

Para el feminismo, el empoderamiento incorpora el "poder para" y el "poder desde dentro" con el objetivo de deshacer las construcciones sociales negativas, para que las personas lleguen a considerarse capaces y con el derecho de actuar e influir en la toma de decisiones (14). La definición tradicionalmente masculina del poder como "suma cero" debe cambiarse por una noción del "poder compartido" o "poder con" (Lagarde, 1996).

Los hombres también se beneficiarían del empoderamiento de las mujeres con la oportunidad de vivir en una sociedad más igualitaria que facilite la exploración de nuevos roles.

Por su parte, Kabeer (1999: 437) se refiere al poder en términos de la “habilidad de tomar decisiones” y explica que a las personas sin poder se les niega la elección. En ese sentido, el empoderamiento se refiere al “proceso por el cual aquellos a quienes se les ha negado la capacidad de tomar decisiones estratégicas de vida adquieren tal habilidad”³. El modelo de empoderamiento de Kabeer identifica a los recursos humanos y materiales como “pre-condiciones” para el empoderamiento; el “proceso” de empoderamiento se refiere a la agencia (capacidad de tomar decisiones estratégicas de vida, desafiando las relaciones de poder) y los logros o la medida en que las mujeres logran vivir las vidas que desean, representan los “resultados” del empoderamiento. Para que la dimensión de recursos sea una medida útil de empoderamiento, se debe definir “de manera que especifiquen el potencial de la agencia humana y los logros” más allá de los indicadores de acceso a los recursos (444). El concepto de control sirve para hacer operativa la pre-condición para el empoderamiento, al tener las mujeres capacidad de decisión sobre los recursos en cuestión. Para medir la agencia, se deben elegir y cuantificar decisiones que sirvan como indicadores para el empoderamiento, prestando particular atención a las diferentes etapas en la toma de decisión y las consecuencias de dichas decisiones (446-7). Finalmente, los logros deben de evaluarse por sus implicaciones en la transformación de las relaciones desiguales de género enraizadas en las costumbres locales (451).

Existe consenso de que el empoderamiento es un proceso y requiere que las mujeres se sientan con derecho de tomar decisiones estratégicas en sus vidas. Para Stromquist (1995), el sentido emancipatorio del empoderamiento resulta del ejercicio de la agencia personal, así como de ligar las acciones con las necesidades y lograr cambios significativos tanto a nivel personal como colectivo. La autora sugiere que el empoderamiento es necesario para romper con un número de dicotomías que afectan a las mujeres: personal/colectiva, doméstico/público, material/ideológica. Las

³ La traducción directa del inglés fue hecha por nosotros, los autores del capítulo.

mujeres empoderadas deben ser capaces de frenar lo indeseable, transformar las prácticas dañinas y crear nuevas visiones.

De manera complementaria, Young (1991) enfatiza la importancia de concebir al empoderamiento como una responsabilidad colectiva que involucra tanto el cambio individual como la acción colectiva. El empoderamiento colectivo basado en la cooperación requiere cambios significativos en las dinámicas de poder entre mujeres y varones. El empoderamiento es un proceso de abajo hacia arriba que no puede ser otorgado a las mujeres, sino que se provee apoyo y soporte en el proceso mediante intervenciones externas apropiadas (Oxaal y Baden, 1997). Deere y León (2002) señalan que el empoderamiento no es un proceso lineal con un punto de partida y final claro y común para todas las mujeres. Por el contrario, cada mujer experimenta el empoderamiento de una manera única. Esta experiencia subjetiva se basa en la historia personal y el contexto sociocultural local. El empoderamiento se relaciona con decisiones de con quién casarse, dejar una relación abusiva, cuántos hijos tener, buscar una actividad remunerada o participar en organizaciones colectivas en la esfera pública, dependiendo del contexto de vida de cada mujer (León, 2001).

En las últimas décadas ha habido un debate constante sobre el empoderamiento de las mujeres. El debate se ha intensificado debido al compromiso global para cumplir con el tercer Objetivo de Desarrollo del Milenio –actualmente el quinto Objetivo del Desarrollo Sustentable– que se refiere a la igualdad de género y el empoderamiento de las niñas y mujeres. Sin embargo, el segundo concepto no está exento de críticas. Primero, porque se ha definido por diferentes disciplinas como la psicología, las ciencias políticas, la educación, el derecho, la economía y otras (FRIDE, 2006) y se ha empleado para representar un gran rango de conceptos y resultados (Malhorta, Schuler y Boender 2002). Segundo, porque se suele conceptualizar como un resultado cuantificable desde visiones instrumentalistas en lugar de como un proceso contextualizado y multidimensional (Oxaal y Baden 1997; Kabeer 1999; Rowlands 1997). Tercero, porque presenta

retos de medición, ya que trata de responder a una perspectiva universalista de la igualdad de género y los derechos humanos, a la par que intenta reconocer los contextos socioculturales, políticos y económicos locales (Malhotra, Schuler y Boender, 2002). Además, el concepto de empoderamiento supone una serie de valores individualistas que amenazan las nociones más colectivas de comunión y cooperación (Riger, 1993). Finalmente, algunas autoras critican al empoderamiento por ser un concepto poco práctico y por no estudiarse dentro del contexto sociocultural o histórico adecuado para poder comprender las asociaciones de poder (Parpart, Rai y Staudt, 2002).

Esta propuesta retoma la concepción feminista del empoderamiento, incluyendo “poder para” y “poder desde dentro” (Rowlands, 1997; Lagarde, 1996), centrándose en la agencia de las mujeres para tomar decisiones estratégicas que mejoren su vida (Kabeer, 1999). Se busca dar visibilidad a los logros obtenidos por las mujeres, en particular aquellos que reflejen una transformación de las relaciones desiguales de género en el contexto de la cultura local (1999). En el siguiente apartado se presentan las consideraciones epistemológicas y teórico-metodológicas para la construcción del modelo.

Consideraciones epistemológicas, teóricas y metodológicas

En el desarrollo del modelo analítico, se incorporaron consideraciones epistemológicas, teóricas y metodológicas latentes en la investigación sobre turismo y género en América Latina, que demandan enfoques centrados en las personas y en los destinos donde se desarrollan las actividades turísticas de la región (Bergareche y Vargas 2010; Díaz Carrión, 2010 y 2012; Serrano Barquín, 2008).

La primera consideración epistemológica se refiere a reconocer la complejidad de los procesos de desarrollo turístico así como de las estructuras socioculturales, económicas, y políticas que los sustentan. Los destinos transformados por los procesos turísticos pueden ser espacios rurales, ur-

banos o costeros, así como otros espacios intermedios (Dachary y Arnaiz, 2006). Los procesos turísticos pueden desarrollarse de muchas formas, por ejemplo: a partir de enfoques centralizados de arriba hacia abajo, como en el caso de los destinos de playa internacionales; estrategias de los gobiernos municipales para promover el turismo cultural; o bien, iniciativas comunitarias o indígenas en espacios rurales y naturales. Las diferentes modalidades del turismo interactúan con diversos aspectos de la producción, la promoción y motivaciones para el consumo de: cultura, naturaleza, negocios, entretenimiento, entre otras.

Además de contextualizar los procesos de desarrollo turístico, se deben reconocer e incorporar las subjetividades de los sujetos (o agentes actuantes, según Bourdieu) inmersos en dichos procesos. A partir de ahí, se podrá profundizar el análisis de los impactos del turismo en las vidas de mujeres, hombres, niñas y niños, y examinar de qué maneras se han modificado sus identidades en los espacios públicos y privados de la región. Con la finalidad de superar la construcción del conocimiento androcéntrico, se debe incorporar la perspectiva de género y contrastar los constructos teóricos del poder, el empoderamiento y la agencia con las experiencias vividas de las personas. Esto último requiere construcciones teórico-metodológicas flexibles que permitan realizar análisis iterativos de los constructos teóricos y los datos empíricos (experiencias vividas). Se considera que el abordaje analítico de turismo y género aporta herramientas para indagar sobre los diversos contextos sociales que participan dinámicamente en esta relación.

Como se discutió previamente, los marcos de análisis que se han empleado para examinar el empoderamiento de las mujeres en el turismo se han retomado de la literatura sobre género y desarrollo, principalmente de los trabajos teóricos de Kabeer (1999), Longwe (1991), Rowlands (1997) y León (2001). En algunos casos, se han definido dimensiones para medir el empoderamiento de las comunidades receptoras, que también pueden aplicarse con enfoque de género (Scheyvens, 1999). Se requiere contrastar estos avances teóricos con el análisis de las experiencias vividas de las

mujeres, partiendo de preguntas como: ¿cuál es la relación de las mujeres con el poder en los contextos turísticos locales?, ¿qué significa el empoderamiento para las mujeres?, ¿cuáles son las dimensiones del empoderamiento que priorizan las mujeres en sus negociaciones en los espacios públicos y privados?, ¿de qué manera se adaptan las mujeres y participan en los procesos de desarrollo turístico? y ¿qué cambios promueven las mujeres en las dinámicas de género?

Las preguntas anteriores reflejan el interés por la agencia de las mujeres, su capacidad de adaptación y las formas en las que éstas participan en la producción turística en el contexto de América Latina. El análisis de la agencia presenta a su vez una serie de complejidades, ya que se puede conceptualizar como una noción Universal o bien, como un concepto flexible, creativo y en constante cambio, como sugerirían los estudios feministas postmodernos y postcoloniales. En el caso de los estudios turísticos, Wearing y Wearing (2001) han esbozado una propuesta de modelo de análisis de la agencia, desde la perspectiva del consumo turístico, enfatizando que el turismo puede crear nuevos espacios materiales y simbólicos para enriquecer “el mundo” de las y los turistas. En este sentido, la presente propuesta busca ampliar el debate de la agencia desde las experiencias de la producción más que del consumo turístico.

Otra consideración importante es el reconocimiento a las dinámicas sociales de la diferencia, no solo de género, sino también de raza y clase, entre otras; y cómo estas dinámicas presentan tensiones, contradicciones e intersecciones (Mendoza, 2010). Así, se reconoce que las mujeres no son un grupo homogéneo y hay que identificar las diferencias de edad, educación, habilidades, origen y estado civil. Las experiencias de género también están moldeadas por la clase y el grupo étnico (Martínez, 2003; Díaz Carrión, 2010 y 2012; Swain, 2005). La noción de interseccionalidad alude a múltiples formas de subordinación, donde no solo se analizan las relaciones de poder entre mujeres y varones, sino también entre diferentes grupos de mujeres.

Finalmente, es importante proponer diseños metodológicos que faciliten el análisis de las experiencias vividas. En este sentido, destacan las metodologías cualitativas que permiten examinar escalas micro de análisis y tienen el propósito de seleccionar casos ricos en información sobre los fenómenos de estudio (Patton, 2015). Se recomienda integrar preguntas que ayuden a explorar las temáticas que sean de mayor interés para los participantes en la investigación y que permitan examinar cuestiones de cambio social a partir de la participación en el turismo. Las entrevistas son un método valioso para obtener información que nos permita un mayor entendimiento del mundo de las y los informantes (Hesse-Biber y Leavy, 2006). Las teorías feministas y la perspectiva de género aportan herramientas útiles para las entrevistas cualitativas con la finalidad de: a) obtener mayor entendimiento de las experiencias de las mujeres; b) profundizar sobre los cambios sociales; c) ser consciente de las relaciones de poder (incluso entre la persona entrevistadora y las personas entrevistadas).

Modelo analítico

En los destinos que participan en el Programa Pueblos Mágicos (PPM) impulsado por la Secretaría de Turismo del Gobierno de México, las mujeres participan directa o indirectamente en la producción turística como: artesanas, productoras de alimentos, vendedoras informales, empleadas asalariadas en hoteles y otras empresas turísticas, propietarias de pequeñas empresas, entre otras actividades. En el caso de estudio del Pueblo Mágico de Metepec (en el centro del país), el análisis se centró en las mujeres artesanas, ya que la producción de artes populares donde destaca la alfarería, se ha convertido en una de las principales atracciones para los turistas y visitantes con motivaciones culturales. En el PPM destaca la direccionalidad económica del turismo como política pública en México. Sin embargo, los sectores artesanales no necesariamente han desarrollado su trabajo a partir de la dirección de la política pública y se ha de reconocer su agencia histórica y actual. No es propósito de este capítulo mostrar los resultados derivados

del trabajo de campo, sino compartir el modelo que se desarrolló para realizar el análisis del empoderamiento de las mujeres, en donde se evidencia un vínculo entre aspectos micro (cotidianidad, experiencia vivida, agencia) y macro (ideologías, políticas e instituciones) (ver figura 1).

Figura 1. Modelo analítico para el empoderamiento de las mujeres en el turismo



Fuente: Elaboración propia.

Contextualizar la participación de las mujeres en el turismo

El primer componente del modelo analítico consiste en contextualizar la participación de las mujeres en la producción turística, reconociendo que esta participación se inserta en las dinámicas de género locales. Las mujeres participan en una gran variedad de empleos formales e informales en los sectores turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes) y relacionados (producción de alimentos y artesanías locales). Además del tipo de trabajo realizado por ellas, se sugiere analizar los tiempos y espacios donde laboran, así como el reconocimiento o valoración social de estas actividades productivas. Seguramente surgirán cuestiones relacionadas con la doble o triple jornada de trabajo de las mujeres y la combinación de tiempos y espacios entre trabajo turístico y trabajo doméstico-reproductivo, por lo que es importante prestar atención a estas interacciones.

Para desarrollar esta contextualización, se sugiere aproximarse a los casos de estudio a través de una investigación cualitativa, empleando técnicas como la observación participante y la realización de entrevistas con informantes clave en el contexto turístico local. El trabajo de campo suele centrarse en el análisis del sistema de género local para determinar la existencia de una división de la vida y el trabajo por género (tareas, tiempos, espacios de trabajo y valoración diferenciada del trabajo) y se examinan las prácticas (materiales) y los discursos (simbólicos) que circunscriben la participación de las mujeres en el turismo.

En un segundo nivel de análisis, se examina el acceso de las mujeres a diferentes recursos para la realización de su trabajo (materiales, financieros, tecnológicos, entre otros); así como el uso y control de dichos recursos (por ejemplo: locales de venta). Lo anterior contribuye a la comprensión de las relaciones de poder entre mujeres y varones, así como entre diferentes grupos de mujeres. Aquí las cuestiones de género se intersectan con otras categorías como la clase, la etnia, la edad, el estado civil, el nivel educativo, el lugar de procedencia y las redes de soporte. Las mujeres tienen diferente tipo de acceso, uso y control de recursos dependiendo de los arreglos familiares y las demás categorías enlistadas. Los estudios empíricos en el contexto del desarrollo turístico en México, muestran que los varones suelen tener ventajas, por ejemplo, en cuanto a la titularidad de los bienes y el acceso a los apoyos públicos como los créditos y la capacitación. En este nivel de análisis, se busca determinar la posición de las mujeres en el contexto social de estudio.

Otro elemento fundamental en la contextualización de la participación de las mujeres en el turismo con perspectiva de género tiene que ver con las identidades subjetivas de las mujeres. Es decir, cómo se definen a sí mismas y de qué manera definen su trabajo. El propósito es examinar cómo impactan los discursos de género predominantes en la construcción de las identidades de las mujeres, y si de alguna manera la interacción con turistas y visitantes logra modificar algunas de las percepciones arraigadas socialmente.

Analizar las transformaciones generadas por el turismo

El segundo componente del modelo es analizar cómo las mujeres responden a las transformaciones generadas por el desarrollo turístico. Aquí hay que preguntarse ¿cuáles han sido estas transformaciones? ¿Qué cambios materiales y simbólicos han generado? Los cambios materiales se pueden relacionar con la creación de nuevos espacios comerciales y turísticos, por ejemplo, o con el incremento de la participación de las mujeres en el empleo remunerado. Los cambios simbólicos pueden derivarse de la continua interacción con turistas nacionales e internacionales que generan oportunidades no solamente para el intercambio económico, sino también para el intercambio social y cultural. En este punto se deberá examinar si las dinámicas turísticas modifican las identidades de las mujeres, las oportunidades de trabajo, la valoración social y la participación política de las mujeres.

Este nivel de análisis ayuda a revelar el potencial del turismo para crear nuevos espacios materiales y simbólicos donde las mujeres puedan desarrollar nuevas habilidades, socializar con actores externos al ámbito familiar y comunitario o recibir un mayor reconocimiento por sus labores productivas y reproductivas. Parte de este análisis se desprende de preguntar, por ejemplo ¿qué elementos aportan cambios a la vida de las mujeres a raíz de su participación en el turismo? Los elementos que aportan cambios positivos contribuyen al proceso de empoderamiento.

Negociaciones para el empoderamiento

El tercer componente del modelo es examinar las negociaciones de las mujeres hacia el empoderamiento y determinar dónde ocurren los cambios relevantes en sus vidas a nivel individual, comunitario o institucional. Los principales planteamientos teórico-conceptuales que se sugieren para el análisis del empoderamiento de las mujeres en el turismo incluyen: a) identificar los impedimentos y facilitadores para el empoderamiento de

las mujeres; b) las nociones de “poder para” y “poder desde” que epitomizan la conceptualización del poder a partir de los marcos feministas (Rowlands, 1997); c) la agencia de las mujeres como capacidad para tomar decisiones estratégicas y los logros con respecto a la transformación de relaciones desiguales de género (Kabeer, 1999).

Los impedimentos para el empoderamiento de las mujeres deben analizarse en el contexto más amplio de las barreras ideológicas e institucionales que limitan la participación de las mujeres en las actividades productivas relacionadas con el turismo. Por otra parte, los facilitadores brindan oportunidades, abren puertas y en general, ayudan a las mujeres en el proceso de empoderamiento. Puede haber facilitadores a nivel del hogar, la comunidad o las instituciones. Una pregunta útil en este apartado puede ser: ¿qué agentes u organizaciones contribuyen el empoderamiento de las mujeres y cuáles obstaculizan estos procesos?

Para aproximarse al ejercicio de la agencia, se analizan los diferentes procesos de toma de decisión en los que participan las mujeres a raíz de su participación en el trabajo turístico. Algunas preguntas útiles podrían ser: ¿Qué estrategias desarrollan las mujeres para obtener beneficios de su participación en el turismo? ¿Cuáles son sus prioridades? Aquí se retoman conceptos teóricos de la literatura sobre género y desarrollo, particularmente con relación al poder de las mujeres, como por ejemplo: las nociones de “poder para” y “poder desde dentro” (Rowlands, 1997). A partir de estas nociones, se examina lo que las mujeres son capaces de hacer mediante su trabajo (“poder para”) y los impactos del trabajo con relación al sentido de autonomía y auto-determinación de las mujeres (“poder desde dentro”). No se debe olvidar que el ejercicio de contrastar los supuestos teóricos con los datos empíricos (experiencias de vida de las mujeres) es una tarea constante en el análisis de los procesos de empoderamiento. Con esto se identifican los cambios más importantes en las vidas de las mujeres, con relación al trabajo en el turismo y sectores relacionados. Finalmente, se reflexiona sobre los logros de las mujeres con relación al in-

crecimiento de su capacidad de toma de decisiones estratégicas (agencia), el mejoramiento de las oportunidades económicas, mayor participación política y reconocimiento social.

Conclusiones

Una de las principales aportaciones de este capítulo se refiere a la reflexión epistemológica con relación a la necesidad de co-producir conocimientos científicos sobre las dinámicas socioculturales del turismo a partir de las experiencias vividas tanto de mujeres y hombres a través de modelos centrados en las personas, con la finalidad de interrelacionar las conceptualizaciones teóricas del turismo, las dinámicas de género, el poder y el empoderamiento con las experiencias de los agentes sociales que participan en los procesos de desarrollo turístico en localidades específicas. Es a través de esta mayor interacción entre teoría y práctica, que se podrán generar nuevos paradigmas que tomen en cuenta las complejas interacciones del turismo con las construcciones socioculturales, incluyendo las dinámicas de género.

A nivel teórico-metodológico, el capítulo articula un análisis de las relaciones entre turismo y procesos de empoderamiento que reconocen la agencia de las mujeres. Este reconocimiento es un primer paso para superar los modelos victimistas que abundan tanto en la literatura sobre género y desarrollo, como en la producción académica sobre turismo y género.

En este sentido, la propuesta de modelo analítico ofrece una guía teórico-metodológica para examinar los procesos de empoderamiento de las mujeres en el turismo, que incluye tres grandes componentes: 1) contextualizar la participación de las mujeres en la producción turística desde la perspectiva de género; 2) analizar las respuestas de las mujeres a las transformaciones generadas por el desarrollo turístico (capacidad de adaptación y estrategias para el aprovechamiento de los nuevos espacios y dinámicas de trabajo ligadas al turismo); y 3) examinar las negociaciones para el empoderamiento de las mu-

jes (qué significa el empoderamiento para un grupo concreto de mujeres y de qué manera logran generar cambios positivos en su vida).

El modelo analítico es una propuesta en construcción que puede adaptarse para analizar contextos específicos y centrarse en las experiencias concretas de un grupo de mujeres, que aunque no sean un grupo homogéneo, compartan elementos en común, incluyendo una serie de obstáculos ligados a ideologías, políticas e instituciones en una sociedad predominantemente patriarcal. Una de las implicaciones prácticas de esta propuesta es que al centrarse en las perspectivas, percepciones y experiencias de las mujeres en su vida cotidiana y con relación a su participación en actividades productivas ligadas al desarrollo turístico, se obtiene un panorama más amplio de las limitaciones que enfrentan las mujeres en los ámbitos personal, familiar y comunitario. Con base en estas experiencias concretas se pueden diseñar estrategias para reducir las barreras ideológicas (a más largo plazo) e institucionales (en el corto y mediano plazo) e incrementar las oportunidades para la plena participación de las mujeres en la producción y el desarrollo turístico, en lugar de basarse en supuestos teóricos abstractos o en ejemplos externos que difícilmente se relacionan con los contextos locales de análisis. Además, no se debe desestimar el hecho de que las mujeres por sí mismas ya adoptan estrategias que les ayudan a mejorar su posición, ya sea mediante negociaciones sutiles o de carácter público es importante que desde la investigación y las políticas con perspectiva de género se tomen en cuenta estas estrategias y se busquen vías para fortalecerlas.

El modelo analítico propuesto tiene el objetivo de servir como referente para investigaciones futuras que tengan por objetivo examinar la relación entre turismo y procesos de empoderamiento de las mujeres en las localidades turísticas de México y otras regiones de América Latina. Para que el modelo analítico adquiera mayor robustez, se espera que pueda ser empleado en diferentes contextos socioculturales con la finalidad de contrastar los obstáculos y oportunidades a los que se enfrentan las mujeres con relación a su participación directa e indirecta en la producción turística. Al ser un modelo analítico que parte del reconocimiento de la agencia de las

mujeres y se centra en sus perspectivas y experiencias, tiene la flexibilidad de recoger los intereses y prioridades de grupos concretos de mujeres y de detectar afinidades y puntos en común entre diferentes grupos de mujeres. Lo que se busca propiciar es un diálogo continuo y dialéctico entre constructos teóricos y conceptuales y las experiencias vividas de las mujeres, que es donde se desarrollan los procesos de agencia, adaptación, resistencia y otros tipos de respuestas a las transformaciones producidas por el desarrollo turístico; así como a los sistemas de género que circunscriben la participación de las mujeres.

Por último, es importante resaltar que en países como México la investigación turística con perspectiva de género puede contribuir a orientar las políticas públicas de desarrollo turístico y aportar significados prácticos - derivados de las experiencias vividas de los agentes sociales - a los objetivos de igualdad de oportunidades entre mujeres y varones y al empoderamiento de las mujeres. Se espera que las futuras investigaciones en esta línea aporten conocimientos sobre las maneras en las que mujeres de diferentes grupos étnicos y socioeconómicos, con diferentes capacidades, edades y sexualidades, responden a los procesos de desarrollo turístico en una variedad de contextos; los impedimentos que enfrentan para ejercer su agencia; así como los cambios que genera el turismo con relación a las ideologías, prácticas y discursos de género.

Referencias bibliográficas

- Aitchison, C. (2005). Feminist and Gender Perspectives in Tourism Studies. *The Social-Cultural Nexus of Critical and Cultural Theories. Tourist studies*, 5(3), 207-224.
- Agarwal, B. (1997). "Bargaining" and Gender Relations: Within and beyond the Household. *Feminist economics*, 3(1), 1-51.
- Ashley, C., P. De Brine, A. Lehr y H. Wilde. (2007). *The Role of the Tourism Sector in expanding Economic Opportunity*. Cambridge, M.A.: Kennedy School of Government, Harvard University. Recuperado de: https://www.hks.harvard.edu/m-rcbg/CSRI/publications/report_23_EO%20Tourism%20Final.pdf [8 de febrero de 2017].

- Bergareche, A. y E. Vargas. (2010). Nuevos desafíos, renovadas miradas: algunas propuestas al debate sobre género, desarrollo y turismo en el Pacífico mexicano. *Revista México y la Cuenca del Pacífico*, 13, 75-102.
- Batliwala, S. (1993). *Empowerment of Women in South Asia*. Mumbai: Asian-South Pacific Bureau of Adult Education and FAO's Freedom from Hunger Campaign/Action for Development.
- Baum, T. (2013). *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*. Geneva: International Labour Office. Recuperado de: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_209867.pdf [4 de febrero de 2017].
- Boonabaana, B. (2014). Negotiating Gender and Tourism Work: Women's Lived Experiences in Uganda. *Tourism and Hospitality Research*, 14(1-2), 27-36.
- Bourdieu, P. (2000). Sobre el poder simbólico. En [Alicia Gutiérrez, trad.] *Intelectuales, política y poder (65-73)*. Buenos Aires: UBA/ Eudeba. [Obra original publicada en 1977].
- Cabezas, A. L. (2004). Between Love and Money: Sex, Tourism, and Citizenship in Cuba and the Dominican Republic. *Signs*, 29(4), 987-1015.
- Chant, S. (1997). Gender and Tourism Employment in Mexico and the Philippines. En Sinclair, T. (Ed.) *Gender, Work and Tourism*. London: Routledge.
- Cornwall, A. y J. Edwards. (2010). Introduction: Negotiating Empowerment. *Ids. Bulletin*, 41(2), 1-9.
- Dachary, A. C. y S. M. Arnaiz. (2006). *Territorio y turismo: Nuevas dimensiones y acciones*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa.
- Davidson, J. O. C. (2000). Sex Tourism and Child Prostitution. En Clift, S. y S. Carter. *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion (54-73)*. New York: Pinter.
- Deere, C.D. y M. León. (2002). *Género, propiedad y empoderamiento: tierra, Estado y mercado en América Latina (2ª Ed.)*. Bogotá: PEUG y FLACSO-Ecuador.
- Díaz Carrión, I. A. (2010). Ecoturismo comunitario y género en la reserva de la biosfera de los Tuxtlas (México). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 151-165.

- Díaz Carrión, I. A. (2012). Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco, *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 531-542.
- Díaz Carrión, I. A. (2014). Ecoturismo y vida cotidiana de las mujeres en Son-tecomapan (Veracruz, México). *Cuadernos de Turismo*, (34), 69-88.
- Duffy, L. N., C. S. Kline, R. A. Mowatt y H. C. Chancellor. (2015). Women in Tourism: Shifting Gender Ideology in the DR. *Annals of Tourism Research*, 52, 72-86.
- Ferguson, L. (2010). Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 111, 123-133.
- Ferguson, L. y D. Moreno. (2015). Gender and Sustainable Tourism: Reflections on Theory and Practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 1-16.
- Fernández, M. J. y L. A. Martínez. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género? *Cuadernos de turismo*, 26, 129-151.
- Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI.
- Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE) (2006). El empoderamiento. *Desarrollo 'En Contexto'*, 1. Recuperado de: http://www.fride.org/download/BGR_Empowerment_ESP_may06.pdf [8 de febrero de 2017].
- Foucault, M. (1988). El sujeto y el poder. [Corina de Iturbe, trad.]. *Revista Mexicana de Sociología*, 50(3), 3-20. [Postfacio de la obra original publicada en 1982].
- Gámez, A. E., A. Ivanova y T. D. Wilson. (2011). Género y comercio informal en destinos turísticos. El caso de las vendedoras de playa en Los Cabos, Baja California Sur, México. *TURyDES. Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 4(9), 1-31.
- Gentry, K. M. (2007). Belizean Women and Tourism Work: Opportunity or impediment? *Annals of Tourism Research*, 34(2), 477-496.
- Ghodsee, K. (2005). *The Red Riviera: Gender, Tourism, and Postsocialism on the Black Sea*. Durham, N. C.: Duke University Press.
- Gibson, H. (2001). Gender in Tourism: Theoretical Perspectives. En Apostolopoulos, Y., S. Sönmez y T. Dallen (eds.). *Women as Producers and*

Consumers of Tourism in Developing Regions. Westport, C. T.: Praeger, 19-43

Gramsci, A. (2003). *Cartas de la cárcel*. México: Ediciones Era.

Hesse-Biber, S. y P. Leavy. (2006). *The Practice of Qualitative Research*. 2da. ed. New York: Sage.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. México: INEGI. Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/> [2 de febrero de 2017].

Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435-464.

Kinnaird, V. y D. Hall. (1996). Understanding Tourism Processes: A Gender-Aware Framework, *Tourism Management*, 17(2), 96-102.

Lagarde, M. (1996). Identidad de género y derechos humanos. La construcción de las humanas. Guzmán Stein, L. y Pacheco, S. (Comps.) *Estudios básicos de derechos humanos IV*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.

León, M. (1997). El empoderamiento en la teoría y la práctica del feminismo. En M. León (ed.) *Poder y empoderamiento de las mujeres* (1-28). Bogotá: Tercer Mundo Editores y UN, Facultad de Ciencias Humanas.

León, M. (2001). El empoderamiento de las mujeres: encuentro del primer y tercer mundos en los estudios de género. *Revista de estudios de género: La ventana*, 2(13), 94-106.

Longwe, S. H. (1991). Gender Awareness: the Missing Element in the Third World Development Project. En Wallace, T. y C. March (eds.). *Changing Perceptions: Writings on Gender and Development*. Oxford, England: Oxfam, 149-57.

Loría, C. (1998). *Mujeres y hombres en la escuela y la familia. Estereotipos y perspectiva de género. Guías para talleres breves*. México: SEP-Comisión Nacional de la Mujer.

Malhotra, A., Schuler, S.R. y Boender, C. (2002). *Measuring Women's Empowerment as A Variable in International Development*. Washington D.C.: World Bank.

- Martínez, B. (2003). Género, sustentabilidad y empoderamiento en proyectos ecoturísticos de mujeres indígenas. *Revista de Estudios de Género. La ventana*, 17, 188-217.
- Mendoza, B. (2010). La epistemología del sur, la colonialidad del género y el feminismo latinoamericano. En Y. Espinosa Miñoso (ed.). *Aproximaciones críticas a las prácticas teórico-políticas del feminismo latinoamericano*. Buenos Aires: En la frontera.
- Molyneux, M. (1985). Mobilization Without Emancipation? Women's Interests, the State, and Revolution in Nicaragua. *Feminist studies*, 11(2), 227-254.
- Mosedale, S. (2005). Assessing Women's Empowerment: Towards A Conceptual Framework. *Journal of International Development*, 17(2), 243-257.
- Moser, C. (1993). *Gender Planning and Development: Theory. Practice and Training*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Moser, C. y C. Levy. (1986). *A Theory and Methodology of Gender Planning: Meeting Women's Practical and Strategic Gender Needs*. [DPU Gender and Planning Working Paper No. 11]. London: Development Planning Unit.
- Moswete, N. y G. Lacey. (2015). Women Cannot Lead: Empowering Women through Cultural Tourism in Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 600-617.
- Murguialday, C. (2015). ¿El turismo rural comunitario contribuye al empoderamiento de las mujeres? La experiencia de la UCA "Tierra y Agua" en Nicaragua. En Foro de Turismo Responsable (ed.) *¿Equidad de género en el turismo? Muchas sombras y pocas luces*. [Colección Praxis, No. 3]. Madrid: Foro de Turismo Responsable.
- Oxaal, Z. y S. Baden. (1997). *Gender and Empowerment: Definitions, Approaches and Implications for Policy*, (40). Bridge: Institute of Development Studies.
- Organización Mundial del Turismo (2011). *Global Report on Women in Tourism 2010*. Madrid: OMT. Recuperado de: http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/folleto_global_report.pdf. [4 de febrero de 2017].
- Parpart, J. L., S. M. Rai y K. Staudt. (2002). *Rethinking Empowerment: Gender and Development in a Global/Local World*. Nueva York: Routledge.

- Patton, M. (2015). *Qualitative Research and Evaluation Methods. Integrating Theory and Practice*. 4ta. edición. Nueva York: Sage.
- Pritchard, A. (2014). Gender and Feminist Perspectives in Tourism Research. En Lew, A., M. C. Hall y A. Williams (eds.). *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. Chichester: Wiley-Blackwell, 314-324.
- Riger, S. (1993). What's Wrong with Empowerment. *American Journal of Community psychology*, 21(3), 279-292.
- Rodríguez Muñoz, G. y A. Acevedo Duarte. (2015). Cambios en la vida cotidiana de las mujeres a través de la incorporación al trabajo turístico en la Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca. *El Periplo Sustentable*, 29. Recuperado de: <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/view/615/2609>
- Rowlands, J. (1997). *Questioning Empowerment: Working with Women in Honduras*. Oxford: Oxfam.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the Empowerment of Local Communities. *Tourism Management*, 20(2), 245-249.
- Scheyvens, R. (2000). Promoting Women's Empowerment through Involvement in Ecotourism: Experiences from the Third World. *Journal of Sustainable Tourism*, 8 (3), 232-249.
- Scott, J. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *American Historical Review*, 91, 1053-1075.
- Secretaría de Turismo (2016). *Programa Pueblos Mágicos*. Recuperado de: <http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>
- Secretaría de Turismo y El Colegio de México. (2011). *Análisis económico del mercado laboral en el Sector Turístico: Hacia una política pública para la Igualdad entre mujeres y hombres*. México: SECTUR-COLMEX.
- Serrano Barquín, R. (2008). Hacia un modelo teórico-metodológico para el análisis del desarrollo, la sostenibilidad y el turismo. *Economía, sociedad y territorio*, 8(26), 313-355.
- Sigüenza, M., M. Brotons, y R. Huete. (2013). The Evolution of Gender Inequality in Tourism Employment in Spain. *ROTUR. Revista de ocio y turismo*, 6, 182-200.
- Sinclair, M. T. (1997). *Gender, Work and Tourism*. London: Routledge.

- Sönmez, S. (2001). Tourism behind the Veil of Islam: Women and Development in the Middle East. En Apostolopoulos, Y., S. Sönmez y T. Dallen (eds.), *Women As Producers and Consumers of Tourism in Developing Regions*. Westport, CT: Praeger, 113-142.
- Sparrer, M. (2003). Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa. *Cuadernos de Turismo*, 11, 181-197.
- Stromquist, N. (1995). The Theoretical and Practical Bases for Empowerment. En Medel-Añonuevo, C. (Ed.) *Women, Education and Empowerment: Pathways towards Autonomy*. Hamburgo: UNESCO Institute for Education, 13-22.
- Suárez Gutiérrez, G. M., E. Bello Baltazar, R. E. Hernández Cruz y A. Rhodes, A. (2016). Ecoturismo y el trabajo invisibilizado de las mujeres en la Selva Lacandona, Chiapas, México. *El Periplo Sustentable*, 31. Recuperado de: <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/view/2767/2664>
- Swain, M. B. (1995). Gender in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 247-266.
- Swain, M. B. (2005) Las dimensiones de género en la investigación sobre turismo: Temas globales, perspectivas locales. *Política y Sociedad*, 42(1), 25-37.
- Tucker, H. (2007). Undoing Shame: Tourism and Women's Work in Turkey. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 5(2), 87-105.
- Tucker, H., y B. Boonabaana. (2012). A Critical Analysis of Tourism, Gender and Poverty Reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 437-455.
- Vizcaino Suárez, L. P., R. Serrano Barquín, G. Cruz Jiménez y M. J. Pastor Alfonso. (2014, Noviembre). El género en la investigación y las políticas turísticas en México. [Ponencia]. *El XVIII Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo*. Benidorm, España. Recuperado de: <http://www.aecit.org/el-genero-en-la-investigacion-y-las-politicas-turisticas-en-mexic/congress-papers/67/>
- Vizcaino-Suárez, P., R. Serrano Barquín, G. Cruz Jiménez y M. J. Pastor Alfonso. (2016). Teorías y métodos en la investigación sobre turismo, género y mujeres en Iberoamérica: Un análisis bibliográfico. *Cuadernos de Turismo*, 38, 485-501.

Wearing, S. y B. Wearing. (2001). Conceptualizing the Selves of Tourism. *Leisure studies*, 20(2), 143-159.

Young, K. (1991). Reflexiones sobre cómo enfrentar las necesidades de las mujeres. En Guzmán V., P. Portocarrero y V. Vargas (comp.). *Una Nueva Lectura: Género en el Desarrollo*. 1ra. Edición. Lima, Perú: Flora Tristán Ediciones.

Turismo rural y género: Propuestas de un marco analítico para el desarrollo de la conciencia social

*Gregoria Rodríguez Muñoz*¹

*Ivonne Vizcarra Bordi*²

Introducción

Desde la Declaración de La Haya sobre Turismo (1989) hasta la actualidad, el gran ausente en las propuestas de turismo rural, sustentable y ecológico es la promoción de un desarrollo turístico comprometido a contribuir a la protección y a la mejora del entorno físico, el patrimonio cultural y al aumento de la calidad de vida de quienes han habitado durante generaciones en ese entorno natural y se han sostenido de él. Esta interrogante se ha tratado sin generar un marco analítico que nos permita la reflexión sobre cómo la actividad turística en estos medios, no produce nuevas desigualdades sociales y de género o cómo no profundiza las existentes. En este capítulo, hemos decidido proponer este marco pero con una mirada crítica de los propios estudios de género para avanzar hacia el desarrollo de la conciencia social. Para llegar a esta propuesta, el recorrido no parte del bagaje marxista sobre la lucha de clases, aunque queda implícita en algunos enfoques feministas postestructuralistas que retomamos como son: Empoderamiento, Ecología Política Feminista y el de Género Medio Ambiente y Sustentabilidad, sino de la necesidad de formar una masa crítica femenina hacia la liberación de las y los Sujetos que viven relaciones de subordinación en la actividad turística del medio rural. En este trabajo, consideramos que la conciencia social supone que mujeres y hombres (Sujetos) comprendan las necesidades de transformar las relaciones existentes que tienen con la actividad del turismo (Objeto), para que a través de nuevas acciones pretendan construir una realidad diferente.

¹ C. U. Texcoco, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

² Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Hasta ahora las agendas del desarrollo concernientes al turismo, difunden prácticas discursivas que mantienen ocultas relaciones de desigualdad que conllevan exclusión, explotación y discriminación hacia las mujeres por su origen étnico, por su posición social o de clase y por el cuerpo sexuado según la edad (Hueté *et al.*, 2016), aunque se pronuncien hacia la articulación o no, de componentes que las respaldan: equidad, sustentabilidad, productividad y empoderamiento. Así por ejemplo, en la Cumbre de Johannesburgo se sugería que “la contribución que el turismo puede hacer al alivio de la pobreza, a la conservación del patrimonio natural y cultural, y al desarrollo sostenible en su conjunto puede ser sustancial, y más aún en los países en desarrollo, donde los recursos naturales y los paisajes se conservan relativamente intactos y son pocas las actividades económicas de otro tipo que ofrecen un potencial de desarrollo sostenible, desde una perspectiva económica o ambiental” (2002:3).

Por su parte, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014) propone que la actividad turística es uno de los mecanismos que pueden aportar a la promoción del desarrollo rural, al fortalecimiento y vinculación de negocios competitivos con sostenibilidad ambiental y viabilidad económica, valorizando al mismo tiempo el conocimiento tradicional y cultural.

En cuanto a la aplicación de políticas, en la década de los noventa del siglo XX, los gobiernos de América Latina adecuaron sus políticas hacia una estrategia de desarrollo integral basado en el enfoque territorial, promoviendo y diversificando actividades con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los pobladores rurales y al mismo tiempo impulsar la valoración y conservación de la naturaleza y la protección del patrimonio cultural rural (Torres y Delgadillo, 2009).

En estas propuestas, las relaciones de las y los Sujetos (y entre ellos) con el Objeto, así como las experiencias acumuladas de éstas, se ocultan en categorías como pobladores rurales, poblaciones vulnerables o en condición de pobreza. Aún en sociedades avanzadas en políticas que impulsan el

turismo rural como en Europa, otorgando bondades económicas (generación de empleo directo e indirecto), sociales (contribuye a evitar el éxodo rural) y ecológicas (manejo agrícola y conservación del paisaje), el análisis de estas relaciones se desvanecen al dirigirse a las formas de difundir y revalorizar las culturas, tradiciones, prácticas y saberes locales (Román y Ciccolella, 2009).

Los estudios de género han puesto el interés en visibilizarlas, sin embargo el avance hacia la formulación de un marco analítico que promueva un cambio total (sociedad-naturaleza) a través del desarrollo de la conciencia ha sido lento, aunque comienza asomarse en el Ecofeminismo Crítico y en los estudios feministas post y decoloniales latinoamericanos (Vizcarra y Rincón, 2015). El presente trabajo se dirige hacia ese sentido, cuya finalidad es ofrecer acercamientos teórico-metodológicos que persuadan a los estudios sobre el turismo rural sobre la necesidad de incorporar una visión más cercana a diversas realidades construidas por la experiencia de las relaciones entre Sujetos y la naturaleza con las actividades que las definen. En la primera parte, se ofrece una síntesis de cómo se define el turismo rural como Objeto de estudio. Le acompaña, el cómo se conceptualizan a las y los Sujetos (relaciones de género) en el turismo rural. El segundo apartado considera un recorrido de posturas teóricas para estudiar las relaciones de género en el medio rural y con el medio ambiente, las cuales fungen como la base para llegar a la propuesta del desarrollo de la conciencia social, expuesta en la tercera y última parte.

Turismo rural y género

El Objeto

El desafío se encuentra en definir el Objeto Turismo Rural, pues aún no hay consenso académico y político desde que apareció en las propuestas de organismos y agendas internacionales. Opperman (1996) señalaba que la falta de estudios en el turismo rural ha causado diversidad sobre su definición. Algunas veces lo relacionan con la recreación al aire libre,

turismo en áreas silvestre o Parques Nacionales (Ladki, 1993) o como segunda residencia en áreas rurales (Pearce, 1990). De este debate surgen las tipologías del turismo rural moderno, tales como: turismo verde, ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, turismo de deportes al aire libre y turismo cultural (Román y Ciccolella, 2009). Pero también es bien sabido que el concepto se acuñó en la discusión de los efectos provocados por el turismo de masas como sobreexplotación de recursos naturales, contaminación, destrucción de culturas, entre otros, *versus* tipos de viaje que representa la aplicación de valores, niveles de responsabilidad, de solidaridad o de concienciación de la práctica turística (Delisle y Jolin, 2011).

Santana considera que el turismo rural es una forma más del turismo alternativo y que, como producto y forma de desarrollo, se podría definir "como el uso o aprovechamiento turístico del entorno rural, ateniéndose a las premisas del desarrollo sostenible, generar efectos eminentemente positivos (conservación del patrimonio, la protección del medio, etc.), promoverse en áreas no invadidas, incluir a la población local como actores culturales, ser minoritario y promover, a través de encuentros espontáneos y la participación, el contacto cultural" (2002:6-7). Si bien los actores no son definidos como Sujetos con capacidades de desarrollar conciencia para mejorar las condiciones de vida de su localidad, al menos se incluyen.

Desde un enfoque *marketing* cuya finalidad es promover las actividades que ofrezcan este segmento del mercado, el turismo rural se convierte en un Objeto mercantil. La Organización Mundial del Turismo señala que se busca a través de estrategias de mercado, atraer a turistas al medio rural para vivir experiencias "únicas" o "auténticas":

el rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. El montañismo, la equitación, el turismo de aventura, los viajes educativos, el turismo orientado al de-

porte y la salud, y el turismo cultural son tan sólo algunos ejemplos de actividades que se consideran parte del concepto de turismo rural (Román y Cicollela, 2009:14).

La complejidad de definir el Objeto, radica principalmente en los efectos, contradicciones y las respuestas de la población local hacia este segmento del turismo impuesto o en consenso en y por sus comunidades. Santana (2000), Cánoves y colaboradoras (2004) mencionan que se generan tanto efectos positivos como negativos en las áreas y poblaciones en que se desarrolla el turismo rural, por lo que limita su conceptualización. Por ejemplo, sus bondades provienen de la diversificación de las economías rurales, generación de trabajo, ingresos complementarios a las economías familiares, reducción del éxodo rural, y contribuye al desarrollo endógeno local. También, provee a la gente urbana de experiencias sobre vida rural para comprender la problemática de estas áreas. Entre los efectos contradictorios del turismo rural, se señalan aquellos que inciden negativamente en los individuos, los espacios (ambientales), en las estructuras socioeconómicas locales y la cultura de pertenencia. En la actualidad también se observa que la expansión del turismo en áreas rurales y costeras puede ser mecanismo de acumulación por despojo de los saberes locales, de los territorios y de otros medios de subsistencia (Bojórquez y Ángeles, 2014).

En suma, se puede decir que el turismo rural es un Objeto complejo ya que es aquella realidad con la que se relacionan distintos Sujetos contruidos por otras realidades: una es la de hombres y mujeres de una localidad caracterizada por sus modos de vida vinculadas a la agricultura y subproductos artesanales, a la pesca, la artesanía y al cuidado de la naturaleza; otra es la de los Sujetos exógenos profesionales del turismo (gubernamentales, colectivos civiles, empresas privadas, etc.) que promocionan la experiencia del turismo rural desde otras realidades ajenas a lo rural. Además, están los Sujetos (mujeres y hombres) usuarios del turismo (turistas) y las guías de turismo, que provienen de sus distintas realidades y que pueden haber tenido o no, otras experiencias con este tipo de turismo o

de modos de vida rural en otras latitudes. Considerando su complejidad, al menos podemos señalar que el Objeto turismo rural, es la realidad con la que se relacionan diversos Sujetos y dependiendo de las experiencias individuales y/o colectivas que se obtengan de esas relaciones, el aprendizaje adquirido se puede convertir en un elemento de la formación de masa crítica para avanzar en el desarrollo de la conciencia social.

Las y los Sujetos

Las y los Sujetos sólo emergen cuando establecen alguna relación con su realidad-Objeto. Darse cuenta de esa relación subordinada o dominante los construye Sujetos con algún potencial o capacidad de un conocimiento inteligente para desarrollar conciencia. En este sentido, la conciencia es el conocimiento reflexivo que las y los Sujetos hacen de los Objetos. Es decir, que la conciencia es el estado cognitivo a través del cual un Sujeto puede interactuar con los estímulos externos que forman la realidad y, a partir de esa interacción o relación, interpretarlos a través de su propia experiencia por lo general subjetiva (Vigil, 2011).

Entre todos las y los Sujetos relacionados con la experiencia del turismo rural, en este estudio sólo se analizará a las mujeres locales o rurales con el fin de que la perspectiva de género nos conduzca al avance del desarrollo de la conciencia social desde la propia experiencia de las mujeres con mayores desventajas en esa actividad. Ahora bien, el análisis de género no tiene el propósito de definir las Sujetos (mujeres) aisladas de las relaciones con hombres, pero sí en hacer énfasis en ellas para mostrar las desigualdades entre ambos, mismas que son más evidentes en el medio rural debido a los procesos históricos de explotación, discriminación, subordinación y exclusión que atraviesan y se refuerzan en varias dimensiones sociales que definen lo rural (hogar, comunidad o pueblo, religión, nación-político, mundial-económico). Desde hace más de tres décadas, en el área de conocimiento de desarrollo rural y medio ambiente se han visibilizado estas relaciones según el proceso histórico y social que delimita el estudio, des-

tacando no sólo las desigualdades sociales y de género sino sobre todo la participación de las mujeres como productoras y su importante contribución en la economía local (véase Zapata *et al.*, 2015). No obstante, existen pocos estudios con esta perspectiva analítica sobre el turismo rural.³

No fue sino hasta finales del siglo XX y la primera década del presente, que se acentúa el nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural y el turismo. Entre los estudios de género que ofrecen pistas para definir al Sujeto, sobresalen el de García-Ramón y colaboradoras (1995) y Sparrer (2003), quienes encontraron que en el medio rural las mujeres realizan las mismas tareas en el ámbito de la actividad turística como en su casa, mientras que los hombres realizan aquellas tareas que requieren un mayor grado de formación y conocimientos sobre gestión, administración y trato con el turista, a los cuales se les otorga mayor reconocimiento social. En cambio, Caballé (1999) subraya que el involucramiento de las mujeres en el turismo ha tenido aspectos positivos como la adquisición de nuevas habilidades y el establecimiento de redes de apoyo empresarial y personal. Esta autora y otras como Villarino y Cánoves (2000) y Cánoves y Villarino (2000) comentan que las actividades derivadas del turismo rural aportan más independencia económica a las mujeres y que esto redundará, junto con el contacto con el mundo público, en el aumento de su autoestima.

Como se puede percibir, en estos estudios las distintas experiencias de mujeres (exclusión, discriminación, independencia, autoestima, o empoderamiento) las define como Sujetos en relación con el turismo pero también a su condición de género. Según la propuesta de Rubín (1975), género es una categoría analítica que se refiere al sistema de jerarquías sociales, que basadas en las diferencias sexuales, en el cual se sustenta el sistema de discriminación de las mujeres, reproducen relaciones desiguales entre hombres y mujeres. En sí, género es un elemento constitutivo para definir al Sujeto y sus relaciones con el Objeto (realidades-sociales, por ejemplo el Turismo

³ Destacan Sayadi, y Calatrava (2001), Sparrer (2003, 2005), Martínez (2003), Iakovidou, Koutsou y Partalidou (2009), Rico y Gómez (2009) y Díaz (2010).

rural), las cuales se basan en las diferencias percibidas entre los sexos, siendo así el género como la forma primaria de esas relaciones simbólicas de poder.

Alberti (2011) insiste que es necesario incluir la perspectiva de género en toda investigación histórica, sociológica y antropológica que estudie las relaciones sociales como reivindicaciones indígenas en el ámbito público, sobre todo para lograr una explicación holística y real del fenómeno, sin sesgos políticos ni jerarquías de poder sobre categorías subalternas. Debido a la emergencia de la interdisciplinariedad de los estudios turísticos, estas ciencias han ayudado a explicar la construcción de relaciones de poder en función del género en el ámbito de los estudios de turismo, pues ahí “tenemos buenas opciones para actuar desde una posición ética, para comprometernos con los oprimidos y para identificar posibilidades para la agencia y la resistencia” (Swain, 2005: 27). Por ello, género emerge como una categoría analítica interseccional (clase, etnia edad), la cual debe estar pensada, reflexionada, criticada y resignificada desde la inter y transdisciplinariedad. De aquí que la perspectiva de género busca “interpretar los fenómenos sociales que se refieren a las relaciones sociales entre hombres y mujeres, es decir, analiza en cada sociedad las causas y los mecanismos institucionales y culturales que estructuran la desigualdad entre hombres y mujeres” (Alberti, 2011:213).

Por su doble propósito, analítico y político, la perspectiva de género se ha retomado en la arena de la capacitación, transversalidad y desarrollo de políticas que implican, de acuerdo con Gamba (2009:122):

- Reconocer las relaciones de poder que se dan entre géneros, en general favorables a los varones como grupo social y discriminatorio para las mujeres.
- Que estas relaciones han sido constituidas social e históricamente y son constitutivas de las personas, y
- Que atraviesan todo el entramado social y se articulan con otras relaciones sociales, como las de clase, etnia, edad, preferencia sexual y religión.

Aunado a ello, la misma autora sostiene que las relaciones de desigualdad entre géneros tiene sus efectos de producción y reproducción de la discriminación, adquiriendo expresiones concretas en todos los ámbitos de la cultura: el trabajo, la familia, la política, las organizaciones, el arte, las empresas, la salud, la ciencia, la sexualidad, la historia. Al darse cuenta de su posición en estos procesos, las mujeres han expresado en diferentes formas sus inconformidades y resistencias a seguir permaneciendo en el peldaño subordinado de las desigualdades. Ese acto reflexivo sin duda las convierte en Sujetos relacionables con su realidad Objeto.

En el terreno del Objeto turismo rural, como vehículo ideal para promover la riqueza de la diversidad y la ocasión para expresar las reivindicaciones de género, como es el acceso a la justicia de la igualdad en el disfrute de los recursos y oportunidades para las y los Sujetos (proveedores-as de turismo y los consumidores-as-turistas) (Swain, 2005), resulta imperante definir a las Sujetos en función de su experiencia para situarlas en diferentes etapas del desarrollo de Conciencia, lo que nos guiarán respuesta de los cuestionamientos que en las Ciencias Sociales se formulan, por ejemplo ¿cómo analizamos las relaciones de desigualdad entre géneros que adquieren expresiones concretas en el trabajo, salario, acceso a diferentes recursos, participación, políticas, diferenciación de impactos sociales, culturales y ambientales de una actividad emergente y nueva, el turismo, en espacios rurales?

De la crítica a la propuesta

Antes de llegar a la propuesta teórica-metodológica sobre las etapas de desarrollo de la conciencia social, consideramos oportuno revisar las limitaciones que tienen los diferentes marcos analíticos sobre la perspectiva de género. En primera instancia, porque si bien existe una amplia batería de puntos de vista sobre cómo deben ser estudiadas las desigualdades y las diferentes expresiones donde las mujeres salen avante de esas sujeciones, ninguna de esas propuestas nos dan pistas sobre la dirección que deben tomar para conformar un paradigma alternativo de cambio social. En segundo lugar,

creemos que todas las experiencias deben ser comprendidas en su justa dimensión, cuya interpretación holística nos permita vislumbrar el recorrido de lo vivido y situado de su evolución como Sujetos.

Uno de los marcos más propositivos tiene que ver con un enfoque postestructuralista que conjunta las categorías de género, medio ambiente, equidad y sustentabilidad. Desde las ciencias sociales, éste es conocido como Género, Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable (GMDS), cuyos aportes más importantes provienen de la Ecología Política Feminista (EPF). Su interés es “conocer la relación, percepción y uso por parte de los grupos humanos de recursos naturales que forman parte de ecosistemas determinados. Partimos de la idea de que esta relación, percepción y uso están mediados por patrones culturales y relaciones sociales, los cuales regulan el acceso de hombres y mujeres a espacios decisivos del ambiente y el control que ellos y ellas ejercen sobre recursos críticos para la supervivencia” (Vázquez, 2002:16). Para analizar las diferencias en estas relaciones, GMDS sugiere atender los siguientes aspectos que aportan conocimiento sobre las construcciones sociales que median las relaciones entre las personas y su ambiente natural⁴:

- los intereses y percepciones ambientales que hombres y mujeres establecen con la naturaleza se basan en las condiciones materiales, sociales y culturales,
- se debe tomar en cuenta factores como clase, raza, etnia, ya que todos ellos influyen en la relación de las mujeres con su ambiente,
- el ambiente tiene que considerarse como una categoría socialmente construida, sujeta al cambio en el espacio y tiempo,
- la relación entre la gente y su ambiente debe entenderse como algo dinámico, en donde los cambios ambientales repercuten en las relaciones de género, y estas en la manera de ver, usar y administrar los ambientes.
- el análisis tiene que ir más allá de los papeles de la mujer y la división sexual del trabajo, con el fin de acercarse con detalle

⁴ Para ampliar la reflexión, véase los trabajos de Agarwal (1997), Rocheleau et al. (1995), Leach et al. (1995) y Vázquez (2002).

al sistema de derechos y obligaciones que regulan el acceso y uso de los recursos por parte de hombres y mujeres.

Trasladado al medio rural, donde el turismo busca atractivos de paisaje agrícola, modos de vida tradicionales, actividades productivas, entre otros ligados a la cultura como la alimentación artesanal y localizada, los elementos tierra, agua, fauna, flora (naturaleza) y conocimientos, así como los objetivos de mejorar las condiciones de vida de la población local, resulta adecuado adoptar el marco analítico GMDS para el conocer esas relaciones, percepciones y usos diferenciados por género. En otras palabras, se puede conocer:

- El acceso y división de trabajo entre mujeres y hombres en los proyectos turísticos, tanto para visibilizar como para concebir el trabajo de mujeres como tal, así como de las dificultades que enfrenta a nivel familiar y comunitario el ejercicio del mismo. Así como la distribución de recursos derivados del trabajo turístico.
- El tipo y nivel de participación de mujeres y hombres en la administración de los recursos naturales, económicos, de capacitación, entre otros que configuran un proyecto turístico.
- Las ideas, normas sociales y costumbres que permean el acceso y control de dichos recursos.
- Los derechos de propiedad de recursos naturales (tierra, bosque, cuerpos de agua, entre otros) y cómo afecta el acceso y control de estos en un proyecto turístico -debido a que estos se han convertido en importantes atractivos y recursos en los diferentes destinos turísticos rurales- en la participación y distribución de los beneficios en las Sujetos en dichos proyectos.

Si bien esta propuesta nos acerca más a las construcciones sociales de las desigualdades de género y naturaleza que coexisten, se producen o se refuerzan con las nuevas actividades que promueve el Turismo rural, al alejarse de la esencia humana espiritualizada que el ecofeminismo Indú promovió en su momento (Shiva y Mies, 1992), eliminó cualquier posibilidad de

estudiar otra dimensión que define esas relaciones humanas-naturaleza (Plumwood, 1991). Puleo (2011), señala que este tipo de estudios centrado en las estructuras (sociedad y medio ambiente) y alejadas de la espiritualidad, son necesarios para comprender la dimensiones de la subordinación de las mujeres al acceso de los “recursos naturales”, sin embargo, su escepticismos o miedo de caer en esencialismos, marginaliza o ignora las aportaciones que el ecofeminismo espiritualista hace con escrutinio sobre el desarrollo de la conciencia social contemporánea. Por ejemplo, en la práctica del turismo rural, hay que buscar un diálogo entre saberes entre hombres y mujeres y entre la población local y los visitantes de manera horizontal, sin apegos al dominio sobre otros, otras, ni sobre la naturaleza viva (Vizcarra y Rincón, 2015).

Entre otros marcos teóricos con perspectiva de género para estudiar esas relaciones en el medio rural, es el que proviene de la Organización Mundial de la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés), éste se basa en una síntesis de todas las iniciativas de desarrollo, para cualquier grupo social, en especial de aquellos que de manera diferenciada entre hombres y mujeres, utilizan los recursos naturales en actividades agroproductivas generadoras de empleo y servicio, que toman en cuenta los aspectos sociales, económicos y ecológicos (ambientales). En este marco, se considera fundamental partir del reconocimiento de que ellas y ellos juegan un papel clave en el uso y la gestión de la tierra, los bosques, los cultivos, la pesca y la producción animal (FAO, 2003). Asimismo, esta propuesta se dirige a la detección de las desigualdades dentro de un marco de análisis de la investigación-acción⁵, lo que sin duda genera un cúmulo de experiencias que en un momento dado, pueden incitar algún tipo de conciencia colectiva e individual.

⁵ De Witt y Giannotten (citados por Zapata et. al., 2002) señalan que sus características específicas hacen de la investigación-acción una herramienta necesaria en programas que buscan la participación de los sectores populares en la producción de nuevos conocimientos (científicos) y en una práctica orientada a una acción transformadora de la sociedad. De acuerdo con esta definición, comentan las autoras, se explicitan tres elementos básicos dentro del proceso de Investigación participativa: investigación, educación y acción que apuntan hacia la transformación de la sociedad.

Con respecto a la Sujeto como individuo, en proyectos colectivos, se ha analizado desde el enfoque de Género en el Desarrollo (GED), el cual pone el acento al empoderamiento, definido como un conjunto de procesos que incrementan el control de las mujeres sobre sus propias vidas para aumentar su autoconfianza, fuerza interna y capacidad de organizarse (Batliwala, 1997; Kabeer, 1999). Parte importante de este conjunto de procesos es la autonomía que tienen las mujeres para elegir sobre su vida y, más aún, contribuir a definir la gama de ofertas de elección que tienen a su alcance. El objetivo del empoderamiento es dar poder a las mujeres a través de su redistribución de este poder entre sociedades y al interior de ellas (Moser, 1991).

Zapata *et al.* (2002) mencionan que este proceso diferente en cada persona ya que depende de distintos factores por lo que no puede ser lineal y tampoco existe un límite o un fin en el empoderamiento, es un proceso largo y complejo que abarca todos los ámbitos en los que se ve inmerso una persona de tal manera que quien lo vive, se encuentra constantemente avanzando, creciendo y desarrollándose.

Al mismo tiempo el empoderamiento permite no sólo desafiar la dominación masculina, transformar las estructuras e instituciones que refuerzan y perpetúan la discriminación de género y la desigualdad social (en la familia, por raza, clase, religión, procesos educativos e instituciones, sistemas y prácticas de salud, leyes y códigos civiles, procesos políticos, modelos de desarrollo e instituciones gubernamentales), además busca aumentar el acceso de mujeres pobres a la información y los recursos materiales necesarios para la subsistencia (Batliwala, 1997).

Lagarde (2011) refiriéndose a este concepto como *poderío* lo define para señalar que es la clave feminista relativa al poder vital de la Sujeto, que la conduce al camino hacia la libertad y fundamento de cualquier aspiración a la igualdad, contiene poderes de emancipación resultado del fortalecimiento, del conocimiento y la Conciencia del sí y del mundo, de la autoafirmación, la independencia y la autonomía. Incluye el desarrollo de capacidades nuevas para desmontar la opresión en la vida personal y en el mundo (40).

Se propone entonces evaluar el empoderamiento de las mujeres a través de su participación en una organización social⁶ comunitaria, pero no para generar un cambio inverso al posicionamiento jerárquico que tenían antes de escalar en su poderío, sino creando conciencia a otros miembros de la comunidad para no repetir relaciones de poder y dominio sobre otros, sino Sujetos liberados del Objeto. Un acercamiento teórico a este interés lo podemos obtener del Modelo Multifactorial de Empoderamiento (MME) de Rowlands (1997). Éste permite observar cambios en las Sujetos, así como identificar los factores que inciden positiva o negativamente en dicho proceso, de tal manera que una de las ventajas de esta herramienta es que las participantes en un proyecto turístico conozcan los factores que tienen y puedan modificar o eliminar aquellos factores negativos y sostener los positivos en una relación libertadora y con desarrollo de la conciencia de los y las Sujetos para transformar las desigualdades en relaciones de armonía, igualdad, justicia y paz.

El método MME analiza las cuatro clases de poder discutidas por Lukes en su obra conocida *Power: A Radical View* publicada en 1974, que podrían traducirse en el desarrollo de una conciencia individual: i) *poder sobre* (habilidad para que una persona o un grupo haga algo en contra de sus deseos); ii) *poder para* (aquel poder que tienen las personas para estimular actividades de otros), iii) *poder con* (poder sumatorio de poderes individuales) y iv) *poder desde dentro* (aquel que reside en cada persona y en donde todos los involucrados ganan).

Traducidas en dimensiones colectivas e individuales las Sujetos pueden comprenderse en distintas etapas evolutivas de la conciencia, y para situarlas en alguna, nos podemos acercar a través de responder ciertas interrogantes en cada una de las dimensiones de análisis:

- Conciencia colectiva (trabajo conjunto para lograr mayor impacto en instituciones formales e informales). Interrogantes: ¿Qué im-

⁶ Por ejemplo en las Sociedades de Solidaridad Social (S.S.S) debido a que en las comunidades rurales la población, en especial aquellas en los que sus recursos productivos están bajo el régimen de propiedad ejidal o comunal.

pactos socioculturales y ambientales ha generado el turismo en la comunidad?, ¿cómo impacta a mujeres y hombres de edades y estratos sociales diferentes? Asimismo, permitirá evaluar el proyecto con perspectiva de género y la participación comunitaria en diferentes momentos.

- Conciencia individual (sentido de ser, confianza y capacidad individual). Interrogantes: ¿qué fortalezas y habilidades promueve el turismo en cada mujer?, ¿qué beneficios trae para las mujeres y el resto del grupo doméstico dichas fortalezas y habilidades?, ¿qué cambios en la vida cotidiana promueve la participación de las mujeres en los proyectos turísticos? Además, este modelo también permite contestar interrogantes que visibilicen los aspectos negativos que conlleva la participación de las mujeres en los proyectos turísticos, por ejemplo la carga de trabajo, daños a la salud, reproducción social de los roles de género, etcétera. En esta dimensión se observan las relaciones cercanas (habilidad para negociar decisiones al interior de la pareja y el grupo doméstico) produciendo nuevas interrogantes: con las nuevas habilidades ¿cómo negocian tiempo, trabajo doméstico, turístico y comunal?, ¿se dan cambios estratégicos con relación al acceso y control de recursos al interior del grupo doméstico?, etcétera.

Debido a que en el proceso evolutivo de la conciencia se presentan factores impulsores e inhibidores, se debe poner atención en los que facilitan el empoderamiento y son producto de las acciones de la organización que trabaja con grupos de mujeres; así como en los que dificultan y provienen del contexto donde dichos grupos se ubican. Por lo que se podrán identificar, conocer y analizar estos, una vez que las mujeres, con la intervención de promotoras, investigadoras, trabajadoras comunitarias, entre otras, analicen su proceso en los proyectos turísticos, decidan quedarse o salir de los mismos, ya que este modelo les permitirá reflexionar sobre las experiencias que vayan acumulando en relación al Objeto (Turismo rural).

Desarrollo de la conciencia

Desde esa nueva perspectiva, mujeres y hombres finalmente podrán convertirse en Sujetos de su acción: ya no serán Objetos construidos en una abstracción económica y productivista de un proyecto de turismo, sino una viviente realidad operativa, expresada en el cúmulo de experiencias; unas en procesos de subordinación pero no de victimización o de indefensión, y otras formarán la masa crítica necesaria en los procesos de desarrollo de sus propias comunidades cuyo control no ha estado en sus manos.

La idea de impulsar al turismo rural con una perspectiva de género parte de la conciencia de varias posibilidades catastróficas futuras del medio rural como escena transformativa de la vida misma: Una hipótesis es la destrucción *mutuamente asegurada* de los medios de subsistencia de las poblaciones rurales y eventualmente de la humanidad debido a que no habrán sistemas sostenidos de producción agroalimentarios, o a otras formas de devastación del medio ambiente relacionados con uso irracional de sus recursos. Otra hipótesis radica en la *barbarización del mundo* que produce violencia en todas sus formas debido a la eminente concentración de la riqueza que se protege con severos mecanismos represivos sobre vastos territorios de pobreza y miseria, mecanismos que comprueban su efectividad al obtener cooperación de esas poblaciones.

Son formulaciones hipotéticas no deseables pero si factibles de no cambiar el paradigma social de la convivencia humana entre territorios, clases, géneros y sistemas de creencias con los medios de producción-reproducción y con la naturaleza. Hasta hoy el turismo tiene diversas caras discursivas sobre la satisfacción del tiempo de ocio a través del placer, goce, folclore, recreación, aventura, conquista, etc. Sin embargo, todas estas propuestas convergen en la explotación, exclusión y discriminación de quienes sostienen la oferta de diversos servicios, específicamente las mujeres que provienen de regiones más pobres o menos desarrolladas. En efecto, los diferentes reportes de la Organización Mundial del Turismo y la ONU han evidenciado con cifras, indicadores y estudios de caso que en casi todas de las regiones

del mundo, la mano de obra del turismo está integrada en su mayor parte por mujeres. Sin embargo éstas tienden a concentrarse en los empleos más humildes y peor remunerados del turismo, a pesar de que realizan un volumen importante de trabajo no remunerado en negocios turísticos familiares como podría ser el Turismo rural (véase OMT-ONU, 2010).

De aquí que, el desarrollo de la conciencia social que proponemos tiene su sustento teórico en la construcción de marcos analíticos para comprender y dirigir las acciones con otra racionalidad: compasiva, solidaria, respetuosa de la vida humana y no humana, equitativa y pacífica, tomando como punto de partida los contextos, experiencias y conocimientos (materiales y espirituales) de esas mujeres reconocidas como Sujetos. De cierta manera esta propuesta proviene de la corriente filosófica del ecofeminismo latinoamericano (Rojas, 2012) que a su vez se sustenta en gran parte del feminismo decolonial (Braun *et al.*, 2014) y del crítico (Puleo, 2000 y 2011) que han superado a la ecología política feminista (Rocheleau *et al.*, 1995).

El conjunto de procesos de producción, conservación y ampliación de los recursos rurales, ambientales, históricos, sociales y culturales que producen experiencias en las Sujetos, son elementos que pueden multiplicar los cambios sociales deseables para todas las poblaciones. No se trata de colocarlas como redentoras, sino dadas sus condiciones de lucha por ser visibles y empoderarse desde los niveles más bajos de la sociedad, han logrado algún nivel de conciencia que las hace comprender a los otros, sobre todo, cuando los otros que no han vivido esas experiencias, se dan cuenta que la consecución de sus fines al buscar la satisfacción de sus necesidades (todas, comprendidas las del tiempo de ocio), genera desigualdades sociales, de género y deterioro de los atributos de la naturaleza. En este sentido, creemos que al analizarse los niveles de conciencia (invisibilización o pre-conciencia, colectivo, individual y social-trascendental) que se obtienen de las relaciones entre las Sujetos con el Objeto Turismo rural, contaremos con elementos para construir un nuevo pacto social-naturaleza. Así, el desarrollo de conciencia tendrá una misión filosófica con una racionalidad que convenga a toda la humanidad y a la vida no humana del planeta.

Su primer supuesto es considerar este nivel como el máximo estadio de la conciencia social, trascendental y por lo tanto sus pretensiones son universales. Llegar a este nivel es forzoso contar con la suma positiva de experiencias que parten en la preconciencia, etapa inicial, al vivir en condiciones de subsistencia, marginación e invisibilidad de las mujeres consideradas como objetos de proyectos turísticos. Sin éstas, ellas no podrán darse cuenta de su condición para que en el trabajo y participación comunitaria se den cuenta que son Sujetos que se relacionan de manera subordinada al Objeto Turismo rural. Sólo con esa experiencia algunas comprenderán y vivirán experiencias individuales que las conducirán a procesos de empoderamiento femenino, como elemento requerido para desarrollar una conciencia individual. En la suma de las experiencias, se alcanza a comprender la importancia de la unidad humana, que supera el orden social que establece rangos desiguales, jerárquicos y asimétricos sobre las necesidades y las formas y medios de satisfacerlas.

Un segundo supuesto sostiene que ese cúmulo de experiencias es imprescindible para reconocer la compasión como elemento esencial para establecer nuevas relaciones que armonicen la diversidad y la complejidad de las necesidades humanas que se encuentran en etapas de conciencia inferiores. Los y las Sujetos con conciencia social trascendental comprenden a las otras y los otros que vienen en el camino, porque ellas y ellos ya lo han experimentado en su trayecto a la liberación de su relación con el Objeto Turismo rural. La compasión aparece así, no como cohesión social, sino más allá de ello e inclusive de la empatía, es la expresión que nos hace más sensibles y más humanos frente a las dificultades y los problemas de los demás y del planeta.

Un tercer supuesto filosófico es extender el cuidado humano aprehendido en el trayecto del desarrollo de la conciencia, a la naturaleza no humana, pero viva (Vizcarra y Rincón, 2015). Se sabe que las Sujetos (mujeres rurales) han construido su ser consiente a través de la experiencia con el cuidado (material y espiritualmente) de la familia, de los enfermos, de los medios de subsistencia, de las instituciones y de la naturaleza. En su máximo estadio de conciencia, extienden su experiencia a través de la interacción social,

formando con ello una masa crítica para integrar a los y las otros Sujetos (turistas) en relaciones humanas con la naturaleza en torno al cuidado.

Reflexiones finales

Debido a que el turismo se ha incorporado a una larga lista de actividades de la población rural de diferentes países del mundo con claros objetivos: mejorar las condiciones de vida de dicha población, valorar y conservar la naturaleza así como proteger el patrimonio cultural, en este trabajo se sugiere apoyar futuras investigaciones con la perspectiva de género, para analizar cómo las relaciones sociales que se establecen para la promoción del turismo en los diferentes ámbitos en los que se practica esta nueva actividad (comunitario, personal y hasta político), pueden impulsar el desarrollo de la conciencia social.

Apostar al análisis interrelacionado de tres categorías: turismo rural, ambiente y género son un reto para cualquier investigación que busca: ver al turismo, como vehículo ideal para promover la riqueza de la diversidad, la justicia en la igualdad de acceso a recursos y oportunidades para las/ los proveedores de turismo y los consumidores-turistas (Swain, 2005); contribuir a promover políticas públicas a favor de las mujeres en el acceso y control de recursos naturales, sin un cambio en el régimen de propiedad de estos recursos no podrá haber oportunidades reales para las proveedoras del turismo en espacios rurales ni en ningún otro, y; conservar el ambiente natural con un enfoque integrador y no sólo con un enfoque conservacionista en donde se excluye y omite la relación que hay entre éste y las personas.

No obstante, el avance del conocimiento, aunque necesario, no asume un compromiso de un nuevo pacto social humanizado con la naturaleza. Nuestra propuesta teórica apunta hacia esa dirección reflexiva. Por un lado, se considera que el Objeto es la realidad de la que se da cuenta el o la Sujeto, y dependiendo del tipo de relación que se establecen entre ambos, se definirá el nivel de conciencia en el que se encuentra el o la Sujeto. En este sentido, al tener como realidad el Turismo rural, las experiencias de las relaciones de las mujeres rurales como cuidadoras (material y espiritual), ofrece

la posibilidad de desarrollar un paradigma de cambio con conciencia social que trasciende hacia la pretensión universal de las necesidades (todas incluyendo al tiempo de ocio y recreativo), a la compasión y a la extensión del cuidado humano a la naturaleza.

Referencias bibliográficas

- Agarwal, B. (1997). "Bargaining" and Gender Relations: Whiting and Beyond the Household. *Feminist Economics*, 3(1), 1-51
- Alberti, P. (2011). Los estudios de género y su crítica al androcentrismo en las Ciencias Sociales. En Rodríguez, M. y L. Campos (eds.) *Mujeres: miradas interdisciplinarias*. México: Centro de estudios de antropología de la mujer, 92-135
- Batliwala, S. (1997). El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción. En M. León (ed.). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Bogotá: T/M editores, 187-211
- Braun, K., C. Browne, L. Ka'opua; B. Kim y N. Mokuau (2014). Research on Indigenous Elders: From Positivist to Decolonizing Methodologies. *The Gerontologist*, 54(1), 117-126.
- Caballé, A. (2000). Implicaciones de género en el desarrollo de la oferta de agroturismo en Navarra y Asturias. En B. Ferré y M. D. García-Ramón (eds.). *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona: Oikos-Tau, 153-169.
- Cánoves, G. y M. Villarino (2000). Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. En *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37, 51-77.
- Cánoves, G.; M. Villarino, G. Priestley y A. Blanco (2004). Rural Tourism in Spain: An Analysis of Recent Evolution. *Geoforum*, 35(6), 755-769.
- Cumbre de Johannesburgo (2002). *Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de: <http://docplayer.es/15870961-Contribuciones-de-la-organizacion-mundial-del-turismo-a-la-cumbre-mundial-sobre-el-desarrollo-sostenible.htm> [22 de noviembre 2015].
- Declaración de la Haya sobre Turismo* (1987). Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1989.15.6.1> [20 de abril 2017]

- Delisle, M. A. y J. L. (2011). Palabras para decirlo [Fragmento]. En Facultad latinoamericana de Ciencias Sociales de Costa Rica. *¿Es posible otro turismo? Ética, protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursos* (1), 58-91. Recuperado de: <http://www.flacso.or.cr/index.php/publicaciones-jb-br-jb-i-laboreditorial-jb-i/libros/197-es-posible-otro-turismo-vol-1> [13 de mayo de 2013].
- Díaz, I. A. (2010). Ecoturismo Comunitario y Género en la Biosfera de los Tuxtles (México) PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 8(1), 151-165.
- Food and Agriculture Organization (FAO) (2003). Género: la clave para la Plan de acción sobre género y desarrollo sostenible y la seguridad alimentaria, Recuperado de: <http://www.fao.org/DOCREP/005/Y3969S/y3969s00.htm>, [21 de febrero 2008].
- Gamba, S. B. (2009). *Diccionario de estudios de género y feminismos*. [Segunda edición]. Buenos Aires: Biblos.
- García-Ramón, M. D., G. Canoves, y N. Valdovinos (1995). Farm Tourism, Gender and the Environment in Spain. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 267-282.
- Iakovidou, O.; S. Koutsou y M. Partalidou (2009). Women Entrepreneurs in the Greek Countryside: A Typology According to Motives and Business Characteristics. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 14(02), 65-179.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (2014). *Formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales de América Latina: experiencias en Panamá, Paraguay y Venezuela*. Recuperado de: <http://www.iica.int/sites/default/files/publications/files/2015/B3388e.pdf> [13 Diciembre 2016].
- Ladki, S. M. (1993). An Evaluation of Tourists' Experiences in Rural Northern West Virginia. *Proceedings of the Society of Travel and Tourism Educators Conference*, 5, 90-102.
- Lagarde, M. (2011). *Los cautiverios de las mujeres. Madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Madrid: Horas y horas.
- Leach, M., S. Joekes. y C. Green (1995). Editorial: Gender Relations and Environmental Change. *International Development Studies Bulletin*, 26(1), 1-8
- Lukes, S. (1974). *Power: a Radical View*. Londres: McMillan.

- Martínez, B. (2003). Género, sustentabilidad y empoderamiento en proyectos ecoturísticos de mujeres indígenas. *La Ventana*, 17, 188-217.
- Moser, C. (1991). *Las mujeres en la planificación del desarrollo. Necesidades prácticas y estratégicas de género. Políticas de Cooperación para el Desarrollo y participación de las mujeres. Aportes para la discusión desde una perspectiva de género*. Nicaragua: Puntos de Encuentro.
- Opperman, M. (1996). Rural Tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 86-102.
- Organización Mundial de Turismo (OMT) y Organización de la Acciones Unidas (ONU) (2010). *Informe mundial de la situación de las mujeres en el turismo*. OMT, ONU-Mujeres. Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414789> [29 de marzo de 2017].
- Puleo, A. (2000). Ecofeminismo: hacia una redefinición filosófico-política de naturaleza y de ser humano. En C. Amorós (ed.). *Feminismo y filosofía*. Madrid: Síntesis, Passim.
- Puleo, A. (2011). *Ecofeminismo, para otro mundo posible*. Madrid: Cátedra.
- Rico, M. y J. Gómez (2009). La contribución económica de la mujer al desarrollo del medio rural de Castilla y León. Un análisis aplicado al turismo rural. *Anales de estudios económicos y empresariales*, 19, 257-296.
- Rocheleau, D.; B. Thomas-Slayter y E. Wangari (1995). Gender and Biodiversity: A Feminist Political Ecology Perspective. *International Development Studies Bulletin*, 26(1), 9-15.
- Rojas, M. (2012). La "ecosofía". Una propuesta Ecofeminista liberadora desde América Latina. *Doneseglesia*, 14.
- Román, F. y M. Ciccolella (2009). El Turismo Rural en la Argentina: concepto, situación y perspectivas. Buenos Aires: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Rowlands, J. (1997). Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras. Un modelo para el desarrollo. En M. León (comp.). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Colombia: Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Colombia y Tercer Mundo editores, 213-245.
- Rubín, G. (1975). El tráfico de las mujeres: notas sobre la economía política del sexo. *Nueva Antropología*, 8(30), 95-145.
- Santana, A. (2002). Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. [Conferencia]. *III Congreso*

internacional sobre turismo rural e desenvolvimento sustentável-citurdas o rural como nova opção de oferta para o turismo. Promoção: Universidade de Santa Cruz do Sul UNISC.

Sayadi, S. y J. Calatrava (2001). Agroturismo y desarrollo rural: Situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español. *Cuadernos del turismo*, 7, 131-157.

Sparrer, M. (2003). Género y turismo rural. El ejemplo de la Costa Coruñesa. *Cuadernos de Turismo*, 11, 181-197.

Sparrer, M. (2005). *El Turismo en espacio rural, como una estrategia de desarrollo: una comparación a nivel europea*. Tesis de doctorado. España: Universidad Santiago de Compostela.

Swain, M. (2005). Las dimensiones de género en la investigación sobre el turismo: Temas globales, perspectivas locales. *Política y sociedad*, 42(1), 25-37.

Torres F. y J. V. Delgadillo Macías (2009). Hacia una política territorial del desarrollo rural de México. *Convergencia*, 16(50), 107-131.

Vázquez, V. (2002). *¿Quién cosecha lo sembrado? Relaciones de género en un área natural protegida Mexicana*. México: Plaza y Valdes Editores y Colegio de Postgraduados.

Villarino, M. y G. Cánoves (2000). Turismo rural en Galicia: sin mujeres imposible. En B. Ferré y M. D. García-Ramón (eds.). *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona: Oikos-Tau, 171-198.

Vizcarra, I. y A. G. Rincón (2015). Cuerpo, espíritu y naturaleza en los estudios de género y ambiente. En E. Zapata Martelo y M. R. Ayala Carrillo (coords.). *Contribuciones de los estudios de género al desarrollo rural*. México: Colegio de Postgraduados, 63-88.

Zapata Martelo, E., M. Mercado y B. López (2002). Mujeres rurales ante el nuevo milenio. Desde la teoría del desarrollo rural hacia la concepción del género en el desarrollo. México: Universidad Autónoma Chapingo y Colegio de Postgraduados, 31-127.

Zapata Martelo, E. y M. R. Ayala Carrillo (coords.) (2015). *Contribuciones de los estudios de género al desarrollo rural*. México: Universidad Autónoma Chapingo y Colegio de Postgraduados.

SEGUNDA PARTE

Mujer y Turismo en zonas rurales

Emprendimientos de turismo de naturaleza. Una vía para propiciar el empoderamiento de la mujer en la zona rural de Los Cabos, Baja California Sur

Angélica Montaña Armendáriz¹

Nora Trejo Briceño²

Juan Carlos Pérez Concha¹

Virginia Guadalupe López Torres³

Introducción

El capítulo tiene como objetivo, identificar y analizar la relación que existe entre el turismo de naturaleza y el emprendimiento, la gestión económica y las relaciones de género en un destino turístico consolidado, como lo es el caso de Los Cabos, Baja California Sur. La investigación se lleva a cabo en dos ámbitos; el primero se refiere a la situación actual de la mujer en la zona rural; el segundo, aborda el turismo de naturaleza como una actividad económica alternativa, que puede propiciar el desarrollo local y el empoderamiento económico de las mujeres. Con base en las variables antes mencionadas, se busca responder a la interrogante: ¿los emprendimientos turísticos de las mujeres y el fomento de su actitud emprendedora favorecen su empoderamiento y autonomía económica en una zona rural como la de Los Cabos? El espacio territorial de investigación corresponde al área rural del municipio de Los Cabos; teniendo como población sujeta de estudio, a las mujeres que desarrollan emprendimientos relacionados directa o indirectamente con el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y las vocaciones productivas de la región. Incluyendo además a

¹ Departamento de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México.

² Maestría en Administración Estratégica, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México.

³ Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Universidad Autónoma de Baja California Sur, México.

los actores de involucrados en el desarrollo local de la zona de estudio. Se aplicó una metodología descriptiva-analítica, con fundamento en el modelo metodológico denominado *Elaboración de Estrategias de Desarrollo Local* de ILPES-CEPAL. El marco empírico de la investigación, se sustenta en la aplicación de cuestionarios a mujeres emprendedoras y entrevistas semiestructuradas a los actores del desarrollo turístico local; entre las características de formalidad de los emprendimientos de mujeres y su empoderamiento en la zona rural (a partir del turismo de naturaleza), es necesario señalar que la mayoría no funcionan como empresas, siendo negocios familiares, generalmente registrados con un solo propietario, incluso se detectaron algunos que operan en la economía informal. En relación a su tamaño (expresado en ventas y número de empleados), la mayoría corresponde a micro o pequeñas empresas; teniendo como característica en común su polifuncionalidad, ya que ellas son las encargadas (por ejemplo, en el caso de un pequeño restaurante) de elaborar y preparar los alimentos, recepción de los clientes, aseo del local, negociación y comercialización, etc.

Cabe señalar que las mujeres emprendedoras, generalmente, no son propietarias de los predios en donde se ubica su negocio, los cuales a menudo están a nombre del cónyuge, lo que constituye una limitante en el acceso a los programas de financiamiento gubernamental o a la banca tradicional. La mayoría de las mujeres refiere que la principal motivación para emprender su negocio es la económica, ya que necesita contribuir al ingreso familiar y de esta forma mejorar sus condiciones de vida. Un rasgo distintivo en los negocios relacionados con el turismo de naturaleza, es que les permite a las mujeres no desplazarse de su lugar de origen, continuar con la atención de su casa y familia, además que de mejorar su desarrollo personal y elevar su autoconfianza; en contraparte, la mayoría reconoce que la mayor desventaja radica en que la actividad emprendida les ha restado tiempo de dedicación a sus familias y aumentado la jornada de trabajo.

Antecedentes y marco conceptual

Tal como se mencionó, los ejes temáticos de este documento se centran en los siguientes ámbitos de investigación: las mujeres en la zona rural de Los Cabos; el turismo de naturaleza como actividad económica alternativa que propicie el desarrollo local y el empoderamiento económico de las mujeres, a fin de mejorar su calidad de vida y aprovechar su capacidad emprendedora. El análisis de estas variables constituye un requisito indispensable para verificar la posibilidad de una eficaz y verdadera equidad de género para las mujeres que residen en la zona rural de Los Cabos (Montaño y Perez, 2015).

El turismo de naturaleza asociado al desarrollo local puede entenderse como un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad, mediante el cual se propicia el aprovechamiento eficiente de los recursos existentes en una zona determinada; a la vez que se estimula y diversifica la economía, se generan empleos y se mejora la calidad de vida, siendo el resultado de un compromiso de solidaridad activa, que implica cambios en grupos e individuos (Sánchez y Cebraín, 2015). En este complejo proceso, el territorio simboliza un recurso estratégico no deslocalizable, que está cargado de identidad personal y comunitaria, lo que representa su principal valor desde el punto de vista ambiental, económico y social, pero también en su dimensión paisajista y recreativa-turística. Por lo tanto, resulta difícil conceptualizar el término turismo de naturaleza, dado que implica diversas connotaciones, llegando incluso a ser utilizado como sinónimo de turismo alternativo, ecoturismo, turismo rural, etc. Partiendo de la conceptualización que hace de este término la Secretaría de Turismo (2006), el turismo de naturaleza se define como “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que la envuelven, con una actitud y compromiso de conservar, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”. Por su parte, la OMT (2014) define al turismo de naturaleza sustentable como “un segmento de la actividad tu-

rística que utiliza de manera sustentable, el patrimonio natural, incentivando su conservación y busca la formación de una conciencia ambientalista, promoviendo el bienestar de las poblaciones involucradas". Por lo tanto, el turismo enfocado bajo el paradigma del Desarrollo local sustentable, contribuye a la preservación de los recursos naturales de la zona, evitando la presencia de factores negativos como la contaminación, el congestionamiento del espacio disponible, la generación de tensiones sociales o la pérdida de identidad cultural. Lo anterior, sin dejar de tomar en cuenta la necesaria sustentabilidad económica del destino turístico, todo ello con una visión de consolidación a largo plazo y de aportación a un desarrollo socioeconómico duradero.

Mediante acciones que impliquen un desarrollo local sustentable, sería posible potenciar las capacidades e iniciativas locales, una mejor cercanía a los problemas, necesidades y recursos, permitiendo a la comunidad la aplicación de acciones o el diseño de estrategias para el desarrollo, todo esto en un marco de concertación con los actores del desarrollo territorial (Montaño, Perez, y Rodríguez, 2015). En este contexto, conforme los emprendimientos van siendo exitosos, se busca el involucramiento de la familia (esposas, hijos, etc.) lo que facilita la participación de las mujeres en actividades productivas, en procesos de toma de decisiones y de participación en su comunidad. De esta manera, se sientan las bases para el empoderamiento de las mujeres, al ser parte integral de los procesos productivos y económicos de la región (Díaz, 2012), de esta forma se fomenta el desarrollo local, a partir de potenciar las capacidades e iniciativas locales de las mujeres.

Lograr la participación de todos los actores que convergen en el desarrollo territorial es un desafío actual, ya que la división social por género es un estigma que se replica en las zonas rurales. Para efectos de esta investigación, el termino género se entiende como la acepción de la clase, especie o tipo al que pertenecen un conjunto de cosas, entidades o personas (como en este caso), clasificadas por una o varias características en común,

como lo es el sexo femenino. En un contexto social, el concepto de género da origen a la percepción que tiene la comunidad acerca del papel o rol que cumplen tanto hombres como mujeres en términos de ideas, comportamientos, expectativas y responsabilidades sociales y económicas, y que son diferentes para cada país, región o localidad, de tal manera que determinan las relaciones de género para dicha zona en específico. En el caso de este estudio, se establece que las relaciones de género en el entorno rural de Los Cabos se ligan a los roles de poder masculino y femenino, en el que se reconoce el papel del hombre como proveedor del sustento del hogar, tomador de decisiones y figura de autoridad, mientras que la mujer se relega al papel del cuidado de los hijos, ancianos y enfermos y de las actividades domésticas.

Los ámbitos de la investigación se relacionan directamente con los objetivos propuestos en *La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, aprobada en septiembre del 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, la cual establece una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 países que la suscriben, centrando la atención de sus políticas en la igualdad y dignidad de las personas y el respeto al medio ambiente (ONU, 2015). Al respecto, el quinto objetivo de referida Agenda, retoma las principales iniciativas y metas de los objetivos del milenio en materia de igualdad de género y de empoderamiento de las mujeres, destacando la importancia de la igualdad entre hombres y mujeres en el acceso a la educación, a los recursos económicos, el empleo y liderazgo, entre otros, de tal forma que se convierte en un objetivo prioritario el “lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas” (20-21). En materia de empoderamiento económico, la agenda plantea emprender reformas en materia legislativa y jurídica (según proceda en cada país) en factores que inhiben la capacidad emprendedora de las mujeres, de tal forma que se propone impulsar reformas que otorguen a las mujeres igualdad de derechos a los recursos económicos, a los servicios financieros, etc. lo cual resulta importante en el avance del empoderamiento de las mujeres.

Al respecto, diversas investigaciones reportan que, en América Latina, casi un 40% de las mujeres mayores de 18 años carecen de ingresos propios, mientras que el número de hogares monoparentales encabezados por mujeres se ha incrementado; sin embargo, las mujeres tienen una menor participación en la población económicamente activa de la región. De acuerdo a (ONU-CEPAL, 2013) las mujeres en América Latina, enfrentan barreras mucho más complejas en su participación en la economía formal que sus contrapartes de los países desarrollados; entre las principales limitantes que enfrentan se destacan: escasas políticas y programas de apoyo y de estímulo o fomento a la actividad emprendedora, un exceso de normativas y procedimientos, así como escasas de información y limitado acceso a créditos.

En este orden de ideas, el informe mundial sobre las mujeres en el turismo (ONU-OMT, 2011) destaca el rol que desempeña este sector para contribuir y fomentar la actitud emprendedora de las mujeres, principalmente en las regiones menos desarrolladas, como las zonas rurales, donde pueden enfrentar fuertes desigualdades y marginación social y económica. Al respecto, la ONU (2015) mediante sus políticas recomienda facilitar el acceso de las mujeres al emprendimiento turístico y garantizar la adquisición de créditos, medios producción, bienes y propiedades, que tradicionalmente corresponden al varón (esposo o compañero), lo cual restringe su capacidad de acceder a créditos o financiamiento de instituciones gubernamentales así como también que se incentive la capacitación y formación de recursos humanos, a fin de apoyar su capacidad emprendedora que (en el caso de este estudio) correspondería al turismo de naturaleza.

La Organización Mundial del Turismo refiere que esta actividad y los sectores económicos ligados a su oferta y demanda pueden empoderar a las mujeres de múltiples formas, en particular mediante la provisión de puestos de trabajo y oportunidades de generación de ingresos en empresas de este sector. De hecho, es reconocido que en el turismo es elevada la proporción de mujeres empleadas y emprendedoras, siendo uno de los

que cuenta con mayores posibilidades para liberar su potencial y ayudarlas a participar plenamente en actividades económicas y emanciparse en todos los ámbitos de la sociedad (OMT y Pacto Mundial Red Española, 2016).

Con respecto al empoderamiento económico alcanzado por las trabajadoras del turismo, su incorporación ha tenido algunos efectos claramente positivos: la satisfacción de tener dinero ganado con su trabajo, el sentirse menos dependientes del hombre de la familia, la visibilidad y el reconocimiento social de su contribución al éxito de los proyectos, la posibilidad de iniciarse en una ocupación nueva y/o ampliar el campo de relaciones sociales y mejorar su autoestima; aunque las condiciones en que han accedido al empleo y a los ingresos, no siempre han permitido que sus vidas se orienten hacia niveles mayores de autosuficiencia y autonomía económica (Rodríguez y Acebedo, 2015).

El empoderamiento de la mujer implica potenciar su contribución al desarrollo económico local y facilitar su acceso a los beneficios que este genera en todos sus aspectos. Si bien existen diferentes definiciones del término "empoderamiento de la mujer", todas convergen en que a través de este concepto se busca que las mujeres alcancen el control de su propia vida (lo que implica un cambio en las relaciones de dependencia e inseguridad que caracterizan las relaciones de la mujer en la zona rural), que adquiera cierta independencia en la toma de decisiones y se fortalezca su autoestima, así como se reconozca socialmente el trabajo subvalorado que desempeña, de tal forma que el empoderamiento puede contribuir a la independencia financiera y la liberación de las formas tradicionales de control social, principalmente de las mujeres en condiciones de vulnerabilidad (Serrano, Brito-Ganoa, Riofrio y Sotomayor, 2016).

El concepto de emprendedor y emprendimiento es relativamente joven, tornándose muy importante en la actualidad dados los evidentes desequilibrios que se observan en las actividades económicas que han impulsado la creación de nuevos modos de subsistencia, tanto por motivos económicos como por el desarrollo de la sociedad, el intercambio cultural y de modos

de vida. Muchos analistas consideran al emprendimiento como una forma de vida más que como una ocupación, por cuanto la cultura emprendedora permea muchas áreas de la sociedad y sectores económicos e influye en su forma de pensar, no sólo en el tema de los negocios sino también a nivel personal y de relaciones afectivas. Gutiérrez (2015) define el emprendimiento como la actitud y capacidad que tiene una persona para enfrentar retos, realizar nuevos proyectos y alcanzar nuevas metas.

Las definiciones más recientes otorgan un peso específico a las capacidades del emprendedor y sus motivaciones, como un medio de alcanzar el éxito en sus emprendimientos y lograr su consolidación. Al respecto, Elizundía (2015) examina las diferentes perspectivas de las teorías acerca del emprendimiento y menciona cómo se compaginan en una persona que crea nuevas oportunidades basándose en la combinación de diferentes factores, desde mercados hasta productos o sistemas de distribución. Su objetivo es consolidar un negocio viable, con base a la información que obtiene y las oportunidades que sabe aprovechar. Desde este punto de vista, no se observan marcadas diferencias entre hombres y mujeres; sin embargo, en la realidad se perciben contrastes, desde el modo en que deciden emprender hasta aspectos determinantes como la obtención de recursos, experiencia, etc. En comparación con los hombres, el papel de la mujer en el trabajo doméstico constituye una restricción para incrementar su ingreso, lo que en muchos casos la orilla a optar por el empleo informal, dado que en la economía formal no se han generado los espacios que les permitan compaginar estos dos aspectos importantes de su desarrollo. Esto las coloca entre la disyuntiva de trabajar o no, lo que es un factor de discriminación aplicado a su condición femenina y que lleva a muchas a optar por una tercera alternativa: emprender (Torri y Martínez, 2014).

Bajo esta premisa, el emprendimiento y el desarrollo de negocios si presenta la denominada "brecha de género" (Klapper y Parker, 2010), las mujeres enfrentan barreras adicionales relacionados con su entorno y son condicionantes por género, como lo son las escasas políticas y programas

de apoyo crediticio y de capacitación, exceso de normas y procedimientos (por ejemplo, garantías). Resalta entonces, la necesidad de generar de programas especializados en las condicionantes específicas que enfrentan las mujeres, pero con especial atención a las que residen en zonas rurales, puesto que esta condición social agrega otro grado de complejidad al emprendimiento.

Aspectos metodológicos

Se realizó una investigación descriptiva-analítica, mediante técnicas cuantitativas que permitieron identificar las habilidades emprendedoras, así como algunos proyectos de emprendimiento turístico susceptibles de realizar por las mujeres en la zona de estudio, la cual corresponde a las delegaciones político-administrativas de la zona rural del municipio de Los Cabos: Miraflores, Santiago y La Ribera, mismas que disponen recursos naturales susceptibles de poner en valor y en las que se han desarrollado algunos proyectos y cierta infraestructura, que permite impulsar actividades relacionadas directamente con el turismo de naturaleza.

El marco empírico de la investigación se fundamenta en los siguientes instrumentos:

- a) Talleres de planeación participativa: la conformación de estos grupos de discusión (uno por cada delegación), fue la de conocer (de "viva voz") las áreas de fortalezas y debilidades que son percibidas en relación a sus capacidades emprendedoras, así como los principales problemas a los que se enfrentan; en particular, se buscaba que las participantes propusieran posibles acciones, que les ayuden a fortalecer sus habilidades emprendedoras en proyectos relacionados (directa o indirectamente) con el turismo de naturaleza.
- b) Entrevistas no estructuradas a algunos actores involucrados en el desarrollo local: consistió en una entrevista dirigida, que incluye una lista de aspectos a ser explorados durante la entre-

vista, misma que se llevó a cabo de manera informal y coloquial a doce personas consideradas como informantes claves, por cuanto desarrollan actividades que se relacionan con las mujeres emprendedoras de la zona, siendo -al mismo tiempo- comisionados locales de instituciones gubernamentales o de organismos de representación empresarial.

- c) Cuestionario para mujeres emprendedoras: se aplicó una muestra a 76 mujeres de la zona rural; el universo de estudio se integró con base en el Directorio Nacional de Unidades Estadísticas (INEGI, 2015), así como también del registro de iniciativas individuales empresariales de la Dirección Municipal de Vinculación y Fomento Empresarial del Municipio de Los Cabos. El cuestionario incorpora preguntas o reactivos con escala Likert y nominal. La primera sección, incluye nueve preguntas referidas a la información y características generales de la empresa; la segunda se orienta a valorar la percepción de las mujeres en torno al emprendimiento, considerando sus actitudes, experiencia, capacitación y las posibilidades que les brinda el entorno para favorecer emprendimientos.

En primera instancia se realizó un análisis descriptivo y de frecuencias de las variables sujetas de estudio; posteriormente, se validaron y analizaron las preguntas de escala nominal mediante tablas de contingencia y pruebas de Chi cuadrada de Pearson, el coeficiente de Phi y el de contingencia. El análisis de asociación entre las mencionadas variables, se realizó considerando las variables categóricas de tipo de organización (valorada por su nivel de formalidad) en relación a cada una de las variables en estudio.

En el cuadro 1 se presentan los resultados de los análisis de pruebas de Chi-cuadrada (X^2), Phi (P) y coeficiente de Contingencia (C). Considerando las cuatro variables nominales y la variable categórica de organización y formalidad, se rechaza la hipótesis nula de independencia, ya que la significancia asintótica es -0.05 por lo que se acepta el postulado de que existe relación entre las variables sujetas de estudio. Resultados similares se

presentan con los coeficientes de contingencia y coeficiente de Phi, dado que todos los valores son mayores a cero, indicando que existe asociación entre las variables.

Cuadro 1. Prueba Estadística

Variables	Chi-Cuadrada de Pearson		Phi		Coeficiente de Contingencia	
	Valor	Significancia Asintótica (bilateral)	Valor	Significancia Aproximada	Valor	Significancia Aproximada
Cooperación informal entre empresas	63.792	0.00	0.559	0.00	0.488	0.00
Pertenece a Asociación Empresarial	37.691	0.00	0.430	0.00	0.395	0.00
Mecanismos Capacitación	53.379	0.00	0.510	0.00	0.455	0.00
Beneficio incentivo gubernamentales	53.577	0.00	0.514	0.00	0.457	0.00

Fuente: Elaboración propia.

A partir de la estandarización de los valores obtenidos en el análisis estadístico, se calcularon los índices promedio para las variables de tipo nominal y ordinal, mediante la normalización de las respuestas (de acuerdo a la escala utilizada), de tal forma que mientras más cerca de uno se encuentre el índice, mayor será el peso (en porcentaje) de la variable en cuestión y viceversa. Los índices que se calcularon son: cooperación informal, formalización de empresas, afiliación a asociaciones empresariales, incentivos gubernamentales, capacitación y fuentes de financiamiento.

El cálculo de los coeficientes Alpha Cronbach para determinar la confiabilidad del instrumento, fluctúan entre 0.77 a 0.098 para cada factor, corroborándose así que los componentes que integran cada factor resultan significativos, reflejando un grado de confiabilidad aceptable. Posteriormente, se calculó el análisis factorial a fin de identificar las dimensiones

Cuadro 2. Índices Promedios Escala ordinal y nominal

Nombre de la Variable	Valor del Índice (en %)
Índice de Cooperación Informal	58%
Índice de Formalización de la Empresa	35%
Índice de Afiliación a Asociaciones Empresariales	68%
Índice de Incentivos de Gobierno	42%
Índice de Mecanismos de Capacitación Interno	92.3%
Índice de Capacitación a Instituciones Públicas y/o de Educación Superior	2.4%
Índice de Cursos de Capacitación Empresas Privadas	5.3%
Índice de Financiamiento de Recursos Internos	77.11%
Índice de Financiamiento de Recursos Externos	19.12%
Índice de Financiamiento de Programas de Gobierno	3.77%

Fuente: Elaboración propia.

relacionadas con el emprendimiento y el desarrollo local, específicamente lo referido a las variables: financiamiento y gestión institucional, asociatividad y cooperación y capacitación, para lo cual se procedió a estimar la factibilidad del procedimiento mediante las pruebas *Kaiser-Myer-Olkin* y *Bartlett's Test of Sphericity*. La primera prueba arrojó un resultado de 0.736, mientras que la segunda resultó significativa al 99 por ciento, concluyéndose que la muestra es adecuada. Se estableció el valor de 0.50 para incluir un elemento en un factor y un *eigenvalue* 1.00 para retener el factor.

Análisis contextual

De acuerdo con el INEGI (2015), Los Cabos representa el 40% de la población total del estado (287,671 habitantes), siendo el municipio más poblado de la entidad. En la subregión norte de Los Cabos se ubican las delegaciones de Santiago, Miraflores, La Ribera, mismas que se integran por una serie de poblados rurales y comunidades ejidales, cuyo desarrollo

económico depende –en gran medida– de los recursos naturales presentes en la zona.

Características generales de las delegaciones de la zona rural de Los Cabos:

- 1) Santiago. Su territorio abarca una buena parte de la Reserva de la Biosfera de la Sierra La Laguna. Cuenta con una de las cuencas hidrológicas más importantes de la entidad, la cual incluso abastece de agua al desarrollo turístico de Los Cabos, aún cuando esta región (y BCS en general) se caracteriza por la escasez de agua y las dificultades que ello implica para el desarrollo de actividades económicas.
- 2) La Ribera. Se ubica en el litoral del Golfo de California. El potencial turístico de esta comunidad se sustenta en los recursos naturales (dada su proximidad al Área Natural Protegida de Cabo Pulmo) y en la pesca deportiva. Forma parte del denominado desarrollo Cabo del Este, el cual constituye, desde el punto de vista del desarrollo económico territorial, una potencial extensión del actual corredor turístico Cabo San Lucas-San José del Cabo. Por ser un destino turístico en crecimiento, su población se incrementó en alrededor de 15% entre 2010 y 2015.
- 3) Delegación de Miraflores. Esta delegación es la que mejor representa las tradiciones del rancharo sudcaliforniano, las cuales todavía perduran a pesar de las transformaciones sociales y culturales que se presentan, sobre todo, por el impacto del turismo extranjero en la región.

Las actividades económicas representativas son: ganadería, agricultura, comercio, fruticultura, elaboración de dulces regionales y de pan y servicios de amenidades relativos al turismo de naturaleza, dada su abundante vegetación y por ser uno de los accesos a la Reserva de la Biosfera de la Sierra La Laguna.

Análisis de los resultados

La información obtenida en la muestra de 76 mujeres de la zona rural de Los Cabos, indica que la edad de las encuestadas osciló en un rango de 20 a 55 años; la mayor representación se ubicó en el rango de 25 a 45 años (45% del total). Un 35% de las mujeres incluidas en la muestra tienen educación primaria, un 22% cuenta con estudios de secundaria; un 12% tiene alguna carrera técnica; el 15% ha concluido la preparatoria y solo el 6% tiene alguna carrera profesional. La mayoría de ellas tiene una familia (casadas o en unión libre) y un 37% son mujeres jefas de familia, ya sea por estar separadas o ser madres solteras con hijos. Cabe mencionar que la motivación que impulsa a las mujeres de la zona rural a emprender negocios es de tipo económico (68.7%). No obstante, un 26.7% considera que la motivación social fue la que predominó al momento de decidir el emprendimiento.

En los talleres de planeación se obtuvo información referida a las principales barreras y desafíos que enfrenta la mujer para iniciar o desarrollar sus emprendimientos turísticos. Las participantes reconocen que la mujer se ha dedicado tradicionalmente a las actividades domésticas y, en forma secundaria, a negocios o actividades lucrativas relacionadas directa o indirectamente con el turismo de naturaleza. Por lo cual reconocen que poseen escasa preparación para emprender actividades comerciales en forma autónoma, y para gestionar o dirigir empresas, aunque sean de pequeño tamaño; al mismo tiempo, la mayoría de las mujeres emprendedoras en la zona rural (con algunas excepciones) carece de formación profesional o técnica. Otros factores que limitan su capacidad para convertirse en micro o pequeñas empresarias son: no contar con la titularidad en la posesión de la tierra o los bienes inmuebles, lo que limita su acceso a financiamiento dadas las dificultades para conseguir garantías a su nombre; su capacidad de ahorro y capitalización es reducida, lo que afecta la reinversión y el crecimiento de sus microempresas; además, señalan que tienen poco poder en las decisiones productivas y comerciales, dependiendo (en muchos casos) de la decisión del cónyuge.

En cuanto a su participación comunitaria, esta se limita a comités participativos ciudadanos o comités escolares; su percepción es que (a la fecha) no han sido consideradas como miembros activos de sus localidades. Su vinculación con instancias gubernamentales es limitada, lo que se refleja en su no inclusión cuando se imparten talleres y cursos de capacitación relacionados con emprendimiento, desarrollo turístico, etc. Aun cuando en la última década el trabajo para las mujeres se ha multiplicado y diversificado, su incorporación al mercado laboral es creciente y en diferentes ámbitos, sin que sea necesario renunciar al mantenimiento del hogar y atención a la familia; no obstante, varias señalaron que necesitan permiso de su pareja para realizar una actividad productiva o labor social.

Actividades productivas de las mujeres emprendedoras

Son variadas, por lo general de subsistencia; las principales se relacionan con comercio (27.6%), labores relacionadas (directa o indirectamente) con el turismo y la gastronomía en un 26.3% y 22.3%; así como en la agricultura de hortalizas orgánicas y la ganadería de subsistencia. En la delegación de Santiago, la participación de las mujeres en actividades productivas se reporta en: elaboración de dulces en base a fruta, agricultura, ganadería y en microempresas de turismo de naturaleza. Según lo detectado en la investigación de campo, en esta última actividad algunas mujeres ejercen el liderazgo, ya que además de brindar servicios, participan activamente en la administración y organización de sus microempresas, siendo -en la práctica- quienes dirigen los negocios que ofertan hospedaje y alimentación en la zona de la Reserva de la Biosfera de la Sierra La Laguna. En esta delegación es donde se reconoce el mayor potencial para el desarrollo de emprendimientos relacionados con turismo de naturaleza, lo que constituye una ventaja competitiva para esta zona.

La participación productiva de la mujer en la delegación de La Ribera se relaciona con el turismo, los servicios (tradicionales en la mujer como costureras, estilistas, manualidades, etc.) y el comercio. De las tres delegaciones analizadas, es en La Ribera donde se encuentra más diversificada la par-

ticipación de la mujer en actividades productivas, pero (a diferencia de la delegación de Santiago) no se detectaron emprendedoras con un negocio turístico de su propiedad. Actividades como la pesca deportiva y el turismo de naturaleza, así como el mantenimiento y servicios a residencias vacacionales, constituyen un buen potencial de negocios para emprendedoras.

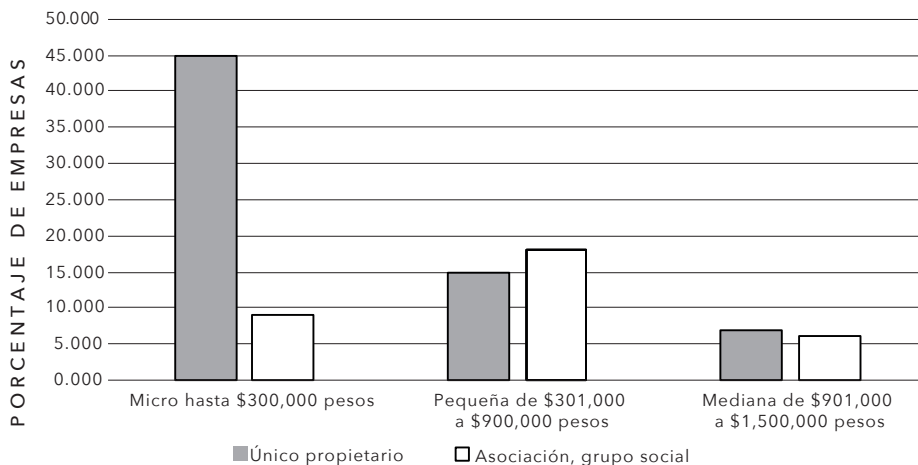
En Miraflores, las mujeres participan en la elaboración (aunque muchas veces sin ingresos) de quesos, dulces y alimentos típicos regionales; también en la producción de hierbas y hortalizas orgánicas de exportación o como proveduría local al sector turístico, así como en algunas actividades ecoturísticas relacionadas con la Reserva de la Biosfera de la Sierra La Laguna. En esta delegación, la actividad emprendedora de la mujer también es reducida, limitándose generalmente a labores de apoyo en negocios familiares (aun cuando existen excepciones). En el trabajo de campo, las mujeres manifestaron su interés por llegar a tener su propio negocio, sin embargo, no han contado con apoyo financiero, así como tampoco han recibido capacitación y asesoría para la creación y operación de sus negocios.

Formalización y tamaño de empresas

El índice de formalidad (cuya explicación se presenta en la sección de aspectos metodológicos) es de 35%, el cual es relativamente bajo, considerando el parámetro que cuanto más cercano sea a uno, mayor será el grado de formalidad de los negocios. Para el caso de la muestra y con base en la información de la gráfica 1, es posible señalar que la mayor parte de los negocios son microempresas que registran niveles de formalidad empresarial reducidos; el porcentaje más elevado se ubica en el rango de empresas con una única propietaria, aunque también se detectaron algunas que se ubican en la economía informal (lo cual se comprobó por medio de la observación directa y las entrevistas a informantes claves); solo un 14% están organizadas como grupos sociales, asociaciones de productores o pertenecen a ejidos. Por tamaño, el 86% corresponde a microempresas (teniendo como indicadores el valor de las ventas y el número de empleados), existiendo, además, una correlación positiva entre el grado

de formalidad de los negocios y el tamaño y número de empleados de las mismas, lo cual se relaciona (de forma directa) con los datos y evidencias empíricas de los organismos internacionales que analizan el empoderamiento de la mujer en la actividad turística.

Gráfica 1. Organización legal por tamaño de empresa



Fuente: Cuestionario aplicado a emprendedoras (2016).

Capacitación

Tanto en el cuestionario como en los talleres de planeación participativa, se detecta que la mayor parte de las participantes, perciben que su preparación para fomentar el empleo productivo y autogenerar emprendimientos era mínima; en general, es significativo el número de mujeres que carece de suficientes conocimientos acerca de planeación y administración de negocios, marketing, contabilidad y gestión de créditos. En el caso de las mujeres involucradas en negocios o emprendimientos de turismo de naturaleza (en las tres delegaciones que se estudiaron), la capacitación que han recibido es mínima o han iniciado sus negocios sin capacitación previa; un 58% es autodidacta o aprendido de forma empírica o bien sus conocimientos les fueron transmitidos por la experiencia familiar; la mayoría considera que sus negocios responden a una habilidad innata (hospedaje, gastronomía, arte-

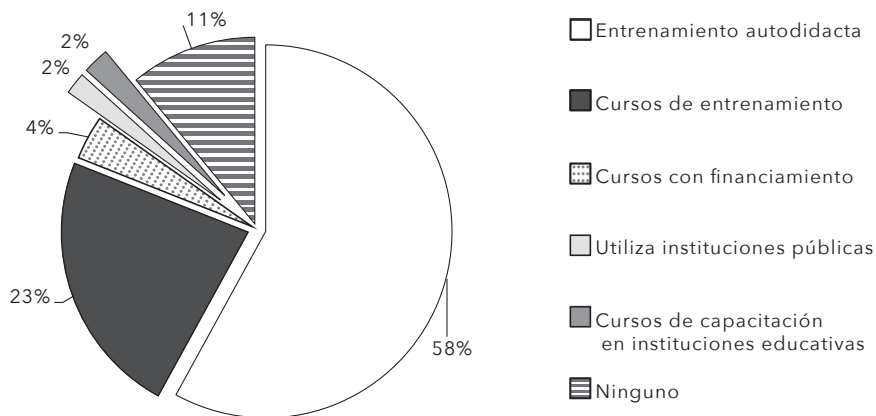
sanías, etc.); solo un 23% del total han tomado cursos de capacitación formal en temas relacionados con el desarrollo de sus negocios. Las mujeres que han recibido algún tipo de capacitación han sido cursos de corta duración, en técnicas relacionadas con actividades tradicionalmente asociadas a la mujer (cultura de belleza, cocina, artesanías, etc.).

Es importante recalcar que, tal como se plantea en diversos foros internacionales (Agenda 2030 Desarrollo Sostenible, OMT, CEPAL, etc.), si el turismo (en cualquiera de sus vertientes) quiere efectivamente ser una herramienta de empoderamiento, es necesario plantear acciones que mejoren el estatus de las mujeres a través del trabajo productivo; si bien su participación en negocios y emprendimientos turísticos les permite obtener cierta independencia financiera, aun no se rompen los estereotipos aplicables a las empresas de mujeres, ni existe una política pública que fomente su participación en negocios relacionados con el turismo de naturaleza. Lo antes expuesto, es aplicable al caso del turismo de naturaleza en Los Cabos, en donde los tour operadores mayoristas que proveen de visitantes a esta actividad, no valoran (en el nivel que correspondería) las actividades productivas que realiza la mujer en este campo, en particular en lo que se refiere a hospedaje y gastronomía regional. Por lo tanto, se requiere una acción conjunta de los agentes institucionales que regulan o impulsan el turismo de naturaleza, a fin de promover acciones de capacitación que tiendan a profesionalizar la labor de la mujer en la zona rural y así aprovechar (de manera más eficiente y sustentable), el potencial de recursos naturales existentes en la zona.

Programas de financiamiento para emprendimientos turísticos

Un breve análisis del desempeño de los programas de financiamiento y de la gestión de las instituciones gubernamentales en el fomento de las iniciativas emprendedoras de las mujeres, permite reconocer que es limitado el número de empresas de mujeres que han sido beneficiadas por algún tipo de programa gubernamental que apoye el desarrollo de sus actividades emprendedoras, solo un 42% del total. Con base en la opinión

Gráfica 2. Modalidades de capacitación personal

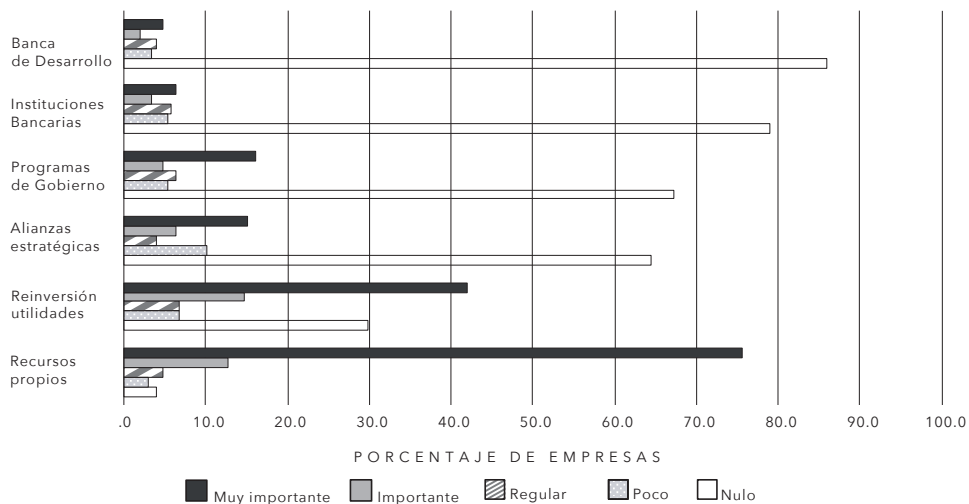


Fuente: Cuestionario aplicado a emprendedoras (2016).

de las emprendedoras, las instituciones públicas que más han apoyado sus emprendimientos son: SAGARPA, SEDESOL y la Secretaría de Economía; al respecto, la mayoría señala que los programas les han apoyado con un crédito; solo un 22% señala que, además de financiamiento, ha recibido ayuda en asistencia técnica.

En la mayoría de los emprendimientos y negocios de la zona rural, el financiamiento proviene de recursos propios y reinversión de utilidades, lo cual indica que los actores, tanto públicos como institucionales, han desempeñado un rol de acompañamiento pasivo, lo que se manifiesta en el reducido impacto que han tenido en la zona rural los programas políticos (de los tres niveles de gobierno) que tienen como objetivo el fomento y gestión de la capacidad emprendedora de la mujer, a lo cual se añade una escasa inversión pública en infraestructura para el desarrollo de negocios y un débil apoyo al establecimiento de sistemas de interconexiones y sinergias entre las empresas de mujeres. Con respecto a las deficiencias en los programas de financiamiento, destacan: excesivos trámites y burocracia para acceder a dichos programas, escasa coordinación y apoyo entre las instancias gubernamentales.

Gráfica 3. Principales fuentes de financiamiento



Fuente: Cuestionario aplicado a emprendedoras (2016).

A lo anterior, se debe agregar la limitada capacidad de las mujeres para ser sujetas de crédito, detectándose que el acceso a programas de financiamiento es un obstáculo mayor, comparadas con los hombres. A menudo, ellas tienen acceso limitado a la información para negociar y contraer créditos, no cuentan con las garantías suficientes y no tienen la propiedad legal de la tierra o bienes inmuebles. En la mayoría de los casos, estos rubros están a nombre de los varones quienes por lo general son renuentes a aceptar la gestión de financiamiento de la mujer.

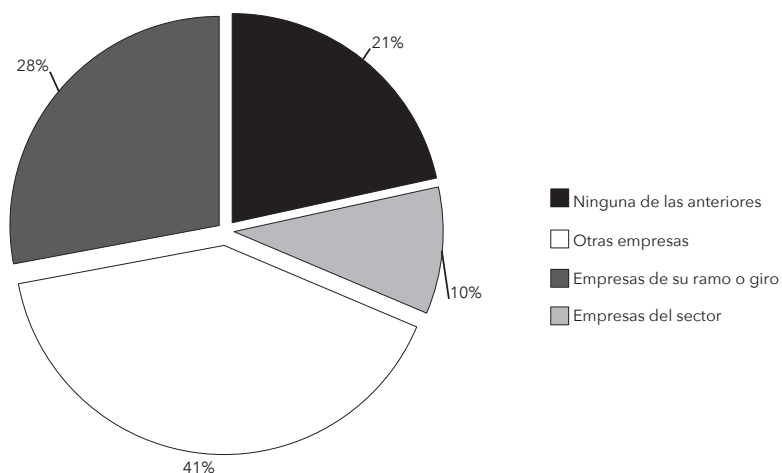
Relación de cooperación entre las empresas

Un factor importante para el fomento del emprendimiento y el desarrollo local en zonas rurales es la disposición de las mujeres respecto de la organización y asociatividad con otras emprendedoras. Dado que la mayoría se ubica en el rango de micro o pequeñas empresas, la asociatividad constituye una herramienta clave para crear sinergias que impulsen el desarrollo de negocios con mayor competitividad y cultura empresarial. Al respecto, se cuestionó a las mujeres emprendedoras sobre sus relaciones de coopera-

ción informal con otras empresas: el 58% de las encuestadas coopera con otras empresas y el 42% manifiesta no mantener relaciones de cooperación, pues no las consideran un factor importante en su desempeño empresarial.

Del porcentaje que registra algún grado de cooperación, ésta se realiza con empresas de su mismo ramo o giro y en la mayor parte de los casos las relaciones se debieron a la existencia de lazos familiares o reuniones sociales. Esta modalidad de "cooperación" dista mucho de lo que teóricamente debía realizarse a través de un liderazgo, actitud y dinamismo del gobierno como gestor institucional o bien de las asociaciones empresariales. La variable de asociación a organismos formales, como factor de articulación en el tejido empresarial, se valoró a partir del índice de afiliación a asociaciones empresariales, cuyo resultado indica que un 68% está adscrita a algún organismo o cámara relacionada con el giro de la empresa. Este índice resulta superior al de cooperación informal (58%), es decir se da mayor peso a pertenecer alguna asociación (ejidos, CANACO SERVYTUR, Asociación Ganadera, etc.), que organizarse para emprender proyectos de cooperación conjunta.

Gráfica 4. Relaciones de colaboración entre empresas



Fuente: Cuestionario aplicado a emprendedoras (2016).

El impulso de la cooperación y asociación entre micro y pequeñas empresas de mujeres resulta importante. En cuanto a las habilidades identificadas por los expertos (y que son necesarias para el éxito de una emprendedora en el turismo de naturaleza) se encuentran: la capacidad para tomar decisiones sin afectar el medio ambiente y el desarrollo de otras empresas, compromiso personal, la capacidad de organización y comunicación, intercambio de información y trabajo en equipo, así como la cooperación que debe existir tanto para enfrentar el mercado, como también para poner en valor un recurso natural de manera equilibrada y sustentable.

Conclusiones

La investigación de campo permite corroborar los principales obstáculos que enfrentan las mujeres en materia de capacitación para el desempeño de sus emprendimientos de turismo de naturaleza, destacando: limitados conocimientos básicos de gestión y administración de negocios, contabilidad, marketing, atención al cliente y cultura regional. En cuanto a los programas de apoyo y promoción para el desarrollo de proyectos turísticos en la zona rural, se detectó la necesidad de impulsar programas de financiamiento en materia de asistencia técnica, capacitación e inversiones productivas liderados por mujeres. Específicamente, se reconoce la demanda de tres tipos de apoyo: financiamiento a nuevos proyectos y obras de infraestructura y equipamiento que respalden las inversiones (caminos, espacios y servicios públicos, etc.); apoyo en asesoría técnica y financiera dado que el emprendimiento es una actividad relativamente nueva para las mujeres de la zona rural; también se identifica la necesidad de que las instituciones gubernamentales promuevan las actividades de turismo de naturaleza de la zona rural de Los Cabos, a través de ferias, exposiciones y enlaces con los tour operadores del destino, esto con el objetivo de aprovechar el turismo de naturaleza como una opción para incrementar la oferta turística que se ha concentrado en el segmento de "sol y playa".

La participación de la mujer en proyectos vinculados al turismo de naturaleza en Los Cabos, ha consistido en: oferta de hospedaje, gastronomía regional, agricultura orgánica, elaboración artesanal de productos derivados de la ganadería, dulces regionales, micro y pequeños comercios relacionados con la actividad turística. Su principal motivación para desarrollar estos emprendimientos ha sido el factor económico, ya que les permite contribuir al ingreso familiar y así mejorar sus condiciones de vida; otra razón que les impulsa es el reconocimiento familiar y social y la posibilidad de mejorar su autoestima; sin embargo, en los talleres de planeación participativa reconocieron que el desarrollar estas actividades les ha restado tiempo de dedicación a sus familias y aumento en su carga laboral. En esta perspectiva, entre los retos y tareas pendientes de los emprendimientos turísticos realizados por mujeres de la zona rural, está el de potenciar su participación de una manera más equitativa, y que se valore en toda su extensión y no como una parte complementaria a las labores que sus conyugues.

Atendiendo a la pregunta inicial que orientó esta investigación, se concluye que el turismo de naturaleza representa un potencial para el desarrollo de emprendimientos, favoreciendo el empoderamiento de la mujer en la zona rural de Los Cabos; la experiencia y testimonio de las mujeres emprendedoras así lo manifiesta. Sin embargo, se detectan una serie de factores que inhiben la capacidad emprendedora de la mujer, entre los cuales se puede mencionar: limitado apoyo y gestión gubernamental, escasos programas de capacitación, reducida promoción de los programas de financiamiento y, en particular, no existe una política pública o un proceso de planeación de largo plazo sustentado en un modelo de desarrollo local sustentable, que involucre a los actores (en este caso las mujeres) en la puesta en valor de los recursos naturales existentes en la región.

Referencias bibliográficas

- Díaz, I. (2012). Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco (México). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 531-542.
- Elizundia, M. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, (60) 468-485.
- Gutierrez, S. (2015). Emprendimiento en las Empresas Familiares. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 4(7), 149-167.
- INEGI. (2015). *Anuario Estadístico y Geográfico de Baja California Sur*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de: http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/BCS_ANUARIO_PDF16.pdf. [8 de marzo del 2017].
- Klapper, L., y S. Parker. (2010). Gender and the Business Environment for New Firm Creation. *The World Bank Research Observer*, 26(2), 237-257, doi: 10.1093/wbro/lkp032
- Montaño, A. y J. C. Perez (2015). Microemprendimiento de mujeres en Los Cabos B.C.S.: una experiencia para el impulso del desarrollo local. *XX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*. [ISSN:2395-8960]. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Montaño, A., Perez, J.C. y Rodríguez, I. (2015). Desarrollo Local Sustentable y turismo de naturaleza en Los Cabos ¿Alternativas para diversificar un destino turístico consolidado?. *Monfragüe Desarrollo Resiliente*, 5(2).
- OMT y Pacto Mundial Red Española (2016). *El sector Turístico y los Objetivos de Desarrollo sostenible Turismo Responsable, un compromiso de todos*. Recuperado de: <http://www.thinktur.org/media/Publicacin-Turismo-Responsable-un-compromiso-de-todos.pdf> [10 de marzo de 2017].
- ONU. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. Organización de las Naciones Unidas. Recuperado de: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/70/L.1&Lang=S [10 de marzo de 2017].
- ONU-CEPAL. (2013). *Enfoque Territorial para el Empoderamiento de las Mujeres Rurales en América Latina y El Caribe*. Santiago: Organización

- de las Naciones Unidas-Comisión Económica para América Latina y El Caribe. Recuperado de: http://rimisp.org/wp-content/files_mf/1464971135LibroALCdigital2016.pdf [10 de marzo de 2017].
- ONU-OMT. (2011). *Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo 2010*. España: Organización de las Naciones Unidas -Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414789> [10 de marzo de 2017].
- Organización Mundial del Turismo (2014): *Panorama del turismo internacional*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Rodríguez, G., y A. Acebedo (2015). Cambios en la vida cotidiana de las mujeres a través de la incorporación al trabajo turístico en el Rosario, Michoacán, México. *El Periplo Sustentable*, (29), 5-33.
- Sánchez Jasso, J. M. y F. Cebraín (2015). Turismo de naturaleza en áreas protegidas en México; una propuesta de conservación, aprovechamiento y desarrollo local en el Nevado de Toluca. *Cuadernos de Turismo*, (36): 339-365.
- Secretaría de Turismo (2006). *Turismo de Naturaleza*. México: Secretaría de Turismo.
- Serrano, B., L. Brito-Ganoa, O. Riofrio y G. Sotomayor. (2016). Capacidad Emprendedora y Limitantes en la Generación de Emprendimientos: una mirada desde la condición de género. *European Scientific Journal*, 12(31), 96-107 . doi:10.19044/ESJ2016.B12N31P96
- Torri, M., y A. Martinez (2014). Women's Empowerment and Micro-Entrepreneurship in India: Constructing A New Development paradigm? *Progress in Development*, 1(14), 31-48. doi:10.1177/1464993413504347.

Mujeres protagonistas en el turismo comunitario de Zuleta, Ecuador

Carolina Rivas¹
Valeria Andrade¹

Introducción

La Comuna de Zuleta es una localidad ubicada en la Sierra Ecuatoriana y pertenece al Gobierno descentralizado parroquial rural de Angochagua. Tiene una extensión de 5 000 hectáreas y una población aproximada de 1 000 habitantes. Esta comunidad es conocida por sus bordados popularizados en los últimos 10 años por el presidente Rafael Correa. El impulso mediático que le dio el uso de estas prendas generó la visita de turistas nacionales y extranjeros. Las mujeres de Zuleta mostraron interés en vincularse en actividades no solo de confección de bordados, sino de turismo comunitario. La comunidad presenta condiciones útiles para el análisis de la inserción y empoderamiento de las mujeres en la actividad turística, pues a más de ser una actividad económica, colabora con la construcción

Imagen 1. Mujeres de Zuleta



Fuente: Paulina Guerrero (febrero 2007).

¹ Turismo Histórico Cultural, Universidad Central de Ecuador, Ecuador.

de identidad y conservación ambiental. La demanda turística actual se centra en la oferta de servicios de hospedaje, alimentación y actividades recreativas relacionados con la Hacienda Zuleta. Es a partir del desarrollo de estas actividades vinculadas a la economía de los cuidados que las mujeres observaron la posibilidad de incursionar en la actividad turística. En ese sentido, es posible pensar en cómo las mujeres de Zuleta lograron mejorar su posición/condición familiar y comunal.

Es interesante ver cómo el proceso de vinculación al turismo a través de las actividades asociadas a lo privado (actividades de trabajo doméstico) brindaron acceso al mundo de lo público, pues al vincularse a la actividad turística las mujeres debían mejorar su capacidad de negociación en cuatro ámbitos de confrontación: 1) la unidad doméstica (familia), 2) el mercado, 3) la comunidad y 4) el Estado desde el consumo, la producción, el trabajo y la distribución de recursos (Agarwal, 1999). En esta vía, y siguiendo Agarwal, el acceso a bienes materiales, cuantificables (bienes económicos individuales) y menos cuantificables (sistemas de apoyo comunitario, normas sociales e instituciones, percepciones sobre aportaciones y necesidades), mejoró notablemente la posición/condición de la mujer y también se mejoraron las condiciones de la comunidad. Dadas estas condiciones se puede hablar de cierto nivel de empoderamiento económico en las mujeres de Zuleta, sobre todo en aquellas que adquirieron bienes inmuebles, como elemento principal de acceso a la actividad turística. Para el análisis se tomarán dos casos de mujeres de Zuleta: 1) el de María Carmen Colimba, propietaria de Hospedaje Carmita y 2) el de María Elsa Sandoval, quien no está vinculada al turismo.

Metodología

Se emplearon técnicas de recolección de información en la comuna, siendo las mujeres las principales fuentes de información. Se entrevistaron a involucradas en el turismo para conocer el proceso incorporación de éste en sus actividades, sus perspectivas y sus anhelos. Posteriormente las in-

investigadoras emplearon la técnica de historias de vida para contextualizar el proceso de vinculación de las mujeres de Zuleta con la actividad turística. La investigación se desarrolló en tres fases: recopilación de información, trabajo de campo y procesamiento de información. En la primera fase, se recolectó material bibliográfico, publicaciones e investigaciones previas, relacionado con la actividad turística de la comunidad de Zuleta. Después, se realizó una reunión con las autoridades de la comunidad de Zuleta para socializar el alcance y objetivo del estudio previo a las entrevistas a las mujeres involucradas en la actividad turística. Por último, los insumos descritos en las dos fases anteriores fueron procesados para el reporte final que incluye conclusiones y recomendaciones.

Marco teórico

En la actualidad, en el Ecuador, especialmente en la zona de Zuleta, se ha incrementado la demanda de un turista posmoderno que busca tener vivencias en comunidades rurales. En este sentido el Turismo Comunitario se ha consolidado como una estrategia de desarrollo e investigación en las comunidades. Una de las prácticas que benefician a las comunidades que desarrollan este tipo de turismo es el desarrollo de la sensibilidad con el entorno natural y cultural, la búsqueda de sostenibilidad integral y la búsqueda del equilibrio de las dimensiones económica y sociocultural. La empresa turística comunitaria forma parte de la economía social llamada tercer sector, al igual que las cooperativas, mutualistas, asociaciones, y otras formas de producción fundadas en los valores solidarios. El *Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios*, entiende por actividad turística comunitaria: “al ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas”.

Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas per-

104

Rivas y Andrade

tinamente aprobadas por la autoridad competente. (Registro Oficial núm. 316, 2006). El turismo comunitario moviliza recursos propios y valora el patrimonio comunitario, con el fin de generar ocupación y medios de subsistencia para sus miembros. Para Zuleta el turismo comunitario representa una alternativa que potencia la economía a través de la reinversión de recursos en proyectos de carácter social y productivo. En este sentido, el acceso a bienes materiales aumentó notablemente el poder de negociación de las mujeres fuera de su familia, pues su posición personal en relación con la propiedad se pudo traducir en fuerza política en la comunidad y fuera de ella (Agarwal, 1999:45). Uno de los casos, el cual visibiliza la mejora en la posición/condición de la mujer mediante el acceso a bienes materiales para insertarse en la práctica del turismo comunitario, es el de María del Carmen Colimba (43 años), quien es una mujer emprendedora y, consciente de la necesidad de mejorar sus ingresos económicos para brindar mejores condiciones de vida para su familia, comenzó a realizar bordados. Formó parte del grupo de *Mujeres Artesanas de Zuleta*, una organización de 12 miembros que elaboraron bordados para comercializarlos en la Casa Comunal. Al adquirir ingresos económicos mediante su vinculación con actividades turísticas relacionadas con el alojamiento, alimentación y bebidas por treinta años, emprendió con su esposo el negocio *Hospedaje Carmita*, razones suficientes para considerar su caso relevante para esta investigación. Esta empresa, con cinco años de existencia, se promociona sólo por redes sociales, pero ella menciona que no han recibido capacitaciones para acceder a mejores medios de promoción y comercialización adecuados para tener un mayor flujo de turistas.

Afirma la necesidad de emprender negocios turísticos para frenar la migración de su comunidad, que las nuevas generaciones estudien y los emprendedores del sector turístico inicien sus negocios con actitud positiva y pidan ayuda de personas con mayor experiencia. Además, recomienda la diversificación de la oferta de actividades turísticas en Zuleta impulsando un turismo vivencial y respetuoso.

Imagen 2. Vestimenta tradicional



Fuente: Paulina Guerrero (febrero 2017).

Si bien el acceso a una propiedad mejora las oportunidades económicas y de apoyo dentro y fuera de la familia y de la comunidad, el papel del Estado juega un papel muy importante, pues promulga leyes y diseña políticas y programas que benefician a las mujeres (Agarwal, 1999:45). En la observación de María del Carmen Colimba llama la atención, ante la falta de capacitación que impide potenciar su emprendimiento se visibiliza la tensión en la relación con el Estado. En ese contexto, si bien el acceso a bienes inmuebles mejoró notablemente el poder de negociación tanto en su familia, como en su comunidad, resulta menos efectiva la negociación con el Estado.

Hasta este punto el análisis ha permitido ver la forma en que el turismo comunitario, entendido como una actividad económica, permite una mejora en el poder de negociación de las mujeres y se mejora su posición/condición en diferentes esferas sociales. Una vez ubicada la primera articulación conceptual, es necesario ubicar una segunda relación que inclu-

ya la perspectiva de género en el análisis de niveles de empoderamiento económico en mujeres vinculadas y no vinculadas a actividades turísticas.

El género es un elemento constitutivo en las relaciones sociales basadas en las distinciones entre los sexos y una forma primaria de las relaciones significantes de poder (Scott, 1999:61). De ahí la importancia de la relación entre género y turismo, pues permite que las mujeres a partir de generar ingresos económicos incrementan su poder de negociación. Por ejemplo, el caso de María del Carmen Colimba por ejemplo, ella tuvo que solicitar un crédito bancario para adquirir el bien inmueble en donde funciona actualmente el *Hospedaje Carmita*. Se puede hablar de cierto nivel de empoderamiento, entendiendo como un proceso de superación de la desigualdad de género (León, 1997). La reflexión es necesaria en torno a dos puntos básicos: posibilidad de trabajar sin solicitar permiso a su cónyuge para hacerlo y decidir sobre si solicitar un crédito y las formas de pago en acuerdo con la pareja y no de una forma impositiva. Por esa razón el empoderamiento debe ser entendido como la única opción para alterar de forma radical los procesos y estructuras que reproducen la posición subordinada de las mujeres como género (Young, 1997). En el caso de María del Carmen Colimba, es posible observar ciertos niveles de igualdad entre cónyuges, lo que sin duda les permitió mejorar la situación económica de la familia compuesta por seis miembros y la inclusión laboral de varios miembros de la comunidad a partir de la potenciación de su empresa.

Otra de las mujeres contempladas fue María Elsa Sandoval de 77 años de edad, madre de 5 hijos. Ella al igual que María del Carmen Colimba cuenta con emoción su paso por la hacienda de Zuleta del antiguo patrón Galito como ella lo llama, trabajó de empleada doméstica y además fue huasipunguera durante dos años y sufrió un accidente en la pierna. Cursó cuarto grado de educación primaria con hermanas religiosas quienes a lo largo de su vida le instruyeron labores domésticas. Después, las religiosas abandonaron la hacienda y María se quedó para atender a cuatrocientos trabajadores. Este trabajo le permitió que estudie en Ibarra un curso de

primeros auxilios con la promesa de ganar trescientos sucres pero nunca se concretó tal ofrecimiento. Para ella su comunidad es un lugar muy colorido, donde cada habitante es muy importante. Actualmente ella no quiere vincularse con el turismo y cuenta que hace varios años fueron capacitados junto con su esposo por una organización en conjunto con el Ministerio de Agricultura. Al igual que María del Carmen Colimba decidió realizar un préstamo; sin embargo se lo negaron debido a su edad.

En el caso de María Sandoval, la variable edad fue decisiva para vincularse con el turismo, en ese sentido su posición/condición no mejoró. El poder de negociación con otras esferas de lo social tampoco brindó accesos que faciliten el emprendimiento. Es posible enfatizar el rol del Estado en la potenciación del turismo como una actividad económica alternativa que respete la naturaleza y la cultura. Este aspecto hace del turismo comunitario una opción que se podría pensar desde una perspectiva de género que modifique sustancialmente la relación mujeres y Estado en función de conseguir el empoderamiento económico de más mujeres no solo en Zuleta, sino en varios espacios rurales del Ecuador.

Conclusiones

El presente análisis describe el proceso de vinculación de las mujeres en Zuleta a la actividad turística. A través de dos historias de vida se pudo apreciar la forma en que los conceptos de turismo comunitario, género y empoderamiento son articulaciones de análisis obligatorio a la hora de reflexionar en torno al desarrollo local de un sector rural.

En todo proceso de desarrollo es importante la participación de las mujeres en asociaciones y su empoderamiento económico. Tales asociaciones se convierten en espacios colectivos de potencialización de mujeres, quienes mejoran el nivel de participación y toma de decisiones en el interior de la unidad familiar. El Estado debe priorizar la participación de las mujeres de Zuleta con el fin de elaborar un plan de turismo para mejorar las com-

petencias locales y es necesario implementar programas de capacitación en diseño de productos turísticos, promoción y comercialización, entre otras para acceder a segmentos de turistas de alta capacidad de gasto y respetuosos de la cultura local. Importa reconocer al turismo comunitario como una estrategia de desarrollo y empoderamiento económico. Se requiere la cohesión de todos los actores relacionados con la actividad turística para mejorar la calidad de vida de los pobladores locales con mayores ingresos y acceso a actividades productivas por parte de actores históricamente relegados como las mujeres y jóvenes.

Referencias bibliográficas

- Sandoval, H. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia de Angochagua*. Zuleta. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060014560001_PDyOT%20%20GAD%20Parroquial%20Angochagua%202015_26-10-2015_11-33-33.pdf [Consultado el 08 de noviembre de 2017].
- Campillo, R. (2017). *Un Modelo de Gestión del Patrimonio Cultural: Paisaje Cultural Zuleta como Proyecto Piloto en el Expediente Geoparque Imbabura*. Quito, Ecuador.
- Lagarde, M. (1994). *"Género e Identidad": Metodología de Trabajo con Mujeres*. Quito: Editorial EUNDETEC-UNICEF.
- León, M. (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Bogotá: Editores Tercer Mundo.
- Rivera, J. J. (2016). *La música de Los Sanjuanes de Zuleta, un acercamiento*. Zuleta. [Proyecto de fin de carrera para la obtención del título de Licenciatura en Música]. Quito: Universidad de los Hemisferios. Recuperado de: <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/522/1/La%20m%C3%BAsica%20de%20Los%20San%20Juanes%20de%20Zuleta%2C%20un%20acercamiento.%20Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n%20Juan%20Jos%C3%A9%20Rivera.pdf>

- Rosas, J. (2015). *Plan de gestión de riesgos de la Comunidad de Zuleta Parroquia Angochagua Provincia de Imbabura*. Zuleta. No publicado
- Ruiz, E. (coord.) (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador, desarrollo y sostenibilidad social*. [1ra. ed.]. Quito: Ediciones ABYA-YALA.
- Scott, J. (1997). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En Navarro, M y C. Stimpson (eds.). *Sexualidad, género y roles sexuales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 37-76.
- Valdés, X. (1988). La posición de la mujer en el hacienda. Santiago de Chile: Editorial Centro de Estudio de la Mujer.
- Valencia, P. (2015). *Proyecto Comunidades de los Páramos, Manejo y Gestión del Recurso Hídrico en la Comuna Zuleta, Parroquia Angochagua*. Zuleta. No publicado.

Relaciones intra e intergénero en un proyecto de turismo rural. El caso de la Ruta de la Sal Prehispánica en Zapotitlán Salinas, Puebla, México

Humberto Thomé Ortiz¹

Marie Christine Renard Hubert²

Yanelli Daniela Palmas Castrejón³

Introducción

Desde la perspectiva de género, el abordaje del turismo rural permite discutir el papel de las mujeres rurales como sujetos activos en las políticas de diversificación productiva del campo, centradas en el turismo. En el contexto de las economías emergentes latinoamericanas, como es el caso de México, el discurso político se centra en la promoción del turismo en espacios rurales como un mecanismo de desarrollo económico, en el cual las mujeres frecuentemente asumen el rol de beneficiarias, pero en la práctica la incidencia del turismo rural se traduce en una remuneración económica marginal, en la que los roles asignados por género son reproducidos y reforzados, el trabajo femenino se invisibiliza a través de las relaciones asimétricas entre los actores involucrados y las jornadas de trabajo domésticas son duplicadas debido a las obligaciones generadas por la nueva actividad.

El objetivo de este trabajo es analizar las relaciones intra e intergénero reproducidas al interior de las dinámicas socioculturales que originan al turismo en los espacios rurales. Para ello, se efectuó un estudio de caso en la comunidad de Zapotitlán Salinas (Puebla, México), en donde se ha desarrollado una ruta agroalimentaria alrededor de una sal mediterránea. La zona de estudio se ubica en un territorio semidesértico con opciones productivas limitadas, en un contexto de migración y feminización.

¹ Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

² Departamento de Sociología Rural, Universidad Autónoma de Chapingo, México.

³ Facultad de Turismo, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

La iniciativa turística se detonó a partir de la acción colectiva de un grupo local de mujeres organizadas y vinculadas a la asociación civil Red Nacional de Mujeres Rurales (RENAMUR), motivo por el que el proyecto tuviera una fuerte orientación femenina, pero paradójicamente basada en un producto y una actividad con fuerte arraigo masculino: la sal y los salineros. Se trata de una investigación descriptiva y etnográfica, en la cual se buscan analizar las tensiones sociales entre hombres y mujeres derivadas del turismo, el papel de la nueva actividad en el empoderamiento de los grupos femeninos, las desigualdades de género en el contexto del turismo rural, el papel de la ruta como vía de acceso a oportunidades económicas para las mujeres y la visibilidad femenina en los diferentes componentes del producto turístico. Se concluye que el turismo es una actividad ambivalente que reproduce muchos roles asignados por género al trabajo femenino y sólo contribuye marginalmente a la dignificación económica y moral de las mujeres, pero al mismo tiempo ha representado una herramienta para la organización colectiva y la generación de ingresos económicos que favorecen a los grupos de mujeres locales quienes enfrentan contextos de migración y pobreza.

El texto se compone de seis partes, en las cuales se hace un acercamiento a las dimensiones de género y turismo rural, abordando la relación entre estos, para lo cual se utiliza el poder como una categoría analítica. Hay un apartado metodológico en donde se desarrolla un estudio de caso; más adelante, se presentan las particularidades de la zona de estudio. Se muestran los resultados y la discusión, en los que se atiende a tres criterios básicos, reestructuración productiva, ejercicio del poder y actores sociales. Finalmente, se vierten las conclusiones del trabajo, en las cuales se vislumbra que desde la perspectiva de género, el turismo rural, se puede pensar como actividad ambivalente con áreas de oportunidad en términos de planificación y diseño, considerando la interacción entre la acción y prácticas sociales como una forma de incorporación del poder.

Género y Turismo rural

Las transformaciones económicas a nivel mundial han incidido de manera negativa sobre los espacios rurales. En América Latina, es evidente un proceso de desaceleración de la producción primaria, una disminución de los precios de los productos agropecuarios, un envejecimiento y una feminización del campo. Ante este panorama se observa la pérdida de capacidad de las producciones agropecuarias para generar el total de ingresos necesarios para la subsistencia de las familias rurales. Derivado de lo anterior, en muchos espacios rurales se ha promovido la creación de empleos no agropecuarios que representen alternativas para la sola producción agrícola.

Diversos trabajos han analizado la experiencia y las percepciones de las comunidades rurales con respecto a los impactos que las nuevas actividades, como el turismo, tienen sobre sus territorios (Puijk, 2001; Van Broek, 2001). Sin embargo, el enfoque en la comunidad puede conducir al soslayo o la trivialización de las diferencias, entre los subgrupos locales como pueden ser hombres y mujeres. En ese sentido, es importante considerar lo problemático que es abordar el concepto de comunidad, como una entidad homogénea, en lugar de considerarla como una entidad compleja, que expresa una gran diversidad social (Liepins, 2000).

De acuerdo con lo anterior, la diferenciación asignada por género pone de manifiesto distintas relaciones socioeconómicas en torno al turismo rural y, por ende, distintas actitudes hacia la actividad. Sin embargo, no sólo se trata de una diferencia estructural entre hombres y mujeres, sino que a estas relaciones subyace un hecho más complejo, en el que el género está atravesado por marcadores de clase, etnia, nivel cultural y capital político, lo que supone que los análisis de género y turismo rural deben abordar también el conjunto de relaciones intra e inter-género (Petzelka *et al.*, 2005).

En este proceso de transformación productiva del campo, las mujeres han jugado un papel esencial, tanto como sujetos de las políticas públicas, como agentes de cambio en la nueva ruralidad. Al mismo tiempo, se han

hecho conscientes de la importancia que tienen dentro de la reproducción material y simbólica de las unidades familiares (García-Ramón, Cruz, Salamaña y Villarino, 1995).

Todo ello implica una nueva configuración de las relaciones inter-género, que parte a su vez, de la transición de una unidad doméstica agraria hacia a una unidad doméstica pluriactiva. No obstante, el turismo rural se presenta como una alternativa o un complemento a las actividades tradicionales que las mujeres desarrollan al interior de la unidad familiar agraria (García-Ramón, Canovés y Valdovinos, 1995). Lo cual significa, que el turismo rural es una actividad que encierra la posibilidad de reproducir los roles de género, en la medida en que el papel de las mujeres está orientado a la atención a los clientes, lo que es un reflejo y una extensión de las tareas del cuidado a la familia que las mujeres desarrollan habitualmente.

El papel de la mujer es esencial en el paso de un paradigma productivista hacia un paradigma post-productivista, en el que las funciones culturales y ambientales del espacio rural son reevaluadas en una nueva escala de valores (Commins, 1990). Ello implica, el desarrollo de una conciencia de género respecto al valor social del capital natural y biológico del campo, como un recurso estratégico para la calidad de vida de la sociedad contemporánea (García-Ramón, Cruz, Salamaña y Villarino, 1995; Di Pietro, Guglielmetti-Mugion y Renzi, 2013).

Lo anterior, corresponde con la emergencia de algunos cambios, asociados con los patrones de ocio turístico de la clase media, consistentes en un interés renovado por los destinos de interior, en salidas mucho más cortas y fragmentadas (Thomé-Ortiz, 2015). Esto supone una oportunidad sin precedentes para que los espacios natural y culturalmente conservados, y próximos a las conglomeraciones urbanas (a no más de 200 kilómetros), puedan ofrecer una canasta de bienes y servicios como parte central del tiempo libre en las sociedades contemporáneas.

Es importante tomar en consideración que el impulso de la reestructuración productiva del campo, en gran medida, es parte de una política integral compartida por varios Estados nación, y que esta se ha centrado

fuertemente en las mujeres, debido a aspectos como la migración y la feminización del campo (Thomé-Ortiz, Renard, Nava y Valentini, 2014). Ello se constata en el hecho creciente, de que muchas familias rurales tienen una jefatura femenina y enfrentan el reto de hacerse cargo de las necesidades de sus hijos.

Sin embargo, la reproducción de los roles tradicionales de género en el turismo rural (Sparrer, 2003), plantea algunos problemas importantes en el estudio de este, como el saber si las mujeres se encuentran en las mismas condiciones de remuneración, reconocimiento social del trabajo e independencia que los hombres o si, por el contrario, las condiciones de desigualdad son reforzadas a partir de la reproducción de roles estereotipados. Existe evidencia de que el turismo rural, mantiene oculto el trabajo femenino a partir de su invisibilidad, siendo los roles masculinos en esta actividad los que ocupan los lugares más visibles y mejor remunerados como la atención al cliente y la administración de los emprendimientos (García-Ramón y Ferré, 2000). En ese sentido, resulta significativo realizar un análisis de las tareas desempeñadas en el turismo rural de acuerdo al género de los actores involucrados, para así poder concebir su posición dentro de las estructuras de poder de las comunidades rurales.

El poder como categoría analítica en las intersecciones entre género y turismo rural

El advenimiento de las transformaciones socioeconómicas del campo que se ha señalado anteriormente, implica cambios en las prácticas productivas que antes estaban orientadas al sector primario exclusivamente y que, en los últimos años, han incorporado nuevas actividades relacionadas con los sectores secundario y terciario (Woods, 2009). Una de estas “nuevas” actividades es el turismo rural, la cual abre debates sobre la incorporación de actores sociales diferenciados y las tensiones sociales por el aprovechamiento del espacio y los recursos locales. Lo anterior, genera un conjunto de preocupaciones concernientes a los conflictos sociales originados en

las disputas por el territorio, que se dividen entre el aprovechamiento tradicional agropecuario de los recursos, su utilización como capital turístico o una visión complementaria entre las nuevas y viejas actividades.

En este sentido, la discusión sobre el poder es un aspecto central en la reestructuración productiva del campo, más aún cuando dicha transformación está transversalmente atravesada por las relaciones de género. Ciertamente, estos aspectos merecen una reflexión analítica que se ocupe de las prácticas sociales, las relaciones entre los actores rurales y las disputas por los recursos del territorio, lo cual puede abordarse a partir de la deconstrucción de la ruralidad y del espacio rural (Cloke, 2006; Woods, 2009). Los estudios rurales, basados en datos empíricos, han abordado el problema de la transformación rural a partir del análisis de las representaciones de la ruralidad desde la perspectiva del espacio vital y la vida cotidiana, lo cual pone de relieve la importancia de abordar las interacciones sociales y la capacidad de agencia de actores específicos como una dimensión prácticamente desconocida en la mayoría de las investigaciones.

La inserción del turismo en el espacio rural lo convierte en un escenario de disputa, negociación y pluralidad respecto a los ideales de transformación productiva. Ello se traduce en prácticas sociales divergentes que ponen de manifiesto diversas representaciones de lo rural y sus interacciones antagónicas (Cloke, 2006). Al respecto Halfacree (2007) desarrolla un modelo de construcción social de lo rural, basado en tres dimensiones: (i) representaciones de lo rural; (ii) localidades rurales; y (iii) modos de vida rural. La materialización del poder en la producción de lo rural está condicionada a una coherencia estructural entre los tres factores (2006) y las construcciones sociales sobre el espacio (2007). De acuerdo con el nivel de convergencia entre dichos componentes es posible determinar las lógicas de complementariedad, tensión y conflicto derivadas de las prácticas sociales asociadas con la transformación del espacio rural.

Más allá de la comprensión del poder como una práctica coercitiva, resulta fundamental entenderlo como un entramado de prácticas sociales que se

manifiestan difusas a través del espacio (Sharp, Routledge, Philo y Paddison, 2000). Esta perspectiva relacional del poder resulta una herramienta útil para orientar las investigaciones centradas en la transformación del espacio rural que pueden ilustrar distintas trayectorias en escenarios concretos. En este sentido, es posible apreciar que el poder se manifiesta a través de diversas restricciones bioculturales, de dispositivos institucionales y de una compleja red de relaciones sociales, a través de las cuales el ejercicio del poder adquiere una forma concreta (Murdoch, 2006).

Además de las prácticas sociales, el espacio rural cobra sentido a partir de significados simbólicos y representaciones sociales, aspectos por los que el análisis de los procesos sociales en el medio rural deben ser vistos desde una perspectiva ampliada a la del modelo de Halfacree presentado anteriormente. De acuerdo con Frisvoll (2012) dicho modelo puede ser enriquecido a partir de tres dimensiones que permitan comprender el ejercicio del poder como una construcción social: (i) dimensión inmaterial; (ii) dimensión material y; (iii) dimensión personal. En este modelo se busca la interacción entre elementos, desde la perspectiva de las relaciones y acciones sociales, en torno a la hegemonía de una visión de lo rural sobre las otras que convergen en una misma unidad de espacio y tiempo.

Desde el punto de vista de la perspectiva de género, el turismo rural pone de manifiesto la necesidad de estudiar sobre la titularidad de las propiedades rurales y sus recursos, así como de la asignación de las tareas y roles por género (McDowell, 1999). Al respecto se percibe que, como norma, los hombres suelen participar poco en las actividades domésticas, salvo que éstas se desarrollen en espacios públicos que les aporten visibilidad. Mientras tanto, las mujeres suelen permanecer ocultas en espacios donde su trabajo no es visible, por ejemplo, en la cocina o en la limpieza que, en el caso del turismo, siempre "tiene que pasar desapercibida".

Las tareas que normalmente desarrollan las mujeres dentro del turismo rural son una extensión de las actividades domésticas que normalmente desarrollan las mujeres (servir la mesa, cocinar, limpiar la casa, lavar ropa,

planchar, abastecer alimentos, etc.). Cuando la carga de trabajo incrementa, suele utilizarse la mano de obra de otras mujeres no involucradas en el turismo, con las que por lo general se mantienen relaciones de parentesco. Algunos trabajos sugieren que el turismo rural representa para la mujer una duplicación de labores en la esfera doméstica sin producir un cambio sustancial en sus condiciones de trabajo, ni en su poder de decisión (Caballé, 2000).

Metodología

La presente investigación fue abordada a través de la metodología de estudio de caso (Stake, 2000). El caso fue seleccionado debido a que ilustra la transformación productiva de un espacio rural, que anteriormente estaba orientado a la producción primaria y que actualmente se ha diversificado hacia nuevas actividades como el turismo. Igualmente, se destaca la centralidad del género femenino dentro de estos procesos de reestructuración productiva del campo y la presencia de un alimento emblemático con una profundidad histórica superior a los dos mil años: la sal prehispánica de Zapotitlán Salinas.

Los datos fueron recogidos durante varios periodos de trabajo de campo desde el 2010 al 2016. La selección de los informantes responde a un muestreo no probabilístico de bola de nieve (Berg, 2006), con el objetivo de identificar lógicas de conflicto y complementariedad que se reproducen al interior de la intersección entre género, actividades productivas y espacio rural. Para ello, se desarrolló un trabajo sistemático de observación en los espacios donde se prestan servicios turísticos, así como en los escenarios donde se produce la sal prehispánica de Zapotitlán.

Además, fueron aplicadas 21 entrevistas a profundidad a actores vinculados con los tres sectores locales que tienen una relación directa con el turismo agroalimentario en la zona de estudio. Fueron entrevistados 7 salineros que incluyeron actores jóvenes y de edad mayor; 7 mujeres vinculadas con el desarrollo del turismo agroalimentario en Zapotitlán y 7

migrantes retornados, los cuales desempeñan labores en el sector turístico, en conjunto con otras actividades tradicionales. Se buscó que la representación de los tres grupos investigados mantuviera el mayor equilibrio posible en términos de número y edad.

El enfoque del estudio es de tipo cualitativo, ya que se pretende recuperar las experiencias y significados del trabajo de las mujeres involucradas en el turismo rural, así como las relaciones intra e inter-género que derivan de la relación entre turismo, producción primaria y configuración biocultural del territorio. Por ese motivo, el trabajo se enfocó fuertemente en técnicas etnográficas que le permitieran generar una aproximación detallada a la realidad estudiada (Hernández *et al.*, 2010).

Tabla 1. Lista de Informantes

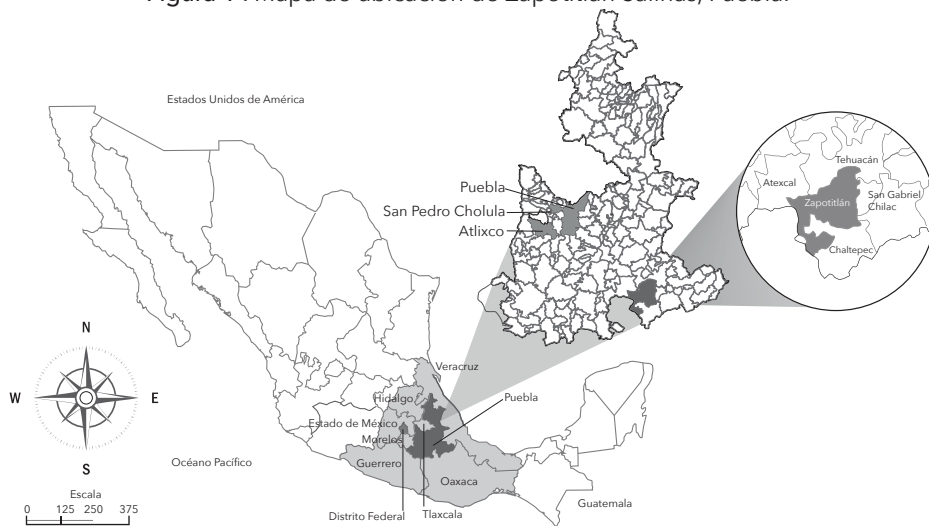
Posición del Informante	Relación con los otros grupos de informantes	Información	Sector	Número de informantes
<i>Mujeres vinculadas con el desarrollo del Turismo Agroalimentario</i>	Vinculación familiar con un salinero o un migrante retornado, a partir de la cual los otros grupos acceden al turismo	Proceso de reestructuración productiva del territorio a través del turismo	Turismo	7
<i>Actores vinculados con la producción de sal</i>	a) Vinculación familiar con alguna promotora del turismo que les permite aprovechar la sal y sus salinas como recurso turístico. b) Desvinculación con promotoras del turismo que genera una posición de antagonismo con las iniciativas turísticas.	Interacciones entre las actividades tradicionales (producción de sal) y las nuevas actividades (turismo)	Primario	7
<i>Migrantes retornados al territorio</i>	a) Vinculación familiar con promotoras del turismo que permite invertir su capital financiero y cultural en el sector de los servicios. b) Desvinculación con promotoras del turismo que genera competencia por su incursión en el sector de los servicios.	Nuevas configuraciones productivas, producto de las transformaciones socioeconómicas del territorio.	Servicios/ Primario	7

Fuente: Elaboración propia.

Estudio de caso

Zapotitlán Salinas es una pequeña comunidad rural ubicada en la parte sur del estado de Puebla, México (ver figura 1). El nombre original de la comunidad es *Cutha* que en lengua popoloca significa máscara, debido a la apariencia del perfil de la elevación montañosa que se asienta en la comunidad (Castellón, 2006). Sus tierras forman parte de la región fisiográfica de la Sierra Madre del Sur, por lo que su territorio se encuentra inserto en una zona de profundas hondonadas y barrancos, que son el resultado de sucesivos procesos de erosión. Zapotitlán se encuentra dentro de la cuenca del río Tehuacán que atraviesa todo el valle poblado, de norte a sur.

Figura 1 . Mapa de ubicación de Zapotitlán Salinas, Puebla.



Fuente: Renard y Thomé-Ortiz (2016).

Más adelante, estas aguas se mezclan con las del denominado río Zapotitlán, también conocido como río Salado debido a la alta concentración de sales de sus aguas, que son arrastradas desde las depresiones del valle, que en tiempos pretéritos eran mares cretácicos y jurásicos. El suelo de Zapotitlán está compuesto por una gran concentración de carbonato de calcio con mínimas capas de espesor de humus, por lo que el desarrollo

de la agricultura es muy precario y desde la antigüedad se han utilizado canales de piedra para la irrigación de los cultivos. Las mejores tierras para las actividades agrícolas han sido aquellas situadas a las orillas del río. El clima es cálido con escasas lluvias en verano y una temperatura mensual promedio de 18 grados Celsius, resultando en un ecotopo semidesértico dominado por cactáceas y matorrales.

La ocupación humana en Zapotitlán data del periodo formativo (200 A.C.), y los restos de arquitectura monumental datan del siglo XIV, lo que indica que hasta antes de la conquista española el territorio había sido ocupado por diversos grupos humanos aproximadamente por quince siglos (Castellón, 2006; 2007). A lo largo de su historia, Zapotitlán ha jugado un papel central desde el punto de vista económico y político, lo cual se asocia con la presencia de recursos como la sal mediterránea, además de ser una ruta de tránsito entre las regiones del Golfo, Oaxaca y el mundo maya (Gámiz, 1999). Adicionalmente a las adversidades naturales para el aprovechamiento agropecuario Zapotitlán se encuentra dentro de la reserva de la Biosfera de Cuicatlán-Tehuacán lo cual, a pesar de su potencial turístico, impone una serie de restricciones para el aprovechamiento de los recursos naturales.

Las condiciones anteriormente expuestas han generado un estado de pobreza en la mayoría de sus habitantes, lo que ha repercutido en una evidente feminización del territorio, asociado con la emigración de los hombres hacia los Estados Unidos de Norteamérica. Se calcula que en los últimos años ha emigrado más del 50% de la población (SEDESOL, 2008).

La sal prehispánica de Zapotitlán puede considerarse un patrimonio histórico que durante cientos de años ha sido aprovechado por la comunidad (Renard y Thomé-Ortiz, 2016). Castellón (2006) refiere que debido a la producción de sal, Zapotitlán fue el centro político de la cultura popoloca, quienes elaboraban panes de sal en ollas de barro, de las cuales hay numerosos vestigios arqueológicos (Castellón, 2007). Ello cuestiona las

versiones acerca de que las pilas de evaporación de sal datan de la época prehispánica (Williams, 2003), sino que este sistema (por evaporación) fue posterior a la conquista española.

Durante la época colonial la sal jugó un papel importante en las minas de plata, lo cual influyó en el auge económico que tuvo Zapotitlán. Posteriormente, en el siglo XIX, la minería adoptó el método de cianuración con lo que el uso de sal en esta industria sufrió un declive importante. Pese a ello, la sal continuó produciéndose de la forma tradicional y orientada hacia los mercados locales debido a sus usos en la ganadería, la cocina regional y terapéuticos.

A pesar de su fuerte anclaje cultural y patrimonial, la sal prehispánica es un producto marginalmente valorizado, ya que se enfrenta a la competencia con otros productos genéricos e industrializados, así como a una fuerte cultura de acaparamiento que persiste en la región. No obstante, las precarias condiciones de producción y comercialización del producto, la producción de sal representa la más importante opción productiva para la comunidad. Ello ha generado un proceso en el que constantemente se recurre a la producción de sal, intentando innovar en sus usos, ya sea como un producto de consumo animal, como un alimento diferenciado, como un recurso terapéutico y más recientemente como un capital turístico.

El impulso del turismo en Zapotitlán se dio en el marco de una política pública, que mediante programas de corte asistencialista, se enfocaron en los grupos de mujeres locales como sujetos de desarrollo. Para ello, después de un intento por realizar un aprovechamiento turístico del territorio, con enfoque ecoturístico, se decidió crear una ruta alimentaria que tenía como eje temático el sistema de producción de la sal prehispánica. En 2008, la organización no gubernamental denominada Red Nacional de Mujeres Rurales (RENAMUR) se percató de la difícil situación de las mujeres de Zapotitlán, especialmente afectadas por el fenómeno migratorio y la consecuente ausencia de los jefes de familia, lo cual conducía a procesos

de desintegración familiar y la falta de un ingreso estable y seguro. Para ello, se desarrollaron diferentes acciones tendientes a la organización social, expresadas a través de diversos proyectos productivos basados en la acción colectiva.

La RENAMUR es una red nacional que opera mediante estructuras locales en diversos estados del país, a través de proyectos productivos enfocados en el desarrollo rural y las mujeres rurales (Barrera y Alvarado, 2009). El grupo de Zapotitlán consistía en 25 mujeres, pero gradualmente fue reduciéndose hasta quedar en 10 participantes. La desintegración del grupo se debió a conflictos de tipo económico y organizativo entre las mujeres, quienes no veían que los beneficios de la ruta se distribuyeran de manera equitativa y los costos para mantener la organización eran altos. De este grupo se conformó una organización denominada SALITUR, la cual se ocuparía de manejar la ruta, a través de la gestión de los recursos financieros canalizados por el gobierno, una oficina, la gestión de una página web y las negociaciones con los turoperadores locales.

Por ese motivo, se contrató a la consultoría especializada en rutas alimentarias Tierra y Turismo S.C., que después de un diagnóstico del territorio determinó que el elemento más emblemático de la comunidad era la sal prehispánica, la cual debería ser considerada el punto focal de la propuesta que recibiría el nombre de Ruta de la Sal, y en la que se intentaba “generar sinergias entre la gastronomía, el turismo y la producción de sal vinculando el proceso con las inversiones y las expectativas de los migrantes y de sus organizaciones” (Barrera y Alvarado, 2009: 3). El grupo de mujeres fue organizado en diferentes comisiones (alojamiento, alimentación, artesanías, guías turísticos, central de reservas y actividades complementarias) que en conjunto operarían un producto turístico integral. RENAMUR fue el organismo encargado de gestionar diversos recursos de instancias del gobierno como la Secretaría de Ganadería, Recursos Naturales y Pesca (SAGARPA), entre los que se incluyeron los costos de planificación y diseño del producto turístico.

Por otra parte, la ruta se mostraba débil en términos de la disponibilidad de recursos financieros suficientes para su implementación, lo cual suponía un problema estructural de las políticas públicas orientadas al turismo rural, en las que no se contemplaba la necesidad de recursos para capacitación y acompañamiento, sino que sólo se concibió una inversión mínima para la construcción de infraestructuras básicas de alojamiento y servicios complementarios. Ello es un problema muy serio, si se considera que las comunidades rurales como Zapotitlán enfrentan contextos de marginación y pobreza, por lo que no disponen de elementos de formación de capacidades para la prestación de servicios.

Lo mismo sucede en cuanto a la gestión de recursos públicos, los cuales requieren la participación de consultorías especializadas como un prerrequisito para acceder a los apoyos gubernamentales, toda vez que estas empresas cuentan con los conocimientos y contactos necesarios para lograr esos objetivos. Lo que significa que una buena parte del precario presupuesto disponible para las iniciativas turísticas, se gasta en ese concepto o dicho en otras palabras el acceso a los recursos financieros suele tener costos muy altos para las comunidades rurales.

En el caso de la Ruta de la Sal, las fases de planificación y diseño fueron cubiertas con recursos públicos, pero únicamente se financió un 25% de la fase operativa, lo que significa que la comunidad debía asumir el reto de conseguir los recursos pendientes (Thomé-Ortiz, 2012). Gradualmente, el proyecto fue perdiendo legitimidad debido a que un pequeño grupo de mujeres que tenían una relación estrecha con RENAMUR y por ende con los organismos gubernamentales, se encargaban de formar grupos grandes para la gestión de los recursos pero no los distribuían de manera equitativa entre los participantes.

Otro grupo que ha mostrado interés por participar en la ruta son los migrantes retornados de Estados Unidos, quienes han encontrado en la iniciativa turística, una fuente de empleo y un destino de inversión para

el capital financiero y las habilidades adquiridas durante su experiencia migratoria. Son ellos quienes verdaderamente se han apropiado del proyecto turístico, pues han combinado los apoyos económicos obtenidos por sus esposas, a través de RENAMUR, con sus ahorros destinados a la inversión en negocios turísticos. A ello hay que agregar que se trata de negocios que han prosperado debido al trabajo familiar.

Resultados y discusión

El espacio rural, en el contexto de la globalización económica, se ha convertido en un escenario donde coexisten diversas narrativas divergentes. La dimensión de la vida cotidiana de dichos espacios expresa la subjetividad de los actores locales y la diversidad social que se cristaliza en diversas interrelaciones que operan a través de redes de intercambio material y simbólico (Halfacree, 2007; Murdoch, 2003).

Zapotitlán Salinas ha experimentado diversas transformaciones que han dado lugar a fenómenos emergentes como la actividad turística. En este caso, se trata de una estrategia promovida por agentes externos a la localidad (RENAMUR e instituciones gubernamentales), lo que ha abierto el paso a un modelo turístico con el enfoque de ruta agroalimentaria. Ello significa que el producto turístico gira alrededor de un producto agroalimentario ligado al territorio: la sal prehispánica. En torno a dicho producto se ha desarrollado una estructura, medianamente organizada, en donde convergen los productos y servicios que permiten generar una oferta turística integral (alojamiento, alimentación, promoción turística, animación y actividades complementarias). Cada actor incorporado a la ruta tiene un papel definido y debe ajustarse a los protocolos de calidad que fueron consensuados participativamente en la fase de diseño del producto turístico.

La ruta nunca ha funcionado como un proyecto inclusivo, articulado y autosustentable. Actualmente operan, de manera dispersa, algunos emprendimientos de alojamiento y alimentación, quienes son los intermediarios para conseguir visitar los atractivos de la zona, cuyo recorrido está a cargo

de guías turísticos locales (por lo general migrantes retornados jóvenes) y se concentra en la visita al Jardín Botánico Helia Bravo, las salinas y el parque de fósiles (Renard y Thomé-Ortiz, 2016). Ello pone en evidencia que el desarrollo de la actividad turística en el territorio ha sido lento, lo cual se estima que tiene relación directa con la inexistencia de un mercado metropolitano próximo y una ineficiente estrategia de promoción y comercialización turística. Sin embargo, se puede observar que tanto la existencia del sistema artesanal de producción de sal y una vegetación endémica son elementos que generan atracción a ciertos nichos de mercado medianamente especializados.

Las mujeres involucradas en la actividad turística son relativamente jóvenes con una edad promedio que no rebasa los 40 años. En su mayoría se trata de personas que combinan la actividad turística con su papel como amas de casa y el desarrollo de otras actividades remuneradas fuera de la unidad doméstica, muchas de ellas se desenvuelven como empleadas domésticas en ciudades cercanas como Tehuacán o trabajan como mano de obra en la industria textil de la región.

El tipo de actividades que desempeñan dentro del turismo suele ser similar a las labores domésticas que desempeñan habitualmente como la limpieza de la casa y la alimentación. Sobre este último aspecto, las mujeres de Zapotitlán únicamente ofrecen el desayuno a los visitantes y están más fuertemente enfocadas en los servicios de alojamiento. El hecho de que las labores desarrolladas en el turismo rural sean concebidas como una extensión de las actividades domésticas, en muchas ocasiones, no permite establecer una diferenciación entre los dos ámbitos, pero si resulta en una sobrecarga de trabajo que anteriormente no existía.

Los servicios de alimentación han sido absorbidos por los migrantes retornados (hombres) que se desempeñaban como asistentes en las cocinas de restaurantes en Nueva York. Ello permite ver una ruptura con los roles asignados por género como un proceso de las propias dinámicas de transformación social en el territorio, además de reflejar un nivel de especiali-

zación en los servicios que pone en valor el capital cultural adquirido por los migrantes durante su éxodo hacia el país del norte.

Un aspecto muy importante es que los migrantes retornados, durante su éxodo trabajaron en el sector de servicios, con particular énfasis en la preparación de alimentos, con lo que desarrollaron habilidades muy importantes en los ámbitos de servicios y administración de negocios. Este grupo aporta a la ruta, capital financiero y recursos humanos, que juegan un papel importante en la reestructuración productiva de los espacios rurales. Lo que ha sido posible gracias a que se trata de un colectivo que tiene una identidad sólida, construida durante su experiencia migratoria, que se expresa a través de una red de colaboración basada en el intercambio de clientes entre los alojamientos, restaurantes y servicios complementarios. Ello explica que este grupo sea uno de los que miran más promisoriamente al turismo.

La naturaleza de la actividad turística permite a las mujeres combinar esta y otras actividades, para generar mayores ingresos. Por lo general, la carga de trabajo sólo se incrementa durante los fines de semana y periodos vacacionales, donde es común que se apoyen con el trabajo de otras mujeres que no están dedicadas al turismo, salvo de forma estacional. Ciertamente, esto representa la oportunidad de tener un trabajo y contribuir a la economía familiar sin la necesidad de salir de la casa.

En otro sentido, se observa que el turismo ha incidido en el desarrollo de nuevas capacidades dentro de los grupos locales de mujeres, algunas de ellas han asumido un papel como guías turísticas, otras se han enfocado en servicios complementarios como masajes y terapias alternativas y otras han emprendido proyectos de agregación de valor a la sal como la creación de sales gourmet y productos cosméticos.

Igualmente, el desarrollo de la actividad turística tiene otro tipo de beneficios no económicos, como abrir la posibilidad de socialización entre anfitriones y visitantes, lo cual es uno de los aspectos más valorados entre las mujeres. Muchas de ellas, refieren que es satisfactorio intercambiar pláticas con personas de fuera y observar cómo los turistas se sorprenden y valoran

los recursos que para ellas son parte de la cotidianidad. Lo anterior ha sido importante para la toma de conciencia sobre el valor que tienen los recursos locales, lo cual incide en actitudes propicias para su conservación.

Un tema transversal en el análisis de la relación entre género y turismo, son las disputas por el territorio que se presentan entre el aprovechamiento no agropecuario de los recursos locales y el uso que tradicionalmente se ha dado a dichos recursos con fines de producción primaria (Frisvoll, 2012). Debido a ello, en los siguientes apartados se abordará la relación entre el turismo y las otras actividades que se desarrollan en el territorio.

La relación entre turismo y las actividades primarias en Zapotitlán Salinas, Puebla

La estacionalidad del turismo y la producción de sal, respectivamente, marcan un aspecto favorable para el desarrollo complementario de ambas actividades. Lo anterior, significa que ambas actividades apenas reportan un ingreso marginal de cara al abastecimiento de las necesidades de la unidad familiar. El tamaño de los sistemas de producción de sal, relativamente grandes y dispersos a lo largo del territorio son un factor importante para la posible inclusión de otras actividades productivas como el turismo. En los últimos años, diversos programas productivos han intentado agregar nuevas actividades complementarias a la producción de sal. Tal es el caso de la producción adjunta de artemia, que es una especie que se cría para la alimentación de peces de ornato. Sin embargo, todos estos procesos siempre han estado orientados a actividades primarias y dominadas por el género masculino, lo que significa que la llegada del turismo marca una diferencia en términos de suponer una actividad rural no agropecuaria, cuya iniciativa emerge del grupo de mujeres organizadas, lo cual produce una tensión alrededor del aprovechamiento de los recursos locales.

Por otra parte, el sistema productivo, de tipo artesanal y milenario, es un elemento constitutivo del potencial atractivo turístico de las salinas de Zapotitlán. Sin embargo, su posesión ha sido un importante marcador de las

asimetrías sociales de género y generacionales, pues al ser el único recurso económico con continuidad histórica en el territorio (Renard y Thomé-Ortiz, 2016) sus depositarios ostentan un poder político y económico que no están dispuestos a ceder.

Desde la perspectiva de las instituciones, el turismo agroalimentario en Zapotitlán se asociaba con el hecho de que las mujeres representaban una fuente de mano de obra disponible para el desarrollo de la actividad, pero no se contemplaron las relaciones de poder en torno a las estructuras productivas locales. Además de ello, se aprecia una importante competencia espacial entre la producción de sal y el desarrollo de las actividades turísticas, la cual no se ha resuelto a través de un cuidadoso proceso de zonificación y una clara estrategia de distribución de los beneficios entre los actores involucrados en esta actividad.

Un problema central en el desarrollo de la Ruta de la Sal fue que el proyecto, diseñado desde y para las mujeres no incluía a los salineros, quienes además de mostrar poco interés por el turismo, consideraban que la inserción de visitantes en las salinas entorpecía sus labores cotidianas y no producía ningún beneficio concreto a su labor. Ello creó una fuerte desconexión entre la ruta y los salineros, lo que significaba una ruta de la sal sin salineros (Renard y Thomé-Ortiz, 2010). A ello hay que agregar que Zapotitlán se encuentra dentro de la reserva de la biosfera de Cuicatlan-Tehuacán, por lo que existen diversas restricciones para el desarrollo de actividades agropecuarias que, por otra parte, favorecen el desarrollo de actividades turísticas sustentables.

De acuerdo con lo anterior, es posible inferir que existen importantes rupturas entre el turismo y las actividades rurales tradicionales, siendo una de las más evidentes la división entre hombres y mujeres, donde el turismo es percibido como una actividad feminizada, claramente diferenciada del sector agropecuario. Estas diferencias entre una y otra actividad pueden ser atribuidas al hecho de que el turismo tiene más proximidad con las labores que tradicionalmente han ejercido las mujeres en el espacio rural.

Lo mismo puede comentarse respecto a la posición que establecen las personas respecto al turismo rural, en función de su edad. Las personas de mayor edad suelen tener una actitud más negativa hacia el turismo que las más jóvenes (Beyers y Nelson, 2000).

La relación entre turismo rural y actividades no agropecuarias en Zapotitlán Salinas

Zapotitlán es una comunidad altamente feminizada debido al éxodo masculino que se dirige hacia los Estados Unidos de Norteamérica en busca de empleo. Por tal motivo, las mujeres se han organizado y han buscado alternativas económicas a través del impulso de proyectos productivos y el desarrollo de actividades no agropecuarias fuera de las unidades domésticas. Eso ocurre especialmente con aquellas familias en las que el marido migrante ha fallecido, deja de enviar apoyo económico (remesas) o estos recursos son insuficientes. Aunque lo anterior no es la norma, se presentan algunos casos en los que las mujeres se desempeñan como empleadas domésticas en ciudades cercanas como Tehuacán o como trabajadoras en la industria textil de la región. A este tipo de mujeres les ha sido más complicado insertarse en las actividades turísticas, cuyos beneficios aún son marginales y su crecimiento es lento, ante lo cual prefieren buscar alguna alternativa económica que les reporte beneficios inmediatos como los mencionados anteriormente.

Por su parte, las mujeres que reciben una manutención completa por parte de sus maridos migrantes, pueden dedicarle un mayor tiempo a la actividad turística e incluso aprovechan esta oportunidad como un nuevo destino para invertir el excedente de las remesas una vez cubiertas las necesidades básicas de la familia.

Debido a la crisis económica, en los últimos años se ha acentuado una tendencia de repatriación de migrantes que no encuentran alternativas de empleo en el vecino país del norte. Para estos actores, que hemos denominado como migrantes retornados, el turismo constituye una oportunidad

de empleo en donde pueden poner en práctica las habilidades adquiridas durante su estancia migratoria, particularmente las vinculadas con la gastronomía y los servicios. De acuerdo con lo anterior, es posible inferir que los actores involucrados en actividades no agropecuarias tienen mejores capacidades de insertarse en las actividades turísticas, particularmente aquellos actores que se han orientado a los servicios.

En otro sentido, la disponibilidad de recursos financieros y los lazos de parentesco son una condición importante para el desarrollo de las actividades turísticas. Esto significa que los excedentes generados por actividades no agropecuarias, han sido invertidos en los negocios que posibilitan la iniciativa turística en el territorio, tales negocios se asocian con actividades de alojamiento, alimentación y guías de turismo principalmente.

Un aspecto central en la relación entre turismo y actividades no agropecuarias se refiere al desarrollo de capacidades orientadas a la prestación de servicios turísticos, con lo que puede pensarse que aquellos actores locales que han desarrollado actividades no agropecuarias se encuentran en mejores condiciones para insertarse en la actividad turística, como es el caso de los grupos de mujeres organizadas y los migrantes retornados.

El hecho de que el turismo rural cumpla con una función enfocada en el desarrollo de infraestructuras y, en menor medida, hacia el desarrollo de capacidades ha sido un aspecto reportado en la literatura especializada (Sparrer, 2003). Ello significa que la reestructuración productiva de los espacios rurales no ha tenido un impacto serio en términos de capacitación de las mujeres rurales, a través de lo cual podrían adquirirse mayores herramientas para mejorar las condiciones generales de vida. Lo anterior, encierra el riesgo de reproducir acríticamente las formas de pensamiento conservador que reproducen las relaciones asimétricas de poder entre hombres y mujeres. En el caso concreto del turismo rural, la reproducción de los roles asignados por género puede generar una duplicación de la jornada, una confusión entre las tareas domésticas y laborales y una infravaloración derivada de dicha confusión.

En contraste, las capacidades adquiridas por los migrantes durante su éxodo reflejan un mayor nivel de especialización y perfeccionamiento, cuya posesión les permite generar acciones estratégicas en el desarrollo de las actividades turísticas como la innovación, la gestión de recursos y la administración, a diferencia del papel reproductivo que se ha conferido a las mujeres.

Poder, género y turismo: rupturas y continuidades de un territorio rural

A partir de la ruralidad en Zapotitlán, se detectan diferentes etapas de poder vinculadas con las actividades económicas del territorio. En la ruralidad tradicional, marcada fuertemente por los salineros, quienes perciben que la vocación productiva del territorio y la calidad de vida, están asociadas con el mantenimiento y reproducción de las estructuras tradicionales; además, este posicionamiento está atravesado por variables de género y edad, por los que sostienen una visión conservadora, relacionada con un colectivo de hombres adultos. Se revela otra ruralidad turistificada que reconoce el valor social que adquiere el capital rural como recurso estratégico (Garrod, Wornell y Youell, 2006), en este caso turístico, pero que percibe la importancia de generar nuevas opciones productivas para los grupos que se han mantenido marginados de las estructuras productivas tradicionales, su posicionamiento está vinculado con una variable de género y sostiene una visión transformadora del territorio correspondiente al colectivo de mujeres rurales. Se postula otra ruralidad de tipo mixta, en la que se promueve la inversión de recursos acumulados por actividades no agropecuarias y el despliegue de nuevas capacidades que pueden destinarse tanto a actividades primarias como a actividades no agropecuarias (ver tabla 2).

Tabla 2. Representaciones de ruralidad en Zapotitlán Salinas

	Mujeres Rurales	Salineros	Migrantes Retornados
Espacio productivo	Espacio turístico.	Espacio de producción primaria.	Espacio turístico y de producción primaria.
Planificación territorial	Asociada a relaciones externas con RENAMUR e instituciones gubernamentales.	Asociada a la visión tradicional de las tierras comunales con fuertes asimetrías entre actores por género y edad.	Planificación territorial basada en su capacidad de inversión financiera y de conocimientos adquiridos durante su éxodo rural, enfocada tanto en actividades primarias como de servicios.
Capacidad de Gestión Local	Asociada estrategias de organización colectiva y la adquisición de nuevas capacidades.	Basada en un saber -hacer territorial, fuertemente anclado al territorio.	Capacidad de gestión local basada en la disponibilidad de recursos financieros y nuevas competencias especializadas.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 3 es posible observar la conformación de colectivos relacionados con las actividades productivas de Zapotitlán. Los tres grupos detectados no son exhaustivos, ni reflejan la heterogeneidad de los actores locales que tienen incidencia sobre el territorio. Esta triple construcción únicamente pretende aportar una visión didáctica y esquemática sobre los principales actores involucrados con la actividad turística, desde una perspectiva de género. La visión de comunidad difiere ampliamente entre un grupo y el otro. Cada una se centra en la percepción de colectividad organizada que les subyace y con ello promueve una forma de acción conjunta, enunciativa pero no limitativa, que puede representar una herramienta la generación de los recursos necesarios para la reproducción de las unidades familiares.

El posicionamiento que los diferentes actores sociales toman respecto al turismo rural puede verse influenciado por la identidad ocupacional (Carroll y Lee, 1990), que de acuerdo a lo expresado anteriormente tiene un importante sesgo de género por la división sexual de trabajo que se ha implantado entre hombres y mujeres. Algunos trabajos han reportado que aquellos actores que desarrollan actividades relacionadas con la agricultura y otros trabajos tradicionales del campo suelen tener una actitud reticente hacia el turismo rural (Reed, 2003).

Tabla 3. Comunidad rural en Zapotitlán Salinas

	Mujeres Rurales	Salineros	Migrantes Retornados
Forma de Organización	Grupos de mujeres organizadas como acción estratégica para enfrentar los retos de la reestructuración productiva del campo.	Productores primarios organizados bajo las estructuras comunitarias tradicionales.	Redes de acción estratégicas consolidadas a partir de la experiencia compartida del éxodo rural.
Estrategia económica	Economía complementaria basada en el ingreso múltiple compuesto por actividades agropecuarias y agropecuarias.	Economía tradicional basada en la producción primaria de sal prehispánica.	Economía mixta, basada en actividades primarias y terciarias, con influencia de la lógica capitalista, basada en la inversión y acumulación de diversas formas de capital.
Actividad económica	Producción de artesanías y servicios orientados a mercados de pequeña escala.	Producción primaria y comercialización del producto en mercados de proximidad.	Generación de negocios locales que generen rentabilidad.

Fuente: Elaboración propia.

En ese sentido, puede señalarse que el asunto no se limita a una división entre hombres y mujeres sino que se trata de un conjunto de interacciones de mayor complejidad, en donde la posición de los actores locales respecto al turismo, tiene que ver con su identificación y adscripción a los diferentes subgrupos que conforman a la comunidad, a partir de lo cual se generan diferentes perspectivas intra-género e inter-género, alrededor del turismo rural. Dichas perspectivas parten de la ideología rural y de la identidad ocupacional, vinculada con cada subgrupo específico (Petrzselka *et al.*, 2005).

Como es posible observar, la tensión territorial, derivada de las relaciones entre género, turismo y territorio, parte de la falta de coherencia estructural entre los tipos de ruralidad, la comunidad y los modos de vida rural identificados. Al respecto es importante determinar quiénes tienen la legitimidad para aprovechar el patrimonio y la manera en que dicho patrimonio es comoditizado, siendo esto una tarea compleja, pues aunque puede pensarse que la sal es un recurso directamente relacionado con los salineros, sus lazos históricos y sus criterios de apropiación social, se extienden más allá de los límites del espacio productivo de la producción de sal. Se trata de un recurso colectivo, anclado al territorio y con profundidad histórica, el cual se presenta

Tabla 4. Modos de vida rural en Zapotitlán Salinas

	Mujeres Rurales	Salineros	Migrantes Retornados
Tipo de unidades de producción	Unidades familiares pluriactivas con jefatura de familia femenina.	Unidades familiares de producción primaria con jefatura masculina.	Unidades familiares pluriactivas con jefatura masculina.
Relación productiva con el territorio	Apertura a nuevas actividades productivas dentro y fuera del territorio.	Exclusividad de producción primaria dentro del territorio.	Apertura a nuevas actividades productivas dentro del territorio en combinación con las actividades rurales tradicionales.
Estrategia de aprovechamiento del capital rural	Aprovechamiento de la dimensión simbólica y recreativa del capital rural.	Aprovechamiento de la dimensión material del capital rural.	Aprovechamiento de las dimensiones material, simbólica y recreativa del capital rural, basada en la adquisición de nuevas capacidades.

Fuente: Elaboración propia.

en la configuración del paisaje, las fiestas, la gastronomía, la construcción del espacio y el imaginario colectivo (Renard y Thomé-Ortiz, 2016), aspecto por el que puede ser legítimamente aprovechado por diversos grupos locales.

A pesar de la incidencia del turismo, existe una ruralidad masculinizada como visión dominante del territorio, pero al mismo tiempo se observa una coexistencia entre los distintos tipos de ruralidad identificados. Ello implica la emergencia de nuevos discursos que ponen sobre la mesa el debate entre diferentes intereses de actores que buscan conseguir una posición dentro de las estructuras productivas del territorio, nuevas y tradicionales.

Los subgrupos con una perspectiva más positiva sobre el turismo rural suelen ser aquellos actores sociales que se han mantenido organizados para impulsar estrategias de desarrollo, con una preocupación central por la preservación de la cultura local y con una percepción de que las condiciones económicas pueden mejorar (Petzelka, Krannich, Brehm y Trentelman, 2005). Por lo anterior, no es raro observar que los hombres son quienes mayormente se oponen al turismo puesto que a través de las actividades agropecuarias ellos garantizan el acceso a recursos y la toma de decisiones, mientras que en el caso de las mujeres el turismo repre-

senta una oportunidad para mejorar su posición en la estructura social. Lo anterior, no es solamente un aspecto económico sino fundamentalmente expresa una tensión por la preservación del *status quo*.

La construcción social de un nuevo espacio rural

Las dinámicas socioeconómicas de los espacios rurales, en el contexto de la globalización, ponen de relieve la emergencia de nuevos actores, nuevas actividades económicas y nuevos espacios productivos. El caso de Zapotitlán permite observar que frente a una estructura productiva tradicional con una gran profundidad histórica emergen nuevos actores clave en la reestructuración productiva del campo como son las mujeres y los migrantes retornados.

Respecto a las mujeres, se puede decir que su capacidad de organización colectiva para hacer frente a los procesos de desintegración familiar y feminización del territorio, producidos por la migración rural, son un importante elemento para vincularse con actores externos que han influido en la transformación productiva de las estructuras económicas locales. Sin embargo, el proceso no ha incidido en la posición marginal asociada con el género y por el contrario ha reproducido muchos de los roles estereotipados que ya asumen las mujeres en el espacio doméstico.

Sobre los salineros, se percibe la importancia de buscar esquemas productivos más diversificados en el territorio, que incluyan la participación de actores que históricamente han permanecido marginados de la única opción productiva del territorio. Ello desvela que la sostenibilidad futura del propio sistema de producción de sal prehispánica depende de la integración de nuevas actividades y nuevos actores desde una perspectiva colaborativa que ayude a explorar los nuevos significados y usos que este patrimonio agroalimentario puede adquirir. Ello no sólo lleva a pensar en la continuidad de los sistemas productivos sino en la agregación y retención de valor que puede tener este producto a través de innovaciones inducidas por otros colectivos como las mujeres y los migrantes.

Respecto a los migrantes, es necesario reconocer su importante aportación en términos de despliegue de capacidades e inversión de recursos financieros para la transformación productiva del territorio, pero también es evidente la necesidad de la extensión de sus redes de acción más allá del grupo particular de migrantes sino hacia otros actores clave del territorio, con cuya acción conjunta pueden jugar un papel crucial en la transformación socioeconómica de Zapotitlán. Ello requiere de tres dimensiones fundamentales para comprender las dinámicas socioeconómicas generadas en la intersección entre género y turismo en el contexto del espacio rural.

1. *La dimensión inmaterial*

Respecto a esta dimensión el caso de Zapotitlán ilustra la inexistencia de una política de desarrollo construida con base en un sólido conocimiento del territorio, más bien se trató de una estrategia de ejercicio de recursos públicos, basada en una lógica sectorial para atender a un grupo "marginal". Esto, paradójicamente, creó una propuesta excluyente, focalizada en las mujeres y que no contempló el papel que deberían jugar el resto de los actores involucrados. En esta dimensión inmaterial del turismo es muy importante plantear criterios de regulación entre los actores involucrados, así como mecanismos para una retribución equitativa de los recursos que atienda aspectos de equidad de género y generacional. Igualmente, se destaca la importancia del papel de las redes y las relaciones sociales, pero es necesaria la creación de comunidad en un sentido más amplio que vaya más allá de las redes sectoriales y de tipo familiar, sino que se expanda hacia la construcción de relaciones con actores clave para la construcción de bienes públicos.

De acuerdo con Foucault (1999) este tipo de relaciones inmateriales sería una de las formas que asume el poder estructural que es una conjunción entre discurso, verdad y fuerza. La legitimidad de los discursos cumple un papel sustantivo en la conformación de las ruralidades. En este caso, la legitimidad del discurso turístico, sobre lo que se dice del trabajo y las in-

novaciones territoriales son una cuestión central en las dinámicas de transformación socioeconómica de Zapotitlán.

2. *La dimensión material*

Esta dimensión ilustra el papel que aspectos como la propiedad sobre los recursos locales, el capital financiero, el usufructo y la localización, tienen para el desarrollo de las nuevas actividades rurales como el turismo. En este sentido, destaca el papel marginal que las mujeres siguen teniendo respecto a la dimensión material como recursos clave para su posicionamiento social. A este respecto los factores materiales siguen, en su mayoría, siendo un dominio del género masculino. En este caso, las mujeres fueron un sujeto de política pública con lo que se obtuvieron recursos que en una mínima proporción fueron destinados a la inversión en activos productivos y en su mayoría destinados a cubrir los honorarios de los actores especializados.

3. *La dimensión personal*

Respecto a la dimensión personal, se pudo apreciar que las capacidades de los sujetos sociales, sus planes de vida, su situación familiar específica, las estrategias esgrimidas para la supervivencia de la familia y los deseos particulares de los agentes locales son un importante motor para la transformación socioeconómica de los espacios rurales. En el caso de Zapotitlán, estos aspectos son una importante veta explicativa para comprender las diferentes maneras en que cada grupo social se relaciona con el género, el turismo y el territorio. A muy grandes rasgos se puede percibir que los grupos de mujeres rurales desarrollan la actividad turística debido a la necesidad económica de sus familias y un conjunto de intereses personales sobre el desarrollo de actividades específicas. A su vez, los migrantes retornados participan del turismo y se vinculan con las mujeres como una estrategia de re-territorialización, pero que en muchas ocasiones deja entrever una relación asimétrica de poder entre los grupos. Por otra parte, los salineros muestran oposición al turismo como una forma de defender su estilo de vida, independientemente, de que éste, muchas veces esté sostenido por relaciones asimétricas entre hombres y mujeres.

Conclusiones

El estudio de la inserción del turismo en el espacio rural, desde la perspectiva de género, requiere el abordaje de las relaciones de poder como un elemento constitutivo de las reconfiguraciones socioeconómicas del campo. Para ello resulta imprescindible un marco analítico que aborde la interacción entre la acción social y las prácticas sociales como una forma de incorporación del poder en espacios concretos. La recuperación de las dimensiones inmaterial, material y personal permiten abordar a la subjetividad como una dimensión concreta en el ejercicio del poder y con ello comprender el papel de las representaciones rurales dentro de la configuración de las relaciones de género.

Resulta difícil establecer un balance claro sobre los beneficios del turismo rural en la zona de estudio. Particularmente, desde la perspectiva de género se puede pensar que es una actividad ambivalente que presenta grandes áreas de oportunidad en términos de planificación y diseño. Por ejemplo, para que el turismo realmente contribuya a la equidad de género es importante que su aporte incida en la generación de empleos formales y el desarrollo de capacidades, no únicamente en una visión expandida de las labores domésticas.

El problema de que las actividades turísticas refuercen los roles tradicionales de género implica que no está contribuyendo de manera consistente en el desarrollo de capacidades y de independencia financiera, que permita a las mujeres rurales enfrentar los retos que los contextos de migración y pobreza en los de se desarrollan les imponen. Sin embargo, existen oportunidades de cara al futuro de transformar esta situación en un nivel de relaciones más equitativas entre hombres y mujeres.

El caso estudiado muestra que aspectos como la especificidad del territorio, la migración, el tipo de ecosistema, la producción emblemática localizada, el contexto regional y las políticas de desarrollo son aspectos clave en la definición de los roles y las relaciones de género que permean al turismo rural. Ello implica que las políticas de desarrollo y los modelos

de turismo rural deben construirse desde una perspectiva territorial para generar resultados adecuados en términos de los objetivos propuestos.

Uno de los aspectos limitantes de la presente investigación, fue el limitado espectro de sus informantes que se redujo a los actores sociales involucrados en el turismo y en la producción de sal exclusivamente, lo cual constituye una limitación importante para analizar las relaciones intra e intergénero con mayor profundidad. En futuras investigaciones sería importante entender cómo operan dichas relaciones en un rango más amplio de la comunidad que incluya a otros actores sociales excluidos de las dos actividades productivas más sobresalientes en el territorio, así como actores externos que pueden ser las instituciones y los turistas.

Referencias bibliográficas

- Barrera, E. y O. B. Alvarado (2009). La ruta de la sal prehispánica de Zapotitlán Salinas, una estrategia de desarrollo comunitario basada en los alimentos con identidad local. *Tempo-Revista Cultura, Tecnología y Patrimonio*, 4(7), 33-49.
- Berg, S. (2006). Snowball Sampling-I. En S. Kotz, B. Campbell, N. Balakrishnan, N. Vidakovic y L. (eds.). *Encyclopedia of Statistical Sciences*, 12. Nueva York: Wiley-Blackwell, 528-532.
- Beyers, W., y P. Nelson (2000). Contemporary Development Forces in the Nonmetropolitan West: New Insights from Rapidly Growing Communities. *Journal of Rural Studies*, 16:459-474.
- Caballé, A. (2000). Implicaciones de género en el desarrollo de la oferta de género en Navarra y Asturias. En García-Ramón, M., B. Ferré (eds.) *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona: Oikos-Tau, 153-169.
- Carroll, M. y R. Lee (1990). Occupational Identity among Pacific Northwestern Loggers: Implications for Adapting to Economic Changes. En Lee, R., D. Field y W. Burch (eds). *Community and Forestry: Continuities in the Sociology of Natural Resources*, Boulder: Westview Press, 141-155.
- Castellón, B. (2007). Un grano de sal: aportaciones etnoarqueológicas al estudio histórico de una industria ancestral. *Anuario de Historia*, 167-83.

- Castellón, B. (2006). *Cuthá: El Cerro de la Máscara. Arqueología y etnicidad en el Sur de Puebla*. México: INAH.
- Cloke, P. (2006). Conceptualizing rurality. En Cloke, P., T. Marsden y P. H. Mooney (eds.), *Handbook of Rural Studies*. Londres: Sage, 18-28.
- Commins, P. (1990). Re-structuring Agriculture in Advanced Societies: Transformations, Crisis and Responses. En Marsden T., P. Lowe y S. Whatmore (eds.). *Rural Reestructuring: Global Processes and Their Responses*. Londres: David Fulton Publishers, 45-76.
- Di Pietro, L., R. Guglielmetti-Mugion, R. y M. F. Renzi (2013). Cultural Technology District: A Model for Local and Regional Development. *Current Issues in Tourism*, 17, 640-656. doi: 10.1080/13683500.2013.789006.
- Foucault, M. (1999). *Estrategias de poder*. Argentina: Paidós.
- Frisvoll, S. (2012). Power in the Production of Spaces Transformed by Rural Tourism. *Journal of Rural Studies*, 28, 447-457.
- Gámiz, M. (1999). *Los pueblos popoloca de Tecamachalco-Quecholac. Historia, sociedad y cultura de un señorío prehispánico*. Tesis de doctorado. México: ENAH.
- García-Ramón, M. y B. Ferré (eds.) (2000). *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona: Oikos-Tau.
- García-Ramón, M., G. Canovés y N. Valdovinos (1995). Farm Tourism, Gender and the Environment in Spain. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 267-282.
- García-Ramón, M., J. Cruz, I. Salamaña, y M. Villarino (1995). *Mujer y agricultura en España. Género, trabajo y contexto regional*. Barcelona: Oikos-Tau.
- Garrod, B., R. Wornell y R. Youell (2006). Re-Conceptualizing Rural Resources As Countryside Capital: The Case of Rural Tourism. *Journal of Rural Studies*, 22, 117-128.
- Halfacree, K. (2006). Rural space: constructing a three-fold architecture. En Cloke, P., T. Marsden y P. H. Mooney (eds.). *Handbook of Rural Studies*. Londres: Sage Publications, 44-62.
- Halfacree, K. (2007). Trial by Space for a 'Radical Rural': Introducing Alternative Localities, Representations and Lives. *Journal of Rural Studies*. 23, 125-141.
- Hernández, R., C. Fernández y M. Baptista (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

- Liepins, R. (2000). New Energies for an Old Idea: Reworking Approaches to 'Community' in Contemporary Rural Studies. *Journal of Rural Studies*. 16: 23-35.
- McDowell, L. (1999). *Gender, Identity and Place. Understanding Feminist Geographies*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Murdoch, J. (2006). Networking Rurality: Emergent Complexity in the Countryside. En P. Cloke, T. Marsden y P. Mooney (eds.). *Handbook of Rural Studies*. Londres: Sage Publications, 171-184.
- Murdoch, J. (2003). Co-Constructing the Countryside: Hybrid Networks and the Extensive Self. En P. Cloke (ed.). *Country Visions*. Harlow: Pearson Education Limited, 263-282.
- Petrzelka, P., Krannich, R., Brehm, J., y Trentelman, C. (2005). Rural Tourism and Gendered Nuances. *Annals of Tourism Research*. 32(4), 1121-1137.
- Puijk, R. (2001). Tourism in the Fjords and Mountains: A Case Study from Western Norway. En Smith V. y M. Brent (eds.). *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century*, Nueva York: Cognizant, 175-183.
- Reed, M. (2003). *Taking Stands: Gender and the Sustainability of Rural Communities*. Vancouver: UBC Press.
- Renard, M.C. y H. Thomé-Ortiz (2016). Cultural Heritage and Food Identity: The Pre-Hispanic Salt of Zapotitlán Salinas, Mexico. *Culture and History*, 5(1), 1-13.
- Renard M-C. y Thomé-Ortiz, H. (2010). *La Ruta de la Sal prehispánica. Patrimonio alimentario, cultural y turismo rural en Zapotitlán de las Salinas, Puebla, México*. [Ponencia]. Italia: 116th EAAE Seminar "Spatial Dynamics in Agri-Food Systems: Implications for Sustainability and Consumer Welfare. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/67349>
- SEDESOL (2008). *Municipios con muy alta y alta marginación. Programa para el desarrollo local de microrregiones*. México: SEDESOL.
- Sharp, J. P., P. Routledge, C. Philo y R. Paddison (2000). Entanglements of Power. *Geographies of Domination/Resistance*. En J. P. Sharp, P. Routledge, C. Philo y R. Paddison (eds.). *Entanglements of Power. Geographies of Domination/Resistance*. Londres: Routledge, 1-42.

- Sparrer, M. (2003). Género y turismo rural. El ejemplo de la Costa Coruñesa. *Cuadernos de Turismo*. 11, 181-197.
- Stake, R. (2000). Case Studies. En N. K. Denzin e Y. S. Lincoln (eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Londres: Sage Publications, 435-454.
- Thomé-Ortiz, H. (2015). Turismo Agroalimentario y nuevos metabolismos sociales de productos locales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 6(6), 1373-1386.
- Thomé-Ortiz, H., M. C. Renard, G. Nava y A. Valentini (2014). La Ruta del Nopal (*Opuntia Spp.*) Turismo y reestructuración productiva en el suelo rural de la Ciudad de México. *Rosa dos Ventos*, 6(3), 390-408.
- Thomé-Ortiz, H. (2012). *Un grano de sal: aportaciones del turismo agroalimentario al desarrollo rural. El caso de la sal prehispánica de Zapotitlán Salinas, Puebla, México*. Tesis de doctorado. México: Universidad Autónoma de Chapingo, Department of Rural Sociology.
- Williams, E. (2003). *La sal de la tierra*. México: El Colegio de Michoacán.
- Woods, M., (2009). Rural Geography: Blurring Boundaries and Making Connections. *Prog. Hum. Geogr.* 33, 849-858.
- Van Broeck, A. (2001). Pamukkale: Turkish Homestay Tourism. En V. Smith y M. Brent (eds.). *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century*. Nueva York: Cognizant.

Género y espacios del Turismo de Aventura en Jalcomulco (México)

Isis Arlene Díaz Carrión¹

Introducción

El turismo de aventura es un segmento caracterizado por la comercialización de una experiencia activa en la que el riesgo juega un papel importante, y es también uno marcadamente masculinizado debido a la estrecha relación de la aventura con los hombres. A pesar de la creciente participación de las mujeres en actividades de aventura, el trabajo de guías de turismo se mantiene masculinizado. Los espacios del turismo de aventura presentan esta característica como consecuencias de diversas prácticas sociales reflejadas en los usos cotidianos. En este capítulo se exponen las relaciones entre los espacios del turismo de aventura y el género, considerando como trasfondo las prácticas cotidianas desde la Geografía de género.

Partiendo del análisis de usos del espacio, se revisa la participación de las mujeres en el turismo de aventura en Jalcomulco. Identifica los espacios masculinizados (río y cañadas) del turismo, cuya desigualdad de acceso/uso se presenta como consecuencia de aspectos históricos y se mantiene a través de la llegada de nuevas actividades productivas. En este caso, el turismo de aventura aparece como una actividad complementaria. A partir de lo anterior, se plantea una revisión de las normas sociales y su impacto al momento de construir los accesos/ usos del espacio turístico por parte de las mujeres que participan como guías de turismo de aventura y la repercusión que esto puede tener en la generación de nuevos modelos de relaciones menos desiguales. Como principal hallazgo destacan las estrategias recurridas por las mujeres para el uso/acceso de los espacios masculinizados por el turismo de aventura. Las guías de turismo llevan a cabo estrategias de acceso/uso a estos espacios, con el propósito de ejercer su derecho de uso del río y las cañadas. A pesar de los avances específicos, se

¹ Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Universidad Autónoma de Baja California, México.

requieren estrategias de confrontación como acciones importantes que deben consolidarse de cara a una promoción de nuevas relaciones de género en este segmento turístico.

Espacio y género en la práctica de actividades de aventura

En este epígrafe se presentan los planteamientos conceptuales para la revisión del acceso/uso del espacio del turismo de aventura en Jalcomulco. Se compone, a su vez, de dos sub epígrafes. En el primero, se exponen las generalidades de la Geografía de género y la vida cotidiana; mientras que en el segundo se resumen algunas de las investigaciones más significativas en la realización de actividades de aventura por parte de las mujeres (ya sea como práctica de ocio o deportiva), accediendo a espacios masculinizados (en el espacio de residencia o como práctica fuera de éste -en calidad de excursionista o de turista).

Vida cotidiana y género

Los primeros avances en el estudio de la vida cotidiana se desarrollan a principios del siglo XX, estos trabajos precursores abonan la: "construcción de una mirada geográfica desde la persona" (Lindón, 2006:328), promoviendo un estudio del sujeto y su experiencia de un espacio que ya venía siendo objeto de análisis desde otras ciencias sociales, pero que para la Geografía había permanecido relegado (Gibson, 2009; Lindón, 2006; Cresswell, 2012). Desde la década de 1950, comienza a formalizarse el estudio de las prácticas sociales del día a día que dan lugar a lo que ahora se conoce como Geografía de la vida cotidiana y que a la fecha ha mantenido una fuerte relación con otras ciencias sociales (Gibson, 2009:221)². De acuerdo con Hiernaux (2008:182-183), esta disciplina analiza las prácticas individuales y sus espacios de realización, tanto materiales como simbólicos, la mirada detallada de las dinámicas personales se analiza de manera colectiva, permitiendo así dotar de significado a la experimentación de la vida social (Boylorn, 2008:306).

² Al respecto, véase Lindón, 2006. En este capítulo, documenta el origen de este campo de la Geografía.

La posibilidad de procurar una mirada centrada en las "geografías personales" hace posible el compromiso con el análisis de las desigualdades, dando cabida a diversos enfoques, entre los cuales se encuentra la Geografía de género (Fien, 1992:80-81). La introducción del género como categoría de estudio de las prácticas cotidianas se potencia como consecuencia de la denominada "revolución cualitativa" de finales de la década de los 1970. A raíz de la cual surgen las denominadas "geografías radicales" que buscan nuevas interpretaciones críticas a las desigualdades sociales e injusticias (Gibson, 2009:224-225), donde los significados se cargan de sentido, de memoria y de fantasías (Lindón, 2011:17).

A través de la revisión de prácticas cotidianas aparecen usos desiguales de hombres y mujeres como consecuencia de la asignación de roles de acuerdo con el género, dichas inequidades experimentan modificaciones, pero tienden a mantenerse (Sabaté, Rodríguez y Díaz, 1995; Massey, 1994). Para Massey (1994:177-178), las relaciones entre género y espacio son múltiples y enraizadas, siendo la aproximación a los espacios simbólicos cotidianos una de ellas; Harvey (1996:293) anota que las personas construyen el espacio con sus prácticas cotidianas y asimismo son diferenciadas como consecuencia de diversas dinámicas, siendo el género una de ellas.

El estudio de la vida cotidiana es precisamente uno de los puntos de partida más comunes cuando se recurre al enfoque de género, pues resultan fértiles para analizar las limitaciones sociales y espaciales consecuencias de las relaciones de poder y las normas (emanadas de éstas) que validan los usos por parte de uno u otro género (McDowell, 2000:15). En este espacio cotidiano el poder, la identidad, los significados y las conductas son construidos, negociados y renegociados a partir de dinámicas socio-culturales (Aitchison y Reeves, 1998:51).

Dentro de los estudios del espacio público de la vida cotidiana con perspectiva de género se revisan los accesos/ usos de las mujeres a los espacios de poder (así como la revalorización del espacio privado) y sus efectos sobre la asignación de roles (Dyck, 2005). Teóricamente, dichas modifi-

caciones pueden generar diversos escenarios de confrontación ante los usos espaciales, las cuales pueden efectivamente dar lugar a usos más equitativos e igualitarios, pero pueden también ser anulados mediante las prácticas de mantenimiento, tales como las de crítica y descalificación, del *status quo* de los agentes hegemónicos (Kay y Laberge, 2004; McDowell, 2000). Derivado de lo anterior, la presencia de las mujeres en el espacio continuaría presentando inequidades tanto en el acceso como en los usos (Bondi y Davidson, 2005; Comley, 2016; García y López, 2017).

En las próximas páginas, continuando con el estudio de la restricción de los accesos/usos espaciales experimentados por las mujeres, se revisan los usos de los espacios a través de la práctica específica de actividades de aventura, esto con la finalidad de caracterizar a éstos y las prácticas que mantienen su masculinización de los mismos.

Uso de espacios masculinizados a través de la práctica de actividades de aventura

El uso de espacios masculinizados para la realización de deportes, que implican un marcado componente de riesgo, ha sido analizado por diversos trabajos académicos en los últimos años; centrándose en la práctica del *surf* (Olive, McCuaig y Murray, 2015; Waitt, 2008; Booth, 2001; Comley, 2016; Knijnik, Horton y Cruz, 2010), y en menor medida de otras actividades como las *adventure racing*, (Kay y Laberge, 2004), el *snowboarding* (Sisjord, 2013; Thorpe, 2005), así como del *ski* (Stoodart, 2010).

Recurriendo a una metodología cualitativa, la mayoría de los trabajos antes señalados construyen su análisis a partir de los cuerpos teóricos de Foucault y Bourdieu. Primero, se revisan los conceptos de las negociaciones del ejercicio del poder a través de la resistencia o la reproducción enfatizando en el análisis de los mecanismos sutiles que se normalizan por medio de las prácticas sociales, generando con ello la masculinización de los espacios de aventura (Olive *et al.*, 2015; Stoddart, 2010.; Knijnik *et al.*,

2010). Mientras que de Bourdieu, se toma el concepto de capital social y la producción y circulación de símbolos usados por los grupos dominantes para mantener el *status quo* y aquellos recurridos por los agentes sociales para confrontar dicho *status* (Sisjord, 2013; Kay y Laberge, 2004).

Por su parte, la teoría feminista que sustenta buena parte de los trabajos anteriormente citados recurre a Butler para explorar la performatividad para ratificar la construcción de categoría de género, y derivado de ello el carácter social de los accesos/ usos espaciales (Waite, 2008; Olive *et al.*, 2015). A partir de dicha construcción, Knijnik *et al.* (2010) añaden un carácter rizomático a la construcción de la feminidad desarrollado por Markula, quien aboga por construcciones más complejas, ricas y dinámicas proyectadas sobre el más micro de los espacios: el cuerpo, en este caso de las surfistas. La mayoría de los análisis se centra en los microespacios de práctica de las actividades deportivas; en estos casos, el micro espacio está representado por el mar, el río o la montaña donde a través de diversas prácticas sociales se ha consolidado un uso masculino y las mujeres se encuentran marginadas. Dicha exclusión se construye a partir de prácticas sostenidas por hombres y mujeres que defienden su *status quo* a través del mantenimiento de las normas sociales (Kay y Laberge, 2004; Comley, 2016; Stoddart, 2010), pero también a través del trato diferente hacia las mujeres que hacen uso de los espacios masculinizados (Booth, 2001; Waite, 2008).

Una de las actividades que ha recibido particular atención en el estudio del género y el uso de los espacios es el *surf*; dos de los trabajos más interesantes que abordan esta temática son los de Comley (2016) y Knijnik *et al.* (2010). Al estar las prácticas del *rafting* y *rappel* también marcadamente masculinizadas en el turismo de aventura, de ambos estudios pueden extraerse un par de lecturas interesantes sobre los usos de las mujeres en espacios masculinizados. Se trata de las similitudes de tipo de espacio usado (público) y de la realización de actividades físicas y deportivas usualmente utilizadas para condicionar la expresión de corporalidad a través de normas socialmente aceptadas para las mujeres (1171-1172).

El trabajo de Comley (2016) visibiliza las barreras de acceso/uso percibidas por las surfistas en el sur de California, como un mecanismo de exclusión. Para superar su posición marginal mediante el trato diferenciado de los hombres, ellas acuden a diversas estrategias para apropiarse de los espacios, tales como la consideración de motivaciones menos competitivas para la práctica de dicha actividad. Un importante número de estas estrategias también ha sido identificado por diversos trabajos sobre la práctica de los deportes de aventura (Kay y Laberge, 2004; Waitt, 2008; Stoddart, 2010; Olive *et al.*, 2015) y en la realización de los mismos (Doran, 2016; Pomfret y Doran, 2015).

Por su parte, el trabajo de Knijnik *et al.* (2010) apuntala el dinamismo del género como categoría de estudio y el papel que juega el acceso/uso en espacios masculinizados en la construcción de la identidad; algo también señalado por Doran (2016) como uno de los beneficios que reportan las mujeres al momento de realizar actividades de turismo de aventura. Lo anterior, se presenta como un desafío, particularmente por la imagen estereotipada que de las mujeres y los hombres reflejan los medios de comunicación encargados de cubrir la realización de actividades de aventura (Knijnik *et al.*, 2010; Kay y Laberge, 2004; Stoddart, 2010).

Aplicando una lectura desde la perspectiva del uso del espacio, destaca la masculinización de los espacios de práctica de las actividades de aventura, tanto de aquellos considerados como actividades tradicionales (el montañismo) como de las consideradas como nuevas actividades (*adventure racing* o *snowboard*). Algunas de estas actividades de reciente incorporación al espectro de aventura promueven la inclusión de las mujeres, aunque en opinión de Kay y Laberge (2004) y Sisjord (2013) ésta aparece sólo en la práctica discursiva y en la *praxis* prevalecen aún mecanismos de exclusión.

En la práctica de las actividades de turismo de aventura, las mujeres generalmente reconocen diferentes caminos para acceder a estos espacios y legitimizar su presencia a través del apoyo de otras mujeres (Kay y Laberge, 2004; Sisjord, 2013; Olive *et al.*, 2015), de la adopción de conductas más

competitivas que las esperadas por los hombres (Sisjord, 2013; Kay y Laberge, 2004) e incluso, aunque sea una contradicción, a través de la generación de una identidad menos competitiva donde puedan desempeñarse en un ambiente menos agresivo para mejorar su desempeño en la práctica de dicha actividad (Comley, 2016; Stoddart, 2010). Con esto, se genera un espacio que en efecto también resulta atractivo para otros hombres, quienes buscan alternativas fuera de la tiranía de la masculinidad tradicional, buscando así dotarlos de nuevos significados. Finalmente, otra de las estrategias identificadas es también la potenciación máxima de estereotipos de género para asegurar la tolerancia en la participación en este tipo de actividades (Martinoia, 2013; Knijnik *et al.*, 2010; Kay y Laberge, 2004).

En apariencia, las estrategias recurridas por las mujeres no se caracterizan ni por la protesta, ni por demandar cambios ante las inequidades (Kay y Laberge, 2004; Doran, 2016; Pomfret y Doran, 2015; Comley, 2016). No obstante, se reconoce el papel de estas estrategias al momento de generar una plataforma que permite a las mujeres mejorar sus habilidades y reconstruir sus identidades, a través de las prácticas cotidianas en el uso del espacio público (por ejemplo, desplazamientos en espacios desconocidos, usos espaciotemporales de las actividades de cuidados, prácticas de tiempo libre y ocio) y el potencial que ello conlleva para la modificación de los patrones espaciales.

Turismo de aventura y género

El turismo de aventura es un segmento que ha experimentado una creciente demanda en las últimas décadas, particularmente por parte de las mujeres (Pomfret y Doran, 2016.; Clinch y Filimonau 2016; XOLA, 2009). No obstante, persiste una baja presencia de mujeres en algunas actividades relativas a la prestación del servicio turístico, como es la actividad de guía de turista (Martinoia, 2013; Fuller, 2010; Díaz-Carrión, 2013). A continuación se abordan los conceptos generales de turismo de aventura y una identificación de los espacios turísticos recurridos para dicha práctica desde una perspectiva de género.

El turismo de aventura y las mujeres

El turismo de aventura experimenta una creciente demanda (Pomfret y Doran, 2015; Clinch y Filimonau 2016; ATTA, 2017); este segmento se caracteriza por comercializar una experiencia activa (Cloke y Perkins, 1998) en la que el riesgo juega un papel importante (McKay, 2014); aunque XOLA (2009: 22) y Adventure Travel Trade Association (ATTA, 2017:5) apuntan que esto puede estar cambiando, haciendo uso de la autenticidad como principal motivación de la experiencia.

Como consecuencia de la confluencia de aventura, deporte, recreación y actividades al aire libre, no existe un consenso sobre la conceptualización de este segmento del mercado (Clinch y Filimonau, 2016; Cater, 2006). No obstante, la ATTA (2017) considera básicos los componentes de actividad física, interacción con la naturaleza e intercambio cultural y define este segmento como aquellos desplazamientos donde se presentan dos de los tres componentes anteriores.

Al ser diversas las actividades que conforman la oferta del turismo de aventura, es útil el modelo binario desarrollado por Hill (1995), que permite calificarlo (independientemente de la actividad) desde una vertiente “fuerte” y otra “suave”. La “fuerte” se caracteriza por un elevado riesgo y mucha experiencia. La vertiente “suave” se desarrolla en un escenario de riesgo controlado, generalmente por un guía, y no requiere de un importante nivel de experiencia por parte de quien realiza la actividad.³

El modelo de Hill es también útil para caracterizarlo mediante la perspectiva de género. De acuerdo con Pomfret y Doran (2015: 139), la participación de las mujeres en el turismo de aventura es balanceada (43% mujeres), aunque ellas tienen una mayor demanda por actividades caracterizadas en la vertiente “suave” del modelo de Hill. Por su parte, XOLA (2009:14) presenta un mercado estadounidense con una mayor participación de las mujeres en la práctica del turismo de aventura (56%). A pesar de no contar

³ Así el paracaidismo o el parapente podrían considerarse como actividades de aventura del tipo “fuerte”, pero si se realizan con tándem ya es una de tipo “suave”. El rafting y kayak realizados en rápidos de nivel V es una actividad catalogada como “fuerte”, pero la práctica en aguas planas es una actividad de perfil “suave”.

con más información sobre la característica de la participación, el dato es interesante porque identifica una mayor presencia de mujeres en la práctica de actividades en este segmento.

La presencia de las mujeres en el turismo de aventura es analizada desde la demanda (Pomfret y Doran, 2015; Doran, 2016) y la oferta (Martinoia, 2013; Fuller, 2010; Díaz-Carrión, 2013). Pero llama la atención el incremento en la demanda de actividades de aventura por parte de las mujeres no se ha traducido ni en una presencia más equilibrada en la oferta del turismo de aventura, ni en la generación de espacios más equitativos. Por ejemplo, la profesión de guía de turismo continúa fuertemente masculinizada y con ello los espacios de práctica de estas actividades (Martinoia, 2013; Pomfret y Doran, 2015; ATTA, 2017; Díaz-Carrión, 2013).

El río, la montaña, el mar, las cañadas o las dunas son algunos ejemplos de espacios característicos del turismo de aventura. Algunos de estos espacios pudieron presentar otra funcionalidad productiva en el pasado, pero quedan circunscritos al espacio público y, por ende, masculinizados *de facto*. Esta masculinización histórica, basada en normas sociales, se acrecienta con la práctica de actividades de aventura, un segmento en el que la fuerza física, el desafío a la naturaleza, el manejo asertivo del riesgo (características tradicionalmente asignadas los hombres) se convierten en el centro de la experiencia turística (Cloke y Perkins, 1998; Clinch y Filimonau, 2016).

Masculinización que incluso obvia el requisito de destrezas tradicionalmente consideradas como femeninas, así lo señalan Pomfret y Doran (2015:143) cuando apuntan que la práctica de la escalada en roca requiere de características tradicionalmente asociadas con las mujeres como lo son el balance y la gracia, no obstante, es una práctica completamente masculinizada. El balance y la gracia son también destrezas vinculadas a la realización del *rappel*, una práctica que permanece igualmente masculinizada; lo anterior resultaría también extensivo a la práctica del *surf*, donde el balance es un requisito básico. A pesar de la prevalencia de la desigualdad en el acceso/uso de los espacios turísticos, debe reconocerse un importante avance en

la confrontación de las normas sociales y la generación de estrategias para potenciar el acceso/uso del espacio turístico por parte de las mujeres, ya sea como turistas o como guías de turismo de aventura (Doran, 2016).

Los espacios turísticos y sus usos por parte de las guías de turistas

Si bien la vida cotidiana permite la suma incluyente de los espacios del día a día. En este trabajo se analizan los espacios públicos enfatizando en aquellos que presentan un uso productivo. Lo anterior debido a la naturaleza de la actividad guiada en el turismo de aventura, donde si bien puede estar presente un componente lúdico en quienes se desempeñan como guías, el grueso de la actividad se circunscribe al ámbito del trabajo remunerado en el espacio público, el cual está representado por los espacios donde se desarrollan las actividades.

En el espacio turístico confluyen actividades de diversa índole. Están por ejemplo las funcionales (el hospedaje, la alimentación o el transporte) y aquellas que conforman de manera principal o complementaria la realización de la actividad turística (un recorrido). Aun cuando ambos se realizan en el espacio público, las mujeres suelen concentrarse en los puestos que implican un menor desplazamiento, mientras que los hombres acceden con mayor facilidad a las actividades que requieren en mayor medida una disponibilidad para desplazarse. Si bien se acepta el acceso y uso del espacio público por parte de las mujeres, éste queda subordinado a la atención del trabajo de cuidados, que continúa definida como su principal responsabilidad (Díaz-Carrión, 2010, 2012a y 2012b) y se convierte en importante factor de anclaje.

No menos importante es señalar la fuerte carga de trabajo de cuidados presente en la práctica turística; diversas investigaciones han evidenciado las estrategias usadas por los agentes hegemónicos al momento de masculinizar las actividades que implican el cuidado de terceras personas, en este caso turistas o excursionistas (Pomfret y Doran, 2015; Díaz-Carrión, 2012a). Pero como señala Dashper (2016: 361), en el mundo ecuestre (deportivo o

lúdico) aunque las mujeres prefieran ser reconocidas por su actividad, capacidad física o manejo de las técnicas, se continúan experimentando roles definidos a partir de las actividades de cuidados que se desarrollan en dicha práctica.

Lo anterior es también extrapolable al mundo de la aventura, donde las actividades de cuidados necesarias para la práctica de estas actividades se invisibilizan para el caso de los hombres, mientras que en el caso de las mujeres sucede lo contrario e incluso se promueve.

No resulta entonces extraño que algunas investigaciones han registrado una devaluación de la presencia de las mujeres en estos contextos; calificándola como una concesión mediática que potencia una imagen de sensibilidad y emocionalidad ante los desafíos (Kay y Laberge, 2004), enfocada en los aspectos sociales y de cuidados del montañismo (Pomfret y Doran, 2015) y minimizando su capacidad técnica para la realización de actividades de aventura (Stoddart, 2010); contribuyendo con ello a la naturalización de los roles de género, así como a una hiper masculinización de los espacios de aventura (Stoddart, 2010; Pomfret y Doran, 2015). A pesar de esto, en algunos casos, la práctica turística ha podido permitir la confrontación del *status quo* por parte de las mujeres (desde la oferta y/o la demanda); generándose así una validación en el uso del espacio turístico (Kay y Laberge, 2004; Díaz-Carrión, 2010). Relacionado con el uso/acceso de los espacios del turismo de aventura; en México, un número importante de las actividades turísticas desarrolladas tiene lugar en espacios con una funcionalidad agrícola o ganadera, se trata de espacios masculinizados a pesar de la presencia de mujeres en la realización de actividades del sector primario. Según Almeida (2012), esta invisibilización se sostiene como consecuencia de la masculinización de los recursos productivos (la propiedad de la tierra) y de la consideración del trabajo de las mujeres sólo como un apoyo.

Pero también sucede cuando los espacios son utilizados por las mujeres para realizar actividades productivas pero fuertemente vinculadas con el trabajo de cuidados; como es el lavado de ropa ajena que aún tiene lugar

en diversos cuerpos de agua aledaños a las comunidades rurales (Díaz-Carrión, 2012b). El traslado de los mecanismos de exclusión que mantienen la masculinización de los espacios agrícolas o ganaderos tiene un contexto histórico que se proyecta todavía en los espacios turísticos (Kay y Laberge, 2004; Pomfret y Doran, 2015).⁴

Generalmente, la presencia de las mujeres como guías de aventura se inicia a partir de la presencia de mujeres urbanas -nacionales o extranjeras- que llegan a los espacios rurales con mayor capital social que los hombres locales. Aun cuando éstas pueden encontrarse subordinadas a los hombres foráneos (Díaz-Carrión, 2012; Fuller, 2010), la inicial presencia de ellas puede contribuir en el acceso/uso más equitativo del espacio.

Jalcomulco

El municipio de Jalcomulco se ubica en el estado de Veracruz, de acuerdo con el INEGI (2009) las coordenadas geográficas son 19° 16' y 19° 24' de latitud norte y 96° 41' y 96° 50' de longitud oeste. Fisiográficamente, el 99% del territorio municipal corresponden a la Llanura Costera del Golfo y el resto al Eje Neovolcánico y se caracteriza por una presencia predominante de lomeríos típicos y en menos medida de basalto.

La misma fuente señala que sus colindancias son con los municipios de Emiliano Zapata y Apazapan al norte, con Apazapan y Tlaltetela al este, con este último municipio también se colinda al sur, mientras que al oeste limita con los municipios de Tlaltetela y Coatepec. La altitud del municipio va desde los 800 msnm hasta los 200 msnm y su temperatura media anual está en el rango de los 20 °C-26 °C.

⁴ No en pocas ocasiones, para romper con dicha exclusión, se hace necesaria la intervención de agentes turísticos externos que pueden introducir el requerimiento de la presencia de las mujeres en los proyectos turísticos y generar espacios de educación para superar los roles y estereotipos de género, por ejemplo, a través del establecimiento de una cuota de género acompañada de capacitación de género en los proyectos financiados con fondos públicos (Hernández, Montoya y Estrada, 2005).

En estos casos se hace efectiva la inclusión de mujeres de las comunidades locales y se tiene más probabilidades de, efectivamente, incorporarlas en el uso del espacio masculinizado, así como en la revalorización de actividades como la alimentación o el hospedaje con una fuerte carga de trabajo de cuidados y que resultan básicos en la conformación del producto turístico (Díaz-Carrión, 2010; Hernández, Montoya y Estrada, 2005).

Respecto a la economía y demografía, comentar que según datos de SEFIPLAN (2016), la principal fuente de ingresos municipal en el 2015 fue la cría de aves, seguida del cultivo del mango y del maíz en grano. De acuerdo con la última encuesta intercensal, en el 2015 residían cerca de 5,000 habitantes en el municipio; el 59% se concentraba en la cabecera municipal del mismo nombre (SEFIPLAN, 2016). El grado de marginación del municipio está catalogado como Alto (CONAPO, 2010).

El municipio de Jalcomulco es atravesado por el Río La Antigua, un río de montaña de 139 km de longitud que nace a los 4,200 msnm y desemboca en el Golfo de México (GOBVER, 1998); la transición de este río de la montaña a la planicie (en 40 kms pasa de los 2,600 msnm a los 200 msnm) ha sido aprovechada precisamente para la práctica del *rafting*.

De igual forma, el relieve de mesetas planas y moderadamente onduladas cortadas por pequeños barrancos y acantilados en forma de U, destacando los cerros y lomeríos alargados con 900 a 400 m de altitud (Castillo, 1995) ha dado pie a la práctica del *rappel*; convirtiendo al lugar en un importante destino de turismo de aventura regional y nacional (XOLA, 2009:25-27).

Jalcomulco es reconocido como la cuna del turismo de aventura en México (Díaz-Carrión, 2012); actualmente, el destino forma parte de la región turística denominada "Cultura y Aventura" (ver mapa 1), un programa turístico desarrollado (desde hace casi una década) por el gobierno del estado de Veracruz que busca potenciar la actividad turística y diversificar los segmentos en dicha entidad.

El producto turístico que ofrece Jalcomulco tiene al *rafting* como su principal actividad, la cual se complementa con otras como la tirolesa, el *rappel*, el *canyoning*, la escalada, el *gotcha*, las cabalgatas, el senderismo, la visita a sitios arqueológicos, la observación de aves, el temascal, las artesanías, la gastronomía y los productos artesanales (Díaz-Carrión, 2013).

Según la fuente anteriormente citada, las actividades tienen un perfil suave, pero en ocasiones también se llegan a comercializar actividades fuertes, por ejemplo, clínicas especializadas en *rafting*. Como elementos

funcionales las empresas ofertan el hospedaje, la alimentación, la organización de eventos, programas escolares y expediciones empresariales, así como la seguridad en locaciones y la renta de equipo.

Mapa 1. Mapa Turístico de la Región Cultura y Aventura (Veracruz, México)



Fuente: Xalapa mío.

Metodología

Para esta investigación se hace uso de la metodología cualitativa por considerarse la más adecuada para analizar los usos del río y las cañadas por parte de las guías de turismo de aventura. Lo anterior debido a la posibilidad que ofrece esta metodología para proporcionar información detallada (Kelly, 2008: 305). De igual forma, resulta idónea para el estudio de la vida cotidiana (Boylorn, 2008: 307) y género (McDowell, 2000) al privilegiar la perspectiva personal y los puntos de vista de quienes ocupan posiciones marginales, lo cual contribuye a visibilizar las desigualdades experimentadas, en este caso en el espacio turístico donde se lleva a cabo la práctica de la actividad guiada de *rafting* y *rappel*. La herramienta de investigación utilizada fue la entrevista en profundidad; recurriéndose al análisis de contenido para el procesamiento de la información recabada. La población de estudio la componen las mujeres que son y/o han sido guías de turistas de *rafting* y *rappel*. La muestra de estudio se conformó a través de la técnica de muestreo no probabilístico de bola de nieve y

se conformó por 35 informantes clave, 21 mujeres y 14 hombres, quienes han realizado o realizan la actividad guiada, tanto de *rafting* como de *rappel*, en Jalcomulco, quienes tienen negocios en el destino y quienes están en proceso de aprendizaje de alguna de las actividades de aventura en cuestión.

Debido a la importancia que juega la realización de trabajo de cuidados en la vida de las mujeres (Díaz-Carrión, 2010), se hace notar que en el caso de las mujeres entrevistadas, al momento de realizar dicha actividad, ninguna tenía hijos menores ni personas adultas bajo su cuidado. Por su parte, los hombres sí aparecen con hijos al momento de desempeñarse como guía de una u otra actividad.

Hallazgos

Antaño eran identificados como espacios masculinos (por la presencia principalmente de la pesca y la agricultura), el río y las cañadas circundantes de Jalcomulco todavía mantienen su masculinización; si bien con la llegada de las actividades de aventura aparecen otros usos para estos espacios, las mujeres (tanto las foráneas y particularmente las locales) continúan experimentando dificultades en el uso de estos espacios del turismo.

A partir de las entrevistas fue posible identificar la relación que prevalece entre los estereotipos de género y la actividad de guía de *rafting* y de *rappel* en el turismo de aventura en Jalcomulco; siendo más restrictiva la actividad de guía de *rafting* y donde las mujeres se ubican en un *status* marginal, mientras que la actividad de guía de *rappel* presenta una mayor presencia de mujeres. Lo anterior confirma lo encontrado por Pomfret y Doran (2015) en el turismo de montaña y por Fuller (2010) en el *rafting*.

En ambos casos, la presencia de las mujeres locales es nula, aunque cabe señalar que al momento de finalizar la etapa de campo sí existía un grupo de mujeres locales interesadas y con experiencia en la práctica del *rafting* para poder desempeñarse como guías.

No obstante, desde su *status* marginal, las mujeres (foráneas) involucradas en el turismo de aventura desarrollan principalmente estrategias de negociación para el acceso/uso de los espacios masculinizados, buscando con ello visibilizar su derecho al uso del río y las cañadas como espacios del turismo de aventura. A continuación se presenta la discusión de estos hallazgos.

¿Tienen género los espacios del turismo de aventura en Jalcomulco?

El río es y ha sido uno de los principales espacios de identidad para Jalcomulco, antaño representaba la imagen de un mundo rural donde las principales actividades de tipo primario dominaban el río y las cañadas. Hasta la llegada del turismo de aventura a Jalcomulco, el río mantenía una masculinización al vincularse con las actividades productivas. Si bien se reconoce alguna participación de las mujeres locales en la agricultura o pesca, ésta aparece subordinada a la figura del hombre (Entrevistadas núm. 8 y núm. 2; Entrevistado núm. 9).

La única actividad productiva con la que abiertamente se relaciona a las mujeres de Jalcomulco es el lavado de ropa ajena en el río (Entrevistado núm. 2; Entrevistadas núm. 1 y núm. 2), vinculado al trabajo de cuidados.

En ocasiones mientras ellas la realizaban, los hijos e hijas se bañaban en el río, pero el espacio de éstas se circunscribía a la orilla (Entrevistado núm. 2). Entre las mujeres mayores de 40 años, la práctica de la natación no era muy alentada ni para unos, ni para otras, "el río es peligroso" (Entrevistado núm. 2), pero su práctica se toleraba en el caso de los niños y adolescentes por considerarse que sería un conocimiento útil, incluso antes de que llegara el turismo de aventura (Entrevistado núm. 2).

Por ello, son pocas las mujeres de Jalcomulco mayores de 40 años que saben nadar y eso ha sido una limitante al momento de acceder a la actividad de guía de *rafting* (Entrevistada núm. 1 y núm. 14). Esta situación parece ir

cambiando poco a poco, dado que las mujeres más jóvenes se convierten en guías de *rafting*, que ya no parece una actividad exclusiva para mujeres externas a la comunidad (Entrevistadas núm. 1, núm. 8 y núm. 14).

La práctica de la natación (el "ir a bañarse al río" como se denomina localmente) empieza a ser cada vez más común entre las mujeres locales jóvenes. Principalmente, tiene una finalidad lúdica, pero como comenta la Entrevistada 1: "si sabes nadar, es más sencillo que las mujeres de aquí [Jalcomulco] aprendan el *rafting*". Aunque la natación no está necesariamente considerada como una práctica de aventura, sí es un requisito para un número importante de actividades de aventuras desarrolladas en el medio acuático, como el *rafting*; por lo que su dominio es requerido, máxime: "cuando se trata del turista cuya seguridad depende de una" (Entrevistada núm. 14).

No obstante, y a pesar de estos avances, el río es un espacio masculinizado: "es como lo más fuerte que hay, es la imagen del lugar, la aventura, la adrenalina y es sí...un espacio donde principalmente ves... en la publicidad que hay, hombres; aunque cada vez puedan venir más mujeres... en general es un espacio que se entiende de los hombres" (Entrevistada 4). En este sentido, las palabras de esta entrevistada remiten a la aventura como campos de acción donde sólo tienen cabida los hombres, resultando ésta una similitud a los hallazgos de Stoddart (2010), Olive *et al.* (2015) o Pomfret y Doran (2015) donde el riesgo y sus espacios aparecen socialmente validados para el caso de los hombres.

En Jalcomulco, la inicial masculinización del río como recurso productivo se basa en la consideración de la tierra como un recurso en manos de los hombres y de la venta de la fuerza de trabajo; también como una actividad masculina por considerarse tradicionalmente a la provisión de recursos como una función de los hombres. Sobre ésta se asienta otra que acompaña a la realización de actividades deportivas la cual tradicionalmente se ha definido como una esfera de actuación propia de los hombres (Pomfret

y Doran, 2015.; Olive, McCuaig y Murray, 2015), situación presente en la práctica de actividades deportivas de reciente creación como *snowboard* (Sisjord, 2013) o *adventure racing* (Kay y Laberge, 2004).

Por su parte, el uso de las cañadas aledañas aparece sobre todo como un espacio de tránsito para las mujeres locales. De alguna forma, el paso por este lugar se relaciona con las mujeres que vendían pan y aquellas que, principalmente acompañadas por el esposo, acudían a la cabecera municipal para comprar víveres u otros enseres. En este caso, el uso productivo de las cañadas por parte de las mujeres (sin que mediara una presencia de los hombres) es menos reconocido que el del río (Entrevistado núm. 2).

Las cañadas también mantienen una masculinización con la implantación del turismo de aventura (Entrevistada núm. 4). Recurriendo a los mismos mecanismos aplicados al río; *rappel*, como la escalada, según consideran Pomfret y Doran (2015), es una actividad que implica gracia y destreza, así como un fuerte componente de cuidados. Inicialmente, la llegada del descenso de ríos no supuso un cambio directo en los usos de las cañadas, pues el principal recurso usado fue el río, cuando se estableció el turismo de aventura. Las cañadas aparecen como un recurso complementario, un espacio donde también se pueden realizar otras actividades que contribuyen a la conformación del producto turístico.

Es así como las cañadas circundantes a la comunidad de Jalcomulco dan pie a otras actividades también características del turismo de aventura como el *rappel* o, posteriormente, el *canyoning*; a actividades más vinculadas con el ecoturismo, como puede ser el senderismo o la observación de aves, o con el turismo de salud, como el temascal (baño de vapor) (Entrevistada núm. 2).

A diferencia del río, en el caso del turismo de aventura, las cañadas presentan usos feminizados y masculinizados dependiendo de la actividad realizada. Por ejemplo, en el temascal (baño de vapor) se presenta una feminización: a las mujeres no les gusta que les den masajes los hombres, no se sienten cómodas... los hombres tampoco" (Entrevistado núm. 11); pero

el senderismo, el *canyoning*, o la otra actividad que ocupa este trabajo, el *rappel* aparecen masculinizadas.

Finalmente, comentar que tanto para el *rafting* como para el *rappel*, se suma una tercera capa de masculinización a las anteriores cuando se establece el modelo de turismo de aventura. Tradicionalmente los negocios son otro ámbito masculino en el cual las mujeres tienen poca cabida particularmente cuando son las únicas dueñas de la empresa (Entrevistada núm.4). La presencia de mujeres como empresarias en las agencias de aventura también plantean restricciones de acceso a la esfera de los negocios (Entrevistadas núm. 16 y núm. 17), de igual forma caracterizada como un espacio masculinizado que de igual forma impacta en la presencia de las mujeres en los espacios del turismo de aventura.

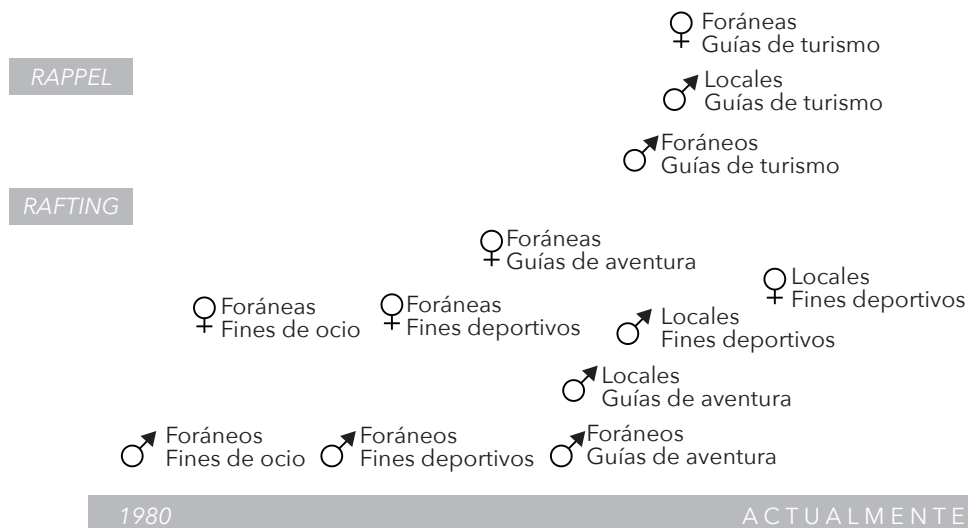
El río, las cañadas y el turismo de aventura en Jalcomulco: estrategias de acceso/uso

En el cuadro 1 se muestran las etapas de incorporación de hombres y mujeres en la realización de las prácticas de aventura revisadas en los espacios del turismo de aventura. En cualquiera de las dos actividades son los hombres (foráneos) quienes aparecen como primeros practicantes de estas actividades. También en ambos casos destacan las limitaciones de acceso a la profesión de guía de turistas por parte de las mujeres locales.

La presencia del turismo de aventura en Jalcomulco, refuerza la masculinización del río y las cañadas a través de normas sociales que justifican el riesgo como componente de la identidad de los hombres y recurriendo a la descalificación como principal mecanismo de control sobre las mujeres (Entrevistadas núm. 1 y núm. 3).

En el caso de las mujeres locales, esta descalificación se centra en la orientación sexual de las mujeres jóvenes que desean acceder a este espacio (Entrevistados 3 y 4; entrevistada 3); la descalificación como mecanismo de control aparece también en algunas de las prácticas deportivas analizadas por diversas investigaciones (Kay y Laberge, 2004; Waitt, 2008; Dashper, 2016).

Cuadro 1. Cadena de incorporación de la práctica del rafting y rappel en Jalcomulco según género



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo.

Otra de las prácticas recurridas para la descalificación es el rumor, en este caso el principal rumor al que se somete socialmente a las jóvenes de Jalcomulco, se vincula a la mala reputación (Entrevistado núm. 2), el contacto directo con el resto del equipo de guías (hombres en su mayoría) y el turista masculino condiciona su imagen ante el resto de la comunidad (Entrevistada núm. 9).

Las mujeres foráneas (generalmente urbanas) que se desempeñan como guías de *rafting* y *rappel* tampoco están exentas de los mecanismos de control aplicables a las mujeres locales. No obstante, éstas aparecen con mayores recursos que las locales (traducidos en capital social), por ello su presencia como guías de río aparece como un modelo a seguir para las jóvenes locales que desean introducirse a la práctica de estas actividades de aventura. Aunque cuenten con mayores recursos, también las guías foráneas experimentan mecanismos de control por parte de la sociedad a la que pertenecen y por parte del turista. En ellas también pende sobre todo

el cuestionamiento relacionado con su orientación sexual por desempeñar una actividad masculinizada (Entrevistadas núm. 1 y núm. 3).

Por parte del turismo, la restricción puede presentarse a través de la fuerza, la destreza y el liderazgo, ambos atribuidos tradicionalmente a los hombres: "si eres hombre puede ser tu primer descenso y nadie te cuestionaría, pero si eres mujer, aunque tengas toda la experiencia del mundo, alguien duda de tu capacidad, todavía se duda" (Entrevistada núm. 2). La necesidad de este esfuerzo constante para mostrarse como una guía competente causa desánimo en las mujeres y puede convertirse en un motivo más para optar por el abandono de ser guía: "Imagínate que cada rato tienes que estar demostrando lo competente que eres, porque no es mostrar, es demostrar porque se duda de ti más que de tu compañero, poco a poco se convierte en como hey! ¿Hasta cuándo debo seguir demostrando?...y eso agota" (Entrevistada núm. 1).

También las guías de *rappel* avalan este cuestionamiento y lo consideran como poco práctico: No me gusta estar peleando con el resto de mis compañeros, yo no creo que por ser mujer no puedas ser una buena guía, sólo hay que esforzarse (Entrevistada núm. 7). De tal suerte que esta estrategia de confrontación se experimenta como un desafío constante y ello lo hace susceptible de abandono por parte de las guías, al resultarles menos desgastante el negociar: "Mejor sonrías y ya ni te peleas" (Entrevistada núm. 2). Para superar estos cuestionamientos, las guías recurren a la negociación, principalmente ante los turistas, pero también ante sus otros compañeros (Entrevistadas núms. 7, 1, 3 y 10); existe la consideración de que la actividad es un servicio y no puede ser descortés con la clientela: "pues dudan de ti ¿y qué haces? Ni modo, no te vas a confrontar con tus clientes, así muy educadamente les explicas y haces ver que tú eres la guía" (Entrevistada núm. 11). Consideran esforzarse más en el mejoramiento de su técnica (Entrevistadas núms. 3, 4 y 10) y algunas guías de *rafting* hacen uso de sus logros en la práctica de la actividad como campeonatos ganados, participación en eventos deportivos nacionales o internacionales, así

como años de experiencia practicando la actividad (Entrevistada núm. 1). Esta estrategia resulta accesible para las guías que han accedido al río a través de la práctica deportiva del *rafting*, pues ello les garantiza un acceso seguro al equipamiento que requiere dicha práctica, por esto se trata de una estrategia de impacto limitado.

Cuestionadas sobre la mala reputación que pudieran tener por estar en contacto con los turistas y demás compañeros de trabajo, las guías foráneas no consideraron que sea un mecanismo de control experimentado (Entrevistadas núms. 1, 2 y 3); no porque no pueda darse, sino porque consideran contar con recursos para hacer frente a ellos y no verse afectadas: "Ando tan ocupada que no tengo ni tiempo para enterarme si dicen algo de mí, esas cosas ni caso" (Entrevistada núm. 5). En el caso de las actividades guiadas de *rafting* y *rappel* se acepta la presencia de las mujeres, pero aparecen también mecanismos de control que se materializan en restricciones de acceso (particularmente sobre las mujeres locales) y/o de permanencia en el uso del río y las cañadas.

Ante estos mecanismos de control, las mujeres plantean estrategias de acceso/uso de los espacios del turismo de aventura; ejemplos de estas estrategias son la guía de *rappel* que le pide al cliente que la deje hacer su trabajo pero que en caso de necesitarlo solicitará su apoyo (Entrevistada núm. 7), o la guía de *rafting* que usa sus logros deportivos para mostrar su capacidad (Entrevistada núm. 1).

Otro ejemplo de mecanismo de control principalmente efectivo con las mujeres locales comienza desde la restricción a la práctica de la natación, la cual se suma a otros mecanismos de control (a partir de descalificaciones) que a la fecha las han mantenido fuera de los espacios del turismo de aventura; en este caso, sus estrategias de acceso se presentan a través de la incorporación del *rafting* como actividad deportiva, y una vez aprendido el deporte con la posibilidad de desempeñarse como guía de turismo (Entrevistada núm. 14).

Conclusiones

A través de la revisión de las prácticas cotidianas de acceso a los espacios de aventura de las guías de *rafting* y *rappel*, en Jalcomulco es posible identificar los mecanismos que mantienen la masculinización de dichos espacios a pesar del cambio en las actividades productivas. Esta masculinización obedece a la aplicación de tradicionales estereotipos de género que vinculan el uso del espacio público, la aventura y el riesgo como propios de los hombres; pero que, a su vez, invisibilizan el componente de cuidados en el turismo.

En general, las acciones que realizan las guías de turismo de aventura en Jalcomulco son estrategias de acceso más que de confrontación o reivindicación. Las guías (mujeres foráneas) deben realizar acciones constantes para mostrarse como unas guías fuertes y capaces de desempeñar su profesión con éxito; y en el caso de las mujeres locales realizan acciones para reivindicar su acceso en la práctica de las actividades de aventura.

No por ello deben de ser menospreciadas, pues han logrado acceder a esos espacios y las primeras mujeres han abierto espacios para otras mujeres más jóvenes tanto foráneas como locales y están potenciando el uso del río y las cañadas a partir de la realización del *rafting* y del *rappel*. Es aquí donde puedan aparecer como mujeres fuertes y reconocidas por su capacidad de enfrentar el riesgo, a la vez que cuidan de su *staff* y del turista sin que ello suponga algún tipo de cuestionamiento o descalificación. Sin embargo, también se destaca la necesidad de desarrollar estrategias de confrontación para efectivamente equilibrar el uso y acceso de las mujeres en los espacios del turismo de aventura.

Las mujeres como guías de *rafting* y *rappel* son minoría con respecto a los hombres. Con la llegada de más mujeres se generaría una masa crítica para generar acciones de confrontación o reivindicación que repercutieran en un uso más igualitario de los espacios de aventura. También es importante hacer notar la necesidad de educación para sensibilizar en

la temática de género y turismo de aventura como la otra de las acciones que abren el panorama de accesos/ usos de estos espacios.

Dado que este documento se centra en el acceso a los espacios del turismo de aventura por parte de las mujeres, que en su momento no tenían hijos, para futuras investigaciones se recomienda abrir el espectro de estudio a la totalidad de las actividades de la vida cotidiana. Esto con la finalidad de analizar el impacto generado por el trabajo de cuidados del grupo doméstico, particularmente los cambios que pueden generarse como consecuencia de la vida en pareja, el nacimiento de los hijos o el cuidado de adultos mayores, pues son estos momentos los que concentran la mayor carga de este tipo de trabajo en las mujeres y ahondan más las diferencias de acceso/ uso de los espacios.

Referencias bibliográficas

- Adventure Travel Trade Association (ATTA) (2017). *Tracking Women's Leadership in Adventure Travel*. June 2017. [Documento inédito]. Recuperado de: <https://drive.google.com/drive/folders/0B9Y8jn6qG-V83cFVJVVRHaWNuUkk>
- Almeida, E. (2012). Herencia y donación. Prácticas intrafamiliares de transmisión de la tierra: El caso de un ejido veracruzano. *Cuicuilco*, 19(54), 55-79.
- Aitchison, C. y C. Reeves (1998). Gendered (Bed) Spaces: The Culture and Commerce of Women Only Tourism. En C. Aitchison y F. Jordan. *Gender, Space and Identity. Leisure, Culture and Commerce*, Brighton: Leisure Studies Association, 47-68.
- Bondi, L. y J. Davidson (2005). Situating Gender. En L. Nelson y J. Seager (eds). *A Companion to Feminist Geography*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 15-31.
- Booth, D. (2001). From Bikinis to Boardshorts: Wahines and the Paradoxes of Surfing Culture. *Journal of Sport History*, 28(1), 3-22.
- Boylorn, R. (2008) Everyday life. En L. Given (ed.). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods (Vol. 1 and 2)*. Sage Publications: Thousand Oaks, 306-307.

- Castillo, G. (1995). *Ecología del Paisaje del Municipio de Jalcomulco*. Veracruz. Tesis de Maestría. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Documento inédito.
- Castillo, Ondina y U. Morales, Urania (2006). *Reflexiones Desarrollo Local con equidad de género*. El Salvador: PNUD, GTZ y FISDL. Recuperado de: <http://www.urbaed.ungs.edu.ar/download/documentos/PNUD%20%282006%29.pdf>. [24 de marzo del 2013].
- Cater, C. (2006). Playing with Risk? Participant Perceptions of Risk and Management Implications in Adventure Tourism. *Tourism Management*, 27(2), 317-325.
- Clinch, H. y V. Filimonau (2016). Instructors' Perspectives on Risk Management within Adventure Tourism. *Tourism Planning and Development*, 0, 1-20.
- Cloke, Paul y H. Perkins (1998). Cracking the Canyon with the Awesome Foursome: Representations of Adventure Tourism in New Zealand. *Environment and Planning D: Society*, 16, 185-218.
- Comley, C. (2016). "We Have to Establish Our Territory": How Women Surfers "Carve Out" Gendered Spaces Within Surfing, *Sport in Society* 19(8-9), 1289-1298.
- CONAPO (2010). *Índice de Marginación por Entidad Federativa y Municipio 2010*, México: CONAPO. Recuperado de: http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/indices_margina/mf2010/CapitulosPDF/Anexo%20B3.pdf [23 de octubre de 2016]
- Cresswell, T. (2012). Mobilities II: Still. *Progress in Human Geography*, 36(5), 645-653.
- Dashper, K. (2016). Strong, Active Women: (Re)doing Rural Feminity through Equestrian Sport and Leisure. *Ethnography*, 17(3), 350-368.
- Díaz-Carrión, I. (2010). Ecoturismo comunitario y género en la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas (México). *PASOS*, 8(1), 151-165.
- Díaz-Carrión, I. (2012). Género y turismo alternativo: aproximaciones al Empoderamiento. Documento inédito. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/14733/>.
- Díaz-Carrión, I. (2012). Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco (México). *PASOS* 10(5), 531-542.

- Díaz-Carrión, I. (2013) "Nosotras también hacíamos descenso": Rescatando la participación de las mujeres en el descenso de río con fines turísticos y deportivos en Jalcomulco (Veracruz, México). *Journal of Latin American Geography*, 12(2), 151-170.
- Isabel Dyck, I. (2005). Feminist Geography, the 'Everyday', and Local-Global Relations: Hidden Spaces of Place-Making. *The Canadian Geographer*, 49(3), 233-243.
- Doran, A. (2016). Empowerment and Women in Adventure Tourism: A Negotiated Journey. *Journal of Sport and Tourism*, 20 (1), 57-80.
- Fien, J. (1992). Geografía, sociedad y vida cotidiana. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 21, 73-90.
- Fuller, N. (2010). Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición social, economía familiar y relaciones de género. *PA-SOS*, 8(2), 293-304.
- García, I., S. Pompa, y Á. López (2017). Ecoturismo como herramienta para promover el empoderamiento: el caso del Ejido San Francisco en el Área de Protección de Flora y Fauna Sierra de Álvarez, San Luis Potosí. *El Periplo Sustentable*, 37, 00. Recuperado de: <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/view/3572>
- Gibson, C. R. (2009). Human Geography. En Kitchin, R. y N. Thrift (eds.), *International Encyclopedia of Human Geography*. Amsterdam: Elsevier, 218-231.
- Gobierno de Veracruz (GOBVER) (1998). *Enciclopedia Municipal del estado de Veracruz. Jalcomulco*. Xalapa: Gobierno de Veracruz.
- Grueso, L. y L. Arroyo (2007). Las mujeres y la defensa del lugar en las luchas del movimiento negro colombiano". En Harcourt, W. y A. Escobar (coords.). *Las mujeres y las políticas del lugar*. México: PUEG-UNAM, 113-130.
- Harvey, D. (1996). *Justice, nature and the geography of difference*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Hernández, R.; E. Bello; G. Montoya y E. Estrada (2005). Social Adaptation Ecotourism in the Lacandon Forrest. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 610-627.
- Hiernaux, D. (2008). El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del turismo, *GEOUSP-Espaco e Tempo* 23, 177-187.

- Hill, B. J. (1995). A Guide to Adventure Travel. *Parks and Recreation*, 30(9), 56-65.
- INEGI (2009). *Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos. Jalcomulco, Veracruz de Ignacio de la Llave*. México: INEGI. Recuperado de: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/datos-geograficos/30/30088.pdf> [23 de marzo de 2015]
- Kay, J. y S. Laberge (2004) "Mandatory equipment": Women in Adventure Racing. En Wheaton, B. *Understanding Lifestyle Sports: Consumption, Identity and Difference*. Nueva York: Routledge, 154-174.
- Kelly, M. (2008) Evaluation Research. En Given, L. (ed). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods (Vol. 1 and 2)*. Thousand Oaks: Sage Publications, 303-306.
- Knijnik, J., P. Horton y L. Cruz (2010). Rhizomatic Bodies, Gendered Waves: Transitional Feminities in Brazilian Surf. *Sport in Society*, 13(7), 1170-1185.
- Lindón, A. (2011) Cotidianidades territorializadas entre la proxemia y la diastemia: Ritmos espacio-temporales en un contexto de aceleración. *Educación Física y Ciencia*, 13, 15-34. En *Memoria Académica*. Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5224/pr.5224.pdf [27 de junio del 2017]
- Lindón, A. (2006). Geografías de la vida cotidiana. En Lindón, A. y D. Hiernaux (dirs.) *Tratado de Geografía Humana*. Barcelona: Antrophos-Universidad Autónoma Metropolitana, 356-400.
- Lindón, A. (2004). Las huellas de Lefebvre sobre la vida cotidiana. *Veredas*, 8, 39-60.
- Martinoia, R. (2013). Women's Mountaineering and Dissonances within the Mountain Guide Profession. *Journal of Alpine Research. Revue de géographie alpine*, 101(1), 2-10, recuperado de: <http://rga.revues.org/2001> [23 de agosto de 2016].
- Massey, D. (1994). *Space, Place, and Gender*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McDowell, L. (2000). *Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas*. Madrid: Cátedra y Universitat de València-Instituto de la Mujer.
- McKay, T. (2014). The Business of Whitewater Rafting in South Africa, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1). Recuperado de:

http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_5_vol_4_1_jan-june_2015.pdf [17 de agosto del 2016]

- Olive, R., L. McCuaig y P. Murray (2015). Women's Recreational Surfing: A Patronising Experience. *Sport, Education and Society*, 20(2), 258-276.
- Pomfret, G. y A. Doran (2015). Gender and Mountaineering Tourism. En Ghazali, M., J. Higham y A. Thompson-Carr (eds). *Mountaineering Tourism*. Oxon: Routledge, 138-155.
- Sabaté, A., J. Rodríguez y M. Díaz (1995). *Mujeres, espacio y sociedad. Hacia una Geografía del Género*. Madrid: Síntesis.
- SEFIPLAN (s. f). *Sistema de Información Municipal. Cuadernillos Municipales 2016. Jalcomulco*, Recuperado de: <http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2016/05/Jalcomulco.pdf> [17 de noviembre de 2016].
- Sisjord, M. (2013). Women's Snowboarding –Some Experiences and Perceptions of Competition. *Leisure Studies*, 32(5), 507-523.
- Stoddart, M. (2010). Constructing Masculinized Sportscares: Skiing, Gender and Nature in British Columbia, Canada. *International Review for the Sociology of Sport*, 46(1), 108-124.
- Waite, G. (2008). Killing Waves": Surfing, Space and Gender. *Social and Cultural Geography*, 9(1), 75-94.
- XOLA (2009). *Adventure Travel Assessment Report*. Recuperado de: <http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/publicacionesexternas/DIAGNOSTICODETURISMOAVENTURA.pdf>. [20 de octubre de 2016].

Fuentes directas

- Entrevistada núm. 1: Guía de *rafting* y *rappel*.
- Entrevistada núm. 2: Guía de *rafting* y *rappel* y Empresaria.
- Entrevistada núm 3: Guía de *rafting*.
- Entrevistada núm. 4: Guía de *rafting*.
- Entrevistada núm. 5: Guía de *rafting* y *rappel*.
- Entrevistada núm. 6: Guía de *rappel*.

Entrevistada núm. 7: Guía de *rappel*.
Entrevistada núm. 8: Guía de *rappel*.
Entrevistada núm. 9: Guía de *rappel*.
Entrevistada núm. 10: Guía de *rafting* y *rappel*.
Entrevistada núm. 11: Guía de *rafting* y *rappel*.
Entrevistada núm. 14: Aprendiz de *rafting*.
Entrevistada núm. 16: Co propietaria de empresa.
Entrevistada núm. 17: Socia de empresa.
Entrevistado núm. 1: Guía de *rafting* y *rappel*.
Entrevistado núm. 2: Guía de *rafting*.
Entrevistado núm. 3: Guía de *rafting*.
Entrevistado núm. 4: Guía de *rafting* y *rappel*.
Entrevistado núm. 5: Guía de *rafting* y *rappel*.
Entrevistado núm. 6: Guía de *rafting*.
Entrevistado núm. 9: Empresario.
Entrevistado núm. 11: Empresario.

Turismo rural y género: ¿mitos o realidades?*

*Rosana Montequin Reboledo*¹

Introducción

Al turismo rural se le han atribuido efectos positivos para los pobladores rurales, al generar ingresos complementarios que contribuyen a que permanezcan en su tierra, favoreciendo la conservación y revalorización de su patrimonio e identidad. Algunos de los trabajos actuales sostienen que beneficia principalmente a mujeres y jóvenes de ese medio, al generarse oportunidades de empleo e ingresos que las actividades típicamente agroproductivas no les ofrecen. Sin embargo, no se estaría analizando el tipo de empleo logrados por las mujeres rurales en los emprendimientos agroturísticos, así como el impacto de tales actividades en sus relaciones de género con la familia, con la comunidad y cómo repercute en su forma y en su calidad de vida. Este trabajo pretende avanzar en ese aspecto al proponerse visibilizar y reconocer cómo el agroturismo contribuye en el empoderamiento de las mujeres rurales de los departamentos de Lavalleja, Maldonado, Rocha y Treinta y Tres en Uruguay².

Las mujeres dedicadas a actividades agroturísticas están más proclives al proceso de empoderamiento, a pesar de que aún haya la división tradicional de trabajo. De esta forma, por medio del agroturismo, ellas dan un nuevo uso al capital ya invertido en los establecimientos, lo cual lograría revalorizar la cultura rural y sus roles, generalmente empañados por los estereotipos socioculturales que las invisibilizan como mujeres con poder, tomadoras de decisión y agentes de negociación tanto en sus familias como en su comunidad. En esta investigación, se exploró la incidencia del agroturismo en el empoderamiento de las mujeres rurales que se desempeñan en los establecimientos agroturísticos de los departamentos uru-

* Nota del editor: La ausencia de claridad en el Mapa 1 es imprevisión de origen.

¹ Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad de la República, Uruguay.

² Uruguay se encuentra dividido políticamente en 19 administraciones departamentales.

guayos ya mencionados. Se propuso identificar las motivaciones de las mujeres a trabajar en esta actividad; conocer su rol en sus familias y en la comunidad; indagar cómo el agroturismo contribuye al bienestar de las mujeres rurales y su desarrollo personal, conocer el significado esta actividad y cómo se canaliza en sus proyectos de vida; y examinar cómo el trabajo de las mujeres en los establecimientos agroturísticos incide en su autonomía económica, en la toma de decisiones, en la participación que ellas tienen en su familia y en su comunidad, es decir, de qué forma contribuye en su empoderamiento. Se pretende avanzar en ese aspecto al proponerse visibilizar y reconocer la contribución del agroturismo en el empoderamiento de las mujeres rurales. También, contribuir a la reflexión sobre las estrategias que se podrían implementar para que las mujeres rurales sean reconocidas como sujetos protagonistas en su desarrollo.

La importancia de considerar en la investigación académica la dimensión de género y de empoderamiento en particular, se entiende como una innovación. Hasta el momento no se ha abordado en los trabajos de investigación académica el género en el turismo, y menos aún en el turismo rural de nuestro país. De esta manera, se logra evidenciar otra invisibilidad, la turística, sumada a la de ser mujer y ser rural. Poner estos temas en discusión, arroja luz sobre una realidad muy poco conocida, lo que contribuye a analizar ciertos prejuicios que van en detrimento del desarrollo social.

Marco conceptual

Concepto de género

El género es una construcción social, la cual se define a partir de la concepción hegemónica de un mundo masculinizado donde el varón se ubica en un espacio de poder, relegando a la mujer a una posición de subordinación. Como afirman algunos autores (Aguirre, 1998; Vitelli, 2007 y 2010), este enfoque visibiliza a las mujeres como sujeto de investigación social, pero además es una categoría analítica para la lectura de los fenómenos sociales, lo que supone la transversalidad de la problemática, en todas las áreas de

interacción social. Mientras el sexo es una categoría biológica, el género es social, una atribución cultural de lo considerado apropiado para cada sexo en una sociedad, incluyendo valores, roles y comportamientos. De esta forma, se hace referencia a la construcción social del hecho de ser mujer o varón, su interrelación y sus diferentes relaciones de poder (Aguirre, 1998).

La asignación de funciones y responsabilidades distintas entre mujeres y varones determina formas de acceder a los recursos materiales e inmateriales. La naturalización de las desigualdades de género hace que ellas hayan interiorizado normas y valores que legitiman y normalizan su falta de voz y derechos, así como la posición subordinada que ocupan en la sociedad (Aguirre, 1989; Vitelli, 2007). El abordaje de género permite describir las características de una población, identificando actividades, responsabilidades, oportunidades y limitaciones que afectan a las personas. Mujeres y varones realizan tareas diferenciadas socialmente y tienen acceso diferencial a los recursos y a su control.

Empoderamiento: definición y enfoque de análisis

Existe consenso entre varias autoras (Stromquist, 1997; Deere y León, 2002; Martínez, 2005; Urriola, 2006; PNUD, 2010) de que el empoderamiento no es un proceso lineal, donde una persona o grupo puede empoderarse en algunos aspectos, pero no en todos. El empoderamiento debería ser autogenerado: es posible ayudar a otras personas a hacer algo, pero no empoderarlas. Se puede entender al empoderamiento como al conjunto de procesos psicológicos que cuando se desarrollan, capacitan al individuo o al grupo para actuar e interactuar con su entorno, de tal forma que incrementa su acceso al poder y a su uso. Este no se identifica en términos de dominación y de ganar poder sobre otros, sino como el poder para: identificar sus intereses y transformar las relaciones, estructuras e instituciones que constriñen y perpetúan su subordinación. Implica movilización. “Si le das poder a alguien, se lo puedes quitar: es sólo si toman el poder por ellas mismas que les pertenece” (Batliwala citado en Zapata, 2005).

El primer paso del proceso de empoderamiento pasa por incrementar la autoestima y tomar conciencia sobre los derechos, capacidades e intereses y cómo estos últimos se relacionan con los intereses de otras personas. Lo que permitirá al individuo percibirse a sí mismo como apto para ocupar los espacios de toma de decisión (Urriola, 2006).

Empoderarse significa que algunas personas adquieren el control sobre sus vidas, logran la habilidad de hacer cosas y de definir sus propias agendas. Sin embargo, este concepto se emplea como sustituto de integración, participación, autonomía, identidad, desarrollo, planeación y no siempre referido a su origen emancipador (León, 2001). La autora entiende que una de las contradicciones en el empleo de este concepto está en el empoderamiento individual y el colectivo.

El enfoque individual circunscribe el sentido conferido por los individuos al dominio, al control individual y personal. Esta visión individualista, de sujetos independientes y autónomos, desconoce las relaciones entre las estructuras de poder y las prácticas de la vida diaria. Entonces, se entiende que si el empoderamiento no está conectado con el contexto, y su relación con acciones colectivas dentro de un proceso político, se convierte en una mera ilusión. El empoderamiento requiere tanto del cambio individual como de la acción colectiva (León, 2001; Urriola, 2006). Una de las principales corrientes en el desarrollo del concepto proviene de las economistas feministas que se concentraron en la autonomía económica y cómo se relaciona con la negociación relativa de hombres y mujeres en el hogar, la comunidad y la sociedad. El enfoque de negociación inspirado en la crítica feminista al modelo neoclásico de la familia unitaria, versa en que el hogar es considerado una unidad, no diferenciada de consumo y producción, en el que se comparten los recursos y los ingresos, los que se suponen son repartidos por el jefe del hogar altruistamente, ya que representa los gustos y preferencias de la familia y procura maximizar la utilidad de todos los miembros del hogar (Deere y León, 2002). Fraser (1997) cuestiona estos supuestos y retoma los argumentos de Adam Smith para referirse a que

los actores económicos racionales buscan elevar al máximo sus propios intereses. De tal modo, la autora cuestiona la existencia del altruismo en el seno familiar, más cuando la realidad evidencia que los hogares están impregnados de desigualdades entre sus miembros y que no todos acceden a los mismos recursos en cantidad y valor. En consecuencia, existe la necesidad de reconceptualizar la separación entre el ámbito público y el privado. La desigualdad social conduce además a la desigualdad política. Por ello, Deere y León (2002) entienden a la negociación como elemento clave en el empoderamiento, definido por un rango de factores, especialmente la posición de resguardo de la persona y el grado en que sus reclamos se consideran social y legalmente legítimos. De esta forma, el acceso a la propiedad es una condición para tener la posibilidad de negociar, ya sea dentro de la familia, la comunidad o la sociedad. Stromquist (1997) pone el acento en el componente económico, en el sentido de la independencia, sin contemplar el acceso a la propiedad.

El enfoque que se entendió adecuado para esta investigación es el propuesto por Rowlands (1994) para quien el empoderamiento condiciona la experiencia de las mujeres, frente a la opresión en su abuso y en su emancipación. Las relaciones de poder pueden significar dominación como desafío y resistencia a las fuentes de poder existentes, o servir para tener control sobre ellas. La autora identifica cuatro clases de poder. El *poder sobre* es uno de suma cero, el aumento de poder en una persona implica la pérdida de éste en otra. Es el más familiar, representa la habilidad de una persona para hacer que otras actúen en contra de sus deseos, por lo que suele manifestarse en la toma de decisiones, en conflictos abiertos u observables, pero también en procesos en los que ellos se suprimen, con el fin de evitar su discusión abierta. El poder está del lado de quien se impone en la decisión. Puede llegar a expresarse con violencia o fuerza, o tomar la forma de omitir u otorgar recursos para lograr lo deseado. El *poder para* refiere a los cambios por medio de una persona o grupo que estimulan la actividad en otros e incrementa su ánimo. Es un poder generativo, que permite compartir poder y favorece al apoyo mutuo. Es importante que se

logre construir individual o colectivamente la propia agenda, de esta forma se desarrollan las habilidades de negociación, comunicación, obtención de apoyo, defensa de derechos y dignidad. Se refiere a la capacidad interpersonal en la toma de decisiones.

El *poder con* es cuando un grupo presenta soluciones compartidas a sus problemas, permitiendo que todas las potencialidades se expresen en la construcción de una agenda colectiva, que también se asume individualmente. Sirve para confirmar que el todo es superior a la suma de sus partes. La dimensión colectiva refiere a sumar esfuerzos individuales con el objetivo de lograr un mayor impacto en un fin perseguido, desde un enfoque cooperativo que se desarrolla en el marco de una organización y puede abarcar desde el ámbito local hasta el global. El *poder desde dentro o poder del interior* representa la generación de fuerzas desde el interior de uno mismo y se relaciona con la autoestima. Se manifiesta en la habilidad para resistir el poder de otros al rechazar demandas no deseadas. Así se desarrolla la confianza en sí misma y las capacidades individuales para superar la opresión internalizada por las mujeres. Solo cuando las mujeres pueden “conocer” otras maneras de ser y participar, se construye un poder desde dentro, pero este tiene que surgir desde el propio ser (Urriola, 2006).

División sexual del trabajo

La división sexual del trabajo tiene dos principios: separación y jerarquía (Brumer, citado en Deus, González, Malán y Peluso, 2014). Para la primera, se hace referencia a la asignación diferencial de tareas de acuerdo con el sexo, la clásica división entre trabajo remunerado y no remunerado, mientras que la jerarquía refiere a la ponderación de las actividades siguiendo una escala que asigna mayor valor a las tareas realizadas por los varones. La combinación de ambas dimensiones cumple un rol fundamental para analizar las oportunidades que varones y mujeres tienen en el acceso a recursos materiales y sociales. A partir de la división sexual del trabajo se estereoti-

pan roles que colocan a los varones en prácticas más vinculadas al acceso a recursos, a la participación en espacios públicos y a la toma de decisiones.

Hay una tendencia a delimitar quién hace qué y en qué espacios, a partir de prescripciones de género. Según sean varones o mujeres realizan unas tareas y no otras. Habitualmente las tareas que corresponden a la unidad productiva y las tareas de campo exigen atributos de esfuerzo físico o técnicas que son adjudicadas a los varones y, en consecuencia, se asocian culturalmente a lo masculino. Además parece haber una connotación masculina en las decisiones. Brumer, citado en Deus *et al.* (2014), considera que la posición de subordinación de las mujeres con respecto a los varones se debe a que se dedican a tareas valoradas más leves y rutinarias. Pero el carácter de pesado o leve es determinado culturalmente. Se asocia con la valoración atribuida al trabajo de las mujeres y niños en la unidad productiva, en una subordinación que ocupa en la jerarquía familiar.

Algunos autores (Deere y León, 2002; Chiappe, Carámbula y Fernández, 2008) entienden que en las mujeres rurales se da una doble forma de dominación: el *sistema económico* y el *subsistema económico familiar*. El primero por la dificultad de tener acceso a la propiedad y el segundo por la invisibilidad del trabajo femenino en el seno del hogar. La invisibilidad del trabajo de la mujer se debe a que las fronteras entre lo productivo y reproductivo, entre lo doméstico y predial no son precisas (Chiappe, Carámbula y Fernández, 2008). El trabajo de las mujeres permanece invisible porque generalmente se realiza al interior de los establecimientos.

Batthyany (2011) reconceptualiza la noción de trabajo como trabajo productivo mercantil, remunerado. El análisis de género rompe con esa identidad, al incorporar al trabajo doméstico no remunerado, realizado en la esfera de lo privado, como una dimensión de trabajo necesaria para la producción de la sociedad. La inclusión de la dimensión del trabajo doméstico tiene que ver con una redefinición de las relaciones sociales que sustentan su exclusión. Los análisis de género consideran que lo que hace

invisible al trabajo doméstico es el hecho de ser realizado en el ámbito del hogar, sujeto a las relaciones sociales que son la familia y lo privado.

Género y acceso a la tierra

Disponer de la tierra ha sido factor de poder. Los varones tienen autonomía para decidir sobre sus propias vidas y comunidad. Estudios realizados en América Latina evidencian que la tierra es un eje de inclusión/exclusión. La inequidad en el acceso a ella constituye una de las principales causas de desigualdad económica y social entre hombres y mujeres en las áreas rurales (Deus *et al.*, 2014). Para analizar la vinculación diferencial existente entre varones y mujeres con la tierra no es suficiente cuantificar su tenencia y estudiar las vías para su acceso, sino considerar el uso y el grado de control que hombres y mujeres tienen sobre sus producciones.

Las desigualdades de género en la distribución de la propiedad de la tierra se deben a preferencias masculinas en la herencia, privilegios masculinos en el matrimonio, sesgo de género en los programas estatales para su distribución y en la participación en el mercado de tierras, donde es menos probable que compre la mujer (Deere y León, 2002). De esta forma se entiende que el derecho a la tierra se asocia con un incremento en el poder de negociación de la mujer en el hogar y en la comunidad, con el ejercicio de la autonomía económica, factores que contribuyen a su bienestar y al de sus hijos, así como en los procesos de toma de decisiones políticas, económicas, sociales, culturales, que le afectan directa o indirectamente.

Nueva ruralidad

A comienzo de 1990 en el ámbito académico de los países latinoamericanos comenzó a utilizarse el concepto de nueva ruralidad para investigar las relaciones entre los procesos globales y los territoriales. Por su parte Llambi y Pérez (2007) entienden que la nueva ruralidad busca identificar nuevos fenómenos y procesos del mundo rural. La ruralidad es una cons-

trucción social que depende del contexto social y temporal del cual surja. La imagen sobre lo agrario y rural debe ser construida teniendo en cuenta la diversidad y heterogeneidad, la multiplicidad de agentes y formas organizativas. Las dimensiones de diversidad, multiplicidad de ocupaciones y situaciones, promueve que solo alguna de ellas aparezca ligada a las actividades agropecuarias. Las transformaciones que han sufrido estos territorios se manifiesta en el incremento de las actividades no agrarias y en los servicios que se prestan en los espacios rurales (Kay, 2009).

Desde la sociología rural, el concepto de ruralidad ha estado asociado a tres fenómenos: 1) baja densidad demográfica; 2) predominio de la agricultura en la estructura productiva en una localidad; 3) rasgos culturales diferentes a los que caracterizan a la población de las grandes ciudades. Sin embargo, no existe consenso entre los académicos sobre lo que es la ruralidad, así como tampoco desde el punto de vista operacional, no hay estándares internacionales para definirle (Llambi y Pérez, 2007).

La discusión de la nueva ruralidad no constituye una dicotomía entre lo rural y lo urbano. La idea de rural no es equivalente únicamente a lo agrícola, sino que desde una visión territorial, abarca poblaciones que desarrollan actividades que confluyen entre sí, con interdependencia entre lo rural y lo urbano (Osorio, 2011).

La pluriactividad

Se relaciona con la posibilidad de combinar actividades agrícolas y no agrícolas dentro de un determinado contexto social y económico, donde las múltiples ocupaciones dependen de un conjunto de variables y factores relacionados con la dinámica de la familia y de los individuos que la componen. Por ello, el espacio debería ser percibido más allá de la producción agrícola. De esta forma la interacción de actividades agrícolas (producción de materia prima, alimentos, fibras), para-agrícolas (transformación y procesamiento de la producción agrícola) y no agrícolas (de otras ramas y sectores económicos) es consecuencia de la pluriactividad (Schneider, 2009).

A partir de sus investigaciones, Bendini, Murmis y Tsakoumagkos (2009) consideran que la pluriactividad es una propuesta que va más allá de quienes necesitan un ingreso extra o vinculada a trabajadores de nivel más bajo, se puede interpretar como un recurso que cumple diversas funciones y depende más de quienes la practican. La diversidad que ha encontrado en el uso de esta estrategia está relacionada con: 1) el nivel económico; 2) factores como la organización social del trabajo y 3) el nivel social, que muestran la existencia de distintos comportamientos pluriactivos. Los autores han identificado a sujetos que iniciaron la práctica de otras actividades fuera de la explotación, para acceder a otros ingresos en momentos de crisis, pero también se han dado casos en los que los sujetos eligen ampliar sus actividades en momentos favorables.

Turismo: la forma de ocio más valorada por los consumidores contemporáneos

Diferentes autores han evidenciado el cambio en el gusto de los turistas. El turista del tradicional modelo sol y playa comienza a buscar nuevas propuestas y destinos, así como actividades que le faciliten el contacto y conocimiento de la cultura del territorio visitado. Los recursos culturales son testigos de la historia, del presente de la cultura oral y material de los pueblos, lo que son transformados en atractivos turísticos de interés para un segmento que busca otros valores como la vida sencilla, las costumbres más tradicionales, los estilos de vida de los lugares pequeños, la autenticidad, así como un creciente interés por el arte y la cultura popular (Montequin, 2014).

El turista actual viaja a un lugar para hacer algo. Estamos frente a una forma de consumo turístico denominada como economía o sociedad de la experiencia: “el turista busca sentir de tal manera que se desplaza a lugares donde experimentar vivencias” (Ávila y Barrado; 2005:31). Esto requiere ir más allá del concepto de producto turístico al de destino, definiendo este último como: “un conjunto de realidades geográficas, históricas, socioculturales y productivas por las que merecen la pena salir de casa” (32).

Cohen, citado en Urry (2004) identifica una diversidad de tipos de turistas o modelos de experiencias que él denomina "experiencial", que no depende de los tradicionales servicios turísticos convencionales, sino de la existencia de espacios que permiten que muchas personas accedan a lugares que de otro modo no lo harían, tomando contacto con lugares "extraños" o lo que denomina "pseudoeventos". El turista experiencial está motivado por esa experiencia que le permitirá vivenciar, ser testigo y protagonista de ese "trozo" de autenticidad.

Turismo rural

Para realizar el abordaje conceptual de turismo rural, se entiende necesario comenzar con una distinción entre turismo en el espacio rural de turismo rural, planteada por Pessôa (2010), quien propone considerar la óptica regional, ya que las definiciones originarias de turismo rural provienen de Europa, donde no se establece tal distinción.

El turismo rural es el ámbito en el que se desenvuelve la actividad, incluyendo el contacto con la población local y el respeto por la naturaleza, por ello: "Un concepto fundamental a la hora de definir el turismo rural, desde la perspectiva del desarrollo rural, es que los servicios ofrecidos por productores agropecuarios enriquecen y cargan autenticidad al producto" (Barrera; 2006:73).

En el espacio rural se pueden desarrollar multiplicidad de propuestas turísticas, no todas vinculadas directamente a las actividades agropecuarias. Si se toma como marco el espacio rural, se puede identificar las siguientes opciones: agroturismo, ecoturismo, aventura, cinegético, deportivo, enológico, cultural y comunitario (Barrera, 2006). Para los intereses de este trabajo, solo se desarrollará el primer concepto.

Agroturismo

En el turismo rural tiene lugar una gran diversidad de propuestas y el agroturismo es una de ellas. Para Chiappe y Carámbula (2014) esta actividad

es una de las manifestaciones de los territorios rurales y de las nuevas funcionalidades de la ruralidad, cuando: 1) se atiende las necesidades de las poblaciones rurales; 2) se contribuye a resolver las necesidades de las poblaciones locales y 3) ayuda a la conservación de los ambientes. Estos autores indican que el turismo rural está necesariamente vinculado a las características y actividades del sector agropecuario. El cambio conceptual de la nueva ruralidad obliga a redefinir el agroturismo, vinculado con las nuevas prácticas rurales. De esta forma, el medio rural constituye un soporte adecuado de las actividades recreacionales, donde tienen lugar otras complementarias a la tradicional agropecuaria (agricultura, ganadería, forestación, etc.). Estas modalidades de producción y uso de los recursos naturales, son determinantes para disponer de un entorno atractivo para el visitante.

Se entenderá por agroturismo al conjunto de las prácticas de ocio y recreativas que realizan los visitantes, en los establecimientos que se encuentran en el medio rural, con una gestión de producción familiar o empresarial agropecuaria, y donde los ingresos percibidos por la actividad turística, son complementarios a las otras actividades agropecuarias, para-agropecuarias y no agropecuarias que tengan lugar en el predio. Se le ofrece al visitante la posibilidad de realizar y vivenciar las actividades típicas de la vida y cultura rural. Es imprescindible el intercambio entre ellos y la familia rural. Esta última es quien presta los servicios turísticos que se ofrezcan en el establecimiento (alojamiento, alimentación, visitas, etc.).

Metodología

Diseño de investigación

En esta investigación se aplicó un diseño no experimental transeccional. La información fue recogida en una sola instancia en los establecimientos agroturísticos de los departamentos de Lavalleja, Maldonado, Rocha y Treinta y Tres de Uruguay, durante los meses de febrero y marzo de 2015. Este diseño tiene como propósito describir variables y analizar su inciden-

cia e interrelación en un momento dado. Diseños transeccionales correlaciones-causales describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, que pueden limitarse a establecer relaciones entre variables, sin precisar sentido de causalidad o pretender analizar relaciones causales. En ocasiones describen relaciones en uno o más grupos o subgrupos. Primero se identifica las variables incluidas en la investigación, para luego establecer las relaciones entre ellas (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

Técnicas de investigación

Se realizó el análisis documental a partir de libros y artículos de revistas científicas, que abordaran la temática central de estudio y los subtemas relacionados. Para el trabajo de campo se utilizó como herramienta de relevamiento la entrevista semiestructurada. La que consiste en una guía de asuntos o preguntas preestablecidas, a la cual se introducen preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (2006). Se entrevistaron a 15 mujeres de cuatro departamentos de Uruguay: tres en Lavalleja, tres en Maldonado, seis en Rocha y tres en Treinta y Tres, con las que se buscó una visión más general de la situación de las mujeres rurales en los departamentos de estudio.

La primera definición de la unidad de análisis fue considerar a titulares o familiares de los establecimientos de agroturismo en situación de formalidad. La segunda fue seleccionar solo los establecimientos en los que hubiera mujeres que trabajaran en esa actividad, como titulares o familiares, sin considerar a empleadas, al no ser tomadoras de decisión o de participar de ellas. Las entrevistas fueron realizadas cara a cara en los establecimientos en los que se desarrollaba la actividad agroturísticas, ello significó ir a terreno y recorrer 4.500 kilómetros de carretera.

También se realizaron entrevistas a referentes territoriales de AMRU (Asociación de Mujeres Rurales) y a una técnica de la Comisión de Género, de

Mapa 1. Localización de los establecimientos agroturísticos entrevistados, 2015



Fuente: Elaboración propia (2015). En este mapa, se observa la localización de los establecimientos que efectivamente fueron relevados. Los ubicados en Maldonado y Rocha se concentran sobre la franja costera del océano Atlántico, los de Lavalleja presentan una mayor dispersión en el departamento, mientras que los de Treinta y Tres se ubican en las inmediaciones de la Quebrada de los Cuervos, Área Natural Protegida, que pertenece al Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Uruguay (SNAP).

la Dirección General de Desarrollo Rural del Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca. En estos dos casos se realizaron entrevistas abiertas para tener mayor flexibilidad (Hernández, Fernández y Baptista, 2006), para conocer las perspectivas y acciones de género, desde ambas instituciones.

Resultados y discusión

Caracterización de las mujeres que trabajan en agroturismo en Lavalleja, Maldonado, Rocha y Treinta y Tres de Uruguay. El significado de los ingresos del agroturismo: uso y destino

El rango de edad de las mujeres entrevistadas va de los 33 a los 71 años; la mayoría de ellas tienen hijos y están casadas, con educación terciaria: formación técnica, terciaria, terciaria universitaria y posgrado, una pequeña minoría tienen educación primaria o culminó el ciclo básico. En este sentido, se destaca el alto nivel educativo de la población estudiada.

Los datos obtenidos de las entrevistadas confirman la dificultad que tienen las mujeres para acceder a la propiedad de la tierra. Menos de la mitad de ellas son copropietarias con sus esposos, o son propietarias: por herencia y en el caso de compra, la mujer es extranjera. La otra mitad los propietarios son sus esposos o sus padres.

Considerando la conceptualización de pluriactividad de Bendini *et al.* (2009), se observa en los casos relevados, que el agroturismo ha sido un medio para hacer frente al deterioro económico, mientras que para la mayoría, una fuente para complementar ingresos. Retomando los conceptos expresados en el marco conceptual, el agroturismo se presenta en los diferentes niveles socio económicos, como alternativa y estrategia para obtener ingresos y resolver las necesidades económicas de las familias (Chiappe, 2005).

El significado económico del agroturismo

La mayoría de las informantes conocen lo que representan los ingresos percibidos por agroturismo, ya sea en los casos en que otros miembros del hogar generan ingresos o en aquellos en que el agroturismo es una de sus unidades de negocio, que va entre el 25 y el 50%, mientras que para otras, entre 70 y 100%. En este último grupo, el agroturismo es la fuente principal

de los ingresos, como declaró una de las entrevistadas, que le permitió que sus hijos estudiaran y contaran con un oficio. Las informantes que no tienen conocimiento de cuanto representa el agroturismo en el ingreso total, carecen de un procedimiento que registre la contabilidad del negocio. En este grupo, las mujeres se ubican como colaboradoras de sus cónyuges y declaran el agroturismo como una actividad complementaria. Sin embargo, es una valoración subjetiva, porque desconocen su peso económico real.

Otro grupo de mujeres tiene una visión muy empresarial del agroturismo. Y lo entienden como “una pata” entre sus otras empresas. Lo visualizan como un proyecto a profundizar y que deberá generar mayores beneficios, una vez que se hayan retirado de sus otras actividades y se asienten definitivamente en el medio rural.

Toma de decisión y destinos de los ingresos generados por el agroturismo

Se les consultó a las entrevistadas cómo se tomaban las decisiones de los ingresos percibidos por el agroturismo. Las respuestas obtenidas fueron las siguientes: 1) en los casos en que las mujeres declaran que los ingresos son complementarios, en la amplia mayoría, eran ellas las que decidían, a lo que agregaban que era muy bajo, un complemento; cuando la actividad es “residual” la mujer tiene más autonomía sobre el ingreso generado por esta actividad; 2) cuando el agroturismo es una fuente significativa o principal de los ingresos familiares, las decisiones de su destino se toman con la pareja y por consenso.

Ante la pregunta de cuál era el destino de los ingresos generados por el agroturismo, la totalidad de las informantes declaró utilizarlo principalmente al mantenimiento de la casa y de las instalaciones, una minoría ha empleado parte de ellos en la compra de inmuebles, bienes de capital, viajes o regalos para su familia. Las respuestas obtenidas reafirman lo expresado en el marco conceptual, que en unidades de producción familiar donde ambos cónyuges participan en las tareas productivas, es el hombre quien generalmente

realiza el trabajo productivo, mientras la mujer el reproductivo. Se asume que es el hombre a quien le corresponde tomar las decisiones, controlar y ser responsable de la producción, mientras a la mujer le atañe lo doméstico (Campillo citado en Chiappe, 2005).

División sexual del trabajo: “La que menos lava los platos soy yo”

Para conocer los roles de las mujeres entrevistadas tanto en las actividades agroturísticas, como en las agropecuarias, se les solicitó que definieran las tareas que cada una de ellas realizaban, asimismo cuáles realizaban sus parejas u otros miembros del grupo familiar con los que comparten ambas actividades, en el caso de que ello así fuera. La necesidad de que las mujeres lo explicitaran fue una decisión metodológica, para visualizar otras tareas, que tradicionalmente no son considerarlas productivas y carentes de valor.

Los roles de las mujeres en el agroturismo

El agroturismo puede ser un medio para que las mujeres rurales den un nuevo uso al capital invertido en sus establecimientos, revaloricen su cultura rural, pero además y fundamentalmente valoren los roles que ellas desempeñan, lo que contribuye a fortalecer su autoestima. En general, las actividades realizadas, están empañadas por los estereotipos socioculturales que las invisibilizan como mujeres con poder, como tomadoras de decisión y con capacidad de negociar con sus familias, como en su comunidad.

Ante la pregunta sobre cuáles son los roles que las entrevistadas desempeñan en el agroturismo, a excepción de dos casos, la mayoría respondió que eran ellas las que se dedican a las tareas correspondientes al gerenciamiento, como: coordinación, planificación, comercialización, búsqueda de clientes, ventas, sistema de reservas y la comunicación de la empresa.

En uno de los casos, la toma de decisiones concernientes a la empresa agroturística, corresponden al grupo familiar, ella no es la única que toma

las decisiones, sino que es un miembro más del grupo familiar con voz y voto. Todos llevan propuestas que se presentan en una asamblea y las decisiones se toman por mayoría. En el otro caso la mujer no participa de las decisiones empresariales del agroturismo, la informante identificó con claridad los roles del resto del grupo familiar, pero no así el de ella, quien se define como comodín.

Algunas de las mujeres que llevan adelante sus emprendimientos agroturísticos han resuelto sus obligaciones familiares. Sus hijos han dejado el hogar y/o están estudiando alguna carrera. Y si las mujeres aún tienen hijos a cargo y trabajan en agroturismo (además de contar con otro empleo), tienen el costo del reproche familiar, por no estar en el hogar, lo que ellas entienden es su responsabilidad.

En la casi totalidad de las mujeres entrevistadas la definición de los roles sigue el patrón tradicional, menos en uno en el que se identificó una excepción, la informante declaró que ella es quien toma las decisiones a nivel empresarial en el agroturismo, como en la agropecuaria, además manifestó que en su hogar hay igualdad de roles entre ella y su pareja, y que ambos se encargan por igual de las tareas reproductivas. En este caso ella es la propietaria de la tierra, es extranjera, no tiene hijos y tiene educación superior. En casi la mitad de los casos, las informantes cuentan con personal a cargo, para las tareas domésticas, que son mujeres contratadas para esos menesteres.

Las mujeres que realizan las tareas vinculadas al gerenciamiento son quienes también se encargan de las tareas reproductivas, en mayor proporción la cocina y en segundo lugar la limpieza. Además mencionaron atender a los visitantes, acompañarlos durante su estadía, así como también encargarse de la huerta y de las plantas. Pero también son las que se dedican a todas las tareas necesarias para la prestación de los servicios turísticos. Es decir, que hay una duplicación de las tareas reproductivas, al sumarse las que ya realizan en el seno familiar. A pesar de esto último, el agroturismo es una

actividad que les posibilita llevar adelante decisiones, y desempeñar un rol de gerenciamiento de sus empresas. Es por ello que se definen como empresarias, al vincularse con otros empresarios, intermediarios y clientes. Se puede entender que el agroturismo contribuye en el “poder para”, porque ellas logran construir su propia agenda, desarrollan habilidades de negociación, comunicación y apoyo, así como su capacidad interpersonal en la toma de decisiones (Rowlands, 1994).

En la mitad de los casos los hombres (sus parejas) son los que se dedican al mantenimiento de las instalaciones y de la casa donde tiene lugar la actividad agroturística. Cuatro de ellos además realizan las cabalgatas con los visitantes y son los responsables de los recorridos de interpretación de la naturaleza, así como de las explicaciones vinculadas a la actividad agropecuaria, que tiene lugar en el establecimiento. En otros casos, tanto él como ella, son quienes realizan el mantenimiento de las instalaciones, y solo una de las informantes es quien lleva adelante esta tarea. Un tercio de las mujeres contrata empleados para dicho fines.

Los roles de las mujeres en la actividad agropecuaria

La vinculación que tienen las mujeres con la actividad agropecuaria es muy diversa, en algunos casos ellas no están vinculadas y hasta pueden desconocer la situación de esa unidad de negocio. Cuando la actividad agropecuaria es familiar, la mujer participa de las decisiones que se requieran. Pero su vinculación no es directa. A modo ilustrativo la mitad de las entrevistadas afirmaron que prefieren que sean sus parejas las que se encarguen de la actividad agropecuaria, haciendo énfasis en que son ellos los que más saben del tema.

Por otra parte, la mujer que trabaja en la actividad agropecuaria, cuando lo referencia, se define como “colaboradora”. Sin embargo, al solicitarles que explicitaran qué tareas realizaban específicamente, referenciaron las mismas que sus parejas o el resto del grupo familiar. Esto refuerza el

estigma del poco valor que tiene el trabajo de las mujeres, a pesar de realizar las mismas tareas que los otros. La valoración que ellas hacen de su trabajo es menor al del hombre, ubicando su participación en un lugar de colaboración.

Hay un grupo de mujeres que tienen un rol muy protagónico en la actividad agropecuaria, al declarar que realizan las mismas tareas que sus parejas. Cuando la mujer está sola, porque es viuda o soltera, se encarga de todas las tareas. Son mujeres que se capacitaron en la actividad agropecuaria, o se asesoran con técnicos para la toma de las decisiones. Estos casos a los que se hace referencia, son mujeres que cuentan con formación en gestión de empresas, por lo que se encargan del gerenciamiento del agroturismo y de la agropecuaria.

Bienestar social y desarrollo humano: el beneficio de trabajar en agroturismo. “La ventana al mundo”

Existen múltiples razones del porqué las mujeres se dedican al agroturismo, las entrevistadas respondieron sobre las motivaciones que las llevaron a dedicarse a esta actividad, las que se pueden agrupar en cinco subcategorías:

1. Dedicarse al agroturismo como proyecto de vida:
 - 1.1. Contar con un proyecto para cuando estén jubiladas. Para ellas el turismo es un trabajo valorado muy positivamente, por permitirles continuar en actividad, sentirse útiles, sinónimo de bienestar. Ello les posibilita desarrollar su creatividad, sus capacidades, que va más allá de cubrir sus necesidades básicas, es un medio que las posibilita modificar no solo su realidad, sino también a sí mismas. Para otras el agroturismo es una actividad complementaria, que genera ingresos significativos en la economía familiar;
 - 1.2. un proyecto de pareja, de construcción conjunta. Para estas mujeres, el agroturismo no es un proyecto rentable, o reciente-

mente está generando ingresos significativos, sin embargo, el foco está en la construcción de un proyecto de vida en pareja, por lo que se relativiza la rentabilidad del negocio;

- 1.3. permitirles emprender, soñar. El turismo es una actividad que las completa, y con la que han podido materializar sus proyectos de vida, sus sueños.
2. Por razones económicas. Algunas de las informantes manifestaron la necesidad de generar recursos, y una fuente de trabajo, para poder quedarse y vivir en su lugar. Ello da muestra del arraigo que tienen con su territorio, con su cultura rural. Se pudo identificar razones más instrumentales, como generar recursos a través del agroturismo para mantener las instalaciones. Los cascos de estancias, algunos muy antiguos, requieren de recursos para su conservación. De esta forma, hay un interés por preservar el patrimonio que no es sólo material, son bienes y tradiciones que han pasado de generación en generación en sus familias, los que comparten con orgullo.
3. Las de socialización. Muchas de las entrevistadas emplearon los conceptos: "compartir, mostrar, trabajar con la gente". Para ellas es muy significativo el vínculo con el otro, con gente que no conocen, de otras culturas. Al ser mujeres que están en el medio rural, aisladas, el encuentro con el turista las vincula con el mundo, con lo de afuera, las conecta con lo que está sucediendo. Manifiestan que no solo reciben del que viene, sino que ellas también tienen lo que brindar, como su cultura, su identidad. La oportunidad de que otros conozcan el "campo", el medio rural, para que aprecien y valoren el lugar en el que están.
4. Valores de conservación de la naturaleza. El agroturismo les permite disfrutar de lo que la naturaleza les brinda. En algunos casos se explicita que es un medio para contribuir en su conservación. El agroturismo es un medio para ese fin.

5. El sacar provecho de sus competencias, algunas de ellas cuentan con la experiencia de trabajar o haber trabajado anteriormente en turismo, mientras que otras aprovecharon su formación o se formaron específicamente para llevar adelante el negocio de agroturismo.

Las razones explicitadas por las entrevistadas fueron muy sentidas. Para ellas el agroturismo es la oportunidad de ser quienes deciden en sus vidas, de llevar adelante sus proyectos, en algunos casos compartidos con sus parejas o familia; la posibilidad de vincularse con el mundo, de mostrar lo que hacen y por lo que sienten orgullo. Ellas están dispuestas a recibir gente que no conocen, este aspecto las estimula, a compartir, mostrar no solo el lugar en el que viven, y que valoran como privilegiado, sino también el orgullo de su trabajo. Se podría considerar que el agroturismo refuerza su identidad, su autoestima, lo que contribuye a mejorar su calidad de vida. Para algunas esta actividad no necesariamente es rentable, pero están afín de continuarla, porque ponderan estos otros beneficios.

Triple invisibilidad: mujer, rural, turismo rural

A partir de las declaraciones vertidas por las informantes, se puede identificar otra invisibilidad, la turística, que se ha evidenciado en el valor de las propias mujeres entrevistadas le asignan a la actividad. La invisibilidad turística se presenta en grados diversos, que varían de acuerdo con la significación económica, el desarrollo de los roles, la toma de las decisiones por parte de las mujeres o la motivación de ellas por llevarlo adelante.

Para las entrevistadas la invisibilidad del turismo rural se evidencia desde las asociaciones, los gobiernos departamentales o el nacional. Las acciones promocionales para el turismo rural son significativamente inferiores en relación a las otras propuestas turísticas. No contribuye a mejorar la visibilidad de esta modalidad y a que esté en el imaginario de los turistas nacionales como extranjeros, como una opción de lo que hacer en el tiempo libre. En las políticas públicas, la ausencia de acciones promocionales para

el desarrollo del turismo rural ha sido una constante, a diferencia de las que han tenido y continúan teniendo las otras modalidades turísticas.

Para evidenciar la invisibilidad turística se considerarán dos dimensiones: 1) el acceso al crédito: las acciones para promover la inversión son necesarias para el desarrollo del sector, y 2) el fortalecimiento de las capacidades empresariales de las mujeres rurales: contribuye en la profesionalización de la prestación de los servicios, lo que se traduce en una mejora de la calidad y de la competitividad. Se les preguntó a las entrevistadas con qué capital hicieron frente para acondicionar los viejos cascos de estancia o las construcciones para recibir a los visitantes. En su mayoría con recursos propios, mientras que un pequeño grupo lo hizo a través del crédito bancario. Para acceder a un crédito bancario se exigen garantías reales (propiedad inmobiliaria). Se ha identificado que la propiedad de la tierra está mayoritariamente en manos de los hombres (padres y/o esposos), de esta forma, si la mujer no está casada, o hereda la tierra, depende de que un tercero le salga de garante o de contar con ahorros para realizar una inversión y poder llevar adelante su emprendimiento. Ello refuerza un círculo vicioso en el sentido que se necesita acceder a un crédito bancario, para invertir, lo que exige garantías de propiedad.

En lo que respecta a la capacitación o asesoramiento, para poner en marcha sus emprendimientos agroturísticos, en la mayoría de los casos, manifestaron no haber recibido ningún tipo de capacitación empresarial o asesoramiento. Sin embargo, algunas de ellas contaban con conocimientos en gerencia hotelera y turística, o se capacitaron en esos temas.

Conclusiones

De los resultados de la investigación llevada adelante se constata el proceso de empoderamiento en las mujeres rurales que se dedican a las actividades agroturísticas en Uruguay. Para algunas el agroturismo surge como consecuencia de que las mujeres ya estaban empoderadas, para otras lo posibilitó. Las mujeres que fueron relevadas en esta investigación confirman que

el empoderamiento es un proceso no lineal, donde una persona o grupo puede empoderarse en unos aspectos, pero no en todos (Stromoquist, 1997; Deere y León, 2002; Martínez, 2005; Urriola, 2006; PNUD, 2010). La mayoría ha brindado argumentos para considerar que están empoderadas, para la mitad de ellas esto ha sido producto de que han desarrollado sus proyectos agroturísticos. En algunos está muy presente el "poder para" y en otros el "poder con". Se puede presumir que las mujeres que lograron autonomía económica a través del agroturismo, cuando son ingresos significativos, o el principal para ellas o su núcleo familiar, han desarrollado con más énfasis el "poder desde dentro" o "poder interior" (Rowlands, 1994).

A través del agroturismo han reforzado su autoestima. Lograron su auto reconocimiento y ser reconocidas por terceros, en cuanto a su capacidad para llevar adelante sus proyectos. La toma de conciencia de las situaciones que las constreñían, fueron superadas, al reconocer que podían haber otras maneras de ser y participar. Con ello también desarrollaron el "poder con" (Rowlands, 1994), al participar en soluciones a problemas compartidos, es decir, en la construcción de decisiones colectivas.

Además, de los casos observados de la investigación, se puede confirmar que el componente económico es fundamental para tener poder de negociación en la familia, en la comunidad y en la sociedad, más que el acceso a la propiedad de la tierra, elemento clave en el empoderamiento (Deere y León, 2002). El agroturismo les ha posibilitado a las mujeres acceder a un empleo y a una remuneración, con la que ellas deciden qué hacer. Con alguna salvedad, cuando estos ingresos son significativos en el ámbito familiar, es la pareja la que decide por consenso su destino. Si éstos son meramente complementarios, es la mujer la que toma la decisión de cómo gastarlos, más allá de que la mayoría haya declarado que lo emplea para el mantenimiento de la casa y de las instalaciones donde la actividad agroturística tiene lugar.

De la investigación se acepta que no hay diferencias sustantivas en la división del trabajo tradicional. Las mujeres que realizan las tareas de

gerenciamiento en el agroturismo, se definen como empresarias, son quienes también se encargan de las reproductivas. De esta forma, hay una duplicación de estas tareas, que se suman a las que ya realizan en el seno familiar. Se destaca que por más que las mujeres realicen las mismas tareas que el hombre en el sector agropecuario, ellas continúan valorando su trabajo como de colaboración. Esto se da con más fuerza cuando las mujeres se encuentran en pareja. En los casos en que ellas están solas (viudas, soleteras), esta valoración se revierte.

Un resultado emergente de la investigación, fue la tercera invisibilidad, la del turismo rural, que se suma a la de ser mujer y ser rural. De los casos estudiados, y con el aporte de las informantes calificadas, se pudo apreciar las dificultades que las mujeres rurales aún continúan teniendo para acceder a la propiedad de la tierra. Ha habido mejoras sustanciales, como el reconocimiento de que las mujeres rurales, ahora son productoras, sustituyendo la categorización de colaboradoras. Sin embargo, desde la gestión pública hay aspectos que aún no se han abordado, y que operan como limitantes objetivas de las desigualdades de género. Por ello la necesidad de llevar adelante políticas públicas afirmativas, que permitan el acceso de las mujeres rurales a las políticas centrales.

La invisibilidad turística desde las políticas públicas se da por la ausencia de la promoción del acceso al crédito y al fortalecimiento de las capacidades empresariales de las mujeres rurales. La mayoría de las entrevistadas llevaron adelante el negocio de agroturismo con ahorros propios, por contar con ese capital, pero, si ello no fuera el caso, la ausencia de garantías reales, es una limitante para acceder al crédito. Se constató que las mujeres son las que menos tienen acceso a la propiedad de la tierra.

En lo que respecta al fortalecimiento de las capacidades empresariales de las mujeres rurales, hay un grupo minoritario que cuenta con el conocimiento para llevar adelante sus emprendimientos, pero la mayoría lo hizo de forma autodidacta. La falta de capacitación empresarial podría

explicar, por qué algunos emprendimientos no son rentables o por qué las mujeres desconocen el peso económico que tiene la actividad, lo que contribuye aún más a invisibilizar el aporte que tiene el agroturismo en los ingresos familiares y locales.

Se pudo confirmar que por medio del agroturismo las mujeres rurales uruguayas dan un nuevo uso al capital que ya está invertido en los establecimientos, revalorizando la cultura rural. Las entrevistadas se desempeñan en esta actividad porque les gusta e incrementan su capital social y afectivo. En el intercambio con los visitantes, tienen la oportunidad de mostrar sus lugares y lo que producen, lo que les genera mucho orgullo, por la valoración que reciben de terceros.

Para otras es la posibilidad de trabajar en familia, y reforzar los lazos entre sus miembros, así como desarrollar sus proyectos, lograr ingresos propios, seguir intentando hacer cosas nuevas, y permitirles disfrutar de la naturaleza. En algunos de los casos, el agroturismo es un medio para contribuir con la conservación de los lugares en los que viven. Todo ello contribuye a aumentar el reconocimiento del valor de su trabajo, a sentirse completas, a materializar sus proyectos de vida. Se podría afirmar que el agroturismo mejora su calidad de vida.

El paradigma de la interdisciplinariedad obliga cada vez más a trabajar desde enfoques complementarios. Evidencia también la necesidad de que las políticas públicas implementen instrumentos de desarrollo que sean transversales. Se continúa trabajando desde la gestión pública en un formato de archipiélagos, donde hay una escasa conexión entre las acciones de los diferentes organismos del Estado, que muchas veces aisladamente afrontan las mismas problemáticas. Sería recomendable apuntalar a una gestión transversal de estas políticas, para que sean abordadas desde distintas perspectivas.

Finalmente, se entiende promover aún más el desarrollo de la investigación académica en turismo en nuestro país. Generaría mayores insumos a la

hora de intervenir en los territorios. Contar con conocimiento de cuál es la situación de la población y de sus territorios, permitiría desarrollar las competencias necesarias para que los actores e instituciones que directa o indirectamente participan, puedan generar estrategias, para que la actividad turística contribuya en la mejora de la calidad de vida de la población involucrada, así como también en los aspectos que contribuyen en que los visitantes tengan experiencias turísticas gratificantes, aspectos cada vez más exigidos por los consumidores de los servicios del ocio.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, R. (1998). *Sociología y género. Las relaciones entre hombres y mujeres bajo sospecha*. Uruguay: Doble Clic Soluciones Editoriales, Universidad de la República y Comisión Sectorial de Investigación Científica.
- Ávila, R. y D. Barrado (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.
- Barrera, E. (2006). *Turismo Rural: nueva ruralidad y empleo rural no agríola*. Montevideo, Uruguay: Oficina Internacional del Trabajo-CINTERFOR.
- Bendini, M., M. Murmis y P. Tsakoumagkos (2009). Pluriactividad: funciones y contextos. Preguntas teóricas y análisis de dos zonas frutícolas del Alto Valle rionegrino. En De Grammont, H. C. y L. Martínez (coords.). *La pluriactividad en el campo latinoamericano*. Ecuador: FLACSO.
- Batthyany, K., (2004). Uso del tiempo y trabajo no remunerado: división sexual del trabajo y contratos de género. Un estudio de caso en el medio rural familiar. En Piñeiro, D., J. Cardeillac y R. Vitelli (coords.), *Relaciones de género en el medio rural uruguayo: "inequidades al intemperie"*. Montevideo, Uruguay: Comisión Sectorial de Investigación Científica (CSIC), Programa Grupo I+D (CSIC), Núcleo de Estudios Sociales Agrarios, Departamento de Sociología y Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República.
- Chiappe, M. y M. Carámbula (2014). Agroturismo y agricultura familiar en Uruguay: Una articulación para el desarrollo local, Uruguay. En: *Realidade*

e perspectivas do turismo nos espazos rurais. I Seminario Internacional de Turismo Rural. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.

Chiappe, M., M. Carámbula, E. Fernández (comp.) (2008). *El campo uruguayo: una mirada desde la Sociología rural*. Uruguay: Universidad de la República, Facultad de Agronomía.

Chiappe, M. (2005). La situación de las mujeres rurales en la agricultura familiar de cinco países de América Latina. Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción-Centro Coopearativista Uruguayo. Recuperado de: <http://www.cnsmujeres.org.uy/IMG/pdf/Mujeresrurales.pdf>.

Deere, C., M., León, (2002). *Género, propiedad y empoderamiento: tierra, Estado y Mercado en América Latina*. [Primera edición]. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Coordinación de Humanidades, Programa Universitario de Estudios de Género y FLACSO.

Deus, A., D. González, I. Malán e I. Peluso (2014). *Acceso, tenencia, uso y control de tierras con perspectiva de género. El Caso Uruguayo*. Uruguay: REAF/MERCOSUR-AECID-MGAP.

Fraser, N. (1997). *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición "postsocialista"*. Colombia: Universidad de los Andes, Facultad de Derecho y Siglo del Hombre Editores.

Hernández, R., C. Fernández y P. Baptista (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Kay, C. (2009). Estudios rurales en América Latina en el período de globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad? *Revista Mexicana de Sociología*, 71(4).

León, M. (2001). El empoderamiento de las mujeres: encuentro del primer y tercer mundos en los estudios de género. *La Ventana*, 2(13), 94-106.

Llambi, L. y E. Pérez. (2007). Nuevas ruralidades y viejos campesinos. Agenda para una nueva sociología rural latinoamericana. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 4(59), 37-62.

Martínez, B. (2005). Derechos de las mujeres indígenas, la costumbre y las transformaciones desde el empoderamiento colectivo en Cuetzalan, Puebla, Sesia, P. En E. Zapata (coord.). *Transformaciones del campo mexicano: una mirada desde los estudios de género*. México: Editorial Praxis.

- Montequin, R. (2014). Turismo para seres urbanos en espacios rurales. En A. Falero y R. Campodónico (com.). *El turismo bajo la lupa*. Uruguay: CSIC.
- Osorio, C. (2011). La emergencia del género en la nueva ruralidad. *Revista Punto Género* N°1, México.
- Pessôa, L. (2010). Elementos para el debate acerca del concepto de turismo rural. *Turismo en análisis*, 21(1).
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2010). *Actuar sobre el futuro: romper la transmisión intergeneracional de la desigualdad. Informe Regional sobre Desarrollo Humano para América Latina y el Caribe 2010*, Costa Rica: Editorama.
- Schneider, S. (2009). La pluriactividad en el medio rural brasileño: características y perspectivas de la investigación. En H. C. De Grammont C. y L. Martínez (coords.). *La pluriactividad en el campo latinoamericano*. Ecuador: FLACSO.
- Stromquist, N. (1997). La búsqueda del empoderamiento: en qué puede contribuir el campo de la educación. En *Poder y empoderamiento de las Mujeres*. [Primera edición]. Colombia: TM Editores.
- Urriola Pérez, I, E. Mendleta Jiménez y R. Lobato Agudo (2006). *Empoderamiento y liderazgo. Guía metodológica para trabajar con grupos*. Madrid: Instituto de la Juventud de España y Federación Mujeres Jóvenes. Recuperado de: <http://redes.cepcordoba.org/mod/resource/view.php?id=3121>
- Urry, J., (2004). *La mirada del turista*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Vitelli, R., (2007), Algunos problemas conceptuales para discutir el empoderamiento femenino en las organizaciones. Reflexiones a partir de Foucault y Bourdieu. En Red de Mujeres Latinoamericanas y del Caribe en Gestión de Organizaciones. *Las mujeres en las organizaciones de América Latina y el Caribe. Aportes teóricos y experiencias concretas*. Cali: Universidad Javeriana.
- Vitelli, R., (2010). *Capital social, participación y ciudadanía en el medio rural. Una perspectiva de género*. Tesis de Doctorado. Brasil: Programa de Posgrados en Sociología, Universidad Federal de Río Grande del Surm Brasil, Instituto de Filosofía y Ciencias Humanas.

Emprendedurismo con enfoque de género y turismo rural, Zacazonapan, Estado de México

Rebeca Osorio González¹

Jorge Soto Ortega²

Rocío del Carmen Serrano Barquín¹

Yanelli Daniela Palmas Castrejón¹

Ámbar Jazmín Arango Morales¹

Introducción

El emprendedurismo y la creación de fuentes de empleo se han convertido en temas obligados de discusión como fenómenos mundiales, producto de la crisis laboral que se vive y que afecta particularmente a los países latinoamericanos (Cabello, 6). Sin embargo ¿qué pasa con el emprendedurismo en el medio rural y particularmente con el emprendedurismo de la mujer en ese espacio geográfico? El incremento de la participación de las mujeres en las actividades productivas, además de significar una ruptura con el paradigma social tradicional de la mujer relegada solamente a las tareas domésticas y al cuidado de la familia, ha impactado también en la economía nacional (Gómez Gutiérrez, Armenteros Acosta, Guerrero Ramos *et al.* 67). Aunque a nivel local también es palpable este impacto y se visualiza en la dinámica económica particular de nuestro municipio de estudio, ubicado en el Estado de México.

El documento se organiza en antecedentes que muestran los referentes históricos del emprendedurismo y algunos estudios actuales relacionados con esta temática. El siguiente apartado corresponde al marco teórico donde se analiza la conceptualización de emprendedurismo y se abordan dos de sus tres elementos: emprendedor, desarrollo emprendedor y proceso emprendedor. Posteriormente se describe cual fue la metodología utilizada en el estudio, enseguida se refiere la zona de estudio, es decir, el municipio de Zacazonapan y su producción quesera.

¹ Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

² Facultad de Ciencias de la Conducta, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Para el apartado de resultados se visualizan las características que definen el perfil emprendedor de las productoras de queso³³; a la par se analizan las capacidades emprendedoras de una quesera que sobresale en el municipio por su producción y las particularidades de sus productos; finalmente se abordan las conclusiones donde es evidente que las queseras de Zacazonapan, son quienes estimulan el progreso económico del municipio mediante la búsqueda de nuevas y mejores formas de producción a través de su saber-hacer.

Antecedentes

El término *emprender* se remonta a la época de la antigüedad y desde hace mucho tiempo ha sido utilizado en las Ciencias Sociales. Proviene de las palabras latinas *in* y *prenderé*. Luego los franceses la comenzaron a utilizar como *entrepreneur* y posteriormente los ingleses la acuñaron como "*entrepreneurship* que se refiere a los comportamientos y habilidades (competencias) que requieren los emprendedores con potencial de éxito (Cabello, 5).

El emprendedurismo, sea en la dimensión humana, sea en los procesos de creación de organizaciones, es representativo de la dinámica de cambio de la sociedad moderna. La paradoja entre la creatividad que fluye libremente, la disciplina de convertir ideas en acción y obtener resultados competitivos, es manejada apropiadamente por los emprendedores de éxito: Ser capaz de introducir constantemente nuevos productos y servicios de mercado, enseguida rinde beneficios y en muchos sectores es el diferenciador clave entre los mejores y los que han fracasado (Caunt, 2002 citado en Sánchez y Gonsalvez, 5).

La investigación sobre el tema de emprendedurismo ha seguido un progreso creciente, cuyo análisis resalta una dinámica compleja entre la persona emprendedora, que identifica y explota las oportunidades de negocio, la organización emprendedora y el sector donde la organización está

³³ En México, el *quesero* y la *quesera* son las denominaciones coloquiales para quienes producen y comercializan el queso.

insertada (Sánchez y Gonsalvez). Es aquí, donde dicha dinámica también traduce algunas perspectivas teóricas de áreas del conocimiento que el tema del emprendedurismo incorpora: psicología, economía y sociología, entre otras.

De manera general, la psicología busca identificar las características del emprendedor frente a una persona que no emprende o sobre el comportamiento del emprendedor, donde algunas publicaciones llegan a conclusiones similares construyendo lo que serían los aspectos cognitivos del proceso emprendedor.

Otros trabajos de investigación, como el de Oyarvide Ramírez, Nazareno Véliz, Roldán Ruenes *et al.* (2016), argumentan desde un enfoque económico y financiero que en algunos casos el emprendedurismo a nivel local presenta problemas para el emprendedor porque éste, tiene acceso limitado a créditos bancarios, por ello, se inician actividades de emprendedurismo con recursos propios; por tanto constituyen iniciativas débiles por carecer de varios elementos, lo cual afecta su viabilidad.

El emprendedurismo en regiones rurales, como la investigación realizada por Gámez Vázquez, Ángeles y Juárez (2013), muestra que el concepto del capital social ha sido visto por académicos y por algunas instituciones internacionales (notablemente el Banco Mundial), como una especie de Tercera Vía entre el mercado y lo social, así como un instrumento susceptible de emplearse para superar la pobreza y el subdesarrollo a través del fortalecimiento de las capacidades emprendedoras de la población. Asimismo, Gámez revisa brevemente estas políticas gubernamentales de desarrollo rural en Baja California Sur, para luego examinar el papel del capital social como parte de esas estrategias y plantear algunas alternativas.

También existen investigaciones a niveles macro como es el caso de diversos países, tal como sucede en El Salvador, cuyos desafíos para trabajar por la igualdad entre mujeres y hombres en algunos campos siguen

siendo enormes. Por ejemplo, en la forma de cómo hacer negocios, las mujeres tienen más dificultades para separar su economía familiar de la contabilidad empresarial, por la vulnerabilidad socioeconómica que enfrentan. Entre otras limitaciones que encuentran a la hora de emprender un negocio se suman: barreras legales, menor disponibilidad de tiempo por las tareas domésticas y poco acceso a información para la formación empresarial y el desarrollo de emprendimientos (*Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. El Salvador, 2014*).

Por ello, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), junto a la Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa (CONAMY-PE) han diseñado el Modelo de Emprendedurismo Social con Enfoque de Género, cuyo objetivo es aumentar la participación femenina en la fuerza laboral y reducir los niveles de pobreza (2014).

En este marco, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), también diseñó el documento Género y Emprendimiento: Guía de formación para mujeres empresarias. Este instrumento responde a las necesidades prácticas y estratégicas de mujeres empresarias de bajos recursos y trata de fortalecer sus habilidades para la gestión de empresas y personas (Organización Internacional del Trabajo, 2011). De esta forma, las mujeres aprenden a desarrollar sus cualidades empresariales y, a obtener apoyo de grupos, redes e instituciones que se dedican al desarrollo empresarial.

Marco teórico

El emprendedurismo ocurre cuando se alcanzan cuatro condiciones básicas: motivación frente a las tareas, lo que estimula a la persona a actuar cuando es necesario, en el momento oportuno; el conocimiento, definido como *know-how*, acrecentando autoconfianza de la persona en tenerlo, o, caso contrario, poseerlo en el futuro; la expectativa del beneficio personal, definido como beneficio económico o psíquico de una acción; y el

apoyo del entorno, lo que sería lo que el ambiente proporciona a la persona emprendedora para la realización de sus esfuerzos y su desempeño (Samaniego, 2015). Sin embargo, no se podría comprender a profundidad el emprendedurismo sin abordar tres grandes contextualizaciones: el emprendedor, desarrollo emprendedor y proceso emprendedor. Aunque para efectos de este documento solo se abordarán el primer y último concepto, por limitaciones de tiempo e información, principalmente.

El término emprendedor tiene su origen en la economía francesa, entre los siglos XVII-XVIII, y significa alguien que se compromete; no un empresario en el sentido de ser director, sino alguien que lleva a cabo una proyecto o actividad importante. Más específicamente, como lo sugiere Dees: "el término llegó a ser usado para identificar a los individuos que estimulan el progreso económico mediante la búsqueda de nuevas y mejores formas de hacer las cosas" (citado en Martínez y Rodríguez, 2013:103).

Para el siglo XX:

Joseph Schumpeter era el economista más asociado con el término emprendedor; describió a los empresarios como los innovadores que conducían un proceso de creación destructiva. En sus palabras, la función del emprendedor es reformar o revolucionar el patrón de producción. Esto es posible mediante la explotación de una innovación o mediante la apertura de una nueva fuente de suministros de materiales o una novedosa salida al mercado para el excedente productivo, o por medio de la reorganización de una empresa. Todas estas son formas de revolucionar la manera de hacer las cosas (104).

Se considera además, que identificar y seleccionar las oportunidades correctas para la creación de un nuevo negocio, entre otras cosas, es una de las habilidades más importantes que debe tener un emprendedor (Fernández y Ruiz, 2006; Sánchez y Gonsalvez). La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, que caracteriza a la persona en un estado de

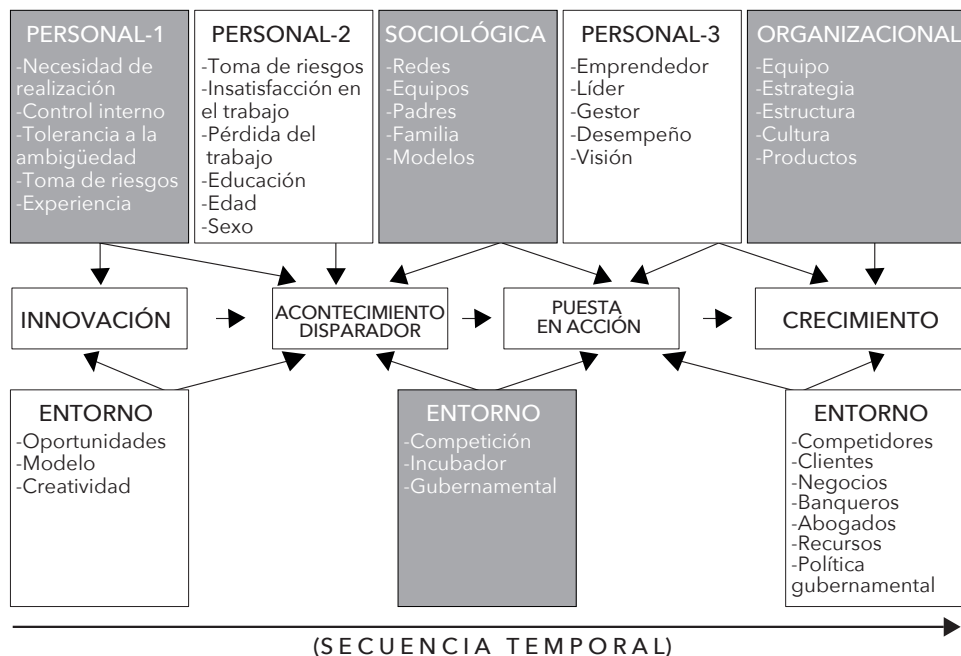
innovación permanente, altamente motivada, comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo y, a la vez, esquiva a la comprensión de sus propias dinámicas (Lupiañez Carrillo, Priede Bergamini y López-Cózar Navarro, 2014; Samaniego, 2015). En este marco la palabra emprendedor, formula e incorpora el proceso de enfrentar la incertidumbre e innovación como centro del sistema económico.

Ahora bien, el emprendedor para reformar o revolucionar el patrón de producción debe iniciar con lo que Joseph Schumpeter llamó proceso de creación destructiva, es decir, el proceso emprendedor. Mismo que permite identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre (Gutiérrez, 2013; Centro de Emprendedurismo de la Universidad de Miami en Ohio citado en Cabello, s.f.).

Este proceso implica entonces todas las funciones, tareas y actividades asociadas a la percepción de oportunidades y a la creación de organizaciones para perseguirlas (Comeche, 2004), como lo muestra el siguiente diagrama, mismo que propone además observar el emprendedurismo tanto desde el punto de vista del emprendedor como desde aquellas variables medioambientales que entran en el proceso emprendedor:

Este proceso emprendedor estuvo presente desde el inicio y actual funcionamiento de las pequeñas empresas queseras en la zona rural de estudio, dichas empresas además están insertas en la dinámica del turismo rural. Donde este tipo de turismo es una actividad turística-recreativa complementaria a las actividades agropecuarias tradicionales, desarrollada principalmente en emprendimientos, comunidades y pueblos rurales, gestionada por la población local, respetando el medio ambiente y la cultura (Scalise, 2012; Osorio, 2013; Thomé- Ortíz, 2016). Por medio de la

Figura 1. Modelo del proceso emprendedor



Fuente: Comeche (2004:1058).

práctica turística se brinda la oportunidad de compartir, vivenciar y conocer costumbres, actividades (productivas y culturales), y experiencias del medio rural, promoviendo el respeto y la valoración del patrimonio natural y cultural, cuyas principales actividades son la participación en tareas rurales, actividades recreativas, gastronomía, actividades de agroindustrias rurales, artesanías, y actividades educativas, entre otros.

En este contexto, la propuesta de incorporar al emprendedurismo en lo rural como una alternativa de organización productiva no pretende sustituir a los esquemas rurales tradicionales. Dicha aclaración es pertinente ya que suele suponerse que el emprendedurismo sigue netamente la filosofía y lógica organizacional de la empresa capitalista; lo cual amenaza y pone en riesgo la reproducción de grupos sociales, así como sus usos y costumbres (Martínez y Rodríguez, 2013:103). Situación que no se presenta en las queserías de Zacazonapan, pues queda demostrada con nuestra

investigación, que aún hoy en día la organización socioeconómica en la entidad sigue fiel a sus usos y costumbres, con algunos cambios básicamente en sus productos.

Ello obedece además a un empoderamiento económico, porque la mayor parte de las mujeres pobres responsables de generar un ingreso han tenido pocas oportunidades de formación. A menudo han tenido una doble o triple carga de trabajo obligadas a combinar actividades económicas con las labores domésticas y el cuidado de personas dependientes (Organización Internacional del Trabajo, 2011).

Zona de estudio: Zacazonapan

Zacazonapan, está ubicado en el Estado de México. Limita al norte con Otzoloapan, al sur con Tejupilco; al este con Temascaltepec y Valle de Bravo y, al oeste con Otzoloapan. Algunas de sus localidades son: La Alcantarilla, La Cañada, El Potrero, Santa María, Tizapa y Cerro Pelón.

Imagen 1. Croquis de localización de Zacazonapan



Fuente: Osorio González, Serrano Barquín y Echeverría (2016).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010), la población total de Zacazonapan es de 4,051 habitantes. Presenta en la mayoría de sus comunidades un índice de marginación alto, con excep-

ción de la cabecera municipal y la comunidad del Cerro Pelón, que poseen índices medio y bajo, respectivamente. Asimismo, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social expone, que en lo que respecta a esta entidad, se tiene que el 64.26 % de la población se ubica en una situación de pobreza y el 15.38 % en situación de pobreza extrema (2010).

En lo referente al grado promedio de escolaridad de la población de 15 y más años de escolaridad, se sitúa en 6.7 (INEGI, 2010), es decir, poco más de primaria terminada. Respecto a las actividades económicas en Zacazonapan su población se dedica principalmente a la agricultura y la ganadería, y otro sector trabaja en la minería. En el ámbito turístico el municipio es reconocido a nivel regional por la producción de queso, la feria del queso y por sus platillos en los que destaca el queso como ingrediente principal.

En este sentido, el municipio es valorado por la producción de queso enchilado, además de añejo, el origen de este queso no es conocido, pero se estima que su saber -hacer tiene más de 150 años de existencia. En la siguiente tabla se muestra una lista de las personas, que elaboran queso en este municipio, la mayoría son mujeres y sus esposos son los que venden el queso. De ahí que a veces los consumidores, identifiquen más al vendedor que a la quesera.

Tabla 1. Productores de queso añejo

Listado de productores del queso añejo		
1. Jesús López Mejía.	15. Anita Jaramillo.	29. Margarita Vargas Jaramillo.
2. Anita Cardozo.	16. Rafaela Ruiz Rebollar.	30. Amelia Cabrera.
3. Efraín Arroyo.	17. Maura Villafaña.	31. Éfega de Paz Vargas.
4. Juana Rebollar Ruiz.	18. Maricela Villafaña Villafaña.	32. Guadalupe Lujano.
5. Catalina Cruz Mendoza.	19. Domingo Villafaña.	33. María Jaramillo.
6. Roberto Villafaña.	20. José Villafaña.	34. Enedino Jaramillo.
7. Clemente Cruz.	21. Nino Villafaña.	35. Graciela Villafaña.
8. María López.	22. Alicia Santana Cruz.	36. Julián Villafaña.
9. Leonardo Villafaña.	23. Veda Cruz.	37. Agustina Arroyo.
10. Bernaldino Villafaña.	24. Lidia Mejía.	38. Ilda Arroyo Mejía.
11. Ana María Villafaña.	25. Graciela Mondragón.	39. Graciela Rivera Lujano.

Continúa...

Listado de productores del queso añejo

12. Adela Cruz.	26. Elodia Villafaña.	40. Estela Cardozo Mejía.
13. Estela Jaramillo.	27. Silvina Cruz.	41. Obdulía López Cabrera.
14. Celia Hernández.	28. Abel Arroyo.	42. Benita López Mejía.

Fuente: Osorio (2013).

Producción quesera

Tipos de quesos

En Zacazonapan se elaboran dos tipos de queso: el queso añejo y el queso fresco, ambos llevan el mismo proceso de elaboración, el queso fresco se consume inmediatamente después de su elaboración, y el añejo desde 20 días hasta con 3 meses o un año de maduración.

La cantidad de leche procesada diariamente en cada quesería varía en un rango de 100 a 500 litros. En la elaboración de un queso añejo de 1kg., según observaciones de doña Juanita (2011), se utiliza aproximadamente de 13 a 14 litros de leche y en el queso fresco de 400 gramos se usa 3 litros en época de lluvias y 4 litros en época de sequía.

Queso Añejo

Es un queso que se elabora con leche bronca de vaca, en varias localidades del municipio de Zacazonapan y en la cabecera municipal; es cubierto con una capa de chile huajillo molido, después de los dos o tres meses de elaboración. Este queso es uno de los pocos quesos mexicanos de sabor y olor fuertes, es muy común utilizarlo como complemento, adobo, realce y salazón para muchos platillos.

La elaboración de queso en el municipio se realiza en forma artesanal en pequeñas queserías que pueden ser un cuarto anexo a la vivienda, destinado exclusivamente para la producción de queso, o bien, la cocina. El queso es producido durante todo el año, aunque la mayor producción es estacional, durante la época de lluvias, por la disponibilidad de grandes cantidades de pasto natural consumido por las vacas, el cual aumenta la

producción de leche, además de que la humedad relativa de la época permite orear y madurar el queso a temperatura ambiente en percheras (carrizos armados a manera de tabla, la cual se cuelga al techo, usada para guardar y escurrir quesos).

En esta producción, “la mano de obra es familiar en el 87.5 % de las queserías. El 62.5 % de los queseros compra la leche, mientras que el 37.5 % obtiene la leche de su ganado” (Hernández Morales, Hernández Montes, Villegas de Gante *et al.*, 2011). De acuerdo con Juana Rebollar Ruiz (2016), las queseras trabajan para sostener el hogar y los estudios de los hijos, con ayuda de sus maridos, algunos de los cuales son ganaderos. La venta del queso es su única o principal fuente de ingresos, aunque otras actividades económicas complementarias son la ganadería o el comercio, básicamente.

Comercialización del queso

La mayoría de queserías con ganado propio vende de 300 a 400 kg. de queso añejo por año, un promedio de 350 kg. y, un aproximado por día de 1 kg. a 900 gramos, con un costo de \$ 120.00 a \$140.00 el kilo. Y para el caso particular del queso fresco se venden 80 quesos diarios con un precio \$15.00 a \$20.00 pesos cada uno (2016).

El queso se vende mediante tres formas: en los mercados locales y regionales, de forma directa a los consumidores (turistas o población local), y, aunque ocasionalmente, se comercializa en concentraciones de emigrantes mexicanos que viven Estados Unidos, donde el precio puede alcanzar de 30 a 80 dólares por kg., bastante por encima del precio del mercado regional, aproximadamente entre 10 y 13 dólares por kilogramo.

Las piezas de queso añejo pueden tener un peso superior a 10 kg., la venta se realiza normalmente de 1 a 2 kg., que son las presentaciones más vendidas. La venta al consumidor final puede ser a crédito o de contado. La venta a crédito consiste en la entrega del queso a expendios, tiendas y mercados en forma semanal, realizando el pago una semana después

de su entrega. Estas ventas pueden ser locales o regionales, a comunidades y municipios aledaños (Colorines, Santo Tomás de los Plátanos, Valle de Bravo, Tejupilco, Luvianos y Temascaltepec). La mayoría de los clientes son constantes, se tienen puntos de venta definidos para cada quesero, e incluso clientes fieles que prefieren y buscan el queso de determinadas queserías.

Metodología

Se aplicaron dos encuestas, una para determinar el perfil emprendedor y otra para reconocer la capacidad emprendedora, asimismo se aplicó una entrevista a profundidad, que permitió recabar la información para el apartado de producción quesera.

La primera encuesta de perfil emprendedor se aplicó a las ocho queseras que mantienen la producción de queso añejo en el municipio de Zaca-zonapan de forma permanente durante todo el año, ellas son: Élfega de Paz Vargas; Rafaela Ruiz Rebollar; Juana Rebollar Ruiz; Alicia Santana Cruz; Graciela Mondragón; Ana María Villafaña; Maricela Villafaña Villafaña y Graciela Villafaña.

Cuestionario para determinar el perfil de la mujer emprendedora

El cuestionario fue tomado del proyecto iniciativa Comunitaria *Equal* 2007, que tenía como objetivo fomentar el espíritu emprendedor entre los colectivos que sufren una mayor discriminación laboral en una provincia de España, haciendo especial incidencia en las mujeres de esos colectivos, así como en las zonas rurales, ámbito donde las desigualdades son mayores.

Para determinar el perfil de la mujer emprendedora a través de una encuesta se consideró los tópicos que Gómez *et.al.* (2015), considera en su publicación "Relación entre el perfil de las mujeres emprendedoras y el acceso a los microcréditos: un análisis en micro empresas de Saltillo, Coahuila" publicado en la Revista Internacional Administración y Finanzas. Este perfil contempla la posición en la empresa, nivel de estudios, estado

civil, número de dependientes económicos y motivación para la creación de las empresas.

Cuestionario para determinar la capacidad emprendedora de las queseras

Posterior al cuestionario del perfil de emprendedoras se aplicó otro, cuyo objetivo fue determinar la capacidad emprendedora de las queseras de Zacazonapan. Donde los reactivos respondían a la adaptabilidad a cambios; intuición personal; disfrute de actividades nuevas; confianza en las posibilidades y capacidades; alternativas para solucionar problemas; mantener compromisos; autonomía en el trabajo; tomar iniciativa; ser responsable; facilidad de comunicación; compromiso para terminar los proyectos a tiempo; creatividad; optimismo; claridad en los objetivos; iniciativas; asumir riesgos; analizar y aprender de los errores; los problemas son retos; arriesgar recursos propios en un proyecto empresarial; escuchar a los demás; trabajar en equipo; administrar recursos económicos; capacidad de negociación; planificación; toma de riesgos; hacer frente al fracaso; sacrificar tiempo por cumplir con el trabajo; visión a futuro; motivación por cumplir con objetivos; creer en las posibilidades; tomar riesgos y profesionalismo en el trabajo.

Dicho cuestionario estuvo conformado por 40 reactivos cada uno con 4 opciones de respuesta que respondían a la siguiente ponderación: a) para 5 puntos, b) para 4, c) para 3 y d) para 2. La suma de las respuestas corresponde a cuatro diferentes esquemas que explican la capacidad emprendedora:

- *Más de 190 puntos.* El perfil se asemeja bastante al de una empresaria. Tiene iniciativa y disciplina, es independiente. Ello, no quiere decir que ya tenga asegurado el éxito pero sin duda a nivel personal tiene los rasgos necesarios para triunfar. Cuando decide hacer algo, no se detiene hasta que lo consigue.
- *Entre 140 a 189 puntos.* Reúne bastantes características para ser una buena empresaria. No obstante aunque sus aptitudes son

buenas, hay ciertos puntos que se deben perfeccionar para lograr el éxito.

- *Entre 91 a 139 puntos.* Se debe tener precaución, tomar el tiempo necesario para recapacitar sobre el futuro de la empresa, aún la confianza, determinación y conocimientos empresariales están un poco apáticos. Lo que se debe hacer es leer, hablar con otras personas emprendedoras con éxito para aprender sus trucos, aprender de ellos/as introduciendo el propio estilo.
- *Menos de 90 puntos.* Si realmente lo que se busca es crear una empresa propia, aún queda un camino por recorrer, aunque en el perfil hay alguno de los caracteres de persona emprendedora, en la mayoría de aspectos las dudas y la inseguridad son notorias. Se debe intentar analizar las razones de todo eso y procurar desarrollar la creatividad, la capacidad de asumir riesgos y la confianza, mientras se va desarrollando, se debe continuar trabajando para terceras personas y aprender de ellos.

Resultados

En la primera encuesta, aplicada a las ocho emprendedoras, solo el 75 % (seis) terminó la primaria, una concluyó la preparatoria y la última no asistió a la escuela. Asimismo, en este grupo de queseras el mayor porcentaje de edad se encuentra en las emprendedoras que tienen de 35 a 45 años con el 37 %, seguido del 25 % (dos) con una edad que oscila de los 56-65 años y donde en el último grupo se ubica una quesera con una edad de 85 años. El 88% (siete) son casadas, estos resultados dan la pauta para afirmar que la mayoría de ellas cuentan con una pareja que las apoya en su negocio.

De este grupo encuestado se tienen los siguientes porcentajes en cuanto al número de hijos: 37% (tres) tienen de 1 a 3 hijos, el 25% (dos) de 4 a 6 hijos, el 25% (dos) de 7 a 9 hijos y el 13% (uno) de 10 a 12 hijos. Donde el resultado con mayor porcentaje lo presentan las familias que tienen entre

1 y 3 hijos. A la par el 50 % de estas queseras tienen dependientes económicos, que van de 2 a 4 personas.

En el apartado de posición en la empresa, el 37% es fundadora de su empresa, y el 63% es propietaria. El 38% de las encuestadas solo producen queso, un porcentaje igual elabora no solo queso sino requesón y crema, el 25% restante además de los productos anteriores tiene ganado propio con el que obtienen leche para sus productos, sin embargo, de este porcentaje que corresponde a dos productoras solo una de ellas produce yogurt.

En la motivación para iniciar el negocio el 25% comenta que fue por independencia económica; 38% para sostener económicamente a la familia; 25% por autoestima y confianza y 12% para dar educación a los hijos. El 38% de las queseras llevan de 1-10 años elaborando queso, el 25% de 11 a 20 años, y un 12% de 21 a 30, y de 31 a 40 años así como de 61 a 70 años con este mismo porcentaje. En cuanto a los productos nuevos elaborados aparte del queso, solo el 25% los elabora y el 75% restante no lo hace. Mismos porcentajes ocupa el financiamiento por empresa, ya que el 75% fue con financiamiento propio y el 25% con el apoyo familiar.

El último reactivo enfocado a la innovación delimita que el 75% no realizaría cambios en sus productos si los turistas o la población regional así lo demandará, puesto que mencionan que se perdería la tradición y porque si hacen cambios el sabor que es la característica que marca la diferencia con otros quesos del mismo tipo se perdería, aunque el 25 % restante si los haría, para vender más y porque sí quiere hacer algo diferente e innovador, siempre cuidando el control de calidad. Se concluye que el perfil de la mujer emprendedora en Zacazonapan se cimienta en las siguientes características:

- Tiene un nivel de estudios de primaria terminada.
- Edad de 35-65 años.
- El estado civil es casada.

- Con un promedio de 4 hijos, por consiguiente tienen dependientes económicos.
- Propietaria de su pequeña empresa.
- Producen queso, requesón y crema.
- Inician el negocio para sostener a la familia con financiamiento propio.
- Llevan de uno a diez años produciendo queso.
- No producen productos nuevos o innovadores aparte de los tradicionales (queso, requesón y crema).

En este sentido, se menciona que el perfil de la emprendedora es peculiar y obedece completamente a su contexto, ya que Zacazonapan es un municipio rural donde la mayoría de sus comunidades presentan índices de marginación altos con escasas fuentes de empleo y niveles muy bajos de escolaridad. Entonces, la situación económica y escolar del municipio sea una determinante para que las mujeres busquen en qué emplearse o en su defecto iniciar su propio negocio valiéndose de las oportunidades del entorno, en este caso la producción ganadera y quesera de la región.

Para la segunda encuesta que determina la capacidad emprendedora, sólo una quesera, Juana Rebollar Ruiz, completó el cuestionario de 40 reactivos y obtuvo un puntaje de 195, mismo que representa un perfil que se asemeja bastante al de una empresaria. Tiene iniciativa y disciplina, es independiente. No quiere decir que ya tenga asegurado el éxito pero sin duda a nivel personal tiene los rasgos necesarios para triunfar: cuando decide hacer algo, no se detiene hasta que lo consigue. Ella cuenta con preparatoria terminada, tiene cinco hijos y 50 años de edad, se vale del apoyo de su esposo tanto para hacer crecer el negocio como para implementar cambios e introducir nuevos productos en su empresa. Él no sólo la apoya en el negocio familiar sino además se encarga de abastecer la leche necesaria para el negocio, y ser el proveedor local de algunas queseras, ya que cuenta con dos potreros y un número considerable ganado.

Desde hace siete años, la señora Juana Rebollar Ruiz, además de producir productos tradicionales como queso añejo, leche crema y requesón, elabora yogurt con los frutos de la temporada. Comenta que se interesa en ofrecer recorridos turísticos a sus potreros y queserías, ello, en el tenor de que recientemente Zacazonapan está cobrando importancia turística en la región con la tendencia de turismo rural. Además, importa indicar que es la única en la cabecera municipal, que cuenta con un equipamiento tecnológico que le facilita la producción del queso añejo y la mejora de calidad en sus productos lácteos.

Grupo fotográfico 1. Percheras de acero inoxidable y molino industrial



Grupo fotográfico 2. Descremadora, refrigerador y yogurt



Fuente de los grupos fotográficos: Trabajo de campo (2016)*.

⁴ En el trabajo de campo apoyaron los alumnos de la Licenciatura en Turismo del Centro Universitario UAEM Temascaltepec, 2016: Diana Laura Osorio González, Jersain Rodríguez Sarabia, Dalinda Pérez, Eduardo Dionicio López, Josué Viviano Jaimes Rojas, Uriel Martín Cruz e Imelda Legorreta Santos. Sin embargo, las fotografías son de autoría de la Mtra. Rebeca Osorio González.

Conclusiones

Las queseras de Zacazonapan son personas que estimulan el progreso económico del municipio mediante la búsqueda de nuevas y mejores formas de hacer las cosas, a través de su saber-hacer. Como menciona Joseph Schumpeter, la función del emprendedor es reformar o revolucionar el patrón de producción, ello es palpable mediante la explotación de una innovación, o través de la apertura de una nueva fuente de suministros de materiales o una novedosa salida al mercado para el excedente productivo, o por medio de la reorganización de una empresa, en el caso particular de las queseras de Zacazonapan, la innovación para algunas se transmite a través de la incorporación de nuevos productos a su empresa como lo hizo la señora Juan Rebollar Ruiz, quien introdujo la producción del yogurt en su empresa e implementó equipo tecnológico para su producción. Las otras queseras por su parte abrieron el mercado para el excedente de producción al sector turístico.

En este sentido de acuerdo con Samaniego (2015), el emprendedurismo en las queseras de Zacazonapan se cumple de acuerdo con sus principios, el primero es que las queseras aprovecharon su *know-how*, o su saber-hacer para iniciar un negocio, su segundo fue la autoestima y confianza. En su tercer principio se menciona el beneficio personal que para este caso fue por independencia económica y un porcentaje mayoritario del 38% para sostener económicamente a la familia y un 12% minoritario para dar educación a los hijos. Finalmente, en su cuarto principio hace alusión al apoyo del entorno, mismo que se palpa en el soporte familiar, el mismo contexto socioeconómico del municipio, su alta producción ganadera así como el reconocimiento del municipio en la producción del queso y la reciente actividad turística con tipología de turismo rural.

Donde el perfil de la mujer emprendedora productora de queso, se resume en ser propietaria de su empresa, con primaria terminada, edad de 35 a 65 años, casada con un promedio de 4 hijos y dependientes económicos. Elabora los productos tradicionales del municipio en cuestión láctea,

queso, requesón y crema. Lleva 10 años en este negocio, mismo que inicio para sostener a la familiar. En el rubro de capacidad emprendedora la señora Juana Rebollar, cuenta con las capacidades que se requieren para ser una mujer emprendedora y sobresaliente en su ramo. Asume riesgos, se adapta a los cambios, confía en sus capacidades, siempre busca alternativas para solucionar sus problemas, toma iniciativas, es sociable y responsable; aprende de los errores y le gusta tanto aprender como intentar cosas nuevas. Sacrifica el tiempo con su familia para terminar sus pedidos de queso y ante todo cuenta con una visión a futuro.

Referencias bibliográficas

- Cabello Díaz, C. R. (s.f.). *Emprendedurismo dentro del ámbito universitario*. Venezuela: Escuela de Administración y Núcleo Sucre Universidad de Oriente Cumaná. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/708/1/00365.pdf> [Consultado 12 de mayo del 2017].
- Comeche Martínez, J. M. (2004). Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo. España: Universidad de Valencia. Recuperado de: <http://www.uv.es/motiva/libromotiva/67Comeche.pdf> [11 de mayo del 2017].
- Fernández, M., y J. Ruiz (2006). *Los jóvenes y la creación de empresas: Actitudes y comportamientos emprendedores en la juventud andaluza*. España: Consejo superior de investigaciones científicas. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=kAgkIM47wREC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [el 16 de agosto el 2017].
- Gámez Vázquez, A. E., Ángeles, M. y Juárez, E. (2013). Turismo y emprendedurismo en regiones rurales de México: una crítica al rol del capital social en el desarrollo local. El caso del oasis de los Comondú. *TURyDES Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 6(14). Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/14/turismo-regiones-rurales-mexico.pdf> [6 de agosto del 2017].
- Gómez Gutiérrez, E. L, M. C. Armenteros, L. Guerrero Ramos y S. López Chavarría (2015). Relación entre el perfil de las mujeres emprendedoras y el acceso a los microcréditos: un análisis en micro em-

presas de Saltillo, Coahuila. *Revista internacional administración y finanzas*, 8(2), 67-81.

Gutiérrez Montoya, G. A. (2013). Evolución del emprendimiento en El Salvador. *Científica*, 1(2 [Época 2]), 189-207.

Hernández Morales, C., A. Z. Hernández Montes, A. Villegas de Gante y E. Aguirre Mandujano (2011). El proceso socio-técnico de producción de Queso Añejo de Zacazonapan, Estado de México. *Revista Mexicana de Ciencias Pecuarias* 2 (2), 161-176.

Lupiáñez Carrillo, L., T. Priede Bergamini, y C. López-Cózar Navarro (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín económico de ICE*, 3048, 56-63 Recuperado de: http://www.revistasice.com/cachepdf/bice_3048_55__24385f894c3ef-154d0382ebb24b0889d.pdf [20 de junio del 2017].

Martínez Rivera, S. E y L. F. Rodríguez Díaz (2013). Emprendedurismo social en México: hacia un modelo de innovación para la inserción social y laboral en el ámbito rural. *Estudios agrarios*. Recuperado de: http://www.pa.gob.mx/publica/rev_53-54/analisis/emprendedurismo.pdf [20 de mayo del 2017].

Organización Internacional del Trabajo (2011). *Género y Emprendimiento. Guía de formación para mujeres empresarias*. Recuperado de: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/--sro-san_jose/documents/publication/wcms_179034.pdf [09 de septiembre del 2017].

Osorio González, R. (2013). *Patrimonialización del queso añejo y turismo rural en Zacazonapan*. Tesis de Maestría. México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Osorio González, R., R. C. Serrano Barquín y O. Echeverría (2016). Metodología para diseño de ruta alimentaria en Zacazonapan, México; desde un enfoque de turismo rural. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 13, 4-25.

Oyarvide Ramírez, H. P., I. T. Nazareno Véliz, A. Roldán Ruenes e Y. Ferrales Arias (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006&lng=es&tlng=es [5 de agosto del 2017].

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. El Salvador (2014). *Emprendedurismo con enfoque de género*. Recuperado de: http://www.undp.org/content/dam/el_salvador/docs/Catalogode-soluciones/UNDP_SV_EmprendedurismoGenero_2014.pdf [8 de septiembre del 2017].
- Samaniego Valle, J. P. (2015). Emprendedurismo, un enfoque cognitivo. *Periodico Crónica. Las noticias del día*. Recuperado de: <http://cronica.com.ec/index.php/opinion/columna/columnista/item/5734-emprendedurismo-un-enfoque-cognitivo> [10 de mayo del 2017].
- Sánchez, J. y Gonsalvez, F. (s.f.). *Emprendedurismo, un enfoque cognitivo*. *Cátedra de Emprendedores*. España: Universidad de Salamanca. Recuperado de: <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/58.pdf> [10 de mayo del 2017].
- Scalise, J. A. (2012). Herramientas técnicas y conceptos claves para el desarrollo del turismo rural. Buenos Aires: PROSAP, UNSAM, UCAR y Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.
- Thomé-Ortiz, H. (2016). Turismo rural y sustentabilidad. El caso del turismo micológico en el Estado de México. En Carreño Meléndez, F. y A. Y. Vázquez-González. *Ambiente y patrimonio cultural*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Entrevista

- Rebollar Ruiz, J. (2016) Quesera del municipio de Zacazonapan.

TERCERA PARTE

La mujer en empresas turísticas

El rol de género en la Alta Dirección de Empresas Turísticas competitivas: principales diferencias

*Irma Magaña Carrillo*¹

Introducción

Desde hace tiempo, en México se inició una intensa lucha por la igualdad de género, movimiento que apuesta a la equidad y ha ayudado al cambio de percepción tenida de los roles femeninos y masculinos. ¿Qué es el rol de género? Hay estudiosos del tema que dan diversas respuestas, desde actividades históricamente organizadas por normas jurídicas, sociales, éticas y tradicionales realizadas por ambos sexos hasta la exigencia de cumplir con ciertas características (Valdés, 2009, García, 2008, Ramírez, 2008 y Lamas, 2002).

Los estereotipos del rol de género prevalecen en la mayoría de las culturas y más bien se asemejan unos a otros en lugar de ser culturalmente específicos, éstos influyen en cómo el hombre y la mujer se perciben entre sí. En efecto, habrá siempre diferencias significativas entre ambos géneros en la sociedad y el área empresarial. En el segundo se aprecia ese cambio en los roles de género: con el tiempo y en este espacio, anteriormente exclusivo para el hombre, se fue integrando la presencia de la mujer, quien inició sus empresas por razones diferentes a las de sus congéneres varones (Martínez, 2011).

Este trabajo es resultado de la investigación *El rol de género como principal diferencia en el desempeño de mujeres y hombres como empresarios y empresarias competitivos en el estado de Colima, México*, realizada con fondos del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) en la Universidad de Colima, a través de su Centro Universitario de Estudios de

¹ Universidad de Colima, México.

Género. Sus antecedentes son dos tesis ya concluidas, *Análisis cualitativo del rol que ha tenido la mujer empresaria en el sector turístico del Estado de Colima* (Cardoso, 2011) y *Asunción de riesgos en la empresa turística como determinante de competitividad de la mujer empresaria colimense* (Mejía, 2011), que documentan el inicio de la actividad empresarial turística y la presencia del género femenino colimense en la actividad turística del Estado.

El rol de género y la competitividad empresarial

De acuerdo con Tourraine:

El objetivo de todos los autores que analizan o pretenden transformar la situación de las mujeres es hacerlas desaparecer –y, por lo tanto, hacer desaparecer también las categorías de género. Pues lo cierto es que las palabras que las definen conllevan tal carga de dominación masculina, describen tan nítidamente la figura de la inferioridad o de la impureza que la lucha contra la desigualdad, la violencia y los tabúes no parece poder aspirar a un fin más ambicioso que el de abolir las diferencias entre ambos sexos, en la medida en que tales diferencias perjudican siempre a las mujeres. Fue entonces cuando apareció la noción ‘género’ (gender), que no tardó en imponerse en buena parte del mundo... La reducción de las mujeres a seres sociales, la sustitución de la ‘exploración de los misterios femeninos’ por el análisis de la manera que cada sociedad tiene de construir formas de sexualidad y de relación de las mujeres con los hombres...La creación de la idea de género y su rápida difusión, sobre todo a través de los *gender studies* (19-20).

Desde la perspectiva del autor, es claro que el rol de género varía de acuerdo con la condición de mujer u hombre, aunque siendo claramente influenciado por la cultura. En este sentido, según el Foro Económico Mundial en su Informe Global de la Brecha de Género 2016, el cual estudia 145 países y mide la disparidad entre las oportunidades económicas (salarios, participación y liderazgo) y condiciones de la vida de hombres y mujeres como son acceso a niveles de educación básica y superior, poten-

ciación política, salud y supervivencia, destaca el liderazgo de los países nórdicos, en los cuales el género es mayoritariamente neutral, pues Islandia permanece en el primer lugar por séptimo año consecutivo, seguido de Finlandia, Noruega, Suecia, Ruanda, Irlanda, Filipinas, Eslovenia, Nueva Zelanda y Nicaragua. Por su parte, México se encuentra en el lugar número 66, después de haber ocupado el puesto número 71 en 2015, como resultado de la reducción de la representación de mujeres en la política. Cabe recordar que México ha ocupado diferentes posiciones a lo largo de los años en este informe global de la brecha de género: 80 (2015), 68 (2013), 84 (2012), 89 (2011), 91 (2010), 98 (2009), 97 (2008), 93 (2007) y 75 (2006) (WEF, 2016).

Esta información evidencia una realidad ajustada a un contexto formado por beneficios desde la productividad y la competitividad para la empresa mexicana, que es el espacio donde se detona la participación del empresario y la empresaria. Siendo está la forma de organización más común, la empresa juega un papel importante y definitivo en la economía; nace para atender las necesidades de la sociedad y crea satisfactores a cambio de una retribución que compense el riesgo de los inversores.

Martín (2009) la considera como un sistema complejo y abierto, en constante interacción con su entorno y compuesta a su vez de una serie de subsistemas, aplicándose los principios generales de los sistemas al estudio de la realidad empresarial. Sin embargo, en el intento de tener un desempeño óptimo, las personas se enfrentan a un constante intercambio de roles condicionados por el género, la mayoría asignados por la sociedad y las costumbres que limitan y estereotipan el desempeño tanto del hombre como el de la mujer. Según Valdés (2009), los roles son un conjunto coherente de actividades realizadas por los sujetos de ambos sexos en la sociedad, estructuradas históricamente por normas jurídicas, sociales, éticas y tradicionales. Forman una unidad de comportamiento en la cual se organizan las actividades estandarizadas. Su ejercicio funcional incluye deberes y derechos de acuerdo con el marco donde se desempeñan las

responsabilidades y tareas claramente diferenciadas: roles laborales, domésticos, familiares y de moralidad.

Para García (2008), los roles son el conjunto de funciones, tareas, responsabilidades y prerrogativas generados como expectativas/exigencias sociales y subjetivas. Es decir, una vez asumido el rol por una persona, la gente en su entorno exige que lo cumpla y pone sanciones si no se cumple. De esta forma, la asignación de roles tiene una fuerte influencia del género, moción también presente en Valdés (2009) y Lamas (2002), quienes afirman que el rol varía de acuerdo con su sexo, lo cual no significa que deba haber algún tipo de discriminación hacia alguno y mucho menos que el ser hombre o mujer sea significado de superioridad o inferioridad.

Si bien el género es un concepto de connotaciones biológicas y culturales, el aspecto natural del género es la diferenciación sexual, es decir la diferencia bio-fisiológica sobre la cual hace equilibrio una desvinculada pero enormemente elaborada estructura cultural de diferencia, usada para clasificar y dar sentido a las relaciones sociales de la especie humana (Valdés, 2009). Lamas y Saal (1991) sostienen que es la agrupación de todos los aspectos psicológicos, sociales y culturales de la femineidad/masculinidad. El género se conceptualizó como el conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre mujeres y hombres, para simbolizar y construir socialmente lo que es propio de los hombres (lo masculino) y propio de las mujeres (lo femenino):

En cambio, la significación anglosajona de *gender* está únicamente referida a la diferencia de sexos. En inglés el género es "natural", es decir, responde al sexo de los seres vivos ya que los objetos no tienen *gender*, son "neutros". En otras lenguas como el castellano, el género es "gramatical" y a los objetos (sin sexo) se les nombra como femeninos o masculinos. Dentro de la academia feminista se ha reformulado el sentido de *gender* para aludir a lo cultural y así distinguirlo de lo biológico (Lamas, 2000:3).

Lamas (2002) propone otra definición sobre el género y concluye que es el conjunto de ideas sobre la diferencia sexual que atribuye características femeninas o masculinas a cada sexo, a sus actividades y conductas, y a las esferas de la vida. Sumado a lo que Lamas propone sobre la definición de género (1991, 2000 y 2002), Espinosa (2006) explica que género es una construcción imaginativa y simbólica, determinada por cada cultura y momento histórico, tomando como base la diferencia sexual a partir de la cual se determinan los conceptos de masculinidad y feminidad, mismos que establecen el comportamiento, las funciones, oportunidades y valoración de hombres y mujeres, así como las relaciones de poder entre ellos.

A través del tiempo, el ser humano ha decidido hacer frente a sus paradigmas. De tal modo ha roto con muchos de ellos y logrado transformar los papeles o roles impuestos, teniendo como mayor satisfacción su crecimiento en el mercado laboral, sin dejar de mencionar su desempeño en el ámbito de la empresa. Una buena muestra de la transición en los roles de hombres y mujeres, es el crecimiento de la participación laboral y empresarial que la mujer ha tenido en los últimos años.

Competitividad

La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016), reporta que durante el primer trimestre del año (enero-marzo) 2016, 51.4 millones de personas están participando en la generación de algún bien económico o servicio. Del total de la población, según la ENOE, 33 millones de personas son hombres y 18.4 millones son mujeres. Entonces, se puede constatar que la mujer, al igual que el hombre, poco a poco va integrando su participación en el área empresarial de cada país. Sin embargo, cada quien lo hace a su estilo, es decir, con sus respectivas diferencias ocasionadas por el rol de género. En México, Villagómez (2004), Carranza (2007) y Martínez (2011) han realizado diversos estudios sobre mujeres empresarias, identificando diferencias notables en la forma que éstas tienen de dirigir, respecto a los hombres.

Carranza (2007) identificó que el estilo femenino de dirección ha sido calificado de socio expresivo, ya que cuida la relación personal con los subordinados y fomenta un buen ambiente de trabajo. Con respecto a los hombres se ha identificado que no les gusta pedir ayuda, sino que buscan conquistar la situación por sí mismos, como si se tratara de un reto. En su trato con las personas, se centran más en la tarea a realizar que en la construcción de una relación de confianza y reciprocidad, se puede afirmar que son muy objetivos y van directo al grano; y acudirían sin problemas a solicitar un favor de un viejo compañero al que no han visto en años con tal de conseguir un objetivo, mientras que una mujer empresaria se sentirá incómoda de pedir un favor a alguien con quien no haya construido una relación de confianza.

Entonces una mujer empresaria debe ser arriesgada y tomar aspectos pertinentes a su rol, los cuales son distintos al del empresario. Tal es el caso de ser líder en su empresa y tomar dicha actitud como una filosofía de vida, ya que se vive en la era del emprendurismo estos hombres y mujeres innovadores que pueden localizar configuraciones y tendencias, así como sacar partido de oportunidades que pasan desapercibidas a otros. Por lo tanto, en un mundo globalizado es fundamental la competitividad y la participación global, pues de ellas se deriva la creación de riqueza, el crecimiento económico, así como la empresa, los empleos y la mejoría en los niveles de vida de una población.

En consecuencia, la competitividad es la habilidad para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente, se basa fundamentalmente en la creciente y sistemática innovación e incorporación de conocimientos en la organización, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y mantener sus ventajas comparativa (Berumén, 2005). Otros autores tienen percepciones más generales del concepto: es la capacidad para desarrollar una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y una posición favorable (González, 2002).

Fortaleciendo los indicadores señalados por el Sistema de Información Financiero Mexicano, Rebeil (2006) considera que en la competitividad de un país también indican otros factores: 1) El desempeño económico general del país; 2) La eficiencia en las operaciones del gobierno; 3) La eficiencias de las empresas, y 4) La existencia y calidad de la infraestructura –tomando en cuenta, de manera importante, la tecnología –con que cuentan un país.

Como es notorio, hay tres factores referidos a cuestiones externas a las organizaciones, y uno a internos de las empresas, sobre los cuales los empresarios pueden ejercer un mayor control. La competitividad, se compone de aspectos que incluyen a gobierno, sociedad y empresa. Existen diversos modelos establecidos para medirla, entre estos se encuentra el de Michael Porter (2012), adoptado por el Foro Económico Mundial, que considera cuatro grandes factores que pueden facilitar o impedir las ventajas competitivas de las empresas: el capital, la fuerza de trabajo y la infraestructura, las condiciones y naturaleza de la demanda, los sectores de apoyo y relacionados, y finalmente la estrategia, estructura y rivalidad empresarial. Además de estos cuatro factores considera dos variables externas adicionales: los acontecimientos imprevistos y las influencias de los gobiernos (adopción de políticas económicas, restricciones legales, etc.). Si bien este modelo está diseñado, en principio, para analizar la competitividad entre naciones, es aplicable también a niveles inferiores de regiones, provincias y ciudades, entre otros.

Otro modelo de competitividad, enfocado al ámbito empresarial, aunque no tan reconocido como el de Porter, Ritchie y Crouch, y Dwyer y Kim, es el de Sobrino (2005). En éste, se define la competitividad de la empresa en función de la habilidad de ésta para obtener utilidades, que se manifiestan en reinversión. Sin embargo, resalta que no significa solo maximizar beneficios a través de la minimización de costos, sino la combinación de cuatro elementos: 1) dirección y gestión de la empresa; 2) introducción de innovaciones en el proceso de la empresa, en la mercancía o en la organi-

zación interna; 3) coordinación en las fases del proceso de producción; y 4) organización de la industria en cuanto a competencia y cooperación al nivel inter-firmas o extra-firmas, elementos clave con que debe contar una empresa para el logro de la competitividad. Es importante señalar que en el nivel de la Alta Dirección se manifiestan estas capacidades, ya que son ellos los encargados de diseñar estrategias y ejecutar las acciones que coadyuvarán a la empresa a transformarse y reinventarse en un concepto de negocio competitivo. La competitividad empresarial quizás también podría depender del género de la persona a cargo de la organización; es decir, se denota la necesidad de resaltar que quizás la mujer o el hombre empresario/a sea más competitivo que el otro, es decir, mientras que al empresario se le ha entrenado toda la vida para desarrollar competencias, las empresarias han tenido que aprender sobre la marcha, eso de alguna manera determina el desarrollo competitivo empresarial de cada cual.

El análisis de género permite conocer la raíz de las desigualdades entre mujeres y hombres en el empresariado, en la educación, el trabajo, el ingreso económico y la competitividad empresarial de tal manera que también permite conectar estas brechas con la competitividad de México a nivel país.

Metodología

La investigación buscó identificar las diferencias en el desempeño del rol de género de las mujeres y hombres como empresarios competitivos en Colima. También, se quiere construir el marco teórico acerca del rol de género y el área empresarial; diseñar y aplicar los instrumentos pilotos y definitivos a las empresarias y empresarios seleccionados; proponer la metodología para identificar las diferencias del desempeño del rol de género de mujeres y hombres como empresarios/as competitivos; identificar las diferencias en el desempeño del rol de género entre hombres y mujeres como empresarios competitivos; y definir si el rol de género es la principal diferencia en el desempeño de mujeres y hombres como empresarios competitivos y cuáles son sus implicaciones. Como pregunta de investigación, se definió: ¿es el rol de género la principal diferencia en

el desempeño de mujeres y hombres como empresarios competitivos de Colima?

Como parte de la técnica de investigación se utilizó el Cuestionario-DIFO, que consistió en un total de treinta y un preguntas planteadas: diez para el subsistema de rol y el de competitividad y once para el subsistema área empresarial, sobre las variables: rol de género y área empresarial competitiva, frente al concepto de empresario ya aceptado y el concepto de empresaria propuesta por la autora. Dando libertad a los participantes para que sus respuestas tuvieran una decisión entre un impacto impulsor o restrictivo, posteriormente definieron la intensidad, de éste, la cual podía ser alta, media o baja. Esta pregunta, al tratar de ser respondida, ayudó a justificar la razón por la cual era el momento para abordar dicho objeto de estudio.

Por ende, la investigación fue un esfuerzo conjunto por consolidar el objeto de estudio empresarial relacionado con el rol de género que a partir de otras investigaciones me ha surgido como inquietud. Para dar respuesta a la pregunta de investigación y a los objetivos planteados, se realizó el estudio desde una perspectiva cualitativa. Se propuso como técnica mixta de investigación el Diagnóstico de Fuerzas Organizacionales (DIFO), apoyada en dos instrumentos a los que en la propuesta se le dio el nombre de: el Cuestionario-DIFO y los Grupos de Consenso, aplicados en el estado de Colima, a 60 participantes, 30 hombres y 30 mujeres, procedentes de los municipios de: Colima, Comala, Manzanillo, Tecomán, y Villa de Álvarez, propietarios de empresas de artesanías, hospedaje, alimentos y bebidas y agencias de viajes.

Quienes cumplieron con el siguiente perfil: a) Empresario y empresaria originarios del estado de Colima, b) Que fueran los responsables de la toma de decisiones gerenciales en su empresa, c) Tuvieran la disposición de responder el Cuestionario-DIFO y compartir su experiencia, d) Cualquier tipo de empresa turística, e) La antigüedad de la empresa mayor o igual a 10 años, f) Tuvieran una visión empresarial contrastante: 1) Empresarios/as tradicio-

nales con ideas conservadoras, 2) Empresarios/as creadores de franquicias, 3) Empresarios/as con pensamiento orientado al crecimiento empresarial.

Una vez seleccionados lo/as empresario/as se elaboró una base de datos con información de los mismos. Al mismo tiempo, fue necesario ajustarse a los tiempos de los empresarios que participaron como informantes para lograr su participación en los municipios ya señalados y que cumpliera tanto con el perfil establecido como con el objetivo de la propia investigación al aplicar los instrumentos.

Diagnóstico de Fuerzas Organizacionales (DIFO), propuesta como técnica de investigación

La identificación de las diferencias en el desempeño de mujeres y hombres como empresarios competitivos en el estado de Colima se logró con la aplicación del Diagnóstico de Fuerzas Organizacionales (DIFO), cuyo objetivo es la identificación de fuerzas impulsoras y fuerzas restrictivas de algún suceso. Sin embargo, para esta investigación, se utilizó no sólo como un instrumento de diagnóstico, sino que, consecuentemente a la identificación de los campos de fuerza, se aplicó metodológicamente una segunda ocasión empleando las tablas concentradoras diseñadas a partir del primer acercamiento, así como un esquema de diagnóstico.

Otra aportación de esta técnica de investigación al ejercicio investigativo realizado fue el manejo de un lenguaje basado en la teoría de sistemas para obtener información eficaz sobre el objeto de estudio. Aunque son pocos los autores que abordan el DIFO, lo estudiaron y analizaron para definir una metodología en su aplicación. Cabe destacar que autores como French, Bell y Zawacki (2007) y Combeller (1999), habían descrito únicamente al DIFO hasta el manejo de los cuestionarios y la identificación de las fuerzas.

Desde sus orígenes se pueden identificar variaciones en los procedimientos para desarrollar el DIFO, por lo que la metodología que se propone en esta investigación tiene su principal fundamento en Lewin (2007), Lewin y Gold (2004), French, Bell y Zawacki (2007) y Combeller (1999). Teniendo como

fundamento teórico a los autores antes mencionados, ellos expresan que el DIFO permite identificar las fuerzas organizacionales que intervienen en el buen o mal funcionamiento de una organización (French, Bell y Zawacki, 2007). Para efectos de la presente investigación, se identificara las principales fuerzas que intervienen en el desempeño de hombres y mujeres empresarios competitivos en Colima a partir del rol de género.

Cuando se habla de fuerzas organizaciones Lewin (2007), científico social y psicológico refiere al campo de fuerzas, explicando que éstas son las que pueden explicar muchas de las circunstancias y los cambios, tendencias y respuestas, debido a características propias o a cuestiones externas de la persona.

El propósito de las fuerzas, discutidas por Kurt Lewin (2007) es propiciar el cambio en una organización, siendo el cambio la modificación de las fuerzas que mantienen el comportamiento de un sistema estable. Por tanto, el comportamiento es producto de dos tipos de fuerzas: las que ayudan a que se efectúe el cambio, fuerzas impulsoras, y las que se resisten a que el cambio se produzca, fuerzas restrictivas, que desean mantener el *estatus quo*. Cuando ambas fuerzas están equilibradas, los niveles actuales de comportamiento se mantienen y se logra según Lewin, un equilibrio cuasiestacionario.

Para conocer las fuerzas que impulsan o restringen a una organización y cambio de comportamiento, French, Bell y Zawacki (2007) y posteriormente Combeller (1999) propusieron la forma de llevar la teoría del campo de fuerzas de Lewin a lo organizacional. Inclusive Combeller (1999) fue el primero en nombrarlo como DIFO, que es la identificación de los factores que impulsan o restringen la productividad de la institución, a partir de involucrar en su proceso a las personas que tienen la experiencia laboral, que son dueñas de los procesos y de las decisiones, para poder llegar inicialmente a diagnosticar, y posteriormente a modificar la realidad de la organización al momento. Con base en esta metodología, se diseñó la aplicación del DIFO la teoría de sistemas, haciéndose necesario para la presente investigación primeramente determinar los subsistemas donde se recabó la información, éstos fueron: subsistema rol,

subsistema área empresarial subsistema y competitividad. Su aplicación del DIFO se utilizaron dos instrumentos para el análisis del campo de fuerzas: el *Cuestionario-DIFO* y el *Grupo de Consenso*, los cuales fueron aplicados para la identificación de las diferencias en el desempeño del *rol de género* de las mujeres y hombres como empresarios competitivos en el estado de Colima. Una vez diseñado y aplicado el *Cuestionario-DIFO*, se procedió a la realización de los *grupos de consenso*, que para cumplir con las necesidades metodológicas del *DIFO*, fue necesario adaptar el Grupo de discusión (como técnica), basados en parte en la metodología que Chávez (2007) propone para los grupos de discusión.

Tabla 1. Preguntas seleccionadas según subsistemas

Selección de preguntas
A. Subsistema Rol
A2. ¿Está usted de acuerdo en que los roles se definen de acuerdo a factores sociales y culturales?
A4. ¿Considera que el género es determinado simplemente por el hecho de ser mujer u hombre?
A7. ¿Es cierto que la mujer empresaria suele tener un trato más humano y familiar con los empleados, mientras que el hombre suele ser más despótico?
A8. ¿Cree que el ser mujer u hombre influye en percibir y tomar decisiones?
B. Subsistema empresarial
B2. En el sector que se desempeña su empresa ¿Ha sido difícil sobresalir en los negocios por el simple hecho de ser mujer u hombre?
B5. ¿Le satisface lo que hace en su empresa?
B6. En algún momento de su vida ¿ha hecho un estudio personal de cómo y dónde se visualiza dentro de 15 años?
C. Subsistema Competitividad
C1. Cuando se trata de tomar decisiones ¿Se considera arriesgado(a)?
C6. Ha pensado cambiar de giro totalmente no obstante el éxito de su empresa.
C11. ¿Existe el temor a la competencia?

Fuente: Magaña (2010).

Como parte de la metodología del DIFO se utilizaron los grupos de consenso como instrumento de investigación, y estos se diferencian de los grupos de discusión porque con los primeros se busca llegar a un acuerdo mutuo con base en los resultados totales del cuestionario DIFO de cada subsistema, ex-

perencia, de los participantes y su opinión frente al concepto de empresario y empresaria. Una de las adaptaciones a la metodología propuestas por Chávez (2007), fue precisamente la redacción de los detonadores. En esta investigación no se escribieron detonadores sino que de las treinta y un preguntas del cuestionario DIFO se seleccionaron únicamente diez a partir de las cuales se condujo el consenso entre los/as participantes.

Resultados y hallazgos

Tras cumplir el procedimiento del DIFO, realizar la sistematización de la información empírica recabada y de atender los subsistemas –rol, área empresarial y competitividad– cuidando las variables –rol de género y área empresarial competitiva– frente a las definiciones de empresario (ya aceptadas) y empresaria (propuesta por la autora), se presentan los resultados finales y los hallazgos encontrados.

En el subsistema de rol de género, los resultados del grupo de consenso, que concentran las fuerzas impulsoras y las restrictivas, son las contestaciones de empresarios masculinos y femeninos al *Cuestionario-DIFO*. A partir de éstos, se identificaron las diferencias: que el rol de género es determinante en el desempeño de los hombres y las mujeres en la empresa, repercutiendo en la competitividad.

El subsistema de rol ayudó a identificar la primera diferencia: las dificultades que las mujeres se enfrentan debido a su condición sexual para incursionar en los negocios, pues ser mujer implica que algunas puertas se cierren. Caso contrario de los hombres para quienes es muy fácil desempeñarse como empresarios y no sólo eso sino que aún ocupan los más altos niveles de jerarquía en la empresas. De lo anterior se concluye que la dificultad para incursionar en los negocios es considerada como un factor que influye fuertemente en el desempeño empresarial, siendo una fuerza impulsora para los hombres y una fuerza restrictiva para las mujeres.

A pesar de la dificultades de las mujeres para entrar a los negocios, ambos géneros señalaron sentirse satisfechos con lo que hacen en sus empresas.

Aunque es necesario diferenciar entre sentirse satisfechos con lo que hacen y el sentirse satisfechos con los resultados obtenidos, pues existe la necesidad de estar en otros mercados con un mayor crecimiento, atribuyéndose el crecimiento a una cuestión financiera y el escaso apoyo por parte del gobierno de Colima desde su política pública para este ámbito empresarial.

Se pudo identificar un primer hallazgo desde el argumento dado: la definición del género se da por la condición de ser hombre o mujer, pero en fechas recientes han surgido alternativas que aún no se han asimilado como género en la sociedad. Agregando que las mujeres tratan de imponerse ante las adversidades porque piensan que el hombre puede tener más capacidad para dirigir una empresa y se vuelven más duras con el trato del personal que los hombres. Los varones son más calculadores y saben hasta dónde pueden llegar para exigir a sus empleados que hagan las cosas como se le ordenan y la mujer es más drástica y tajante. El nivel de claridad de la determinación del género es el mismo nivel de confusión que existe para diferenciar entre género y sexo, lo que constituyó el segundo hallazgo, la importancia y necesidad de conceptualizar ambos términos, que tienen un profundo impacto en la realidad social de las personas en la empresa.

En el subsistema área empresarial muestra de forma esquematizada las fuerzas impulsoras y las fuerzas restrictivas dentro del campo de fuerzas. De dicho subsistema se obtuvieron algunas de las diferencias en el desempeño de mujeres y hombres como empresarios competitivos en el estado de Colima. Una de las preguntas realizadas fue ¿un empresario o empresaria para ser competitivo/a debe ser arriesgado o arriesgada? Las respuestas obtenidas no arrojaron una certeza al respecto, pero partiendo de las diferencias, no existe una diferencia entre hombre y mujeres al ser arriesgados porque ambos se consideran a sí mismos como arriesgados coincidiendo en que antes analizan las ventajas y desventajas del riesgo.

Sin embargo, algunas empresarias expresaron que cuando ellas iniciaron con su empresa aún existía la creencia de que el sector empresarial era únicamente para los hombres, lo que les complicó mucho su incursión en

el sector. La mayor dificultad fue enfrentar el rechazo de la misma familia, inclusive hay empresarias que hasta tuvieron que romper relaciones para poder seguir con su empresa. Mencionan que la perseverancia las ha hecho crecer y mantenerse. Caso contrario que los hombres, quienes expresan no tener dificultad para incursionar en los negocios por el hecho de ser hombres, al contrario, el ser hombres les ha facilitado el camino en los negocios.

Retomando nuevamente la toma de decisiones de cada empresario y empresaria cuestionado/a, ello/as son los únicos encargados de tomar las decisiones dentro de su propia empresa, sin embargo, en un mínimo porcentaje hay mujeres empresarias que acostumbran apoyarse en alguna persona que generalmente es el esposo. A diferencia de la que puedan tener en los negocios, la visión de los empresarios y las empresarias representa una fuerza impulsora o restrictiva para el crecimiento y supervivencia de las organizaciones. Según los resultados, ellos suelen tener mayor visión. Se identificó una diferencia clave para el crecimiento y desarrollo de los empresarios y empresarias: tener visión representa crecimiento y permanencia de y para las empresas, sin ésta simplemente ellas no tienen rumbo ni objetivo alguno. En su mayoría, los hombres suelen contar con una planeación más formal y documentada. El empresario desde antes piensa en el futuro de su organización y se prepara para que ésta en su ausencia continúe creciendo y, sobretodo, exista. En general, se considera que se debe trabajar en la Planeación Estratégica y quizá también personal de la empresa.

Se fortalece un hallazgo en cuanto al rol de género: los empresarios explican que no les ha sido difícil sobresalir en los negocios por su condición sexual, pero expresaron que es difícil el sistema para fortalecer una empresa, pues hay muchos intereses en juego. Nuevamente en este grupo de consenso hacen referencia a tipo de giro empresarial. Mencionan que en los giros manejados por mujeres se espera una mejor atención al cliente porque las mujeres son más trabajadoras, le “¡echan más ganas!” tienen mejores ideas que las del hombre, pero que al final de cuentas no es así porque el hombre tiene una mejor perspectiva.

En el subsistema competitividad se identificaron otras diferencias entre hombres y mujeres. Un aspecto importante de la competitividad son las ventajas que cada empresa logra tener ante otras empresas, en el caso de Colima no consideran la posibilidad de cambiar el giro de su empresa, pero la diversificación tanto de productos y su entrega es una opción para crear una ventaja y ser competitivos. Incluso hay empresarios y empresarias que reinvierten en crear nuevas empresas de diferentes giros con la idea de diversificar la oferta. Para fundamentar dicho cambio mencionaron que la competencia hace al sujeto más productivo, todo aquel quien asuma que su competencia es mejor está perdido. Por lo tanto, se debe hacer un análisis para rebasar la competencia. Además, señalaron que la competencia es con uno mismo, el grado de incompetencia está en uno mismo y cuando sientan miedo o incompetencia es mejor retirarse. Recalcar la importancia de aprender de la competencia. En cuanto a la competencia, no existe una fuerza restrictiva hacia los adversarios pues son vistos como una fuerza que los impulsa a ser mejores y a buscar constantemente la innovación. Es decir, en Colima comienza a haber una cultura empresarial. De tal forma, con esto se consolida el último hallazgo de la investigación: la cultura empresarial en Colima y sus pinceladas de crecimiento y fortalecimiento.

El estudio reveló las diferencias marcadas en el desempeño de mujeres y hombres como empresarios competitivos en Colima. Varias de éstas relacionadas con los factores sociales y culturales determinados por los roles de género que deben desempeñar el empresario y la empresaria. Se hizo evidente del rol de género en el desempeño empresarial, es decir, la mujer empresaria suele tener un trato más humano con los empleados mientras que el hombre empresario suele ser más arbitrario. Sin embargo, existió la controversia debido a que los hombres opinaron lo contrario, asegurando que en la actualidad existen mujeres de carácter duro y en ocasiones, más que el mismo hombre.

La toma de decisiones fue otra diferencia identificada en relación con el rol de género que el ser mujer u hombre sí influye en la forma de tomar y ejecutar decisiones. Esta diferencia se ratificó cuando los sujetos estu-

diados mencionaron parámetros que consideraban durante la toma de decisiones, así, las mujeres señalaron apegarse a los sentimientos, beneficios y perjuicios que estas acciones podrían provocar a los demás, principalmente a sus familias, mientras que los hombres piensan en cuestiones matemáticas, y los beneficios e intereses económicos que estas decisiones traerán a la empresa y a ellos mismos. En la tabla 2 se presentan las principales diferencias que arrojó el estudio.

Tabla 2. Principales diferencias en el desempeño de mujeres y hombres como empresarios competitivos en el estado de Colima

Empresarios	Empresarias
En la toma de decisiones el hombre es analítico y razonable desde un aspecto matemático.	La mujer toma decisiones de forma consciente e intuitiva.
Numérico.	Intuitiva y sensible.
Facilidad para hacer negocios por el sólo hecho de ser hombre.	Dificultad para los negocios por el sólo hecho de ser mujer.
Tiene una Planeación Estratégica a largo plazo tanto empresarial como personal.	Vive al día sin pensar en el mañana.
Mayor interés por llevar a la empresa a mercados nuevos.	Menor interés en llevar a la empresa a mercados nuevos.
Analizan el riesgo con base en factores cuantitativos, razonamiento numérico.	Analizan el riesgo con base en factores cualitativos como la familia y su estabilidad.

Fuente: Magaña (2010).

La tabla 3 señala tres hallazgos encontrados. García y Fernández (2005) mencionan que el empresario es quien emprende, aporte capital o no. Empresaria es la mujer que apuesta en el riesgo de un negocio, invirtiendo tiempo, dinero e intelecto, que concibe la dimensión de los negocios como un cúmulo de retos constituidos por elementos y factores establecidos en las ciencias económico administrativas y mercadológicas, que han definido los conceptos que estructuran estratégicamente pensamientos y acciones en un contexto de índices globales al que la mujer necesita incorporarse en un terreno al cual puede acceder conservando su esencia (Magaña, 2010).

Tabla 3. Relación de hallazgos

Orden	Hallazgo	Subsistema
1	...hoy en día la definición del género se da por el hecho de ser mujer u hombre, pero en la actualidad están saliendo alternativas que aún no se han asimilado como género en la sociedad.	<i>Rol</i>
	...se fortalece el hallazgo en cuanto a otro género pues los empresarios/as explican que no les ha sido difícil sobresalir en los negocios por el hecho de ser mujer u hombre.	
	...que las mujeres por el hecho de ser mujeres tratan de imponerse ante las adversidades porque piensan que el hombre puede tener más capacidad para dirigir una empresa entonces son más duras con el trato del personal que los hombres.	Área Empresarial
2	El nivel de claridad de la determinación del género, es el mismo nivel de confusión que existe para diferenciar entre género y sexo, la importancia y necesidad de conceptualizar ambos términos, los cuales tienen un profundo impacto en la realidad social de las personas en la empresa.	Área Empresarial
3	El inicio de una cultura empresarial en Colima y sus pinceladas de crecimiento y fortalecimiento en el estado.	<i>Competitividad</i>

Fuente: Magaña (2010).

Conclusiones

La investigación evidenció las diferencias en el desempeño de hombres y mujeres como empresarios competitivos en el estado de Colima. En efecto, el rol de género es un concepto ampliamente analizado y reflexionado, centrándose en que el género es la construcción social que se basa en el conjunto de ideas, creencias y representaciones que generan las culturas a partir de las diferencias sexuales, las cuales determinan los papeles de lo masculino y lo femenino.

La aplicación del Diagnóstico de Fuerzas Organizacionales (DIFO) resaltó su utilidad, al ser una técnica mixta que cuenta con dos herramientas de investigación, el Cuestionario DIFO y el Grupo de Consenso, ambas útiles para llegar a los resultados planteados. A través de esta técnica, se identificó que la mujer inicia a ser empresaria por razones distintas a las del hombre: la necesidad de aumentar sus ingresos, complementarios a la figura masculina, o por ser ella el pilar de la familia.

Se demostró que la mujer toma menos decisiones riesgosas debido a que generalmente antepone su situación familiar y valora su situación económica. Denotando un bajo perfil en situaciones de riesgo, pero mostrando diversificación en la inversión y en la innovación empresarial. Por ende, el rol de género son esas actividades y percepciones de lo que 'te corresponde hacer' relacionado a tu género, originalmente masculino o femenino, pero hay realidades que ya no son tajantes en su acción, actualmente la flexibilidad se manifiesta e impone como un elemento a entender, a aceptar, desde saber diseñarla, saber hacerla para tener la capacidad y la actitud de responder a la hiper-competencia del mercado global.

Es posible concluir que, respecto a este tema, el rol de género es un concepto que ha evolucionado según lo que ha marcado la realidad social, manifestado como una variable en la investigación y encontrado en la realidad del subsistema área empresarial. A partir de lo anterior, se pudieron identificar tres hallazgos que se manifestaron en varios subsistemas.

De este modo, se podría decir que si es posible el clasificar un nuevo rol género, al que se le podría llamar Rol de género empresarial o Rol de género en la dimensión del pensamiento, el cual no le importa el sexo ni la construcción sociocultural determinada como tradición. Es que son los negocios y el paradigma de la competitividad los que rompen con los límites establecidos desde un paradigma que quizás tratan de sostener algo insostenible. Este rol de género se manifiesta y se desarrolla a un nivel de pensamiento no tradicional, sino en una dimensión de flexibilidad para construir la respuesta a una realidad dinámica y retadora, que es el siglo XXI.

Por su parte, el hombre empresario tiene menos disposición y le resulta menos evidente el reconocimiento de un 'nuevo rol de género empresarial', debido a que se involucran en asuntos que ponen en juego su conceptualización de lo masculino y lo femenino, asunto que al empresario le genera incomodidad. Finalmente, las diferencias identificadas son una evidencia de la influencia que ejerce el género en los roles que integran el desempeño del empresario y la empresaria.

Referencias bibliográficas

- Berumén, S. (2005). *Competitividad y desarrollo local*. Barcelona: Esic editorial.
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement. Nueva edición: Del Management al Neuromanagement*. México: Ediciones Granica.
- Berger, P. y T. Luckmann (1967). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Cardoso, Y. (2011). *Análisis cualitativo del rol que ha tenido la mujer empresaria en el sector turístico del Estado de Colima*. Tesis de Licenciatura. Colima: Universidad de Colima.
- Mejía, B. (2012). *Asunción de riesgos en la empresa turística como determinante de competitividad de la mujer empresaria colimense*. Tesis de Licenciatura. Colima: Universidad de Colima.
- Carranza, G. (2007). Liderazgo en mujeres emprendedoras PYME ZMG. Ponencia presentada en el *III Foro de turismo en Colima y I Foro internacional de Turismo*. Colima.
- Chávez, G. (2007). *El grupo de discusión. Una estrategia metodológica útil para generar conocimiento reflexivo en la investigación social desde la perspectiva cualitativa*. Colima: Universidad de Colima.
- Dwyer, L. y Ch. Kim (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5):369-414.
- De Barbieri, T. (1996). Certezas y malos entendidos sobre la categoría de género. En L. Guzmán Stein y G. Pacheco O. (comps.). *Estudios básicos de Derechos Humanos*, 4, 49-83.
- De Barbieri, T. (1993). Sobre la categoría género: una introducción teórico-metodológica. *Debates en sociología*, (18), 145-169.
- Espinosa, P. (2006). *Elaboración de proyectos de desarrollo social con perspectiva de género*. México: Instituto Nacional de las Mujeres.
- French, W., C. Bell y R. Zawacki (2007). *Desarrollo organizacional. Transformación y administración efectiva del cambio*. México: McGraw Hill México.
- García, R. (2008). *Guía metodológica para la inclusión de la perspectiva de género en los presupuestos públicos*. México: Instituto Nacional de las Mujeres. Recuperado de: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100819.pdf

- González, S. (2002). *Turismo, beneficio para todos*. Quintana Roo: Siglo Veintiuno Editores y Gobierno del Estado de Quintana Roo.
- Hare-Mustin, R. y J. Marecek (1994). *Marcar la diferencia. Psicología y construcción de los sexos*. Barcelona: Editorial Herdéz.
- INEGI (2016). *Boletín de prensa núm. 198/15. 12 de agosto de 2016*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/enoe_ie/enoe_ie2016_08.pdf
- INEGI (2014). *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Cifras durante el primer trimestre de 2014*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/enoe_ie/enoe_ie2015_05.pdf
- INEGI (2011). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de: http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/enoe/enoe2010/ENOE_2010.pdf
- Lamas, M. (2002). *Cuerpo: diferencia sexual y género*. México: Taurus.
- Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual. *Cuicuilco*, 7(18),1-25. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35101807>
- Lamas, M. y F. Saal (1991). *La bella (in) diferencia*. México: Siglo veintiuno.
- Lewin, K. (2007). Enfoque del campo: cultura y vida en grupo como procesos cuasiestacionarios. En Wendell, F., C. Bell y R. Zawacki (coords.). *Desarrollo Organizacional. Transformación y Administración Efectiva del Cambio*. México: McGraw Hill México.
- Lewin, K. y M. Gold (2004). *The Complete Social Scientist*. Londres: A Kurt Lewin Reader, APA.
- Magaña, I. (2010). *Reporte técnico de la investigación titulada: "El rol de género como principal diferencia en el desempeño de mujeres y hombres como empresarios competitivos en el estado de Colima: un estudio comparativo"*. Colima: Universidad de Colima y Centro Universitario de Género.
- Martín, I. (2009). *Dirección y gestión de empresas del Sector Turístico*. Madrid: Editorial Pirámide.

- Martínez, S. (2011). *Mujeres y empresa. Acercamiento multidisciplinario*. Colima: Universidad de Colima.
- Monchón, F. (2008). *Economía y turismo*. España: McGraw Hill.
- Pallarés D. (2011). La neurociencia aplicada al estudio del género: ¿una nueva perspectiva? *Forum de recerca: Universitat de Jaume I*, 16(1), 17-36.
- Porter, M. (2012). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard Business Review*, 85(11), 69-95.
- Ramírez, C. (2003). *Gestión Administrativa para empresas Turísticas*. México: Editorial Trillas.
- Rebeil, M. (2006). *Competitividad y Comunicación en las Empresas Mexicanas*. México: Universidad Anáhuac.
- Ritchie, J. y G. Crouch (2000). The Competitive Destination. A Sustainable Perspective. *Tourism Management*, 21,1-7.
- Rodríguez, C. (1999). *Nuevo escenario: la cultura de calidad y productividad en las empresas*. Jalisco: ITESO.
- Rubia, F. (2007). *El sexo del cerebro: la diferencia fundamental entre hombres y mujeres*. España: Temas de hoy.
- Salem, R. (2012). Los retos de liderazgo mundial del siglo XXI. *Polémika*, 9(1).
- SIEM (2015). *Empresas registradas en el SIEM. Informe del indicador*. México: Sistema de Información Empresarial Mexicano. Recuperado de: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/EP2-022_informe_indicador-2016.pdf
- Sobrino, J. (2005). Competitividad territorial: ámbitos e indicadores de análisis. *Economía, Sociedad y Territorio*, 123-183.
- Tourraine, A. (2006). *El mundo de las mujeres*. Barcelona: Paidós.
- Tubert, S. (2003). *Del sexo al género. Los equívocos de un concepto*. España: Cátedra.
- Valdés, V. (2009). *Mujer... Palabra Divina*. Colima: Instituto Colimense de las Mujeres.
- Villagomez, G. (2004). *Mujeres que mandan*. Mérida: Ayuntamiento de Mérida.
- WEF (2015). *The Global Gender Gap Report 2016*. Francia: World Economic Forum. Recuperado de: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/>
- WEF (2013). *The Global Gender Gap Report 2013*. World Economic Forum. Recuperado de: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Gender-Gap_Report_2013.pdf.

Igualdad de género, eficiencia y capital humano en la intermediación turística: el caso de Galicia

Jakson R. Rodrigues Soares^{1,2}
Larissa Paola Macedo Castro Gabriel¹
Raquel Santiago Romo¹

Introducción

La universidad prima por la formación generalista del alumnado preparando profesionales especializados para la gestión empresarial y el aprovechamiento turístico de recursos naturales y culturales. Ofrece conocimientos globales de todas las áreas relacionadas con el turismo para adaptarse a roles de directivos en organizaciones de distintas ramas del sector. La presencia de la mujer en la universidad gallega aumenta progresivamente desde un punto de vista general. En las carreras de turismo de estas universidades el porcentaje de mujeres sobrepasa con creces al de los hombres. Aunque su presencia en el mundo empresarial es evidente, hay disparidad en los cargos directivos. Es decir, son quienes más estudian, tanto si se consideran los años como los niveles educativos (grados y posgrados) pero los varones son los directores de las empresas turísticas gallegas (Soares, Gabriel y Santiago Romo, 2017). Al mismo tiempo, desde la perspectiva de la eficiencia y en relación con la escasa presencia femenina en las altas esferas, las empresas turísticas de intermediación gallegas presentarían *a priori* desperdicio de capital humano más formado, perdiendo la oportunidad de mejorar su gestión.

La esencia de este estudio surge de la necesidad de aprovechar y aumentar la eficiencia de las empresas turísticas, puesto que se produce una relación inversamente proporcional al número de mujeres formadas en turismo y mujeres presentes en el *management* de empresas turísticas. La premisa de la investigación la constituye las siguientes cuestiones: ¿Por qué las empresas desperdician ese capital humano?, ¿la existencia de cier-

¹ Universidade da Coruña, España.

² Investigador con Beca de Investigación en Género de la Deputación da Coruña (Galicia) (2017-2018), España.

tas barreras de género influye en las empresas a la hora de optimizar sus recursos, afectando a su eficiencia en el sector? y ¿qué factores conforman esa relación donde ellas son las preparadas para asumir cargos de liderazgo, pero ellos son los detentores de estos puestos? A raíz de lo detallado hasta ahora surge la necesidad de conocer las barreras que impiden el aprovechamiento de capital humano en las empresas turísticas gallegas. Situación que, seguramente, no dista de muchas otras realidades mundiales.

Pérdida de capital humano y eficiencia en turismo

El objeto de estudio en el siguiente artículo se encuentra centrado en la eficiencia, desde la perspectiva de la obtención de resultados a través del stock inmaterial adquirido por un individuo (Becker, 1964), suponiendo este último la mujer. Surge como respuesta a una observación de la relación entre formación adquirida y ocupación de puestos de dirección en turismo que se manifiesta como inversamente proporcional, desde una perspectiva de género. El capital humano supone el acervo de capacidades productivas que se adquieren por la asunción de conocimiento tanto a nivel general como específico (1964). Centrando el discurso en el campo del turismo, según Lillo Bañuls, Rodríguez y Sevilla Jiménez (2006) el capital humano turístico se podría definir como el conjunto a nivel cuantitativo de conocimientos técnicos así como de cualificaciones que presentan los trabajadores del sector, fuente procedente de inversiones en educación formal así como de formación adquirida en el puesto laboral.

O'Connor (citado en Villalobos Monroy y Pedroza Flores, 2009) señala la existencia de diversos estudios que denotan la relevancia de la provisión inicial del capital humano como indicador del incremento del PIB de un país. Barro (citado en O'Connor, 2002) señala que el capital humano incide en el aumento, principalmente por la inversión en capital físico, complementándose de manera que la suma de este capital real y humano se traducirá en resultados que muestren mayor eficiencia. Si consideramos que la educación universitaria adquirida u otro tipo de educación regla-

da presupone dotación de capital humano en un sector específico, dada la relación inversa entre formación y desempeño de puestos de management que *a priori* se detecta en el sector turístico, nos encontramos con que se produce una pérdida de capital humano, esto queda reflejado en que la mayor concentración de conocimientos específicos a través de la formación se encuentra en las mujeres pero en la realidad laboral no son las encargadas de ocupar los puestos de management adecuados a sus capacidades adquiridas, lo que se traduce en una obvia segregación vertical.

Otro punto se halla en la eficiencia que engloba las habilidades así como la formación tanto reglada como aquella que se adquiere a través de la experiencia, asimismo se determinan como el factor clave para participar eficientemente en el proceso productivo. Llegado a este punto, cabe resaltar que la formación adquirida actualmente configura una ventaja competitiva de gran índole para las empresas. (Lillo Bañuls *et al.*, 2006). Por otro lado, la eficiencia competitiva requiere que las empresas que componen el entramado turístico inviertan en “capacidad para aprender” (Vargas Martínez y Villagómez Rojas, 2007) y como los autores señalan, “los empresarios han comenzado a darse cuenta de la importancia de saber lo que conocen y de hacer mejor uso del conocimiento[...] el conocimiento está siendo reconocido como uno de los principales activos de la empresa” nos vemos obligados a preguntarnos lo siguiente: ¿por qué se produce este rechazo al conocimiento adquirido en la industria turística en lo que a los puestos de dirección se refiere (siempre poniendo el foco de atención en el género)? ¿Qué fuerzas son las que impiden la eficiencia competitiva del sector?

Si bien es cierto que la profesionalización del sector turístico se encuentra en la fase inicial, dado que la inclusión de esta disciplina en estudios universitarios y otros de diversa índole es relativamente reciente (la primera escuela de turismo se inauguró en 1957). Resulta imprescindible destacar que, siendo España uno de los referentes a nivel mundial en el sector turístico y dado que éste continúa engrosando el PIB nacional, no se puede

obviar la problemática suscitada por la pérdida de capital humano. Con lo cual, lo que se expone va más allá del trasfondo social, aunque se considera igualmente relevante. Siguiendo esta línea, se presupone también como un coste económico, no sólo en lo que se podría incrementar la rentabilidad de las empresas del sector si se produjese un aumento de la presencia de las mujeres en las altas esferas de la producción en turismo, como indica el estudio realizado por Noland, Moran y Kotschwar (2016) para el Peterson Institute for International Economics en el cual se analiza el impacto de la diversidad de género en las empresas, a través del mismo, se confirma que la ocupación de puestos de liderazgo por las mujeres aumenta el desempeño corporativo (compañías con un mínimo de 30% de presencia femenina en las altas esferas de dirección aumentan un 15% sus beneficios en comparación con aquéllas que no). Del mismo modo resultaría conveniente resaltar la conversión de la inversión pública en educación (becas y otros) en un coste.

A raíz de lo expuesto con anterioridad, surge la necesidad de averiguar qué barreras impiden acceder a los puestos de dirección a las mujeres formadas para ejercer el trabajo, porque ello supone una pérdida de capital humano con el consecuente coste económico y social. En cuanto a dichas barreras, cabe mencionar que a pesar de que en los países industrializados se comienzan a normalizar paulatinamente los cambios de roles en las familias (Leaper, 2014), el reflejo de la tendencia no se percibe de manera clara en las realidades empresariales. La influencia social y el entorno familiar en cuanto a que la asunción o transmisión de estereotipos de género puede condicionar las carreras profesionales de hombres y mujeres de manera positiva o negativa para ambos, puesto que se refuerzan conductas y se distribuyen actividades según género (Leaper, 2014; Fulcher, Sutfin y Patterson, 2008).

Se considera otro factor de notable interés de inclusión en el estudio el marco normativo actual con respecto a la igualdad, dado que la maternidad se presupone como uno de los primeros obstáculos a derribar para

suscitar el interés de los empresarios a la hora de contratar o promocionar a las mujeres. No obstante, existen leyes de igualdad en España, como la Ley Orgánica 3/2007 22 de Marzo para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres, en la cual se recogen dictámenes con respecto a la maternidad y el aumento en el tiempo de baja por paternidad (aprobado en 2017) que abre una luz hacia la consecución de la objetividad en la selección de personal en cuestiones de género. De la misma manera se han desarrollado cursos que abordan esta temática impartidos por el Instituto de la Mujer, como el *Programa de Desarrollo para Predirectivas* (2016) o el *Proyecto Promociona* iniciado en el 2013. Debemos encontrar en la empresa pública un potenciador de la eficiencia dada la ecuación formación y capital humano, considerando la relación de ambos factores directamente proporcional en su suma. Asimismo, junto con la empresa privada se debería encontrar un consenso y aunar fuerzas para lograr derribar las barreras que impiden avanzar a las mujeres cualificadas, no sólo por motivos de igualdad sino que también por obtener un turismo eficiente en España y por ende, en Galicia. De este modo, retomando el anteriormente citado estudio realizado por Noland, Moran y Kotschwar (2016), no sólo la empresa privada y la pública (desde la perspectiva de la legislación, educación y otros) ejercen una fuerza sobre los resultados a la hora de acondicionar la situación de la mujer a nivel laboral a la realidad actual, también la actitud que la sociedad adquiera con respecto al avance de la mujer en el mercado.

De acuerdo con la literatura realizada sobre el capital humano y las capacidades productivas, podemos definir éste como el resultado de la acumulación de conocimientos generales (Lillo Bañuls *et al.*, 2006; O'Connor, 2002; Becker, 1964). Cuando nos centramos en el ámbito del turismo, el capital humano turístico se define como la acumulación de conocimientos técnicos y cualificaciones que el individuo adquiere por medio de la formación educacional y laboral en el sector (Lillo Bañuls *et al.*, 2006). Aunque la información y el conocimiento suponen para las empresas de la

actualidad las ventajas competitivas más importantes, todavía se percibe un rechazo en la industria turística a los puestos de dirección poniendo el foco de atención en el género. De acuerdo con los datos publicados por el SUG (2012-2013) y por Soares, Gabriel y Santiago Romo (2017), la presencia de la mujer en los cursos de turismo de la universidad gallega supera con creces a la masculina. Por otro lado, su presencia en puestos de responsabilidad en los ámbitos públicos y privados es inferior a los ocupados por hombres (Huete, Brotons y Sigüenza, 2016). En relación con el empoderamiento de la mujer en el sector turístico y el nivel de formación especializada de las mismas, surge el interés de investigar el porqué se produce este rechazo al conocimiento adquirido y qué fuerzas impiden la eficiencia competitiva del sector. Por lo tanto, el estudio se concentra en identificar la relación de coherencia entre los discursos de trabajadores de empresas públicas y privadas, y los individuos en formación profesional que formarán parte del capital humano de las empresas turísticas, en relación con el tema igualdad de género en las empresas del sector.

Desde una óptica empresarial, esta investigación estudia la igualdad de género en la gestión del sector de la intermediación turística, así de como la existencia o no de la misma repercute en el capital humano y en la eficiencia. La elección de la región estudiada, Galicia se debe a la conveniencia del factor distancia desde el lugar de residencia de los investigadores, y por tratarse de la región de interés. Por otro lado, desde el punto del capital humano en formación, debido a la importancia e interés, se ha elegido como público objetivo al estudiantado de turismo, específicamente a Universitarios de la comunidad autónoma de Galicia, debido a la conveniencia en el proceso de recolecta de datos en campo.

Desarrollo de los elementos metodológicos del estudio

En la presente investigación cualitativa, se ha utilizado el método análisis sociológico del discurso de Escuela Cualitativa de Madrid que tuvo como principales mentores Ibáñez, Ortí, Lucas Pereña, Zárraga, Conde,

Ruiz Ruiz y Alonso. Como práctica de investigación se utilizó la técnica Grupo de Discusión, de Ibáñez, Lucas, Ortí, Alonso y Godoi, y Entrevistas en profundidad. Aunque fue bastante utilizada en estudios del comportamiento de los individuos, solo recientemente fue aplicada a estudios turísticos. En este caso, para analizar el discurso de individuos colectados a través de entrevistas (Soares, 2015; Soares y Godoi, 2017) o el discurso de material promocional de los destinos turísticos (Gabriel, 2015).

En el Análisis Sociológico de los Discursos (ASD), la unidad de análisis recibe el nombre de corpus de textos y se trata de un sistema formado por varios discursos, el cual debe ser analizado en su conjunto. Según Alonso (1998) y Godoi, (2006) con este tipo de análisis se busca dar sentido a los discursos y sus motivaciones, insiriéndolos en sus contextos sociales. La reconstrucción de los intereses de los individuos y la interpretación del contexto componen el factor clave del ASD (Alonso, 1998; Alonso, 2002). El conjunto de las transcripciones de los discursos desplegados en las reuniones grupales o en entrevistas conforman el material empírico, o corpus de textos, que funcionará como soporte para la interpretación de las acciones de los individuos en sociedad, dando sentido al discurso (Ibáñez, 1979; Alonso, 1998; Conde, 2009) y permitiendo al investigador comprender los puestos que los interlocutores desempeñan y que motivos les llevan a utilizar el lenguaje (Alonso, 1998). El investigador en este proceso de análisis desarrolla un papel de reflexión sobre la realidad social de los discursos individuales o grupales (Coelho, 2012). Eso porque la realidad social está constituida por tres dimensiones intrínsecamente relacionadas: los individuos, sus relaciones y el sistema, es decir, las estructuras abiertas y susceptibles a cambios (Ibáñez, 2010).

El proceso de ASD consiste en identificar las conjeturas pre analíticas que sirven como hilo conductor para las etapas analíticas, nos ayudan a comprender el corpus de la investigación (Conde, 2009). En el segundo momento, se realiza el análisis de los estilos discursivos, que representan las formas expresivas, las características singulares y biográficas de cada gru-

po en función a los objetivos del trabajo (2009). Teniendo en cuenta que el objetivo de esta investigación recae en la identificación de los elementos o barreras que impiden a las mujeres asumir la dirección y/o gestión de una empresa, a pesar de contar con una mayor formación. Acto seguido es identificar las posiciones discursivas. Es decir, identificar las posiciones sociales asumidas por los grupos o sujetos. El análisis de las posiciones discursivas busca dar respuesta a las preguntas: ¿quién o quiénes hablan?, ¿en nombre de quién habla el grupo?, ¿desde qué lugar social producen sus discursos los asistentes al grupo? (2009).

Además, se deben también realizar las Configuraciones narrativas de los discursos. Con el que se busca representar los elementos latentes presentes en los discursos de los grupos/entrevistas acerca de la presencia de la mujer en el sector turístico. Las configuraciones narrativas representan las dimensiones de polarización del texto en relación al contexto social en el que se ha producido el discurso de los grupos y los objetivos de la investigación (2009). Finalmente, con el Análisis de los espacios semánticos se trata de la organización del conjunto de posibles atractores presentes en el corpus en relación con el objeto de la investigación, es decir, tratan de organizar los elementos, contenidos y formas verbales en función del objeto de la investigación (2009).

Técnicas de colecta de los discursos

El presente trabajo se trata de una investigación cualitativa dividida en dos partes: Análisis A, realizado a partir de los sistemas de discursos acopiados a través de grupos de discusión con estudiantes de la Universidad de A Coruña. Y Análisis B, elaborado a partir de los discursos recogidos por medio de entrevistas en profundidad a individuos que ocupan puestos directivos en empresas del sector turístico gallego.

Por un lado, se utilizó el Grupo de Discusión (GD) con el objetivo de obtener la materia-prima discursiva que resultará en las representaciones e imágenes colectivas sobre la problemática (Montañés Serrano, 2010). El GD es

un grupo artificial convocado acorde con los objetivos de la investigación (Alonso, 1998). Es controlado por un moderador y busca la participación activa de los sujetos. Es destacable que los individuos no son inquiridos por el moderador, es requisito la libertad de expresión y participación. Cabe destacar las diferencias epistemológicas y técnicas existentes con el *focus group*. Gutiérrez (2008) evidencia que el GD es una técnica abierta y poco dirigida que se caracteriza por una gran interacción entre los participantes. En ella el moderador solo interviene para orientar el grupo hacia el objeto de la investigación. Ya el *focus group* podría ser considerado como una entrevista en profundidad en grupo, en este sentido, el moderador hace las preguntas directas a los participantes (Montañés Serrano, 2010).

Por otro lado, la segunda técnica fue la entrevista en profundidad. Ella consiste en la colecta de información a través de una lista de preguntas propuestas por el entrevistador que debe ser fundamentada en el conocimiento adquirido durante la revisión bibliográfica de la temática de investigación (Acevedo y López, 1988). Los discursos levantados servirán para deducir las motivaciones profundas y los contenidos más ocultos del individuo (Cavassa, 2007). Esta técnica explora el tema a partir de la búsqueda de informaciones, percepciones y experiencias de informantes. Los entrevistados son los informantes del investigador, ellos actúan como observadores que funcionan como sus ojos y oídos en el campo (Bisquerra Alzina, 1989; Poupart, 2008). Cabe destacar que con esta técnica se busca la intensidad de las respuestas, no una cuantificación o representación estadística. Eso se consigue gracias a la interacción constante entre investigador e informante (Boni y Quaresma, 2005). Conocidas las técnicas de colecta del corpus y cómo se desarrolló metodológicamente la investigación, en el siguiente apartado se presentan los análisis propiamente dichos.

Diseño del estudio

La estructura principal del mismo se halla compuesta por el Análisis Sociológico de los Discursos (ASD) como instrumento de análisis comparativo

entre las narrativas discursivas de individuos del medio universitario (docentes y discentes), versus sujetos del mercado laboral turístico.

El origen de este método de análisis-interpretación de los discursos (Conde, 2010) se encuentra en la tradición española, en concreto proviene de la Escuela Cualitativa Crítica de Madrid (Godoi y Coelho, 2011), influenciada por las tres grandes corrientes críticas del momento: marxismo, estructuralismo francés y psicoanálisis. En este análisis se están considerando, por un lado, las narrativas discursivas de miembros del medio universitario (A), y por otro lado, directivos y directivas de empresas turísticas gallegas (B), y los contextos de producción de tales sistemas de discursos.

Para recopilar los discursos (A), se han realizado Grupos de Discusiones con la comunidad académica del curso de turismo en la provincia de A Coruña, Galicia. En cuanto a los discursos de los mandos de las empresas del sector turístico (B), se realizaron entrevistas en profundidad a miembros de dirección de diferentes tipos de empresas gallegas: intermediación, alojamiento y servicios complementarios. Se esperaba identificar, a través de la aplicación de este método de análisis subjetivista e interpretacionista, los elementos o barreras que impiden a las mujeres asumir la dirección y/o gestión de una empresa, a pesar de contar con una mayor formación y de este modo verse relegadas a un segundo plano ocupando cargos técnicos o de menor complejidad.

ESTUDIO A

En la primera parte del estudio se realizó con GD a estudiantes de turismo de la provincia de A Coruña en Galicia, España. Para la realización de este análisis fueron consideradas las narrativas discursivas del estudiantado gallego. En concreto se convocaron grupos de discusión en la ciudad A Coruña (enero de 2017), con estudiantes universitarios de los cursos de graduación en Turismo y de la doble graduación en Turismo y Ciencias Empresariales de la Universidad da Coruña. La elección de los participan-

tes ha sido definida de forma intencional, de modo no probabilístico, y se han tenido en cuenta las singularidades, similitudes y diferencias entre los interlocutores (Conde, 2009). Cabe destacar que este trabajo supone una parte de una investigación más amplia. Se considera siempre un factor fijo en la recopilación de información a estudiantes de turismo de las Universidades Gallegas, pero en este caso específico, se han analizado solo los discursos de estudiantes de la Universidad da Coruña. Con la definición de este criterio se buscó entender las diferencias y similitudes entre narrativas discursivas de grupos formados por estudiantes que ya realizaron prácticas profesionales, lo que se traduce en una aproximación a la experiencia laboral en el sector turístico y las narrativas de los estudiantes que todavía no las realizaron. Este criterio ha sido establecido con el objetivo de indagar la influencia de la experiencia laboral en las percepciones acerca de las barreras encontradas por las mujeres para acceder a los puestos de dirección en las empresas de la industria turística. Además, se establecieron grupos formados por estudiantes de dos diferentes carreras, Graduación en Turismo y Doble Graduación-Turismo y Empresariales. Este criterio de diferenciación ha sido definido para hallar el modo de identificar la diversificación en las motivaciones de los individuos de los grupos formados por estudiantes de diferentes carreras. El tercer criterio definido para la formación de los grupos, fue el rango de edad que abarca de los 18 a los 23 años debido a que esta es la franja de edad en la que se encuentra un mayor número de estudiantes universitarios. En este análisis el género y la edad no fueron considerados ejes estructurales, puesto que se entiende que no proporcionarían claros diferenciadores respecto al objeto del estudio - aunque pueden ofrecer matices relevantes, por ello, fueron incorporados como heterogeneidad inclusiva a fin de enriquecer el debate (Conde, 2009; Montañés Serrano, 2010).

Asimismo, se redactó un guión para orientar a los investigadores en los temas que serían tratados. Se han formado 8 grupos compuestos de entre 4 y 9 sujetos, participantes voluntarios. Las reuniones tuvieron una dura-

ción de entre 57 y 85 minutos. El moderador actuó solamente como provocador de temas objetos de investigación. La recogida de discursos fue realizada en la Universidade da Coruña. Al final de las reuniones los investigadores elaboraron anotaciones respecto a las diferentes posiciones y puntos de vista de los grupos. Se realizaron las transcripciones de las conversaciones considerando las formas no gramaticales y las hesitaciones, a través de la codificación recomendada por Brown y Yule (1983). A partir de las transcripciones y de las anotaciones de campo surgieron las primeras intuiciones que determinaron el inicio al análisis de los discursos.

Cuadro 1. Descripción de los grupos

Grupos	Curso	Prácticas	Año de Curso	Duración
G1	ADE/TUR	Sí	1º	75 minutos
G2	TUR	No	1º	70 minutos
G3	TUR	No	1º	60 minutos
G4	ADE/TUR	Sí	3º	85 minutos
G5	ADE/TUR	Sí	3º	58 minutos
G6	TUR	No	1º	65 minutos
G7	TUR	No	1º	57 minutos
G8	ADE/TUR	Sí	3º	82 minutos

Fuente: Elaboración propia.

Los voluntarios son alumnos del 1º y 3º año de las carreras de graduación en Administración Empresarial y Turismo (ADE/TUR) y de graduación en Turismo (TUR). Los grupos fueron formados por hombres y mujeres. Cabe destacar que los grupos de alumnos de Graduación en Turismo contaron con mayor representación femenina dado que se presenta como una característica común en los cursos de Turismo.

ESTUDIO B

En cuanto a la segunda parte del estudio, fueron realizadas 15 entrevistas a hombres y mujeres de distintos ramos del turismo gallego conforme se puede verificar en el cuadro 2. Para la elección de los individuos a entre-

Cuadro 2. Descripción de las entrevistas

Individuo	Sector	Género	Posición en la empresa	Duración
E1	Intermediación	Hombre	Directivo	35 minutos
E2	Consultoría	Mujer	Mando intermedio	29 minutos
E3	Consultoría	Hombre	Directivo autónomo	30 minutos
E4	Alojamiento	Mujer	Mando intermedio	31 minutos
E5	Eventos	Hombre	Mando intermedio	27 minutos
E6	Educación	Hombre	Docente	25 minutos
E7	Educación	Mujer	Docente	29 minutos
E8	Intermediación	Mujer	Directiva	36 minutos
E9	Intermediación	Mujer	Mando intermedio	31 minutos
E10	Intermediación	Mujer	Mando intermedio	33 minutos
E11	Intermediación	Mujer	Mando intermedio	34 minutos
E12	Intermediación	Mujer	Mando intermedio	41 minutos
E13	Intermediación	Mujer	Mando intermedio	31 minutos
E14	Intermediación	Mujer	Directiva	32 minutos
E15	Consultoría	Hombre	Mando intermedio	29 minutos

Fuente: Elaboración propia.

vistar, fueron contactados una gran cantidad de mandos empresariales y los que se interesaron en participar de la investigación fueron los únicos contactados telefónicamente. Las llamadas fueron grabadas llegando a cerca de 470 minutos de conversación en total. Con eso, se presentan los análisis realizados.

Conjeturas preanalíticas

En este trabajo a partir de los primeros *insights* y anotaciones se conjetura que:

- 1 Los alumnos que ya hicieron prácticas laborales perciben de modo más claro las barreras afrontadas por las mujeres en el mercado laboral, y al mismo tiempo se sienten más optimistas y motivados a luchar contra el sexismo en el mercado de trabajo en el sector turístico. Por otro lado, se percibe que los estudiantes que todavía no realizaron prácticas tienen una menor sensibilidad respecto a la percepción de estas barreras en el

sector, sin embargo, las diferencias de género, en general, son percibidas por estos grupos como una consecuencia cultural y difícil de combatir.

- 2 Los grupos formados por estudiantes de la Graduación en Administración Empresarial y Turismo (ADE/TUR) perciben el sector turístico más igualitario en términos de oportunidades de carrera para hombres y mujeres, respecto a los demás sectores. Sin embargo, cuando informados sobre los números referentes a la ocupación de los cargos directivos en el sector (mayoría ocupados por hombres), creen que la mejor manera para combatir la desigualdad de género es a través de la educación.
- 3 A partir de lo observado en las entrevistas realizadas, se conjetura que, independientemente del género, los individuos que están más arriba en la pirámide de mando empresarial ven menos desigualdades. Igualmente, los sujetos que están en posiciones de subordinación o empezando carrera laboral son más críticos con el sector y sí identifican más dificultades para el acceso de las mujeres a puestos de mando.
- 4 Aunque sea una carrera con una presencia preponderantemente femenina, se conjetura que en el sector turístico las relaciones también son regidas por características de patriarcado. En este sentido, los micromachismos están presentes en las relaciones de poder dentro de este mercado.

Así, presentadas las hipótesis cualitativas del estudio, se pasa a analizar los estilos discursivos asumidos en los discursos de los grupos y de las entrevistas realizadas.

Análisis de los estilos discursivos

Los estilos discursivos representan las formas expresivas, las características singulares y biográficas de cada grupo en función a los objetivos del trabajo (Conde, 2009). Teniendo en cuenta que el objetivo de esta investi-

gación recae en la identificación de los elementos o barreras que impiden a las mujeres asumir la dirección y/o gestión de una empresa, a pesar de contar con una mayor formación.

En relación con las principales barreras afrontadas por las mujeres en el mercado laboral del sector turístico (ESTUDIO A), la mayoría de los grupos presentan consenso en cuanto a que ellas existen y que deberían abatirse. En los grupos G1, G2 y G3, el salario surge como un principal factor de desigualdad en el mercado laboral, es decir, con frecuencia mujeres con la misma formación y experiencia que los hombres acaban por recibir un salario inferior, en este sentido, G5 cree que eso debería estar "penalizado". Asimismo, se evidencia en los grupos G1, G2, G4, y G8 que los hombres ejercen cargos más elevados, sin embargo, haciendo alusión a la configuración de las clases de turismo, el grupo defiende la opinión de que los hombres son aquellos que más se interesan por materias económicas. El G1 pone en evidencia que las diferencias empiezan dentro de las clases de la Universidad, refiriéndose a las imágenes utilizadas por algunos profesores que presentan a las mujeres ejerciendo cargos bajo y medios. Para G4 la diferencia en la clase también se nota por las motivaciones y aspiraciones de sus compañeros, en cuanto a los hombres aspiran a convertirse en directores mientras que las mujeres a ocupar cargos medios. El factor conciliación familiar surge como punto de ruptura del recorrido de crecimiento de la carrera, para G6 y G7, en especial la maternidad es considerada un problema que aporta desventaja para las mujeres. A continuación, se evidencian algunas fracciones discursivas que surgieron en los textos en relación al objetivo de la investigación que son las percepciones sobre las principales barreras encontradas por la mujer en el sector turístico:

G1: *Nuestra clase- ya sólo el porcentaje de hombres y mujeres- yo pienso que cada vez más las mujeres hacen más carrera y llegan más alto- Lo que si veo es que está muy desigual en cuanto a sueldo- una persona que ocupa el mismo puesto y una mujer- por ejemplo cobra mucho menos que un hombre- esa diferencia realmente yo no la acabo de enten-*

der a estas alturas+ / *Las diferencias ya se hacen en las clases* cuando ciertos profesores en una diapositiva ponen que una camarera de pisos va a ser una mujer y te ponen *una foto de una mujer limpiando- pues entonces claro, ya empezamos a dejar claro cómo va el asunto- ahí si es un error ya de base (...)+ / Yo creo que en los puestos medios sí que hay muchas mujeres y son profesionales (...)+ / La gente tiene en la cabeza- como que los hombres son más racionales (...)+ / Es que tenemos esa *visión/educación que es muy difícil de cambiar-* y yo no sé dónde está la solución sinceramente+*

G2: Los *cargos económicos corren por parte de los hombres-* ellos hacen las cuentas y lo demás y *las mujeres son la cara que ponen al público-* que visto así es un poco machista pero+ / Los sitios a los que ya fui yo- los *directores que actúan son hombres siempre+* / Sobre todo en la *limpieza que sí que suelen ser mujeres+* y en los *cargos más altos son hombres a lo mejor porque se interesan más por materias empresariales+* / Creo también que las mujeres están más presentes en los altos cargos+ / La gente de 50 años es así a la antigua- supongo que con *nuestra generación las cosas cambiarán+* / *Hay presión social-* es que hay carreras que se *determinan de hombres y carreras de mujeres-* (...) la sociedad sí que nos está liando de esa manera+ / *Estamos tan acostumbrados a ver que los altos cargos suelen estar más ejercidos por hombres+* / Y cuando una mujer está en el alto cargo la llaman directamente *mandona no lo ven como liderazgo+*

G3: Una mujer y un hombre pueden tener un puesto de trabajo pero al *final ella acaba por ganar menos+ pero no sé, creo que depende de cada persona eh+* / *Da igual que sea hombre o mujer+* / Dios me libre que dentro de 5 años tengamos que estar hablando de *igualdades* entre mujeres y hombres- es que ya hay+ / *Es que a mí me parece una tontería +* / Pues yo creo que *seleccionan el mejor curriculum da igual que sea hombre o mujer*

G4: Yo espero que sea así- pero sé que no es- lo veo tan complicado (...) a *largo plazo creo que es muy difícil para una mujer mantener un posición de alto cargo-* no sé+ / ¿Por qué son los hombres los que ocupan los

más altos cargos? - *Porque son los que no se pueden dedicar a sus hijos. ¿Cómo se resuelve?- conciliación familiar+ / La sociedad no acepta que tu abandones a tus hijos por trabajo-* pero a un hombre se ve normal- y la sociedad también se cree que los hombres son mejores que las mujeres- y todos acaban por ser directores+ / *En mi casa mi madre ya no sabe ni cocinar- el que hace todo es su marido (...)+ / Es que ves en clase no- que somos muchísimas mujeres y si preguntas- a los hombres que son 5 todos dicen que quieren ser directores de hotel- y las mujeres yo quiero trabajar con eventos- quiero ser guía y no sé qué- es que muchas de nosotras no queremos ser directores de hoteles- muchas no queremos+*

G5: *Hay más directivos hombres y están mejor pagados hombres que mujeres-* pero en turismo no tanto como en los otros sectores+ / *Al día de hoy tendría que estar penalizado que una mujer cobre menos que un hombre - pero no quiere decir que yo voy a entrar antes que ella+ / Yo creo que ya se está cambiando+ / Yo no veo el sector turístico como uno de los más- yo lo veo bastante más+ / Pues si una mujer hay que renunciar un buen puesto de trabajo lo renuncia para quedarse en su casa con sus hijos sus cosas+ / Yo creo que a una mujer a lo mejor no se da un cargo de tanta responsabilidad pensando que pues mañana tiene que tener mil vacaciones o que va a tener un hijo o cosas así+ / Estamos anticuados+ / Y las empresas tenían que seleccionar por el curriculum para contractar hombres y mujeres+*

G6: *Hay que cambiar la mentalidad-* es muy difícil pero+ / *A nivel individual poco podemos hacer+ / Nos tenemos que sobrevalorar todas+ / Aunque nuestra sociedad está cambiando sigue siendo una sociedad machista-* en cierto punto- es que sí que se podría hacer para cambiar el sector del turismo- *Hay que cambiar la mentalidad de la gente poco a poco-* pero...+ / *Por qué ten las empresas que tenemos problemas de maternidad todo eso+ / Los hombres también tenían que tener las bajas por paternidad-* pero claro eso también depende de la *administración pública-* tienen que *cambiar las leyes-* para que haya igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito laboral+ / *Es un problema de formación y mentalidad- educación+*

G7: *Influye mucho el tema de la maternidad- obviamente que a la empresa no le favorece+ / A mí me parece bien que los hombres se queden con los niños también+ / Hay muchas protestas ya- sobre todo me calienta que haya muchas chicas que se insultan y se critican- es que estamos retrocediendo- hay que apoyarse (...) + / Yo creo que es también por la naturaleza- A ver yo creo que lo normal es que la madre cuide los hijos- a ver creo que tienen que ayudar los dos- pero es lo que se hizo siempre +*

G8: *Siempre se piensa que los hombres están como que más cualificados- pero queda mucho que cambiar/ Continua siendo como que la costumbre / Tú dices el jefe no dices la jefa-dices las chicas de limpieza- es claro son micromachismos que están ahí y que no nos damos cuenta-son bastante difíciles de cambiar+ / Es como el anuncio del curso azafatas que ponen por ahí con una foto de un chico y una chica- pero ponen azafatas- me chocó mucho+ / Tenían que dar más visibilidad- es que las empresas de comunicación+ / Y las empresas tenían que seleccionar por el curriculum para contratar mujeres+*

Asimismo, cuando pasamos a verificar los estilos discursivos encontrados en las entrevistas (ESTUDIO B), podríamos identificar que los individuos del estudio van cambiando su manera de presentarse en muchos momentos de la entrevista. Lo más cierto es que asumen posiciones muy relacionadas con los estilos de liderazgo y con el poder de decisión formal (que algunas veces no coincide con lo real). Es decir, puede que las decisiones sean tomadas formalmente por ellas, pero finalmente los que organizan las actividades y transmiten la ejecución de las mismas a subordinados son ellos. Asimismo, hemos de ejemplificar una vez más la presencia de comportamientos machistas en la relación de poder, como identificamos en las palabras de E4- "las mujeres directivas son mandonas y los hombres son líderes".

Posiciones discursivas

Como se presentó anteriormente, esta etapa ayuda a identificar las posiciones sociales asumidas por los discursos buscando dar respuesta a las preguntas: ¿quién o quiénes hablan?, ¿en nombre de quién habla el gru-

po?, ¿desde qué lugar social producen sus discursos los asistentes al grupo? (Conde, 2009). En el caso del ESTUDIO A, sigue la representación y sus significados. A partir de la red de discursos se puede analizar que los participantes del G1 perciben que, a pesar de los avances de las conquistas de la mujer en el mercado, queda mucho por hacer, puesto que todavía los salarios de las mujeres son más bajos y cubren puestos menos importantes respecto a los hombres, porque las empresas creen que ellos son más racionales. Consideran que para un futuro con más igualdad es necesario concienciar a las nuevas generaciones, a través de la educación. Cuando se refieren a cambios necesarios desde el lenguaje utilizado en las clases, los interlocutores asumen una posición de estudiantes universitarios y a la vez se consideran suficientemente cualificados para arriesgarse a obtener cargos altos en un futuro.

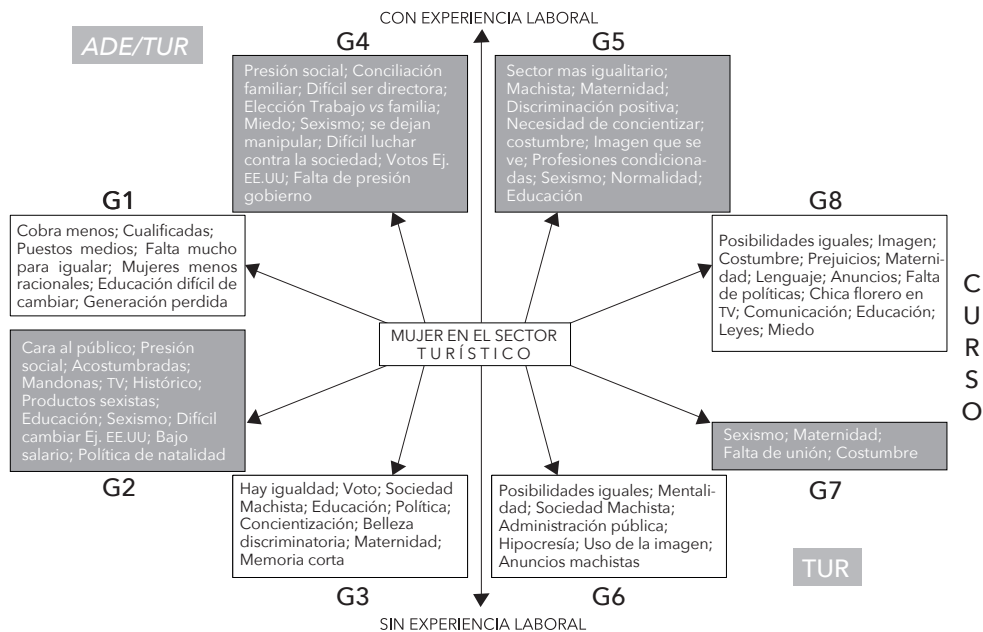
Los participantes del G4, son conscientes de los principales problemas enfrentados por la mujer en el mercado, considerado sexista. Opinan que existe un conflicto entre la vida familiar y laboral que impiden a la mujer desarrollar una carrera profesional ocupando altos cargos del sector. Sin embargo, consideran que algunas mujeres, se aprovechan de su naturaleza para alcanzar objetivos personales y/o profesionales y acaban dejándose manipular. El voto surgió en el discurso como una alternativa para combatir las diferencias de género, en este sentido, se utilizó como ejemplo el de EE.UU como algo negativo dentro de un contexto político. De este modo, el grupo asume una posición contraria a las declaraciones del presidente de los Estados Unidos relacionadas a las mujeres.

Para el G5 las posibilidades para hombres y mujeres resulta más igualitaria en el sector turístico que en otros sectores, aunque consideran que el mercado laboral, en general, es machista. Cuando se mencionan los datos de ocupación en el sector, la barrera que aparece con más fuerza en el discurso del grupo se halla en la renuncia a los puestos por motivos familiares y la maternidad. Consideran que hombres y mujeres comparten rasgos comunes, pero biológicamente diferentes y por eso tienen actitudes diferentes. En el sector se explora la imagen de la mujer de modo que acaba por fomentar el

comportamiento sexista. De cierta manera, en el discurso de grupo el comportamiento sexista en el sector está justificado por las condiciones sociales, protocolos, anuncios que se ven por ahí y que lo normalizan.

El tema es abordado de una manera más superficial por G3, G6 y G7, demostrando la falta de experiencia laboral y contacto directo con el sector. Inicialmente G3 y G6 defienden que existe igualdad entre hombres y mujeres en el sector turístico. Sin embargo, cuando la discusión aborda los datos estadísticos, los interlocutores del G6 reconocen la existencia de hipocresía social en relación al tema, consideran que se sabe de la existencia de diferencias de género en el sector, y que debido la costumbre acaban por asumir una posición de conformistas. De la misma manera G3, reconoce que los españoles tienen memoria corta. Para este grupo (G3), las empresas del sector utilizan el factor belleza como elemento discriminatorio a la hora de contratar, de este modo la imagen de la mujer es uti-

Figura 1. Mapa de posicionamiento de los grupos en relación a las barreras enfrentadas por la mujer en el sector turístico



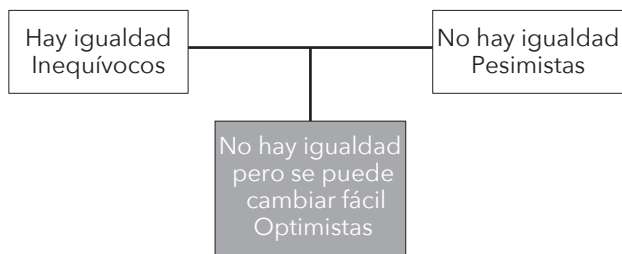
Fuente: Elaboración propia.

lizada para la venta de productos y servicios. G7 adopta una postura en la que se simplifica el tema considerando la maternidad la principal barrera impuesta por el sexismo en el sector, que en cierto modo lo justifican por la falta de unión entre las mujeres para combatir los límites impuestos por la costumbre de la sociedad. Los participantes del G2, consideran que la mujer se halla acostumbrada a la presión social existente, y que en el sector la mujer asume más cargos con funciones de cara al público.

El sexismo en el turismo, está fomentado por la TV, por los factores históricos, por los productos, sin embargo, consideran que las mujeres están acostumbradas a esa condición impuesta por la sociedad, y que es algo difícil de cambiar. En el discurso del grupo la elección del presidente Trump en EE.UU, surge como ejemplo de esa aceptación. Cuando partimos a analizar las posiciones discursivas asumidas en las entrevistas, podemos fácilmente caracterizar los discursos en tres bloques sociales como los representados a seguir. Un primer grupo que afirma inequívocamente que la igualdad de oportunidades existe. Con ese discurso, los individuos (independiente de género) explican y ejemplifican que hay la igualdad de oportunidad. Este bloque está formado por los discursos ofertados por los individuos que ya están ocupando cargos de dirección (E1, E3, E8 y E14).

Por otro lado, los individuos que están empezando sus carreras, que poco o mucho asumieron cargos de mando intermedio se encuentran en otros grupos, los que perciben que la igualdad no existe. Si bien es cierto que podemos posicionar los discursos en dos momentos distintos, por un lado, algunas mujeres (E11, E12, E13 y E15) coinciden en el pesimismo de la situación y que la sociedad no va cambiar para que las mujeres puedan acceder en la empresa turística de la misma manera que los hombres. Ya el tercer bloque (E2, E4, E5, E6, E7, E9 y E10) asumen posiciones en que afirman que en la actualidad la equidad es inexistente, pero que gracias a las nuevas generaciones preparadas para una sociedad más justa eso será posible. En este sentido, entendemos que estas tres posiciones asumidas por los grupos, si fueron así identificados en las entrevistas, también lo serán en la vida social de la industria turística.

Figura 2. Mapa de posicionamiento de las entrevistas



Fuente: Elaboración propia.

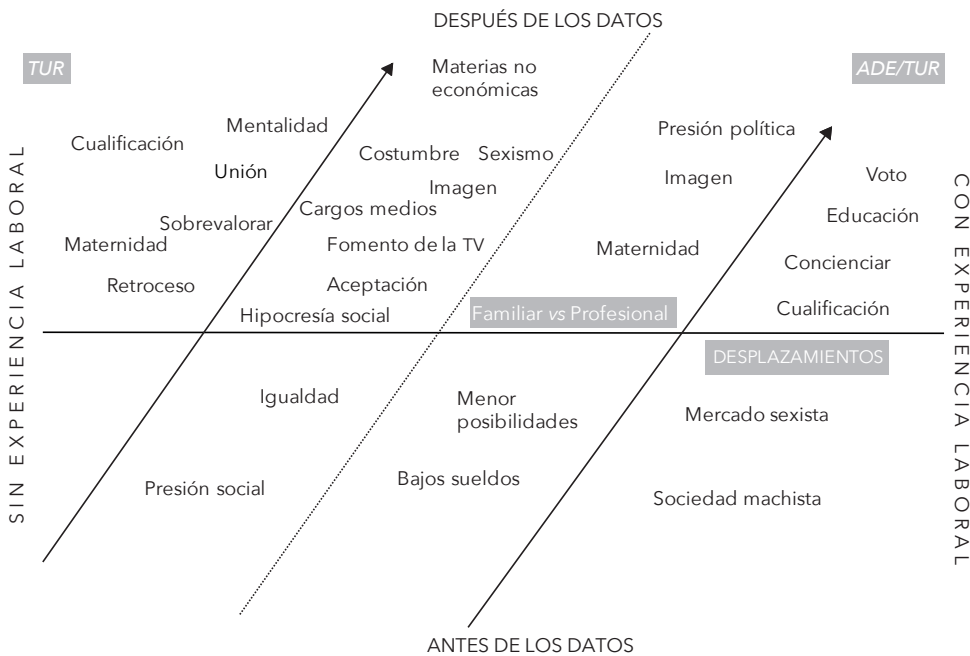
La siguiente fase del ASD consta del diseño de las configuraciones narrativas.

Configuraciones narrativas

En este estudio, se busca representar los elementos latentes presentes en los discursos de los grupos/entrevistas acerca de la presencia de la mujer en el sector turístico. Las configuraciones narrativas representan las dimensiones de polarización del texto en relación al contexto social en el que se ha producido el discurso de los grupos y los objetivos de la investigación (Conde, 2009). En el ESTUDIO A encontramos en los discursos que la presión social pesa sobre las mujeres, que muchas veces acaban por convivir con el conflicto entre su vida personal y familiar. Conflicto ese que se traduce en maternidad, tema que de modo intrínseco permanece enraizado en los discursos de los grupos sobre las principales barreras enfrentadas por la mujer en el mercado turístico. Existe un desplazamiento de los discursos que pasa de una dimensión inicial antes de la presentación de los datos de cualificación (SUG, 2013) y ocupación femenina en el sector (OMT, 2011; INE, 2013) hacia una dimensión final después de la presentación de los datos estadísticos. Se observa que los posicionamientos iniciales por parte de los grupos, se diferencian y siguen una tendencia según la experiencia laboral en el sector. En ese sentido, inicialmente los grupos formados por participantes sin experiencia en el sector perciben una cierta igualdad de oportu-

tunidades para hombres y mujeres en el turismo, aunque la presión social se configura desde el inicio como el principal obstáculo para que la mujer siga una carrera de éxito. Se observa que, durante la discusión sobre los datos estadísticos, en el discurso se reconoce la existencia de una llamada "hipocresía social", es decir, a pesar de la sociedad conocer los problemas enfrentados por la mujer, prefiere ignorarlos.

Figura 3. Mapa de posicionamiento de los grupos



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los desplazamientos de los posicionamientos de los grupos formados por estudiantes con experiencia laboral, se observa la inserción de posicionamientos desde factores económicos y sociales hacia factores políticos, culturales y también de comunicación. En ese sentido, la presencia de la mujer en el sector turístico está condicionada a un posicionamiento machista del mercado laboral reflejando a la sociedad, en consecuencia, la mujer se convierte en víctima de la desigualdad de oportunidades y recibe menor salario, a pesar del elevado grado de cualificación profesional. Por

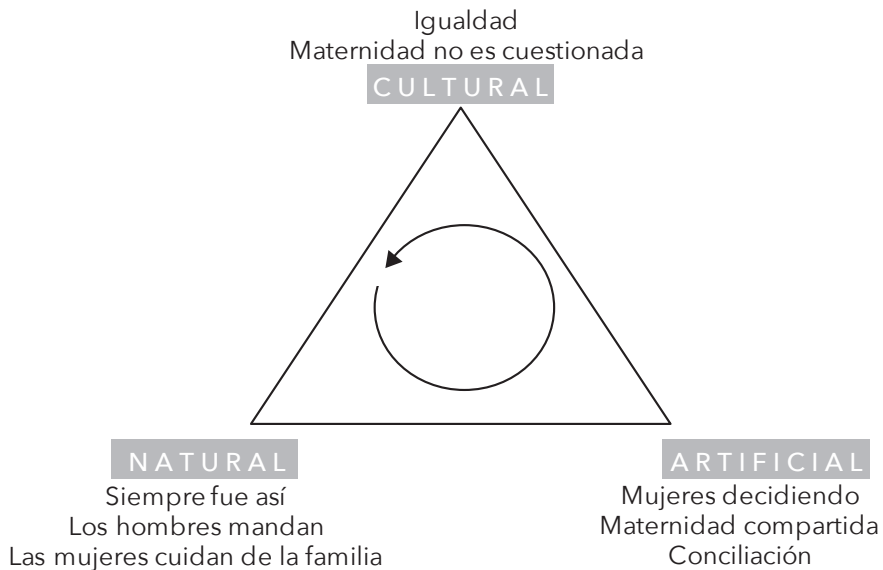
otra parte, la discusión sobre los datos estadísticos provoca un desplazamiento de los discursos hacia las causas y posibles soluciones para combatir las diferencias de género en el sector. La presión social traducida en el conflicto impuesto por la sociedad entre la vida familiar y la vida profesional se configura como la principal causa de desigualdad. De otro lado, la educación y la presión política, aunque no se muestran como únicos focos de actuación, adquieren una posición relevante a la hora de solucionar la problemática de la situación, aunque en los discursos se reconocen como factores con poder de actuación a largo plazo.

Asimismo, para representar dichas configuraciones en el ESTUDIO B hemos decidido hacer uso del Triángulo Sémico de Lévi-Strauss constituido a partir de tres vértices que representa el natural, el cultural y el artificial de una situación social (Conde, 2010). Conde nos explica que un fenómeno social puede ser visto ahora como artificial en una sociedad, mañana más integrado y percibido como cultural y luego puede estar tan integrado y domesticado que se inscribe en un plano casi imperceptible, impregnado en la conciencia del sujeto. Es decir, acabando por ser encarado como algo "natural".

Para entender bien esta representación en la figura 4, hemos identificado en los discursos que la sociedad ve natural que las mujeres deben abrir mano de sus carreras profesionales para dedicarse al cuidado de la familia. Es decir, en la sociedad en la cual estamos realizando este trabajo, podríamos incluso llegar a afirmar que en cuanto la figura "maternidad" no entra en el tema de discusión, todos los entrevistados afirman que el capital humano es aportado de la misma manera por mujeres o hombres. Pero en el momento que nos adentramos a discutir la cuestión del techo de las empresas, la situación natural hoy es que esta figura de mando va a ser ejercida por un sujeto que no dedique, o no tenga vida familiar. Por otro lado, las empresas que tienen mujeres en puestos de liderazgo, con poder de decisión, son vistas como una situación artificial. Es decir, los discursos nos indican que la sociedad no está preparada para ofrecer conciliación laboral y familiar. Que, aunque haya mujeres en puestos de mando, es completamente arti-

ficial que ella no sea también quien lleve el peso del cuidado de su familia.

Figura 4. La maternidad desde lo artificial a lo natural en la empresa



Fuente: Elaboración propia.

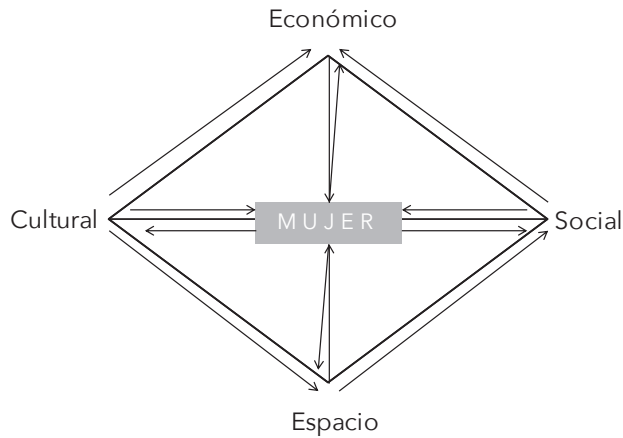
En las entrevistas, independientemente del género, hemos identificado que esta situación es artificial porque aún falta mucho por consolidar políticas (públicas o privadas/empresariales) de conciliación o maternidad compartida que impactarán directamente en el cambio social con relación a la igualdad en la empresa turística. Finalmente, en cuanto al vértice "cultural", este momento llegará cuando la maternidad no sea llevada a consideración por las empresas. Es decir, puede que intencionadamente o no, las empresas, al igual que las personas, siempre consideran que la mujer tiene un papel principal en su vida, ser madre. Ya se han visto cambios en este sentido, disminución de la natalidad o aumento de la edad media de tener hijos, por ejemplo. Pero eso siempre supone una "carga" que soporta la mujer, puesto que la idea de no procrear, actualmente y en muchas ocasiones, no se considera una opción para las mismas, constituyendo una prioridad en sus objetivos para ciertos sectores de la población.

Profundizamos más en este sentido, lo que queremos problematizar es que no todas las mujeres quieren ser madres, no todas ellas pueden ser madres, tampoco pueden, por lo tanto, que se les implique ese papel como el principal para su realización. En el momento que esa carga sea entendida por la sociedad, seguramente puede que la igualdad esté más cerca. En este momento, quiera sea por conciliación familia-trabajo, quiera sea porque hombres y mujeres compartan la mochila del cuidado del recién nacido (no de la maternidad), es cuando las empresas van a entender que el capital humano aportado por sus trabajadores va a depender de su género, y más bien, dependerá de su formación. Por lo tanto, ganarán empresas, como sociedad.

Espacios semánticos

La última etapa del ASD consiste en realizar el análisis de los espacios semánticos, que según Mastella (2015) son las asociaciones o agrupaciones en los cuales los grupos establecen significaciones compartidas sobre el objeto de investigación. En el ESTUDIO A, los discursos se construyeron a partir de determinados atractores semánticos como los siguen: espacio, cultural, económico y social. La siguiente figura busca representar el vínculo existente entre la presencia de la mujer en el sector turístico y los cuatro principales atractores. Por ello, facilitadores de desplazamientos que ayudan a comprender la estrategia de los discursos en la relación a la temática estudiada. El discurso se revela con una estrategia vinculando la presencia de la mujer en el sector a la búsqueda por espacio profesional, en ese sentido el elevado grado de cualificación se consideró solamente como un facilitador para acceder a puestos intermedios. En los discursos surge que la posibilidad de conquista de una posición de destaque está limitada para competir con los hombres por un mismo espacio en el sector. La mujer debe poseer una mayor cualificación profesional, y una vez conquistado el espacio ocupacional deseado, el factor económico, es decir, el bajo salario, surge como importante factor diferenciador.

Figura 5. Espacios semánticos limitaciones femeninas en sector turístico



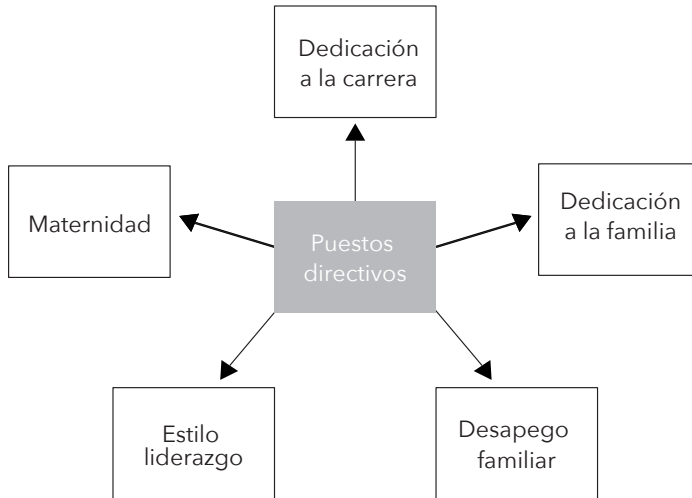
Fuente: Elaboración propia.

El atractor cultural, surge como una de las principales causas de la diferencia de género en el sector, tanto hombres como mujeres están acostumbrados con los diferentes tratamientos el que acaba por generar una cierta "aceptación" de la condición considerada histórica. De la misma manera, el discurso revela el factor social como el principal entrabe en la vida profesional de la mujer. Este factor representa la presión familiar que existe sobre la mujer, que muchas veces se contrapone a los intereses de las empresas. Desde el punto de vista social, el discurso revela que para amenizar las diferencias de género es necesario un cambio de mentalidad a través de la educación, de modo que las responsabilidades para con la familia sean compartidas entre hombres y mujeres de igual manera. Además, se considera que existe una necesidad real de una presión política para elaboración de leyes que faciliten ese proceso, como puede ser la aplicación del subsidio paternidad, leyes que fomenten la igualdad de oportunidades y salarios entre hombre y mujeres.

De esta manera, los discursos en las entrevistas (ESTUDIO B) se construyeron a partir de determinados atractores semánticos como los siguen: años de formación, trabajos sumisos, maternidad, jefes/jefes de familia, desapego

familiar. En este sentido se puede afirmar que, aunque se esté trabajando en una industria que cuenta con una presencia masivamente femenina, los discursos y sus consecuencias para las tomas de decisiones dentro de las empresas están permeadas de percepciones cargadas de machismo.

Figura 6. Espacios semánticos problemas para puestos directivos femeninos



Fuente: Elaboración propia.

Aunque se percibe que la formación prepara a las mujeres para la toma de decisión, para puestos de dirección, la sociedad sigue reticente, teniendo prejuicios en cuanto a la hora de dar un puesto como este a una mujer. Asimismo, eso no es una cuestión ni definitiva, ni tampoco sin solución. Ella ocurre debido a que la región donde se realizó el estudio aun cuenta con muchas empresas de calado familiar, muchas veces administradas a la sombra por un empresario/inversor/director de sexo masculino. Con eso, cuando surge la necesidad de contratación de una persona capaz de tomar decisiones acertadas para la empresa, muchas veces los prejuicios superan el capital humano. En los discursos, hemos identificado que se espera que la mujer sea más eficiente que el hombre para que pueda tener sus mismas oportunidades. Por la contra, también hemos analizado que esta generación que hoy toma decisiones está siendo sustituida paulatina-

mente por individuos formados en valores y capacidades que ultrapasan los prejuicios. Si bien es cierto, los discursos se forman a partir de esos atractores semánticos, pero se conforman desde varias perspectivas. Una, optimistas en cuanto a la mejora en un corto espacio de tiempo; dos, pesimistas en cuanto a que, si la educación formal prepara el individuo hacia una sociedad más igualitaria, los medios de comunicación, el lenguaje o los micro machismos minimizarán la consecución de dicha igualdad.

Consideraciones finales

Es inevitable destacar la existencia de diferencias de perspectivas, con respecto a la relación género-ocupación profesional, considerando los grupos que han experimentado una aproximación al mundo laboral y aquéllos que no. Lo mismo ocurre con los sujetos que están en puestos de dirección y los que no. También se llegó a encontrar como principal impedimento la maternidad, no por ella en sí misma, sino porque desde el punto de vista del empresario supone un *handicap* a la hora de contratar o promocionar a una mujer. En los discursos de los grupos de estudiantes, este tema surge de una manera muy explícita como una de las principales barreras afrontadas por las mujeres. Ya en las entrevistas a profesionales del sector no ocurrió lo mismo. Según el corpus analizado, presentando dos candidaturas para un mismo puesto, los seleccionadores elucubran *a priori* que uno de los candidatos puede ausentarse por periodos de tiempo puntuales y el otro no, es decir, la balanza se inclina hacia el que soporte menos cargas. Cabe destacar que los individuos, independientemente de estudiantes o profesionales, también han recordado que no solo a las mujeres cabe cargar con el peso del cuidado a la familia. Sin embargo, la sociedad aún no está preparada para ofrecer conciliación laboral y familiar.

Todo ello se traduce en que el planteamiento legal en la materia al día de hoy supone un factor de obstaculización latente, dictaminando, de este modo, otra premisa que convendría indagar en profundidad, es decir, la conciliación familiar actual (permisos por maternidad o paternidad, lactan-

cia, etc.) aunque resulta favorable para la crianza supone una traba para la mujer. Es decir, si no se igualan los permisos entre madre/padre, el resultado obtenido sigue promoviendo una segregación horizontal y un impedimento en el acceso de la mujer al mundo laboral.

Asimismo, también se constató discriminación por razón de género derivada de aspectos sociales difíciles de controlar y que, de acuerdo con los discursos, solo educación y política social serían capaces de cambiar ese cuadro a largo plazo. En este sentido, el lenguaje sexista muchas veces utilizado en clases de la carrera de turismo puede derivar en micromachismo que tanto universidad, como sociedad, tienen que combatir. No solo eso, en el triángulo sémico de Lévi-Strauss, este lenguaje viene a ratificar una situación entendida como "natural", es decir, que él está tan impregnado en la sociedad, que muchas veces no es visto como perjudicial para las relaciones. Por ello, aquí hacemos una primera recomendación, que los centros de estudios sean capaces de minimizar ese lenguaje de manera que profesores y alumnado vean la igualdad presente en todos los lados. Por ejemplo, que no se hable de directivos y camareras de piso, porque en nuestra industria, esta situación lleva mucho siendo superada.

Con todo se considera necesaria una reeducación y desconstrucción de tales estereotipos o determinismos de género, a partir de la educación informal (educación familiar) y de la formal (centros de estudios), en la formación de los estudiantes de turismo, para evitar futuras actitudes limitativas para las mujeres que acaban por generar una visión pesimista de la discriminación de género. De este modo, si en las clases de turismo se incluyen pláticas continuamente sobre la necesidad de eliminar prejuicios sexistas desde los primeros cursos, en el futuro se podrían "desnaturalizar" tales roles y determinismos nocivos a una sociedad más equitativa.

Con todo ello podemos afirmar que una vez más hemos topado con el reconocido Techo de Cristal presente en numerosas esferas del ámbito laboral. Como solución para esta cuestión, identificamos en los discursos de los interlocutores que existe también una necesidad real de presión política para

elaboración de leyes que faciliten ese proceso, como puede ser la aplicación del subsidio para la baja por paternidad, leyes que fomenten la igualdad de oportunidades y salarios entre hombre y mujeres. Desde este punto de vista, se hace visible la necesidad de plantearnos líneas de investigación futuras encaminadas a la consecución de parámetros que permitan definir acciones y conocer en qué planos sería adecuado ejecutarlos.

Por otra parte, al considerar que el capital humano deriva de la acumulación de conocimientos y formación académica entre otros de cada individuo, se concluye que, a raíz de lo expresado por las entrevistadas, la opción de promocionarse dentro de la empresa se encuentra limitada por barreras anteriormente citadas, (a pesar de presentar formación para optar a puestos de mayor relevancia) con lo cual se puede constatar que este hecho repercute negativamente en las empresas del sector, puesto que se produce pérdida de valor y por ende, una potencial merma de la eficiencia. De igual modo, a colación de lo anteriormente citado, se observa segregación vertical, dado que si bien es cierto que puestos de mando intermedios se hallan ocupados por mujeres, llegado a niveles más elevados de dirección el porcentaje de hombres se presenta como notablemente superior.

La aportación de este estudio consiste en abrir nuevas líneas de investigación que permitan corregir las externalidades negativas producidas por pérdidas de capital humano en el sector turístico, sin dejar a un lado la eliminación de las barreras para el empoderamiento de la mujer, consiguiendo beneficios a largo plazo de tipo social y económico para todos los *stakeholders* del turismo. Se pretende así contribuir para la ampliación del espacio de estudio del género en turismo y sus consecuencias para la eficiencia empresarial.

Dado todos estos factores citados anteriormente, resultaría conveniente investigar si la empresa privada y la pública se interesan por ofrecer un producto turístico sostenible en el tiempo, competitivo y eficiente o simplemente lo que interesa es la productividad, dado que aunque eficiencia y productividad caminan de la mano presentan puntos que las distinguen. Como limitaciones, podemos destacar la cantidad de individuos entrevistados, es

decir, aunque la cantidad de material recogida fue grande, se entiende que para un trabajo de esta envergadura sería muy interesante poder contar con las percepciones de más sujetos del ramo turístico gallego. Una segunda limitación podría ser la no consideración del género como una categoría de diferenciación en la configuración de los grupos. Asimismo, cabe destacar que mezclando los géneros enriquece el discurso global del grupo debido a los conflictos generados en las discusiones.

Referencias

- Acevedo, A. I. y A. F. López M. (1988). *El proceso de la entrevista: conceptos e modelos*. México: Limusa Noriega Editores.
- Alonso, L. E. (2002). Los mercados lingüísticos o el muy particular análisis sociológico de los discursos de Pierre Bourdieu. *Revista de Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 111-132.
- Alonso, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- Becker, G. S. (1964). *Human Capital, A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. [Tercera edición, 1993]. Estados Unidos: The University of Chicago Press
- Bisquerra Alzina, R. (1989). *Métodos de investigación educativa. Guía práctica*. Barcelona: Ediciones Ceac.
- Boni, V. y S. J. Quaresma (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, 2(3), 68-80.
- Brown, G. y G. Yule (1993). *Análisis del discurso*. Madrid: Visor Libros.
- Cavassa, C. R. (2007). *Marketing Turístico. Análisis motivacionales. Comercialización y política de distribución. Ingeniería de la imagen, comunicación comercial y publicidad turística*. México: Trillas.
- Coelho, A. L. (2012) *Construção do discurso da sustentabilidade: uma prática de Análise Sociológica do Discurso no campo organizacional*. Tesis de Doctorado en Administración y Turismo [Doutorado em administração e turismo]. Brasil: Universidade do Vale do Itajaí.
- Conde, F. C. (2009). Análisis sociológico del sistema de discursos. *Cuadernos Metodológicos* 43. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

- Conde, F. C. (2010). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Consellería de Educación de la Xunta (SUG) (2013). *Datos estadísticos do sistema universitario de Galicia, 2012-2013*. Recuperado de: http://www.edu.xunta.gal/portal/sites/web/files/datos_estadistica_do_sug_2012-13.pdf
- Fulcher M, E. L. Sutfin y C. J. Patterson (2008). Individual Differences in Gender Development: Associations with Parental Sexual Orientation, Attitudes, and Division of Labor. *Sex Roles*, 58, 330-341.
- Gabriel, L. P. M. C. (2016). *La imagen proyectada de dos destinos patrimoniales italianos. El caso de Florencia y Venecia*. Tesis de Doctorado en Dirección y Planificación del Turismo [Doutorado em Direção e Planejamento do Turismo]. A Coruña: Universidade da Coruña.
- Godoi, C. K. y A. L. A. Coelho (2011). *Análise sociológica do discurso: elementos metodológico-epistêmicos e possibilidades de utilização no campo organizacional*. Recuperado de: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/TC%20EPQ1087.pdf>
- Godoi, C. K. (2006). Perspectivas de análise do discurso nos estudos organizacionais. En C. K. Godoi, R. Mello y A. Silva (orgs.). *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais. Paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo: Saraiva.
- Godoi, C. K. y P. L. Mattos (2006). Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. En C. K. Godoi, R. S. Bandeira-de-Mello y B. Anielson (coord). *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo: Saraiva.
- Gutierrez, H. S. M. (2008). *Estudio de la Imagen de Destino Turístico y el Proceso Global de Satisfacción: Adopción de un Enfoque Integrador*. Tesis de Doctorado. España: Universidad de Cantabria.
- Huete, R., M. Brotons y M. C. Sigüenza (2016). La desigualdad entre mujeres y hombres en el sector hostelero español. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25, 73-87.
- Ibáñez, J. (2010). Perspectivas de la investigación social: el diseño en las tres perspectivas. En M. García , J. Ibáñez y F. Alvira (orgs.). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.

- Ibáñez, J. (1979). Más allá de la Sociología. El grupo de discusión, teoría y crítica, Siglo XXI. ---- (1985): "Las medidas de la sociedad". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 29(enero-marzo), Madrid: CIS.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2013). *Estadísticas sobre el mercado laboral*. Madrid: INE.
- Leaper, C. (2014). La socialización de género en los niños por parte los padres. Género: socialización temprana. *Enciclopedia sobre el Desarrollo de la primera infancia*. Recuperado de: <http://www.encyclopedia-infantes.com/genero-socializacion-temprana/segun-los-expertos/la-socializacion-de-genero-en-los-ninos-por-parte>
- Ley Orgánica 3/2007 22 de marzo para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres.
- Lillo Bañuls, A., A. B. Ramón Rodríguez y M. Sevilla Jiménez (2006). *Un marco de análisis del capital humano en turismo*. España: Departamento Análisis Económico Aplicado, Universidad de Alicante. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Adelaida_Lillo-Banuls/publication/264156205_Un_marco_de_analisis_del_capital_humano_en_turismo/links/53cfbb330cf25dc05cfb161f/Un-marco-de-analisis-del-capital-humano-en-turismo.pdf
- Mastella, A. (2015). *O discurso feminino sobre consumo de beleza: uma análise à luz da concepção de sociedade de consumo pós-moderna*. Tesis de Doctorado en Administración [Tese de Doutorado em administração]. Brasil: Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu.
- Montañés Serrano, M. (2010). El grupo de discusión. Observatorio internacional de ciudadanía y medio ambiente sostenible. *Cimas Cuadernos*. Recuperado de: http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/08/m_MMontanes_EIGRUPO.pdf
- Noland, M., T. Moran y B. Kotschwar (2016). Is Gender Diversity Profitable? Evidence from a Global Survey, Peterson Institute for International Economics. *Working Paper*, 16(3). Recuperado de: <https://piie.com/publications/working-papers/gender-diversity-profitable-evidence-global-survey>
- O'Connor, D. (2002). Apertura económica y demanda de trabajo calificado en los países en desarrollo: teoría y hechos. *Revista de Comercio Exterior*, 52(4).

- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2011). *Global Report on Women in Tourism*. UNESCO.
- Poupart, J. (2008). A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. En Poupart, J., J. P. Deslauriers, L. H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer y A. Pires. *A Pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 215-253.
- Soares, J. R. S. y C. K. Godoi (2017). A metodologia da análise sociológica do discurso em estudos turísticos: o processo de transformação da imagem turística e sua relação com a lealdade. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), 245-260.
- Soares, J. R. S. (2015). *Relación entre imaxe turística construída e lealdade. Análise dos estudantes internacionais en Galicia*. Tesis de Doctorado em Dirección y Planeación de Turismo [Doutorado em Direção e Planeamento do Turismo]. A Coruña: Universidade da Coruña.
- Soares, J. R. S., L. P. M. C. Gabriel y R. Santiago Romo (2017). La presencia de la mujer en el sector turístico de Galicia. *Revista de Gestão e Secretariado -GeSec*, 8(1), 26-47.
- Vargas Martínez, E. E. y V. Villagómez Rojas (2007). Importancia de la medición del capital intelectual en la empresa turística: Caso específico de un hotel en el Valle de Toluca. En M. Osorio García ^a y G. Novo Espinosa de los Monteros. *Entorno del turismo. Perspectivas*, 2. México: Universidad Autónoma del Estado de México, 102-105.
- Villalobos Monroy, G. y R. Pedroza Flores (2009). Perspectiva de la teoría del capital humano acerca de la relación entre educación y desarrollo económico. *Tiempo de Educar*, 10(20), 273-306.

El empoderamiento de las mujeres que trabajan en el sector turístico. Un análisis desde las redes sociales y la gestión del conocimiento

Martha Rocío Guerra Gutiérrez¹

Gizelle Guadalupe Macías González²

Ismael Manuel Rodríguez Herrera¹

Introducción

En este texto, hay una aproximación al estado del conocimiento sobre el empoderamiento organizacional de las mujeres en el sector turismo. El estudio comprende el análisis de treinta investigaciones realizadas en varios países como México, Chile, Perú, Uruguay, Australia y España, durante el período 1992-2016, las cuales representan artículos científicos y trabajos de tesis doctorales que de alguna manera exploran las temáticas en estudio. El análisis plantea desde las redes sociales y la gestión del conocimiento que generan las mujeres que laboran en el sector turismo. El marco de estudio de esta revisión está centrado en los beneficios que las mujeres generan como resultados de sus acciones. La primera se deriva de la capacidad de la empresa turística en donde ellas laboran para producir nuevos conocimientos, compartiéndolos dentro de la organización y haciéndolos tangibles en los productos o servicios, teniendo así una buena gestión del conocimiento; y la segunda acción, parte de analizar el conjunto de relaciones que ellas establecen con un grupo de actores/as para obtener su empoderamiento organizacional.

Para ello se ha decidido organizar el documento de acuerdo con la información recabada en estos aspectos. Primero, se aborda el empoderamiento organizacional de las mujeres, los enfoques conceptuales y los estudios que se han realizado sobre empoderamiento organizacional femenino en empresas turísticas. Posteriormente se da cuenta del estudio de redes sociales de las mujeres y se concreta en investigaciones sobre redes sociales

¹ Universidad Autónoma de Aguascalientes, México.

² Universidad de Guadalajara, México.

en turismo y mujeres. Enseguida se presentan las concepciones sobre la gestión del conocimiento y se abordan los estudios sobre mujeres que laboran en el sector turístico y que han indagado en la gestión del conocimiento. El apartado final enuncia los estudios que han vinculado los aspectos de análisis: redes sociales y empoderamiento organizacional de mujeres en turismo y gestión del conocimiento y empoderamiento organizacional femenino en el sector turístico.

Las empresas turísticas y las mujeres

Actualmente el turismo es una de las industrias con mayor índice de crecimiento y es considerada como una de las actividades más importantes en el desarrollo de las sociedades con implicaciones económicas por la generación de divisas (Marín, García y Daltabuit, 2012). En esta misma sintonía, la actividad del turismo rural ha aumentado a nivel Latinoamérica. No obstante, los estudios dedicados a abordar dimensiones sociales han sido escasos, al igual que las investigaciones con enfoque de género o desde la perspectiva de las mujeres, a pesar de que la actividad turística representa una herramienta eficaz para el empoderamiento y liderazgo de las mujeres (García, 2015).

Los estudios sobre la inclusión de las mujeres y el turismo han tenido una gran importancia como objeto de investigación desde el presente siglo (Norrild, 2007), debido a que ellas forman parte de un eslabón importante en el ámbito empresarial y el sector turístico, en particular ha experimentado un continuo crecimiento y una amplia diversificación, hasta lograr situarse como uno de los motores claves en el actual progreso socioeconómico mundial (Tejada, 2013). Por otra parte, el análisis de género en el estudio de las organizaciones comenzaron a popularizarse al iniciarse la década de los noventa con una fuerte carga sobre la dominación masculina. No obstante los avances que se tuvieron, continuaban presentándose las asimetrías laborales, es decir no se aminoraron con impulsar una mayor participación de las mujeres, incluso en los puestos claves de decisión

(Vázquez y Urbiola, 2014). Por lo que continúan las inequidades laborales en un mundo empresarial dominado por los hombres, y en donde se impacta en la identidad laboral, que se encuentra ligada a la construcción genérica de hombres y mujeres en las organizaciones.

Además, Urbiola explica que continua la creencia de que la innovación, la industria y las empresas de mayor tamaño, no le son propias a las mujeres. Solamente les es típico las actividades económicas que ellas realizan y que continúan con las costumbres de sus sociedades, puesto que en algunas comunidades las prácticas tradicionales de género se guían por aspectos étnicos-religiosos, incluso la misma innovación de las mujeres en las empresas si se apegan a la tradición o de alguna manera no genera conflicto, por ejemplo la elaboración de tapetes, se le admira en su sociedad (2015).

La tendencia de incorporación de las mujeres al desarrollo económico para lograr su empoderamiento se ha manifestado en acciones de políticas públicas presentes dentro de los programas gubernamentales, originando así un involucramiento de las mujeres al trabajo reenumerado, al auto-empleo y a la creación de negocios les ha representado un medio para obtener sus propios ingresos. Este fenómeno social observado ha sido estudiado y apoyado por una gran cantidad de entidades como la ONU (2016), que afirma lo siguiente: el invertir en el empoderamiento económico de las mujeres contribuye directamente a la igualdad de género, la erradicación de la pobreza y al crecimiento económico inclusivo.

El involucramiento directo de mujeres en el trabajo remunerado ha generado efectos de diversa índole, por ejemplo, las modificaciones de las mujeres en sus formas de vida al incorporarse en el trabajo turístico que narra un estudio realizado en El Rosario, Michoacán, México, sobre mujeres que participan en una gran cantidad de actividades, las cuales cambian la cotidianeidad de sus estilos de vida. De igual manera, se fundamenta que el trabajo, las responsabilidades y los recursos generados no son equitativos entre hombres y mujeres, por lo que los objetivos que se plantean en los

proyectos de base comunitaria como lo es lograr una equidad de género, muy pocas veces se llegan a cumplir (Rodríguez y Acevedo, 2015).

No sólo la desigualdad de género se encuentra en el sector rural en México, sino también en distintas partes del mundo, tal es el caso de un estudio que se realiza en el sector hostelero de España, en donde las repercusiones positivas en el desarrollo turístico han facilitado la incorporación de las mujeres en el trabajo y que la mayor parte de la fuerza laboral en este sector son las mujeres. Sin embargo, dicha incorporación se ha realizado de manera desigual cuando las mujeres ocupan la mayor parte de los puestos de baja cualificación, por lo que sufren de una desigualdad salarial, segregación vertical y una mayor precariedad laboral. A partir de esto, surge un reflexión acerca de las razones que ocasionan estas desigualdades, y que acciones se deben realizar para mitigarlas (Huete, Brotons y Sigüenza, 2016).

La inequidad de género ha sido un tema bastante controversial durante los últimos años, y no solamente es exclusivo para el sector turístico, sino se ha involucrado en diversas áreas de estudio y en todas partes del mundo, por lo que con la presente investigación bibliográfica se pretende realizar un análisis teórico de los elementos que se piensa, contribuyen a un empoderamiento de las mujeres dentro de la organización, como lo es la gestión del conocimiento y la generación de redes de colaboración entre las mujeres.

El empoderamiento organizacional de las mujeres

El realizar una revisión de la literatura sobre trabajadoras en empresas turísticas y sus nexos con la gestión del conocimiento y las redes sociales, apoyaría en información a organizaciones, investigadoras e investigadores del área, interesados/as en conocer los beneficios y restricciones que genera la existencia o no de la gestión del conocimiento. Las relaciones entre el conocimiento, la información existente y la toma de decisiones en el turismo han sido abordados fundamentalmente a nivel de destinos turísticos, encontrándose carencias en el estudio de dichas relaciones en el ámbito

de las organizaciones empresariales que interactúan dentro de los propios destinos (Batista, Velázquez, Díaz y Ronda, 2015).

El término empoderamiento, según el Oxford English Dictionary, aparece por primera vez en algunos textos de la segunda mitad del siglo XVII (León, 1997), pero éste comienza a tener una mayor participación en los años 60's, a partir de los trabajos de Paulo Freire (1985), en su libro *Pedagogía del Oprimido*, donde el autor consideraba a la educación como la práctica de la libertad. Después de esto, el término se comienza a utilizar en los movimientos feministas y por la defensa de los derechos de civiles de los afroamericanos en los Estados Unidos (Maza, 2008) y actualmente se utiliza dentro de múltiples disciplinas, tal es el caso de la psicología, la antropología, la ciencia política, la economía, las ciencias administrativas, entre otras.

Para dar una definición del concepto empoderamiento, es importante citar algunos autores que han realizado una aportación al concepto. Una de las revelaciones más reconocidas es la de Riger (1993), quien la define como un proceso para cambiar la distribución de poder tanto en las relaciones interpersonales como en las instituciones de la sociedad (Riger, 1993). Para Narayan (2002), el empoderamiento es una expansión de libertad que le permite al individuo elegir y actuar por sí mismo. Otra definición sobre el concepto es la de Hashemi *et al.* (1996), quienes además de coincidir con Riger en que el empoderamiento es visto como un proceso, proponen una conceptualización específicamente para el caso de las mujeres, mencionando así que es proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno; una evolución en la concientización de las mujeres sobre sí mismas, en su estatus y en su eficacia en las interacciones sociales (Hashemi, Schuler, y Riley, 1996).

Para Sen (1998) y Mahmud (2003), el empoderamiento femenino se relaciona con la toma de decisiones y con un cambio desde la idea de mayor bienestar, exclusivamente, hacia nociones que incluyen la elección y la agencia activa para mejorar la calidad de vida de las mujeres. Por su

parte Rowlands (1998) lo ha definido como un proceso de eliminación o reducción multidimensional de desigualdad e injusticia, a través del cual las mujeres defienden lo que es importante para ellas según sus propias experiencias y percepción de las situaciones. Cornwall (2007), lo conceptualiza de una manera más sencilla como la capacidad femenina para actuar de manera independiente y elegir libremente.

De acuerdo con el enfoque de las ciencias administrativas empoderamiento organizacional es definido como aquel proceso por el cual se incluyen cambios positivos en las personas, los cuales se pueden manifestar en: aprendizaje, mayor participación e incursión dentro de la organización (Subiñas Abad, 2009). Debido a la gran diversidad de interpretaciones sobre el concepto, se ha considerado necesario crear una definición específica para este trabajo, la cual se basa en los componentes principales de las definiciones anteriormente mencionadas: se entendiendo por empoderamiento a aquel proceso por el cual se obtiene y se mantiene una expansión de las capacidades y cualidades de las mujeres para participar, negociar, controlar, y tomar decisiones responsables que influyan directamente en su vida.

A continuación, se presentan algunos estudios que explican el contexto laboral de las mujeres. Algunos autores aseguran que el papel de mujer, tanto en lo laboral como en lo económico, no se ha visto favorecido. Tal es el caso de Boserup (1970), quien en su investigación expresa una gran preocupación por la exclusión sistemática de las mujeres del tercer mundo. La autora señala que en todos los estudios sobre el desarrollo se mostraba que éste no había mejorado la situación de las mujeres, sino que, por el contrario, precarizaba sus condiciones de vida. El apoyo a las mujeres es un tema que todavía no logra traducirse plenamente de la teoría de los programas sociales a su práctica e implantación, a pesar de que organismos internacionales como el Banco Mundial establece que a pesar de que hombres y mujeres comparten el peso de la pobreza, en muchas sociedades ellas son también sujetas de imposiciones y sometimientos sociales que limitan sus oportunidades de mejorar sus condiciones económicas y acceso a servicios públicos y bienes de consumo (Meza, 2002).

La posición de Lamas (1986) es un tanto más radical. Menciona que, aunque existan diferencias dentro de los roles de género, se presenta una división básica correspondiente a la división sexual del trabajo más primitiva, la cual menciona una función tradicional de la mujer: responsable del cuidado y la crianza de sus hijos. En su investigación sobre el rol que ocupa la mujer, la autora limita socialmente a las mujeres en cuanto a sus capacidades de participación, justificándolo a que se mantienen ocupadas en las actividades domésticas y reproductivas.

Sin embargo, existe evidencia en la que se resalta el papel de la mujer en el trabajo remunerado, ya que la incorporación de las mujeres rurales a la producción comercial ha estado presente como fórmula de empoderamiento femenino, durante el periodo colonial y postcolonial, al representar una de sus fuentes de ingresos principales (Mbilyi, 1997; Mukaranga y Koda, 1997).

A su vez es importante considerar a los procesos de la toma de decisiones, la negociación y la manipulación siendo necesarios para apropiarse y usar los recursos para potencializar el empoderamiento económico de las mujeres. Tal es el caso de un estudio realizado en la comunidad de Soni, Tanzania, en el que las autoras realizan un análisis de del proceso de empoderamiento económico de las mujeres rurales, en el que se obtiene como resultado que para hacerse fuertes en áreas que comúnmente habían sido marginadas, las mujeres han realizado acciones colectivas, ya que se asocian para lograr sus intereses estratégicos de género. El caso de Soni demuestra que las mujeres actúan colectivamente defendiendo sus intereses: el control sobre sus fuentes de ingresos en el curso del cambio de las acciones económicas a lo largo de la historia (Manzanera y Lizarraga, 2013).

Con respecto al empoderamiento de mujeres en comunidades rurales, Rubio y Escofet (2013) estudia la relación de ellas con el uso de tecnologías de la información, por supuesto se enfoca en grupos de distintas edades. El estudio tuvo como objetivo principal el conocer cómo las mujeres se relacionan con las tecnologías de la información, considerando aspectos de uso; educación/formación, trabajo, ocio y comunicación. Concluyendo

que las mujeres son competentes, autónomas y positivas en relación al uso de las tecnologías, mostrando una diferencia entre el nivel de empoderamiento de ellas con respecto a su edad, siendo las mujeres jóvenes y adolescentes las que muestran un mayor empoderamiento en el uso de las tecnologías de la información y por el contrario las mujeres mayores las menos empoderadas (2013).

En México, hay investigaciones sobre el tema. Un estudio que se llevó a cabo en Vista Hermosa, Chiapas en donde se pretendía medir que tanto el Programa de Educación y Salud (Progresá) fomentaba en las mujeres el empoderamiento. Se tomó como base el modelo tridimensional de Rowlands (1997) que consiste considerar tres aspectos básicos para potencializan el empoderamiento, los cuales son: lo personal, las relaciones cercanas y lo colectivo. Se han elaborado algunas investigaciones sobre la incorporación de la mujer en el campo laboral, siendo el caso de una investigación realizada por parte del Instituto Aguascalentense de la Mujer en cooperación con investigadores de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, dicha investigación tuvo como objetivo principal conocer las formas en que las mujeres combaten la violencia económica incorporándose al trabajo remunerado (Maza, 2008).

Estado del conocimiento de estudios sobre empoderamiento de mujeres en el sector turístico

Estudios sobre empoderamiento de mujeres en el sector turístico

Se reportan algunos estudios realizados sobre el empoderamiento de las mujeres dentro de las empresas pero en específico en el sector turístico, siendo el caso de una investigación realizada en las bahías de Huatulco, México. En la cual se abordan los procesos en que participan las mujeres en dos tipos de empresas turísticas: empresas privadas y empresas comunitarias. La investigación se plantea como objetivo determinar el nivel de empoderamiento de las mujeres empresarias en cada uno de los dos tipo de empresas y por otro lado determinar si el tipo de empresa influye o tiene

una relación con el nivel de empoderamiento, se obtiene como resultado que las mujeres que pertenecen a empresas con una estructura organizativa de tipo comunitario, han logrado un mayor nivel de empoderamiento que las mujeres que participan en un sistema de tipo privado (Fernández y Barón, 2010).

Se ha encontrado una tesis doctoral en México, en la cual se realiza una aproximación del empoderamiento organizacional de las mujeres en el sub sector del turismo alternativo. Dentro de la investigación se le da un cierto enfoque al estudio de las redes sociales al armar una red de contactos que participarían en la investigación como informantes clave o como informantes de estudio. Se analizan también las relaciones de poder y sus efectos en la investigación, se menciona que estas relaciones se presentan en la etapa de campo debido a que en ésta se desarrolla en medio de dinámicas socioculturales. Como resultados se recomienda la implantación de estrategias en beneficio de las mujeres empresarias para que accedan efectivamente a fuentes de financiamiento y capacitación a fin de obtener herramientas para una mejor toma de decisiones y lo más importante establezcan relaciones de género más equitativas con sus familias (Díaz, 2010).

En Bahías de Huatulco, México, se realiza una investigación para conocer la participación de las mujeres en el trabajo turístico y su empoderamiento dentro del mismo. Las autoras han reconocido una diferenciación en las relaciones de género en cuanto a la división de tareas, lo cual ha constituido una circunstancia conveniente para un análisis de que el contacto cultural, así como la posibilidad de acceder a un trabajo renumerando que favorezca el empoderamiento a nivel personal de las mujeres a partir del modelo propuesto por Rowlands (1997). Se concluye que se ha dado un mayor empoderamiento en las mujeres que son sus propias jefas que en las que son empleadas en empresas turísticas (Mendoza y Chapulín, 2015).

Se encuentra un estudio realizado sobre el tema de la participación de las mujeres en el trabajo remunerado dentro del sector turístico en Jalcomul-

co, México. Donde se plantea como objetivo estudiar como el turismo de aventura contribuye a visibilizar la participación productiva de las mujeres y los riesgos que existen en modificar la división de trabajo por género. Se obtienen como resultado que para que se logre empoderar a las mujeres, es necesario introducir factores de equilibrio capaces de cambiar los roles que eran tradicionalmente marcados para hombres y para mujeres, es decir, la figura de la mujer no debe de limitarse a como era visto anteriormente como guardiana de la familia, sino que se debe de reconocer su derecho a participar como agentes productivas pero además que realmente se vean beneficiadas de esta participación (Díaz, 2012).

Otro tipo de estudio sobre el tema es la revisión crítica a las principales políticas públicas y proyectos de desarrollo relacionados con incrementar el valor de los activos culturales con un enfoque a mejorar la inclusión económica de las mujeres jóvenes rurales de América Latina. La metodología utilizada se realizó en distintos momentos, el primero de ellos fue una revisión en fuentes secundarias sobre el tema, después se realizaron breves visitas en el campo (Chile y Perú), seguido de entrevistas a informantes clave en todos los países en los cuales se buscaron aspectos como la puesta de valor de activos culturales y el empoderamiento de las mujeres rurales jóvenes. Con esto se llega a considerar solamente tres países como los más relevantes Chile, México y Perú, estudiando en cada uno tres casos con un total de nueve casos de los cuales se obtiene la diversidad entre ellos y las experiencias de cada uno. Como conclusiones del estudio se tiene que existen tres factores principales para que las mujeres rurales jóvenes busquen alternativas para obtener ingresos. El primero son las marcadas brechas de desigualdad, la creciente diversificación de las fuentes de ingresos y empleos, y por último la importancia de las fuentes de ingresos "no laborales" cuyo desarrollo no se encuentra muy claro todavía (Ranaboldo y Leiva, 2013). En el mismo sentido, se realiza un estudio para formular estrategias con la que se logre una mayor igualdad de género, autonomía y empoderamiento de las mujeres que participan en la actividad turística rural de Ecuador (García, 2015).

Otro estudio, titulado *Género, empoderamiento y sustentabilidad: una experiencia de microempresa artesanal de mujeres indígenas*, tiene como objetivo conocer y analizar la relación entre la constitución de una organización de mujeres indígenas y las características de los procesos de empoderamiento individual y colectivo. La autora menciona que la participación de las mujeres en las organizaciones está mediada a partir de las relaciones de poder y por los sistemas de género. Revisa diversos estudios en donde se plantea que las mujeres se organizan o se integran a la vida laboral para aminorar los efectos de la crisis económica en los hogares y sus comunidades (Corona, 2000).

Por otra parte, existen autores quienes señalan que las mujeres solo pueden empoderarse cuando se hacen conscientes de que existe una subordinación de género, de clase, de etnia o raza, y de esta forma se organizan de manera colectiva para hacer frente a múltiples acciones de explotación y opresión (Kabeer, 1994), en el mismo sentido se encuentra otro estudio realizado con mujeres rurales para conocer el acceso que tenían a oportunidades económicas, se encuentra como resultado algo similar a lo que menciona Kabeer, donde se dice que para que una actividad de oportunidades económicas redunde en empoderamiento de las mujeres debe de estar forzosamente vinculada a acciones que las hagan conscientes de patrones existentes de autoritarismo y subordinación por parte de los hombres (Méndez, 2011).

Existen otros estudios en los que se analiza la incorporación de las mujeres en las empresas turísticas, ya sea como trabajadoras, como empresarias o como dueñas de negocios pero desde otro punto de vista, ya que el hecho de que las mujeres contribuyan a la economía de la familia genera un efecto en los hombres, el cuál es estudiado en una investigación en donde se entrevistan a hombres que viven en el centro de Huatulco, México para conocer sus percepciones sobre esta labor de las mujeres y cómo influye en sus roles de género y masculinidad. Como resultado se encuentra que el modelo tradicional presenta fisuras, ya que a cambio de ser ayudados en su rol como proveedores del hogar, deben de aceptar la participación

de las mujeres en las decisiones familiares y aceptar también que vivan con un cierto nivel de independencia (Ontiveros y Ortiz, 2013).

En otro estudio se pretende mejorar el conocimiento de las políticas públicas, las propuestas, medidas y buenas prácticas sobre la integración socio-laboral, la superación de la desigualdad y la brecha salarial entre los hombres y las mujeres en el subsector económico del turismo rural, realizando un análisis de la situación actual desde una perspectiva de género en comunidades de España y a su vez estudiando la funcionalidad y eficacia de las políticas públicas del turismo en el ámbito de la mujer rural (García, Mateos, Idelhadj, Rodríguez, y Alegre, 2014).

Otra investigación que se realiza en Costa Rica, que además de investigar el proceso de empoderamiento de las mujeres artesanas, analiza los lazos o las redes que se generan entre ellas durante este proceso. En esta zona las mujeres toman como factor de desarrollo y empoderamiento a los trabajos realizados artesanalmente, así como elemento fundamental para construir y consolidar lazos de solidaridad, compañerismo y equidad, los cuales fueron el punto central del análisis (Morales y Alfaro, 2014).

Por último, el reporte de una investigación reciente y desarrollada en ejidos de San Luis Potosí evidencia al ecoturismo comunitario como una herramienta para empoderar a grupos vulnerables en las áreas naturales protegidas. García, Pompap y López (2017) muestran en su análisis la diversidad de empoderamientos que se generan por esta actividad ecoturística: empoderamiento económico, social, psicológico y político, en el que se rescata la plena valoración del trabajo de las mujeres, las cuales son en su mayoría las que realizan estas actividades, que por tradición controlan los hombres.

A continuación, se presenta una tabla que resume las teorías consultadas sobre el empoderamiento de las mujeres que se involucran dentro de las empresas del sector turístico, analizando los conceptos centrales y las relaciones establecidas. Se resalta que los once estudios fueron abordados desde un enfoque hacia como las mujeres se desarrollan en el sector turístico.

Tabla 1. Análisis de estudios del empoderamiento de las mujeres en el sector turístico

Dimensión de análisis	Conceptos centrales y relaciones establecidas	Autores
Empoderamiento de las mujeres dentro del sector turístico	Logran un mayor nivel de empoderamiento cuando participan en una estructura organizacional de tipo comunitario.	(Fernández y Barón, 2010).
	Son sus propietarias de la empresa turística, logran un mayor empoderamiento.	(Mendoza y Chapulín, 2015).
	Se empoderan al cambiar los roles tradicionales entre hombres y mujeres, ya que la mujer debe de ser vista como un agente productivo dentro de la organización.	(Díaz y Carrión, 2012).
	Buscan un empoderamiento económico cuando; existen marcadas brechas de desigualdad, crece la diversificación en las fuentes de ingresos y cuando existe una importancia en estas fuentes de ingreso en un sistema "no laboral".	(Ranaboldo y Leiva, 2013).
	Existe una carga de trabajo hacia las mujeres en el sector turístico, sin embargo, no se observa que exista un empoderamiento, ya que ellas no participan en asambleas.	(García, 2015).
	La participación de las mujeres en las empresas turísticas se mide a partir de las relaciones de poder y por los sistemas de género.	(Corona, 2000).
	Se empoderan solo cuando se concientizan de que existe subordinación de género, de clase, de etnia o raza.	(Kabeer, 1994).
	Cuando las mujeres participan dentro de las empresas turísticas, se genera una fisura en los roles de género y masculinidad, logrando un empoderamiento en ellas.	(Ontiveros y Ortiz, 2013).
	Se empoderan cuando se realizan buenas prácticas en las políticas públicas sobre la integración socio-laboral, la superación de la desigualdad y la brecha salarial entre hombres y mujeres.	(García <i>et al.</i> , 2014).
	Incrementan su empoderamiento cuando construyen y consolidan lazos de solidaridad, compañerismo y equidad.	(Morales y Alfaro, 2014).
El ecoturismo comunitario es visto como una herramienta para empoderar a grupos vulnerables.	(García y López, 2017).	

Fuente: Elaboración propia.

Los análisis de las redes sociales

Otra de las variables que se incluyen en esta temática es el análisis de redes sociales, la cual surge de la Teoría de las Redes Sociales, que como idea central parte del supuesto de que los sentimientos, pensamientos, y acciones de los individuos tienen su origen y se manifiesta en las relaciones situacionales entre actores oponiéndose así a que sea a causa de sus

atributos individuales. Como complemento de esta teoría, se encuentra la teoría actor-red, la cual consiste en seguir a los actores durante su movimiento, analizando el modo en el que crean asociaciones y se relacionan con otros elementos homogéneos. Esta teoría ofrece un enfoque metodológico adecuado para el estudio de situaciones caracterizadas por el cambio y la innovación (Latour, 2005).

La red social es vista como un conjunto definido de actores (individuos), grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc., que estén vinculados a otros a través de un conjunto de relaciones sociales (Lozares, 1996). Se considera también que son un conjunto de relaciones que establecen entre sí un grupo de actores, las cuales se analizan con representaciones visuales y modelos matemáticos (Ramos, 2015).

Durante las últimas décadas, el estudio de las redes sociales ha ido en aumento ya que se ha utilizado como una alternativa o un complemento en las investigaciones donde se involucran relaciones humanas (Hollenbeck y Jamieson, 2015; Restrepo, Arias y Restrepo, 2016; Rodríguez, 1995), para algunos autores, el estudio de las redes sociales es considerado como una herramienta y para otros como un paradigma teórico (Noguera, Semitiel y López, 2016; Restrepo *et al.*, 2016) en el que se estudia de una manera grupal el comportamiento y las relaciones entre los individuos. Este enfoque se diferencia notablemente de los enfoques científicos tradicionales en los que se suele analizar metodológicamente los objetos de investigación como independientes y no en su conjunto como lo hace el análisis de redes sociales.

El análisis de redes sociales dentro de la organización es muy importante debido a la riqueza que se obtiene al momento de analizar los resultados, ya que nos revela con claridad como son las relaciones y la comunicación entre los miembros de la organización. Además de esto, con el análisis de redes se logra identificar los elementos centrales y los de la periferia dentro de la organización para de esta manera conocer los efectos que se generarían si alguno de ellos saliera o si por el contrario se incorporaran nuevos elementos.

La primera definición que se genera sobre el análisis de redes sociales surge en 1954 propuesta por John Barnes, la cual ha sido una de las más completas y dice que cada persona se relaciona con un cierto número de individuos, algunos de los cuales están en contacto directo entre sí y otros no mantienen este contacto. El autor consideró conveniente llamar red (*network*) a un campo social de este tipo, generando como imagen a una serie de puntos, algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos representan a las personas o a veces grupos, y las líneas indican cuales son los contactos entre unos y otros (Barnes, 1954). Complementando la definición del autor, Elizabeth Bott, aporta la idea de que no todos los componentes de la red tienen una relación directa con los demás, por lo cual, muchos de los contactos en el interior son de tipo indirecto (1957).

El análisis de redes tiene como objetivo central el estudio de la estructura social, en donde esta estructura serán las regularidades en las pautas de las relaciones (Rodríguez, 1995). En un sentido muy general, el análisis de redes sociales es definido como el estudio de un conjunto de relaciones entre actores y las relaciones que las unen y las dividen (Freeman, 2004). Sin embargo hay autores que señalan que el análisis de redes va más allá del estudio de los procesos sociales entre los actores y su posicionamiento dentro de la red, sino que además este análisis intenta explicar el comportamiento de los elementos en la red y del sistema en su conjunto, recurriendo a las características de las interacciones entre ellos y buscando las dimensiones limitantes y potenciadoras (Rodríguez, 1995). Sin embargo, el análisis de redes sociales es una metodología que hasta el momento ha sido poco utilizada en México, y en específico en el ámbito del capital humano, estudiando temas como la gestión del conocimiento, la satisfacción laboral, el reclutamiento y el trabajo en equipo, esta metodología ha resultado adecuada para que los investigadores entiendan mejor las complejas relaciones que se generan dentro de la organización (Hollenbeck y Jamieson, 2015).

Las redes sociales en las empresas turísticas

Durante los últimos años, los estudios sobre redes sociales se ha incrementado notablemente, los más relevantes para el presente estudio son algunos que se han enfocado en el sector turístico estudios que se han realizado en el sector turístico (Simó, Currás Pérez y Gnoth, 2011; André y Rego, 2003; Murphy, 2001; Rodríguez, 1995; Scott, Cooper y Baggio, 2008; Vargas y Rodríguez, 2013) y algunas otras investigaciones que se han realizado bajo un enfoque de género (Macías, 2016; Parella, 2003; Peña, 1998), a continuación se abordarán con un poco más de detalle cada uno de ellos.

Es evidente encontrar investigaciones en el sector turístico realizando un análisis de redes sociales, ya que el turismo implica una red de organizaciones que interactúan para producir un servicio (Scott *et al.*, 2008). En Valencia se realiza una investigación en la cual se pretendió analizar los efectos de la gestión de redes sobre los beneficios percibidos de un evento deportivo. Se parte de una investigación de tipo cuantitativa a empresas turísticas, realizando una caracterización del tipo de redes mediante un análisis cluster obteniendo dos tipos de empresas; comportamiento activo (alto nivel de cooperación) y comportamiento pasivo (bajo nivel de cooperación), obteniendo como resultados que el comportamiento activo tiene mayores beneficios principalmente económicos y de satisfacción global (Simó *et al.*, 2011). Un punto importante que se debe resaltar del artículo anterior es que dentro de los resultados se encuentra esa relación entre la gestión de las redes sociales y la satisfacción.

No solo ha habido estudios que analizan a las organizaciones, sino también hay otros focalizados en el comportamiento de los turistas, siendo el caso de uno realizado en Uruguay donde se tiene como objetivo analizar el gasto de los turistas y como resultados se destaca que las variables sociodemográficas juegan un papel muy importante en el tipo de alojamiento, destino y duración de la estancia (André y Rego, 2003). En otro estudio que se realiza en Australia, se analizan las relaciones que se generan entre los "mochileros" y determina que la principal razón por la que viajan es por

la recomendación de conocidos que ya han viajado antes de esta manera y les ha gustado el destino (Murphy, 2001).

En el caso de México, también se han realizado algunos estudios turísticos en donde se hacen análisis de redes sociales, en uno de ellos se intenta probar que los actores del Pueblo Mágico de Calvillo, Aguascalientes, tenían una escasa colaboración para la gestión turística y como resultado se obtiene que si existe una red integrada y amplia pero poco cohesionada ya que no hay colaboración entre el sector público y privado (Vargas y Rodríguez, 2013). En otro de los estudios se ha analizado la dinámica relacional en el Pueblo Mágico de Real de Asientos y los impactos que se han generado, como resultados se comprueba la eficacia de la herramienta metodológica y se realizan sugerencias de mejora para la política pública de ésta localidad (Rodríguez, Pulido, Shaadi y Vargas, 2016).

Por último, existen estudios epistemológicos del turismo y sobre la relación que existe entre los investigadores del campo turístico (Tribe, 2010). Hay uno que se enfoca en las relaciones entre grupos e investigadores del sector turístico, esto para analizar la colaboración científica. Para esto se elaboró un catálogo de grupos y se analizó la producción entre los años 2000 y 2010, como resultados se encontró que la incidencia de coautoría aumentó durante esta década, la colaboración fue mayor en las revistas más prestigiosas y la colaboración nacional e internacional fue la que más aumentó, mientras que la local fue la más frecuente (Corral y Cánoves, 2014).

Las redes sociales de las mujeres

Hay análisis de redes sociales de las mujeres. Por ejemplo, un estudio menciona que la violencia doméstica tiende a disminuir cuando ellas pueden contribuir económicamente al hogar, cuando alcanzan cierto nivel educativo y cuando tiene una participación al generar sus propias redes sociales con distintos agentes (Kaaber, 1998). Otro se enfoca en las redes que son generadas por mujeres para apoyar a inmigrantes peruanas residentes en Sevilla, España. Éste describe como resultado: cuatro estrategias de construcción de una red, la incorporación de españoles, el reagrupa-

miento familiar, la concentración de funciones en unos pocos vínculos y la utilización de grupos como unidades de apoyo. Se discute el papel de las redes de apoyo social en la decisión de emigrar y el proceso de adaptación (Jariego y Martínez, 1999). Otro estudio se enfoca en la experiencia migratoria y laboral de un grupo de mujeres. Se obtiene como resultado que es fundamental la generación de redes sociales con mujeres externas a la familia para conseguir empleo y atender necesidades cotidianas de la familiares (Fernández, Pablos, Wiesner y Reyes, 2002).

El área de producción científica también ha sido un tema de estudio. Hay un trabajo que emplea la perspectiva de género para identificar la presencia de mujeres y descubrir la existencia de redes de colaboración muy fuertes entre autoras e instituciones; y muestra la predominancia de mujeres como autoras de artículos, su porcentaje de participación fue del 90% del total. Sin embargo, se evidenció un aumento en la colaboración entre ambos sexos (Vega, Nolla y Jorge, 2007).

Otro estudio analiza las redes sociales para saber cómo son utilizadas por ellas en sus tareas laborales cotidianas. En gran medida y bajo su interés por el tema, la investigadora percibe la relación del conocimiento con y desde una categorización de sus redes sociales del saber, de colaboración profesional y de trabajo cotidiano. Este estudio fue analizado respecto a su frecuencia de uso, con escalas de confianza, las estructuras que se generan y las redes sociales que le permiten un mayor enriquecimiento científico (Macías, 2016). Estas redes pueden ser vistas como un apoyo social para los individuos ya que permite obtener un estado de bienestar relativo y alcanzar la superación de acontecimientos difíciles. Una investigación sobre reclusas analiza el impacto sobre su bienestar físico y mental, provocado por el abandono de sus familiares y amigos, y sus principales fuentes de apoyos (Galván *et al.*, 2006).

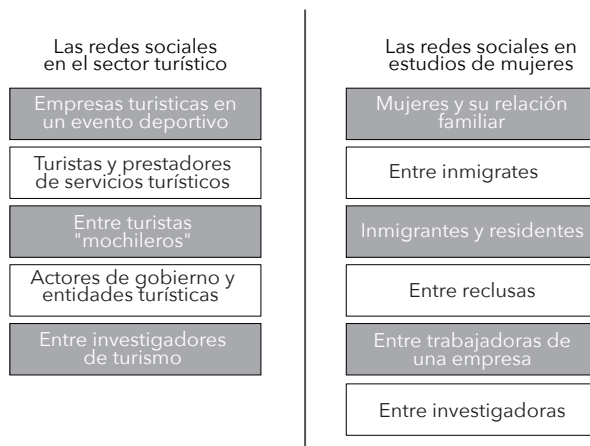
Otro tema relevante es analizar las redes sociales existentes dentro de las organizaciones. Esto permite entender los modos de las empresas para gestionar su conocimiento. La investigación de Kogut y Zander (1992)

ilustra este tipo de estudios. Los autores encuentran que el conocimiento no solo está en cada individuo, sino también se expresa en sus relaciones con los demás.

El área de gestión de recursos humanos encuentra que el análisis de redes sociales ha sido utilizado para explicar la circulación del conocimiento entre las personas en distintos estudios (Hollenbeck y Jamieson, 2015). Un trabajo, de gran importancia para nuestra investigación, estudia el intercambio de conocimientos dentro de la organización mediante un análisis de redes sociales. Presenta una la postura: el agrupamiento de los empleados influye directamente sobre el aprendizaje y éste a su vez influye en la innovación de la empresa (Giuliani y Bell, 2005). Se realiza un análisis de redes sociales con la finalidad de identificar los distintos roles cognitivos desempeñados por las empresas y del sistema de conocimientos de un cluster del vino en Chile. Otro estudio identifica a los autores más relevantes en materia de cooperación e intercambio de conocimientos y sus relaciones de colaboración más frecuentes. Se obtienen como resultado que estas relaciones facilitan la comprensión de los cambios que se deben de realizar para mejorar su acceso a esta actividad (Pérez y Basnuevo, 2009). Por último, Kabeer considera relevante a la generación de redes sociales como pilar fundamental para el empoderamiento, denominado por la autora como una construcción de identidades colectivas a lo que otros autores mencionados anteriormente lo interpretan como "el poder con". Menciona además que el acceder a recursos por medio de instituciones con mayor poder o en un espacio colectivo son importantes para una transformación hacia el empoderamiento (1994).

En la figura 1 se identifica que las relaciones entre el sector turístico son principalmente entre empresas del sector o el gobierno con el propósito de obtener una ventaja competitiva o mejorar su situación actual. Mientras que las relaciones en los estudios de las mujeres se realizan principalmente desde ellas hacia otras personas (hombres y mujeres) que se encuentran en un rango o situación similar, con la finalidad de hacer frente a alguna problemática o situación en específico.

Figura 1. Tipo de relación en el sector turístico y en estudios sobre mujeres



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Análisis de estudios de las redes sociales de mujeres y en el sector turístico

Dimensión de análisis	Conceptos centrales y relaciones establecidas	Autores
Estudios de mujeres.	Un alto nivel de cooperación genera beneficios para las empresas.	(Simó et al., 2011).
	Las variables sociodemográficas juegan un papel importante en la elección del tipo de alojamiento, destino y duración de la estancia.	(André y Rego, 2003).
	Los turistas considerados como "mochileros", viajan por recomendación de otros que ya han visitado el destino bajo las mismas condiciones.	(Murphy, 2001).
	Existe una red integrada y amplia pero poco cohesionada al no existir suficiente colaboración entre los sectores público y privado.	(Vargas y Rodríguez, 2013).
	Se comprueba la eficacia de la herramienta metodológica.	(Rodríguez et al., 2016).
	El incremento de colaboración entre investigadores incrementa su productividad.	(Tribe, 2010).
	La incidencia de coautoría se ha incrementado durante la última década.	(Corral y Cánoves, 2014).
Sector turístico.	La violencia doméstica disminuye cuando las mujeres contribuyen económicamente, cuando alcanzan cierto nivel educativo y generan sus propias redes de colaboración.	(Kaaber, 1998).
	Se generan estrategias para la construcción de redes entre las residentes e inmigrantes.	(Jariego y Martínez, 1999).

Continúa...

Dimensión de análisis	Conceptos centrales y relaciones establecidas	Autores
Sector turístico.	Se hace fundamental la generación de redes entre mujeres externas a las familias para conseguir empleo y atender necesidades cotidianas de la familia.	(Fernández <i>et al.</i> , 2002).
	Las redes entre mujeres dentro de un reclusorio generan un impacto significativo sobre el bienestar físico y mental de las reclusas.	(Galván <i>et al.</i> , 2006).
	Existen redes de colaboración muy fuertes entre autoras e instituciones.	(Vega <i>et al.</i> , 2007).
	Las redes de colaboración generan un mayor enriquecimiento científico.	(Macías, 2016).
	El agrupamiento de los empleados influye directamente sobre el aprendizaje.	(Corral y Cánoves, 2014; Giuliani y Bell, 2005).

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 2 presenta un resumen de los estudios encontrados sobre las redes sociales en sus dos dimensiones; el sector turístico y las mujeres, así mismo se presentan los conceptos centrales y las relaciones que se establecen entre estas investigaciones y sus autores.

La gestión del conocimiento en las empresas

El conocimiento ha sido objeto de estudio desde la Antigüedad. Los filósofos griegos consideran que éste ha permitido el desarrollo en muchos aspectos de la humanidad. Ahora es uno de los temas que más ha influido en la gestión empresarial (Canals, 2013), debido a que el conocimiento es uno de los recursos intangibles más valorados y apreciados por las empresas (Maldonado, Martínez y Ramírez, 2012).

La gestión del conocimiento se orienta a crear valor a partir de los activos intangibles de una organización, se entiende como la forma en que la organización capta o registra la manera en que hace llegar la información necesaria en el momento y lugar adecuados para así brindar resultados efectivos y tangibles, de igual manera una adecuada toma de decisiones (Vargas, 2014). Existen autores que han definido a la gestión del conocimiento, pero una de

las más completas es la propuesta por Nonaka y Takeuchi: “la capacidad de una compañía para generar nuevos conocimientos, diseminarlos entre los miembros de la organización y materializarlos en productos, servicios y sistemas” (Gutiérrez, Sapién y Piñón, 2015; Nonaka y Takeuchi, 1995). Para estos autores, la creación de conocimiento dentro de la organización es la clave para la innovación y es una ventaja competitiva para las empresas. León, Castañeda y Sánchez perciben a la gestión de conocimiento como un macro proceso clave en las organizaciones y fuente de ventajas competitivas (2007).

Estudios sobre gestión del conocimiento, turismo y mujeres

La gestión del conocimiento ha generado interés en los últimos años. Si bien este tema ya enfocado en el sector turístico ha sido poco tratado, los estudios centrados en las mujeres son más escasos. Una investigación reflexiona sobre el papel de la innovación tecnológica y la gestión del conocimiento en el turismo y concluye que éstos son herramientas fundamentales para crear una estrategia de desarrollo turístico sustentable; asimismo, confirma que el gobierno debe fomentar la implementación de estas herramientas y se refuerza el papel de la universidad como actor del desarrollo para la creación de programas de apoyo al sector empresarial (Gómez y García, 2007). La relación entre el conocimiento, información y toma de decisiones en el turismo ha tenido una débil producción científica, sin embargo se encuentra un estudio en el que se hace un análisis teórico sobre esta relación de conceptos en la que se estudia su evolución, tendencias actuales y brechas a partir de las cuales se propone un procedimiento para estudiar la toma de decisiones con la gestión del conocimiento en organizaciones empresariales relacionadas con el turismo (Batista *et al.*, 2015).

Es relevante la gestión del conocimiento para las empresas, sin embargo en el ámbito turístico queda mucho por hacer, pese a esto, se encuentra que en Cuba se realizó un estudio en donde se propone la utilización del conocimiento como herramienta para obtener una mayor sostenibilidad y compe-

titividad con otros destinos similares (Martínez y Ramos, 2006). Por otro lado, en Ecuador, se realiza una investigación en el sector de alimentos y bebidas, para conocer los elementos principales que se han considerado como más relevantes de la gestión del conocimiento en este sector, sin embargo se demuestra que las empresas no cuentan con una gestión del conocimiento formal como en otros sectores (Salazar y Osorio, 2016).

Actualmente las organizaciones se desenvuelven en un entorno en el que los activos intangibles como el conocimiento, le agregan un valor extra a los productos y servicios que se ofrecen, es importante resaltar que no es realmente la cantidad de conocimiento, sino el uso que se le dé al diseñar productos, interpretar deseos de los clientes e innovar. Resaltando esta importancia, se ha encontrado una investigación, la cual tiene la finalidad de diseñar un programa de gestión del conocimiento para el área de Cocina de un Hotel, como metodología se utilizaron herramientas como: cuestionarios, entrevistas, observación y consultas a expertos creando un perfil por competencias para la transmisión del conocimiento (Ponce Álvarez y Alabart Pino, 2015).

Otra investigación relevante aplicada al sector restaurantero realiza un diagnóstico para analizar los procesos de la gestión del conocimiento en las PyMES, con la finalidad de identificar oportunidades de mejora. Éste se aplica en doce empresas y se elaboran dos tipos de cuestionarios distintos, recolectando información de los administradores y de los empleados. Se obtiene como resultado la resistencia al cambio ya que no implementan tecnologías de la información, no aceptan un plan de estrategias donde esté vinculada la gestión del conocimiento y presentan resistencia para documentar las buenas prácticas (Perez, Soto, Valenzuela, y León, 2013).

Se ha estudiado también el papel que juega la innovación tecnológica y la gestión del conocimiento en el sector del turismo, tal es el caso de un estudio en el que lo han vinculado con el desarrollo de la economía local bajo criterios de sustentabilidad. Se obtiene como resultado que los distintos actores de la comunidad son dirigidos por el gobierno y se resalta el rol que juega la uni-

versidad en el contexto como facilitadora del proceso (Gómez y García, 2007).

En cuanto al área específica de la gestión del conocimiento vinculada la población femenina se ha escrito muy poco. Pese a esta situación, se ha encontrado un estudio que tuvo como finalidad realizar un primer acercamiento a los principales rasgos que componen el perfil de las mujeres trabajadoras mexicanas en cuanto a los niveles de instrucción y capacitación que presentan al incorporarse, permanecer y desplazarse de un nivel a otro en el empleo formal. Se encuentra como hallazgo que el incremento del conocimiento de las trabajadoras, les permite tener una mayor productividad y competitividad, se demuestra también que las mujeres se están incorporando al mercado de trabajo y están generando cambios importantes en la estructura del mercado (Becerril y López, 1997).

En la siguiente tabla, se comparan varios estudios sobre la gestión del conocimiento enfocado en mujeres y el sector turístico

Tabla 3. Análisis de estudios sobre la gestión del conocimiento de las mujeres y el sector turístico

Dimensión de análisis	Conceptos centrales y relaciones establecidas	Autores
Sector turístico	La innovación tecnológica y la gestión del conocimiento son fundamentales para el desarrollo del turismo sustentable.	(Gómez y García, 2007).
	El conocimiento puede ser utilizado como herramienta para obtener una mayor sostenibilidad y competitividad en el sector.	(Martínez y Ramos, 2006).
	En el sector restauranero, se identifica que existe resistencia al cambio y a la implementación de un plan donde se vincule la gestión del conocimiento y la implementación de tecnologías.	(Perez et al., 2013).
Estudio de mujeres	El incremento de conocimiento de las trabajadoras, les permite tener una mayor productividad y competitividad.	(Becerril y López, 1997).

Fuente: Elaboración propia.

En este último apartado, se hizo referencia a la gestión del conocimiento en cuanto a saberes que facilitan o mejoran el proceso por el que se realizan funciones dentro de la organización, éste conocimiento se encuentra

tanto dentro de las empresas como de manera externa, ya sea cuando ingresa o sale de una organización, de una entidad o de una persona. La adquisición de este conocimiento se ha gestionado por parte de las empresas turísticas para crear estrategias, diseñar programas y tomar decisiones, así como también obtener una mayor sostenibilidad, productividad y competitividad entre destinos, cabe resaltar que no es realmente la cantidad de conocimientos que se adquieran, sino el uso que se les dé en beneficio de las organizaciones.

Conclusiones

El creciente interés por desarrollar en las sociedades el empoderamiento de las mujeres ha ocasionado que se incremente la cantidad de investigaciones sobre el tema, lo cual ha permitido que se realicen investigaciones de este tipo en la que se puede concluir en primera instancia que existen varios elementos esenciales para que se logre obtener un empoderamiento real por parte de las mujeres; el primero de ellos es que concienticen de la existencia de una subordinación de género, de la existencia de un autoritarismo, y de que se empoderan al cambiar los roles tradicionales. Y después de esto que se vean como un agente productivo para las empresas y por último que se vinculen en acciones que apoyen este fin, ya sea participando en actividades que las capaciten y les permitan tener mayores conocimientos o bien, creando una mayor cantidad redes de colaboración en el sector empresarial.

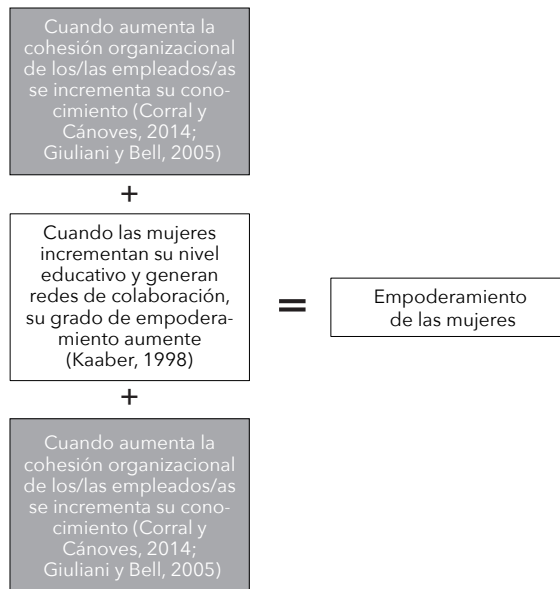
Después de analizar los artículos sobre el empoderamiento organizacional de las mujeres en empresas turísticas, se concluye que su nivel de empoderamiento es influenciado por el tipo de empresa. Las mujeres que participan en una estructura organizativa de tipo comunitario adquieren mayor nivel de empoderamiento que aquellas que pertenecen a un sistema privado, que las mujeres que son sus propias jefas y propietarias de las empresas turísticas, puesto que tendrán un mayor poder en la empresa, además de poder participar en las asambleas. Cuando superan la brecha salarial, cuando se dan las fisuras en los roles de género y las prácticas masculinas, ellas llegan a fortalecerse, y como los estudios lo reflejan ellas tienen una

carga representativa de trabajo, por lo que tienen oportunidad de hacerlo. Se concluye también que las mujeres deben de ser vistas como un agente productivo en las empresas y que realmente se vean beneficiadas de esta participación. Por su parte el análisis de redes sociales es considerado como un pilar fundamental para el empoderamiento y se demuestra que al haber un alto nivel de cooperación entre empresas e investigadores/as del mismo sector generan grandes beneficios como por ejemplo; cuando se arma una red de contactos para compartir y adquirir conocimientos se crean relaciones de poder, con las redes se consolidan lazos de solidaridad, compañerismo y equidad. Para el sector turismo se analizan las redes que se generan entre las personas, por ejemplo: redes entre los tipos de turistas, entre los actores de gobierno, las entidades turísticas y las personas que investigan sobre turismo. Las redes entre las mujeres, comprueban un comportamiento activo de colaboración que tiene como resultado beneficios económicos y de satisfacción global, las redes entre investigadoras generan un mayor enriquecimiento científico para el cumplimiento de sus objetivos y al mismo tiempo les permite hacer frente a obstáculos que se les presentan, ya sea en cuestiones de desventaja social o para el logro de sus metas personales y profesionales.

De igual manera, la gestión del conocimiento y la innovación tecnológica se consideran ejes esenciales para obtener una mayor competitividad en el sector, así como para el desarrollo de un turismo sustentable, sin embargo, no es solamente la cantidad de conocimiento, sino el uso que se le dé para la mejora continua de la organización. Para el caso de las mujeres, se demuestra que cuando ellas incrementan sus conocimientos, les permite tener la capacidad para tener una mayor productividad y competitividad en el sector empresarial, debido a que las redes influyen en la generación de sus aprendizajes. A pesar de esto, existe evidencia que da cuenta, que en las empresas existe resistencia a implementar ciertas prácticas de gestión del conocimiento.

La vinculación sobre estos avances entre empoderamiento organizacional de las mujeres, sus redes sociales y la gestión del conocimiento que ellas

Figura 2. Esquema relacional sobre empoderamiento organizacional, gestión del conocimiento y redes sociales.



Fuente: Elaboración propia.

construyen reflejan ciertas particularidades que se acaban de enunciar; y después de haber analizado la literatura que se ha escrito sobre estas tres dimensiones del análisis; quienes aquí escriben, vinculan una relación existente entre las mismas, donde se rescata que la cohesión organizacional a través de las redes, propicia un incremento en la gestión del conocimiento, donde las mujeres adquirirían conocimientos y poder al crear sus redes de colaboración. En la figura 2, se muestran las y los autores que sostienen esta premisa que se ha conjuntado en este documento, y que reflejan el abordaje de la gestión del conocimiento y el empoderamiento (Giuliani y Bell, 2005; Hasani y Sheikhesmaeili, 2016; Kazlauskaite, Buciuniene, Turauskas, y Salciuviene, 2009; Ng y Butts, 2009) y la relación entre el análisis de redes sociales y el empoderamiento (Daily, Bishop, y Massoud, 2012; Díaz, 2010; Kaaber, 1998). El estudio evidencia las escasas investigaciones sobre líneas de investigación donde se priorice la gestión del conocimiento en el sector turístico y de manera especial realizando un enfoque hacia las mujeres que trabajan dentro de las empresas de este sector, así como

también de estudios en los que se vinculen estas tres unidades de análisis en su conjunto, ya que de manera aislada se puede percibir y demostrar la relación que existe entre ellos para la obtención de un mayor nivel de empoderamiento de las mujeres que trabajan dentro del sector turístico.

Referencias bibliográficas

- André, I. y P. Rego. (2003). Redes y desarrollo local: la importancia del capital social y de la innovación. *Boletín de la A. G. E.*, 36, 117-127.
- Barnes, J. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7, 39-58.
- Batista, M., C. R., Z. R. Velázquez, C. C. A. Díaz y P. G. A. Ronda (2015). Alieneación entre toma de decisiones y gestión del conocimiento: El caso de las empresas relacionadas con el negocio del turismo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 23(4), 540-555.
- Becerril, L., M. D. J. López y M. L. González (1997). La mujer trabajadora: sus condiciones de instrucción y capacitación. *Mitos y realidades del mundo laboral y familiar de las mujeres mexicanas*. México, DF: Siglo XXI editores e IIEC, UNAM.
- Bott, E. (1957). *Family and Social Network*. Oxon: Routledge.
- Canals, A., M. Boisot y A. Cornella (2003). Gestión del conocimiento. *Gestión 2000*, 100(10), 33.
- Colina, C. L. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers: revista de sociología* (48), 103-126.
- Corral, J. A. y G. Cànoves (2014). La colaboración científica en turismo: grupos y redes de investigación en Cataluña. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 60(1), 57-86.
- Daily, B. F., J. W. Bishop y J. A. Massoud (2012). The Role of Training and Empowerment in Environmental Performance A study of the Mexican Maquiladora Industry. *International Journal of Operations y Production Management*, 32(5-6), 631-647, DOI:10.1108/01443571211226524
- Díaz, C. I. A. (2010). Género y Ecoturismo: Perspectivas de empoderamiento de las mujeres en la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas. Veracruz, México: Edumed.
- Díaz, C. I. A. (2012). Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco (México). En *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio*

Cultural, 5(10), 531-542. Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/10512/PS0512_08.pdf

- Fernández, L. V., E. T. Pablos, M. R. Wiesner y R. A. (2002). De Paraíso a Carolina del Norte: redes de apoyo y percepciones de la migración a Estados Unidos de mujeres tabasqueñas despulpadoras de jaiba. *Red Migraciones Internacionales*, 2.
- Fernández A., M. J., y L. A. Martínez Barón (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género? *Cuadernos de Turismo*, (26).
- Freeman, L. C. (2004). The Development of Social Network Analysis: A Study in the Sociology of Science. En *Study in the Sociology of Science*, 1. Vancouver, B. C.: Empirical Press.
- Galván, J., M. Romero, E. M. Rodríguez, A. Durand, E. Colmenares y G. Saldivar (2006). La importancia del apoyo social para el bienestar físico y mental de las mujeres reclusas. *Salud mental*. 29, 68-74.
- García Gutiérrez, I., S. Pompa Mansilla y Á. López López (2017). Ecoturismo como herramienta para promover el empoderamiento: el caso del Ejido San Francisco en el Área de Protección de Flora y Fauna Sierra de Álvarez, San Luis Potosí. *El periplo sustentable*, (32).
- García, L. R., M. R. Mateos, A. Idelhadj, M. O. Rodríguez y R. R. Alegre. Mujeres y turismo rural en Andalucía y norte de Marruecos: una propuesta de investigación sobre emprendimiento femenino, inserción sociolaboral y superación de desigualdades y brecha salarial. *Globalización y Pluralidad cultural*, 127.
- García, P. C. (2015). Género y turismo comunitario: perspectivas de empoderamiento para las mujeres indígenas de la comunidad de santa bárbara en Cotacachi, Ecuador. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 8.
- Giuliani, E. y M. Bell (2005). The Micro-Determinants of Meso-Level Learning and Innovation: Evidence from A Chilean Wine Cluster. *Research Policy*, 34(1), 47-68. DOI:10.1016/j.respol.2004.10.008.
- Gutiérrez, D. M. D. C., A. L. Sapién Aguilar y L. C. Piñón Howlet (2015). Gestión de conocimiento en PyME del sector servicios en la ciudad de Chihuahua. *Nova scientia*, 7(15), 499-513.

- Gómez, C. G. y C. D. García (2007). Innovación Tecnológica, Gestión del conocimiento, Turismo y Desarrollo Local. Papel de la Universidad en este contexto. *Economía y Desarrollo*, 141.
- Gómez, C. G. y C. D. García (2007). Innovación tecnológica, gestión del conocimiento, turismo y desarrollo local. *Turismo y desarrollo local*, 101-120.
- Hasani, K. y S. Sheikhesmaeili (2016). Knowledge Management and Employee Empowerment A Study of Higher Education Institutions. *Kybernetes*, 45(2), 337-355, DOI:10.1108/k-04-2014-0077.
- Hashemi, S. M., S. R. Schuler y A. P. Riley (1996). Rural Credit Programs and Women's Empowerment in Bangladesh. *World Development*, 24(4), 635-653, DOI:10.1016/0305-750x(95)00159-a.
- Hollenbeck, J. R. y B. B. Jamieson (2015). Human Capital, Social Capital, and Social Network Analysis: Implications for Strategic Human Resource Management. *Academy of Management Perspectives*, 29(3), 370-385, DOI:10.5465/amp.2014.0140
- Huete, R., M. Brotons y M. C. Sigüenza (2016). La desigualdad entre mujeres y hombres en el sector hostelero Español. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25, 73-87.
- Kabeer, N. (1998). 'Money Can't Buy Me Love'? Re-Evaluating Gender, Credit and Empowerment in Rural Bangladesh. *Discussion Paper-Institute of Development Studies, University of Sussex (United Kingdom)*.
- Kabeer, N. (1994). Reversed Realities: Gender Hierarchies in Development Thought. En *Verso*. London. New York.
- Kazlauskaite, R., I. Buciuniene, L. Turauskas y L. Salciuviene (2009). A Comparative Study of Employee Empowerment in Danish and Lithuanian Hotels. *Transformations in Business y Economics*, 8(2), 66-85.
- Kogut, B. y U. Zander (1992). Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and The Replication of Technology. *Organization Science*, 3(3), 383-397. DOI:10.1287/orsc.3.3.383
- Latour, B. (2005). Reassembling The Social. *Política y Sociedad*, 43(3), 127-130.
- Leiva, F. (2013). La valorización de los activos culturales: estrategias innovadoras para el empoderamiento de las mujeres rurales jóvenes. *Serie Programa Nue vas Trenzas*, 14.

- León, M. (1997). Poder y empoderamiento de las mujeres. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo.
- León, S. M., V. D. Castañeda y A. I. Sánchez (2007). La Gestión del Conocimiento en las organizaciones de información: procesos y métodos para medir. *ACIMED*, 15.
- Lozares C. C. (2005). Bases socio-metodológicas para el Análisis de Redes Sociales, *ARS. EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (10).
- Macías, G. G. (2016). Análisis de las redes sociales de las mujeres trabajadoras. El caso de la labor de la investigación. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 106-120.
- Maldonado, G. G., S. M. C. Martínez y R. G. Ramírez (2012). Gestión del conocimiento y crecimiento en la PyME manufacturera de Aguascalientes (México). *Cuadernos De Administración*, 28, 25-36.
- Manzanera, R. R. y M. C. Lizarraga (2013). Acciones colectivas femeninas y empoderamiento económico en la comunidad de Soni (Tanzania). *Revista de Antropología Iberoamericana*, 8(2), 233-258.
- Martínez, A. P. (2006). La gestión del conocimiento: valor agregado del producto turístico. *Contribuciones a la Economía*, 6, 35-40.
- Martínez Corona, B. (2016). Género, empoderamiento y sustentabilidad: una experiencia de microempresa artesanal de mujeres indígenas. En *Género y medio ambiente en México. Una antología*. Cuernavaca, Morelos: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, 109-150.
- Marín, G. G., D. F. A. García y G. M. Daltabuit (2012). Turismo, globalización y sociedades locales en la Península de Yucatán, México. *Colección Pasos*, 7.
- Maya J. I., G. M. F. Martínez y R. M. García (1999). Cadenas migratorias y redes de apoyo social de las mujeres peruanas en Sevilla. *Demófilo*, (29), 87-106.
- Maza, D. C. O. (2008). El empoderamiento de las mujeres. Una revisión de distintas formas de trabajo no asalariado. Aguascalientes, México: Instituto Aguascalentense de las Mujeres.
- Mendoza, O. M. M. y C. J. Chapulín (2015). Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en Bahías de Huatulco, Oaxaca-México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 316-335.

- Meza, O. A., P. E. Tuñón, M. D. E. Ramos y M. E. Kauffer (2002). "Progresá" y el empoderamiento de las mujeres: estudios de caso en Vista Hermosa, Chiapas. *Papeles de población*, 8(31), 67-93.
- Montoya, R. I. y A. A. Valencia (2016). Mapeo del campo de conocimiento en intenciones emprendedoras mediante el análisis de redes sociales de conocimiento. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 24(2), 337-350.
- Morales, J. C. y N. L. Alfaro. (2014). Más allá de la frontera Costa Rica-Nicaragua: Mujeres artesanas construyendo lazos y emprendimientos. *Espacios transfronterizos: una visión desde Centroamérica*, 55.
- Murphy, L. (2001). Exploring Social Interactions of Backpackers. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 50-67, DOI:10.1016/s0160-7383(00)00003-7
- Méndez, N. V. (2011). Mujeres rurales y oportunidades económicas: de la participación al empoderamiento. *Revista Tendencias y Retos*. (16), 243-259.
- Ng, T. W. H., y M. M. Butts (2009). Effectiveness of Organizational Efforts to Lower turnover Intentions: The Moderating Role of Employee Locus of Control. *Human Resource Management*, 48(2), 289-310, DOI:10.1002/hrm.20280
- Noguera, M. P., G. M. Semitiel y M. M. López (2016). Estructura interindustrial y desarrollo económico. Un análisis desde las perspectivas de redes e input-output. *El trimestre económico*, 83(331), 581-609.
- Nonaka, I., y H. Takeuchi (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York-Oxford.: Oxford University Press.
- Norrild, J. A. (2007). Relación entre turismo, género y sexo. El caso de Buzios, Brasil. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 5, 331-341.
- Ontiveros, M. M. M., y N. G. G. Ortiz (2013). Mujeres empresarias en el sector turístico Huatulco, Oaxaca: la mirada masculina. *Gestión Turística*, 19 107-132. Recuperado de: <http://revistas.uach.cl/index.php/gestur/article/view/1744>
- Parella, R. S. (2003). *Mujer, inmigrante y trabajadora: la triple discriminación*. España: Anthropos.
- Perez, S. A., V. L. Soto, M. B. Valenzuela y D. J. A. León (2013). A Diagnostic of Knowledge Management Processes at The Restaurant Industry SMEs to Identify Improvements at Their Productive Processes [En español: Un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las PyMES del sec-

- tor restaurantero para identificar áreas de mejora en sus procesos productivos]. *Intangible Capital*, 9, 153-183. DOI:10.3926/ic.381.
- Peña, F. (1998). Mujeres indocumentadas: redes sociales, marginalidad y pobreza. *Mujeres, género y desarrollo*, 239-247.
- Ponce Álvarez, A. A. y Y. A. Pino (2015). Programa de gestión del conocimiento para el área de cocina de un hotel [En inglés: Knowledge Management Program for the Area of a Hotel Kitchen]. *Retos Turísticos*, 14(2).
- Pérez, Y. C., y A. M. Basnuevo (2009). El análisis de las redes sociales en la identificación de las relaciones de colaboración. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*. 20, 1-8.
- Ramos, V. I. (2015). Análisis de redes sociales: una herramienta efectiva para evaluar coaliciones comunitarias. *Revista de Salud Pública*, 17(3), 323-336, DOI:10.15446/rsap.v17n3.43051
- Riger, S. (1993). What's Wrong with Empowerment? *American Journal of Community Psychology*, 21(3), 279-292.
- Rodríguez, I., F. J. Pulido, R. R. Shaadi y A. Vargas (2016). Dinámica relacional en los Pueblos Mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la Política turística a partir del análisis de redes. Recuperado de: <https://www.aecit.org/files/congress/18/papers/91.pdf>.
- Rodríguez, J. A. (1995). Análisis estructural y de redes. Madrid, España.: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rodríguez, M. G., y D. A. Acevedo (2015). Cambios en la vida cotidiana de las mujeres a través de la incorporación al trabajo turístico en El Rosario, Michoacán, México. *El Periplo Sustentable*, 29.
- Rubio, M. J. y A. Escofet (2013). Estudio sobre los usos de las TIC y las posibilidades de empoderamiento en las mujeres. *Revista Iberoamericana de Educación*, 62(3), 1-13.
- Salazar, D. D. A. y E. M. A. Osorio (2016). La gestión del conocimiento organizacional y el capital intelectual en el sector de alimentos y bebidas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25, 339-359.
- Scott, N., C. Cooper y Baggio, R. (2008). Destination networks - Four Australian cases. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 169-188, DOI:10.1016/j.annals.2007.07.004
- Simó, L. A., R. C. Pérez y J. Gnoth (2011). Gestión de redes en empresas turísticas ante eventos deportivos: un análisis de la America's Cup 2007 en Valencia. *Revista de Análisis Turístico*, (11).

- Subiñas Abad, M. (2009). El empoderamiento femenino en las organizaciones: un modelo de estudio a partir de la cultura organizacional. Estudio de caso en México. Maestría en Estudios de Género, Colegio de México, México, D.F.
- Tejada, P. y P. Moreno (2013). Patterns of Innovation in Tourism 'Small and Medium Size Enterprises'. *The Service Industries Journal*, 33(7-8), 749-758.
- Tribe, J. (2010). Tribes, Territories and Networks in the Tourism Academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7-33, DOI:10.1016/j.annals.2009.05.001
- Urbiola, S. A. (2015). Aproximaciones para el estudio del lenguaje en las prácticas de emprendimiento desde una perspectiva de género. *Revista Científica*, 19.
- Vargas, T. J. A. (2014). Desarrollo Humano. México: Trillas
- Vargas, V. A. y H. I. Rodríguez (2013). Dinámica relacional de la gestión turística en el pueblo mágico de Calvillo, Aguascalientes, México. *Teoría y Praxis*, 137-160
- Vázquez, Á. y A. Urbiola (2014). El género como una perspectiva para el análisis de las organizaciones Iztapalapa. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 159-189.
- Vega A., R. L., L. D. Risco Nolla y J. R. Arencibia (2007). Mujer y desarrollo en ciencias de la salud: un estudio cuantitativo del Reporte Técnico de Vigilancia desde la perspectiva de género. *ACIMED*, 16(1), 0-0.

TURISMO Y GÉNERO
Una mirada desde
Iberoamérica

de Rocío del Carmen Serrano Barquín, Gregoria Rodríguez Muñoz y Yanelli Daniela Palmas Castrejón, se terminó de imprimir el 30 de mayo de 2018 en los talleres de Editorial CIGOME, S. A. de C. V., Vialidad Alfredo Del Mazo núm. 1524, ex. Hacienda La Magdalena C. P. 50010, Toluca, México. Su edición consta de 300 ejemplares y estuvo a cargo de la Dirección de Difusión y Promoción de la Investigación y los Estudios Avanzados.

Patricia Vega Villavicencio
Coordinación editorial

Adso Eduardo Gutiérrez Espinoza
Corrección de estilo y ortotipográfico

Hugo Iván González Ortega
Diseño de forros y formación de interiores

La importancia del turismo en la economía de naciones y regiones y su impacto positivo y negativo en diversos ámbitos es indiscutible. A pesar de que la inclusión femenina en este sector y el interés por abordarla es significativa, sus estudios son insuficientes. Por tal razón, este libro nace para construir un diálogo interdisciplinario y crítico que amplía el panorama académico sobre las mujeres en el sector turístico de países iberoamericanos.

Esta obra se compone de tres secciones, Aproximaciones teórico metodológicas, Mujer y turismo en zonas rurales y La mujer en empresas turísticas, cuyas investigaciones abordan distintos temas para evidenciar los problemas enfrentados por las mujeres, proponer diversas soluciones y comprender su escenario laboral. En la primera sección, hay dos capítulos que proponen marcos teóricos para analizar el empoderamiento de las mujeres en el turismo rural.

Los resultados de investigaciones de la segunda sección visibilizan las desigualdades, reflexionan y proponen acciones para mejorar las condiciones de las trabajadoras turísticas. En la última, en los tres capítulos, concentrados en las actividades empresariales, se estudian las desventajas y obstáculos de la empleada en alguna compañía turística.