



**Universidad Autónoma del Estado de México
Centro Universitario UAEM Texcoco**

**Mujeres Empresarias en el Sector Turístico Huatulco, Oaxaca: la Mirada de
los Hombres**

**Tesis que para Obtener el título de
Licenciado en Turismo**

P R E S E N T A:

Néstor Guillermo González Ortiz

Directora de tesis: Dra. Martha Marivel Mendoza Ontiveros

Revisores:

Dr. Juan Carlos Monterrubio Cordero

Dra. María Joaquina Sánchez Carrasco

Mtra. en C. Ed Marla Nadxielii Arévalo Moreno

2013

Índice de contenido

Introducción.....	1
Capítulo 1. Marco Teórico: El Turismo como Factor de Cambio en el Modelo Hegemónico de Masculinidad	5
1.1. Cambios sociales generados por el turismo.....	5
1.1 Enfoque de género.....	9
1.2 Masculinidad	11
1.3 Modelo hegemónico de masculinidad. Crisis y fisuras	12
1.4 Masculinidades y turismo	15
1.5 Percepción	16
Capítulo 2. Centro Integralmente Planeado (CIP) Huatulco	18
2.1 Antecedentes	18
2.2 Historia de la expropiación	21
2.3 Localización	24
2.4 Población	24
2.5 Actividades económicas.....	26
Capítulo 3. Metodología de la investigación	30
3.1 Características del enfoque cualitativo.....	32
3.2 Desventajas del enfoque cualitativo	33
3.3 Métodos cualitativos.....	35
3.3.1 Fenomenología.....	36
3.3.2 Teoría fundamentada	36
3.3.3 Etnometodología.....	36
3.3.4 Investigación-acción	36
3.3.5 Método biográfico	37
3.3.6 Etnografía	37
3.4 Técnicas de investigación cualitativas.....	37
3.4.1 Observación.....	37
3.4.2 Historia de vida	38
3.4.3 Grupos de discusión	38
3.4.4 Entrevista.....	38

3.5	Muestreo	43
3.5.1	Métodos de muestreo probabilísticos	43
3.5.2	Métodos de muestreo no probabilísticos	44
3.6	Análisis de Datos	46
3.7	Descripción del proceso metodológico adoptado en este trabajo	46
Capítulo 4.	Miradas masculinas y las mujeres empresarias	50
4.1	Perfil de los entrevistados	50
4.2	Proveedor.....	51
4.3	Protector.....	56
4.4	Toma de decisiones	59
Conclusiones.....		63
Fuentes Consultadas		65

Introducción

Olavarría (2001) sostiene que uno de los papeles fundamentales asignados a los hombres es el trabajo productivo, es decir, la obtención de un empleo necesario para sostener económicamente a su familia. Por lo tanto, a él se le debe su capacidad de constituir una familia y hacerse responsable de ella. La capacidad de proveer en gran medida sustenta el orden al interior de la familia. De esta forma, *“la familia así pasa a ser uno de los pocos lugares de pertenencia de los hombres en los que pueden mantener en alguna medida, su autoridad, ejerciendo poder cuando lo estiman pertinente”* (Olavarría, 2001; 29). Pero con los cambios sociales y económicos de los últimos años se ha hecho visible la precariedad de los varones como proveedores en una proporción importante de los hogares, así, el que proveía, el varón, era el jefe del hogar, la autoridad, posición que estaba y aún está refrendada por dispositivos legales que le confieren supremacía sobre la mujer y los hijos/as.

Las diversas crisis económicas, así como la “liberación femenina” han hecho que cada vez más mujeres se hayan incorporado al mercado de trabajo, esto no implica el abandono del trabajo reproductivo que les está asignado en la familia nuclear patriarcal, sin embargo, para muchas mujeres la obtención de un trabajo remunerado es una forma de lograr autonomía y establecer relaciones de mayor equidad con los varones aunque estos procesos de incorporación al mercado de trabajo no han ido acompañados de retribuciones equivalentes a las que tienen los varones.

En el turismo, debido a sus características por ser una actividad de servicios, es común observar que las mujeres encuentran oportunidades de acceder a trabajos remunerados como empleadas de hoteles, agencias de viaje, restaurantes, tiendas, etc., pero además el turismo ofrece oportunidades de emprender negocios, de esta forma se puede encontrar a mujeres como empresarias o dueñas de pequeños comercios o negocios. El hecho de que una mujer trabaje y contribuya al ingreso de la familia, la convierte en proveedora única, en el caso de jefas de familia, o compartir este rol con la pareja, llegando incluso a ganar más

que los hombres, lo anterior puede contribuir a generar fricciones o conflictos en las relaciones de las mujeres con los hombres de su familia.

Sin embargo, los estudios en contextos turísticos o aquellos que buscan analizar los cambios que dicho fenómeno ocasiona en los habitantes de los destinos turísticos, se han centrado en las mujeres; frente a esto es importante, por medio de las masculinidades conocer la percepción de los hombres sobre los cambios que experimentan las mujeres en su vida, relacionados con su independencia económica y la toma de decisiones al interior de su familia a partir de su incorporación al trabajo productivo, en el caso concreto de la mujer empresaria del sector turístico en Bahías de Huatulco, Oaxaca. Una mujer que se dedica a la actividad empresarial incide en actividades que tradicionalmente le eran vedadas, y como lo demuestra el estudio de Fernández y Martínez (2010) lleva a algunas al empoderamiento. Por ello surge las siguientes interrogantes como: ¿qué piensan los hombres cercanos a estas mujeres de su actividad como empresarias? ¿Las apoyan o las obstaculizan en su actividad fuera del hogar? ¿Les ha afectado en sus relaciones interpersonales?

De esta forma el objetivo de esta investigación fue identificar la percepción de los familiares varones de las mujeres empresarias en el sector turístico de Bahías de Huatulco sobre su labor empresarial y los cambios en sus roles de género.

Objetivos específicos

- Conocer si los hombres están de acuerdo con las actividades empresariales que desempeñan las mujeres en el mercado laboral
- Identificar en qué medida apoyan u obstaculizan los familiares varones las actividades empresariales de las mujeres.

Este trabajo abona en el conocimiento de los efectos del turismo, pues éste proporciona oportunidades de empleo para las mujeres al ser un sector de servicios, a su vez, encuentran posibilidades para emprender un negocio propio, lo que las impulsa a tomar decisiones y con ello a adquirir más confianza en sí mismas, este proceso puede entenderse como de 'empoderamiento'. En este

trabajo se revisan las percepciones de los maridos, padres o hijos sobre este proceso al contrastarlo con el modelo hegemónico de masculinidad.

Por lo anterior en el capítulo uno se abordan las características de los impactos socioculturales generados por el turismo y cómo es que éste puede afectar la estructura familiar y las relaciones de género. Posteriormente se describe cómo es que se construyen estas relaciones, derivándose de esta manera el modelo hegemónico de masculinidad, sus perfiles y fisuras. Además se realiza una descripción de los trabajos de investigación en turismo relacionados con la masculinidad, por último se plantea una descripción y definición del concepto de percepción.

En el capítulo dos se realiza una descripción de los antecedentes del Centro Integralmente Planeado (CIP) Huatulco, así como la historia que conlleva la expropiación del proyecto por parte de Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), por otro lado, se identifica la localización del área de estudio así como las características generales de su población y sus principales actividades económicas.

En el capítulo tres se describe detalladamente la metodología abordada para efectos de esta investigación, se comienza por definir las diferencias de los enfoques cuantitativos y cualitativos; tomando en cuenta la naturaleza de esta investigación, se identifica las características del enfoque cualitativo, así como sus desventajas, métodos y sus técnicas. En consecuencia se describen las ventajas y desventajas de la entrevista a profundidad semi-estructurada, la relación de los entrevistadores y entrevistados, el tipo de preguntas y las respuestas del informante, posteriormente se define el concepto de muestreo para pasar al método de muestreo no probabilístico y sus principales técnicas. Este capítulo concluye con la descripción del proceso metodológico adoptado y se introduce las preguntas del guion de entrevista.

En el capítulo cuatro, se especifica el perfil de los entrevistados, también se desglosa la información obtenida de la aplicación de entrevistas en la investigación

de campo, los resultados obtenidos se identificaron en cuatro clasificaciones en relación con las características del modelo hegemónico de masculinidad.

Finalmente, se exponen las conclusiones del trabajo de investigación.

Capítulo 1. Marco Teórico: El Turismo como Factor de Cambio en el Modelo Hegemónico de Masculinidad

1.1. Cambios sociales generados por el turismo

El turismo es un fenómeno que involucra, entre otras cosas, una interacción entre personas ajenas entre sí, ya sea por cuestiones como el lugar de residencia, en algunos casos, diferencias económicas o en la cultura; entendida esta última como el conjunto de ideas, valores, creencias, reglas, recetas y construcciones propios de un grupo (Geertz 1973 citado en Kottak 2002). Tal interacción entre los residentes de una comunidad y los turistas provoca cambios económicos, ambientales, sociales y culturales.

Las transformaciones en la sociedad receptora incluyen los cambios más inmediatos en la calidad de vida y el ajuste de la actividad cotidiana en las comunidades de destino. Por otro lado, los impactos culturales abarcan cambios a largo plazo en las normas sociales, la cultura material y los estándares de vida, los cuales irán emergiendo gradualmente en una relación comunitaria (Santana 1997). No obstante, en muchos casos hacer esta distinción en la realidad resulta complicado.

Cabe señalar que el contacto entre visitante y los residentes locales puede resultar benéfico o perjudicial para la población receptora dependiendo de la diferencia que exista entre las culturas y el tipo de relación que se establezca (Cooper *et al*, 2007), por lo tanto, las consecuencias socioculturales del contacto entre anfitrión-visitante que se desarrollan tienden a ser tanto positivas como negativas, además, el grado con el cual los impactos socioculturales influyen en las personas depende de una serie de factores tales como el número y tipo de turistas, la naturaleza del desarrollo turístico de la zona y el ciclo del desarrollo (Castaño, 2005); sin embargo hay un gran número de factores que pueden influir en los impactos socioculturales, y, por otra parte, unos factores similares podrían provocar resultados diferentes en lugares distintos.

No obstante, es importante mencionar que sería un error culpar al turismo de todos los problemas que van ligados también a los cambios sociales que afectan a las comunidades en proceso de modernización. El turismo puede acelerar el proceso, pero no los crea necesariamente (Lickorish *et al*, 2000). O bien, no se ha podido demostrar fehacientemente, qué cambios son producto del turismo y cuáles son consecuencia de otros factores como los medios de comunicación, la globalización, etc.

En este contexto, los impactos del turismo pueden afectar en la estructura familiar y las relaciones entre géneros, ya que de acuerdo con un estudio realizado en las costas del Pacífico México, por de Kart (citado en Acerenza 2006) se pudo observar que el desarrollo del centro turístico Ixtapa-Zihuatanejo ocasionó cambios, entre ellos, un impacto en la vida de la mujer, mayor oportunidad de empleo, *con salarios similares* a los del hombre, en especial en la hotelería y, por consiguiente, *la emancipación*.

En un estudio realizado por Agustín Santana (1997) en el municipio de Mogán en Gran Canaria, antes de la penetración del turismo había al menos un pescador por familia, en tanto que ésta era la principal actividad económica. Asimismo se daba en las unidades domésticas la utilización de estrategias diversas tendientes a la maximización de ingresos a partir de empleos alternativos complementarios fuera del sector pesquero en aquellos lugares en los que la agricultura demandaba fuerza de trabajo. Una vez en declive los negocios agrícolas, se inicia una demanda de mano de obra en trabajos de construcción en el municipio colindante a Mogán (San Bartolomé de Turajana) que empezaba su desarrollo turístico. En este momento los más jóvenes abandonaban la pesca y/o agricultura por una fuente de ingresos segura. Más tarde con la puesta en marcha de nuevos complejos turísticos se lleva a un cambio masivo en la actividad laboral como adaptación a las nuevas oportunidades que ofrece el entorno económico. Sin embargo, la necesidad de mano de obra llevó a las empresas turísticas a determinar contratos por temporada.

Los cambios surgidos en la composición familiar se notaron en Mogán, ya que, lo que antes era un hogar en donde convivían por lo menos tres generaciones, con las necesidades y percepciones monetarias que el turismo proporcionó, los jóvenes casados se separaron de los padres y hermanos adquiriendo o construyendo una casa independiente. Por otra parte, antes del turismo las mujeres veían un campo de acción más reducido, en tanto que sólo podían desempeñarse en los comercios o en su mayoría realizando las labores del hogar en los recintos hoteleros.

En otro estudio realizado también de las Islas Canarias, Güimar en Tenerife (Sánchez, 1993), se determina que antes del turismo la actividad agraria era la principal y única fuente de riqueza, las mujeres no trabajaban fuera de casa, ya que los valores socioculturales las “mitificaba” como defensoras del hogar, aislándolas de otra forma de trabajo y sólo hasta que empiezan a funcionar las empacadoras de tomate es cuando el sector femenino accede al trabajo fuera del hogar. Al mismo tiempo se implementaban espacios urbano-turísticos en el suroeste de Tenerife en la Costa del Silencio, Los Cristianos y Las Américas que comienzan a demandar mano de obra masculina para el sector de la construcción. Estas expectativas de trabajo aceleran un proceso de emigración desde zonas rurales en busca de mejores condiciones de vida y vida social en los sectores más jóvenes de las poblaciones. El desarrollo de las áreas turísticas sigue un proceso muy acelerado lo que incluye que en un corto periodo de tiempo la demanda de mano de obra aumentaba, alcanzando a las mujeres jóvenes y empujándolas a trabajar en el sector turístico específicamente en las labores del hogar que ahora eran remuneradas, pero a partir de ese momento realizadas en los establecimientos de hospedaje percibiendo por ello un sueldo.

Otro ejemplo que incluye temas de género en un contexto turístico es el que realizó Swain (1989) que aborda al turismo indígena de una comunidad situada en la Comarca de San Blas, Panamá en el que el desarrollo turístico muestra una oportunidad para hombres y mujeres por igual. Los roles de género han definido la relación de los Kuna ante el turismo: las mujeres Kuna producen una artesanía

llamada *mola* hecha con tejido de aplicación o sobrepuesto que conservan una imagen comercialmente positiva de autenticidad étnica. Por su parte, los varones Kuna producen y mantienen el foco político que define los contactos del grupo con los intereses externos, entre los que se encuentra el turismo. El turismo en Kuna creció a partir del comercio de las molas, convirtiéndose en una “actividad-arte” de subsistencia ya que las mujeres Kuna venden molas a intermediarios y éstos los venden al nuevo comercio de turistas.

Abundando en el ejemplo anterior, la familia Kuna vive fuera de la zona turística de Carti y depende de un comercio turístico local, o bien traslada sus molas a donde puedan darle salida. El cabeza de familia tiene un negocio de mariscos en San Blas y su mujer se pasa el día tejiendo molas. El padre lleva las molas periódicamente a venderlas a la ciudad. El trabajo da cuenta de una familia en la que la hija decidió “hacerse moderna” y no quería coser molas, esta hija estudió la escuela secundaria en la Ciudad de Panamá, hablaba inglés y trabajó como dependiente del negocio que tiene su papá en la ciudad, no tiene la menor intención de dedicarse a coser molas; la primera decisión que tomó esta joven le abrió otras opciones, y la conducta de muchas mujeres jóvenes Kuna hace pensar a los coleccionistas de molas que esta sería la última generación de mujeres Kuna que está dispuesta a seguir confeccionando molas.

Otro ejemplo de cambio en la estructura familiar y de género lo presenta Wilson (1979) en donde se identifica un desagrado hacia los turistas por parte de los jóvenes seychellianos, ya que los turistas eran pretendientes o novios de las camareras de los hoteles de esta isla y además ellas ganaban mucho más que ellos, los jóvenes resentidos sufrían la sensación de que se les había rebajado. Así la existencia de un desequilibrio existente entre el empleo masculino y femenino parece que iba a llevar, según Wilson (1979), a una situación familiar matriarcal, siendo la generación más joven de mujeres la que experimenta un cambio en la forma de vida, al tener una existencia mucho menos restrictiva como consecuencia de la obtención de empleos remunerados en lugar de estar confinadas en casa y tener que salir acompañadas a la calle.

1.1 Enfoque de género

El género se refiere al conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas asignadas a las personas en forma diferenciada de acuerdo con el sexo identificando a este último como el conjunto de características físicas biológicas, anatómicas y fisiológicas de los seres humanos, que lo define como macho o hembra (GCGEMA, 1996). Esto quiere decir que el “sexo” se manifiesta en las diferencias físicas que tienen que ver con las funciones de reproducción específicas de cada uno como hembra y macho, mientras que el género es una clasificación otorgada por el medio que nos rodea y que, por lo tanto, se aprende y se puede cambiar.

De acuerdo con Hegg *et al.* (2005), el género se interioriza a través de la socialización, entendida como un complejo y detallado proceso cultural de incorporación de formas de representarse, valorar y actuar en el mundo. Como bien señalan muchos autores, este proceso no ocurre sólo en la infancia sino a lo largo del ciclo de vida; pero hablar de lo masculino y/o femenino desde un enfoque de género implica, de acuerdo con López y Güida (2000; 3-4), realizar una primera afirmación: “las culturas constituyen modos de “ser mujer” y de “ser varón” y nos constituimos como mujeres y como varones en un complejo entramado cuyos hilos refieren aspectos socioculturales, históricos, políticos, económicos y familiares”.

Las relaciones de género pueden ser definidas como los modos en que las culturas asignan funciones y responsabilidades distintas a las mujeres y a los hombres. Entonces, dependiendo del género asignado es la manera en que se constituye las relaciones sociales articulándolas en dos vertientes, masculino y femenino (Díaz, 2007). A su vez, estas relaciones determinan las diversas formas de alcanzar recursos, materiales como el poder (De Felipe y Casero, 2007). Cuando las relaciones de género son de desigualdad, lo que ocurre hoy, en mayor o menor grado, en todas las sociedades, se dice que hay desigualdades de género, es decir, desigualdades funcionales ligadas a los roles de género (Calatrava, 2002).

Alatorre y Luna (citado en Hegg *et al*, 2005) afirman que tanto hombres como mujeres asumen posiciones diferenciales, concordando éstas con los rasgos de género que se atribuyen a los hombres y mujeres respectivamente. Así, mientras el hombre acepta ser la autoridad y hace todo por conseguirla, la mujer negocia, pero a partir de una posición subordinada y en algunos casos simplemente acata lo que el hombre plantea.

“Al tomar como punto de referencia la anatomía de mujeres y de hombres, con sus funciones reproductivas evidentemente distintas, cada cultura establece un conjunto de prácticas, ideas, discursos y representaciones sociales que atribuyen características específicas a mujeres y a hombres. Esta construcción simbólica que en las ciencias sociales se denomina género, reglamenta y condiciona la conducta objetiva y subjetiva de las personas. O sea, mediante el proceso de constitución del género, la sociedad fabrica las ideas de lo que deben ser los hombres y las mujeres, de lo que se supone es "propio" de cada sexo" (Lamas, 1995; 2).

Por su parte, Ortner (citado en Moore, 2004) señala que la mujer en consecuencia de la simbolización con la naturaleza por su capacidad reproductora, tiene una asociación espontánea con lo “doméstico” en oposición a lo “público”, es decir, la mujer se limita a las labores del hogar y a la relación y cuidado de los hijos, y el hombre dada su condición de proveedor es asociado a lo “público” tomando a este modelo como una estructura de poder jerárquico con la mujer como subordinada.

Sin embargo, estas asignaciones de doméstico/mujer y público/hombre se están quedando atrás, ahora tanto hombres como mujeres tienen que salir al espacio público para proveer a la familia por medio de trabajos remunerados, *“la vida al interior del hogar cambia en el momento que la mujer/madre sale a trabajar remuneradamente y entra, en los hechos, a cuestionarse la división sexual del trabajo y los quehaceres del hogar. La mujer, en general, ya no sólo asume la crianza y acompañamiento de los hijos/as y la manutención de la vivienda, sino que además se transforma en proveedora del hogar” (Olavarría, 2001; 27).*

1.2 Masculinidad

De acuerdo con el género asignado es la manera en que se articulan las relaciones sociales, de esta manera, somos etiquetados como hombres si nacemos con pene asumiendo las actividades socialmente definidas en un modelo hegemónico que se caracteriza por asociar al hombre con lo *“absoluto, con la norma, siendo la mujer lo diferente, lo que se sale de la norma”* (Royo, 2012; 2).

Los varones encuentran rituales de confirmación de su masculinidad, a través de espacios en los cuales se crean relaciones homosociales, y que no dejan de crear ambigüedad en los propios participantes (López y Güida, 2000), sin embargo, la masculinidad, de acuerdo con Díaz (2007), va siempre unida a determinadas cualidades, sobre todo asociadas con la fuerza, la violencia, la agresividad, la potencia, la inteligencia racional y la idea de que es necesario estar probando y probándose continuamente que “es hombre” y que se ha logrado alcanzar el modelo definido de “ser hombre”.

Olavarría (2001) identifica cinco situaciones y procesos que confieren poder a los varones:

- La autonomía personal: la apropiación de espacios públicos, partiendo por la calle como tal.
- La participación activa en política: los hombres son quienes manejan las “reglas del juego” que definen espacios de homosociabilidad que impiden el ingreso a las mujeres.
- Manejo del dinero: es otro recurso que otorga autonomía, desde la infancia los varones manejan dinero y pueden iniciar trabajos remunerados a una corta edad, además el encontrar trabajo es más fácil para los varones, lo que no significa que sea simple.
- El uso del tiempo: los hombres desde pequeños son relativamente autónomos en manejar su tiempo y cuando son adultos gran parte de él lo dedican a trabajar remuneradamente y pueden decidir si se involucran más, menos o nada en actividades domésticas.

- La interpretación y construcción de los cuerpos: esta situación sigue siendo sexista y heterosexista, en cuanto a la violencia y la sexualidad, los varones son los que deben de proteger de la agresión, pero esos mismos cuerpos pueden agredir a quienes protegen y están a su cuidado, ya que están relativamente indefensos frente a él.

De esta manera, la masculinidad puede entenderse como una identidad de género que expresa el hombre al formar parte de un círculo social y al pertenecer al género masculino (Hegg *et al*, 2005). *“Ejemplo de esto es una mayor independencia, la agresividad, la competencia y la incorporación de conductas violentas y temerarias en aspectos tan diversos como la relación con vehículos, adicciones, la violencia, la sexualidad, la reproducción y en la relación con sus hijos (Keijzeer, citado en Hegg et al, 2005).*

Olavarría (2001) sostiene que uno de los papeles fundamentales asignados a los hombres es el trabajo (productivo), a él se le debe su capacidad de constituir una familia y hacerse responsable de ella. La capacidad de proveer, en gran medida sustenta el orden al interior de la familia. Por lo tanto, la familia así pasa a ser uno de los pocos lugares de pertenencia de los hombres en los que pueden mantener, en alguna medida, su autoridad, ejerciendo poder cuando lo estiman pertinente. Pero con los cambios de los últimos años se ha hecho visible la incapacidad de los varones como proveedores en una proporción importante de los hogares, así el que proveía, el varón, era el jefe del hogar, la autoridad, posición que estaba y aún está refrendada por dispositivos legales que le confieren supremacía sobre la mujer y los hijos/as.

1.3 Modelo hegemónico de masculinidad. Crisis y fisuras

De acuerdo con Tena y Jiménez (2006; 440), la construcción del modelo hegemónico implica *“que los varones para ser valorados como tales, deben manifestar características de comportamientos como racionalidad, invulnerabilidad emocional, competitividad, fortaleza física y autosuficiencia”*. [Además de estas características también señalan y hacen hincapié, tales autores, en tres

manifestaciones importantes que debe cumplir el hombre]; *“protector, proveedor económico y ser quien detenta y aplica la autoridad dentro de su familia”*

Sin embargo, en una sociedad en donde se respete la diversidad y el derecho a elegir una manera de vida, este modelo de masculinidad resulta incompatible con los individuos, ya que habría un rechazo a la imposición de un único modelo de masculinidad (Boscán, 2008).

Por otro lado Gálvez (2007; 4) menciona que *“el modelo de masculinidad hegemónica tiene más posibilidad de desarrollo en regímenes autoritarios que en los democráticos, en situaciones de bonanza económica y tranquilidad social que en situaciones de crisis y conflictividad”*.

La masculinidad hegemónica cambia la manera de percibir al mundo y nuestra realidad cotidiana, la cual va indicando, cada vez aún más, que el modelo hegemónico es un modelo imperfecto (Díaz, 2007) ya que diversas crisis económicas, así como la *liberación femenina* ha hecho que cada vez más mujeres se hayan incorporado al mercado de trabajo, esto no implica el abandono del trabajo reproductivo que les está asignado en la familia nuclear patriarcal, sin embargo, para muchas mujeres la obtención de un trabajo remunerado es una forma de lograr autonomía y establecer relaciones de mayor equidad con los varones, aunque estos procesos de incorporación al mercado de trabajo no han ido acompañados de retribuciones equivalentes a las que tienen los varones.

Por lo tanto son muchos los hombres que no cumplen con un perfil de una masculinidad hegemónica por razones físicas, políticas, económicas, étnicas, sexuales, estas características nos hacen ver que este modelo hegemónico tiene fisuras o fallas que hacen posible que muchos hombres encuentren diferentes maneras de ser hombres (Díaz, 2007), sin embargo, pueden pasar muchos años para que los varones sean desplazados de ese lugar hegemónico, ya que es necesario que se demuestre que no son capaces de ejercerlo, esto como consecuencia de la estructura familiar en la cual el varón constituye la autoridad. Para que la mujer comparta o asuma esa posición de autoridad debe demostrar tal

capacidad especialmente con la generación de recursos para mantener o mejorar la calidad de vida del núcleo familiar y así mantenerse en una posición con capacidad de negociar con el varón (Olavarría, 2001). Ramírez y García (2002; 8) mencionan que *“la masculinidad hegemónica no es fija, ni es la misma en todas sociedades ni a través de los tiempos”*. Atendiendo a lo anterior Boscán (2008; 95) menciona que *“un gran número de varones buscan hoy dejar de ser machistas, pero que no desean hacerse “femeninos”. Muchos de ellos reconocen que ya no pueden seguir siendo sexistas y homofóbicos, pero no quieren dejar de ser masculinos”*

Connell (citado en Ramírez y García, 2002) identifica dos categorías para explicar las relaciones entre las masculinidades; “complicidad y subordinación”

- La masculinidad cómplice se caracteriza por la aceptación y reproducción de la masculinidad hegemónica por aquellos hombres que tienen contacto con la misma pero no la encarnan. Estos hombres no cumplen plenamente, o en gran medida, con las expectativas de la masculinidad hegemónica, pero se identifican con la misma y le dan todo su apoyo.
- La masculinidad hegemónica a su vez subordina, margina y devalúa a aquellos hombres que no cumplen con las exigencias que ella impone.

Ramírez y García (2002), además de las categorías de Connell añaden dos masculinidades, la contestataria y la hipermasculinidad

- La masculinidad contestataria es la representación de las identidades masculinas que activamente retan, cuestionan y rechazan la masculinidad hegemónica. Sus identidades y sexualidades no están formadas por el poder y el control. Los hombres que encarnan esta masculinidad impulsan activamente el desarrollo de formas alternas de relaciones entre los géneros y al interior de su propio género.
- La hipermasculinidad se caracteriza por la exageración de lo que se considera como “lo masculino”, tanto en el cuerpo como en el

comportamiento con tendencia a la rudeza, la violencia, la falta de afectividad y la agresividad.

1.4 Masculinidades y turismo

La masculinidad en materia de turismo se aborda desde una perspectiva sexual, es decir, los estudios que se han realizado relacionando al turismo con la masculinidad son trabajos de investigación acerca del turismo sexual. Ejemplo de esto es la investigación que se realizó en Puerto Viejo de Talamanca, Costa Rica, en donde *“Las relaciones sexuales e íntimas, a menudo económicamente ambiguas, entre mujeres turistas y hombres locales, predominantemente negros, son fundamentales para la historia social y sexual del pueblo y sus modos de sociabilidad”* (Frohlick, 2012; 279). en este lugar era constante la imagen de mujeres europeas caminando, platicando o abrazada de hombres de la localidad, quienes fuera de una masculinidad hegemónica, utilizan el conocimiento sexual para ofrecer intimidad libremente, negociar un pago por ello, adquirir identidades y regular la movilidad de las mujeres turistas en el contexto de un mercado sexual en una era en la que nuevas subjetividades eróticas y relaciones íntimas transnacionales se están forjando en lugares como Puerto Viejo” (Frohlick, 2012).

Otro ejemplo del tema de masculinidades en el turismo sexual es el estudio realizado en Cuba, en el cual se intenta mostrar el *“turismo sexual” como un escenario social en el que indagar acerca de la (re) producción de las desigualdades de género, raza, clase, nacionalidad, desde una perspectiva donde se articulan lo local y lo global*. Por otro lado, se tiene el término de “jineterismo” señalado como un *“fenómeno localizado en Cuba, donde se imbrican relaciones entre sexualidad y turismo, y que condensa relaciones de dominación de género, clase y posición histórico-política”*. Además, este término no se aplica de igual manera para hombres y mujeres ya que “jinetera” es referente a “prostituta” y “jinetero” a “luchador”, por lo tanto, al analizar el “jineterismo” en un espacio “generizado” se encuentran diferentes modelos acuñados a la feminidad y masculinidad en consecuencia de las resistencias y resignificaciones de la población, que cuestionan los mandatos de género (Alcázar, 2010).

1.5 Percepción

“La percepción es algo bastante más complejo que un simple mecanismo de captación visual del mundo que nos rodea” (Nogué, 1992; 46); la percepción abordada desde la psicología se define *“como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización”* (Vargas, 1994; 48)

La percepción comprende dos procesos que de acuerdo con Bruner y Cols (citados en Moya, 1999) son los siguientes:

1. La codificación o selección del enorme caudal de datos que nos llegan del exterior, reduciendo su complejidad y facilitando su almacenamiento y recuperación en la memoria
2. Un intento de ir más allá de la información obtenida, con el fin de predecir acontecimientos futuros y, de ese modo, evitar o reducir la sorpresa.

Vargas (1994; 47) señala *“que la percepción es biocultural, ya que, por un lado, depende de los estímulos físicos y sensaciones involucradas y, por otro lado, de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones”*.

Punter (citado en Nogué, 1992) argumenta que todo proceso de percepción se enmarca en juego tres fases estrechamente interrelacionadas, aunque claramente diferenciables:

1. La experiencia sensorial: se refiere al papel de nuestros sentidos en la captación del entorno.
2. La cognición: comprende todo el conjunto de procesos a través de los cuales estructuramos la información que reciben nuestros sensores.
3. La evaluación o preferencia: referida a nuestras actitudes y preferencias en relación con lo aprehendido y estructurado previamente.

“La percepción depende de la ordenación, clasificación y elaboración de sistemas de categorías con los que se comparan los estímulos que el sujeto recibe, pues conforman los referentes perceptuales a través de los cuales se identifican las nuevas experiencias sensoriales transformándolas en eventos reconocibles y comprensibles dentro de la concepción colectiva de la realidad” (Vargas, 1994; 47).

Cabe mencionar que hasta el momento no se ha hallado algún reporte de investigación que haya explorado la masculinidad a partir de la incursión de las mujeres en actividades empresariales en un sector turístico y menos aún desde las percepciones, por lo tanto, la importancia de este estudio radica contemplar la percepción masculina que hasta el momento no se ha evidenciado en estudios previos.

Vale la pena aclarar que en muchos de los trabajos que hablan de mujeres se hacen aseveraciones sin un enfoque de género, es decir, se orientan únicamente en el género femenino, dejando un incógnita en la masculinidad y los posibles cambios surgidos a partir de que la mujer se inserte al trabajo remunerado fuera del hogar.

Capítulo 2. Centro Integralmente Planeado (CIP) Huatulco

2.1 Antecedentes

La variedad de atractivos y recursos naturales que México ostenta, sumándole la gran diversidad cultural y, en especial, el crecimiento sustancial del turismo de sol y playa, fueron factores detonantes para crear en la década de los 60 el Consejo Nacional de Turismo (1961), quien impulsó la formación de personal capacitado para afrontar la oferta creciente de empleos a través de la creación de la Escuela Mexicana de Turismo. Casi al mismo tiempo en 1956 se establecieron instituciones financieras para la construcción de infraestructura y nuevas empresas en el turismo como el Fondo de Garantía al Turismo (FOGATUR) y el Fondo para el Desarrollo de las Infraestructuras Turísticas (INFRATUR), finalmente se creó, en 1962, un primer Plan Nacional de Turismo, (FONATUR, 2010). *“A partir de entonces se consideró al turismo como una actividad prioritaria, por su capacidad para captar divisas, generar empleos, promover el desarrollo regional”* (Orozco, 1992; 95).

Para mediados de los años 70 y con base en los lineamientos del primer Plan Nacional de Turismo, el gobierno mexicano comenzó una política más participativa en el turismo con motivantes como (FONATUR, 2010):

- El desarrollo turístico requería mayores inversiones, principalmente, en actividades de promoción que podían ser canalizadas hacia agentes económicos por medio de instituciones oficiales.
- El crecimiento de Acapulco, (en el que se basó el turismo del país a mediados de los sesenta), no era suficiente ni adecuado para atender la demanda de viajes hacia México y era notables los problemas de infraestructura.
- Las instituciones internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial, favorecían el crecimiento de turismo internacional, ya que, tales instituciones apoyaban desarrollos a través de créditos.

Por lo anterior, el gobierno mexicano emprendió el desarrollo de nuevos destinos turísticos integralmente planeados (CIP's) entre los que destacan Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco (véase Mapa 1), y para respaldar las acciones tomadas se recurrió al financiamiento del Banco de Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial, teniendo como principal actividad la construcción de infraestructura básica y urbana. Institucionalmente la acciones fueron concentradas en el sector financiero y, en particular, las acciones tomadas para la construcción de los nuevos destinos fueron asignadas al Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), creado en 1974 que asumió las funciones que hasta el momento eran absorbidas por FOGATUR e INFRATUR” (FONATUR, 2010).

Mapa 1. Localización de los Centros Integralmente Planeados (CIP's), de FONATUR



Cancún (1970), Ixtapa Zihuatanejo (1972), Los Cabos (1974), Loreto (1975) y Huatulco (1984).

Fuente: Elaboración propia con base en FONATUR (2005)

Como consecuencia del diseño de planes maestros para ordenar los trabajos de urbanización y equipamiento turístico “los primeros CIP proyectados por el FONATUR fueron Cancún en el estado de Quintana Roo, Ixtapa-Zihuatanejo

Guerrero y Puerto Escondido en el estado de Oaxaca, en 1984 entró en operaciones un destino adicional en Oaxaca Bahías de Huatulco en sustitución de Puerto Escondido, el cual fue desestimado como centro planificado a causa del descontrol en el crecimiento urbano y en la calidad de la oferta hotelera” (Jiménez citado en: López, 2010; 23), aunque ya desde 1969 se concibió la idea de impulsar el Desarrollo Turístico de Bahías de Huatulco, sin embargo, “no pudo concretarse hasta principios de 1980, al quedar concluidas las carreteras Pochutla-Salina Cruz y Pochutla-Oaxaca, que permitieron el acceso a la zona, que hasta ese momento, estaba prácticamente incomunicada” (Orozco, 1992; 95).

“La decisión de realizar el proyecto turístico se fundamentó, en primera instancia, en apoyar el desarrollo económico y social del estado de Oaxaca y de la región de la costa. Lo anterior, a través de generar empleos permanentes y mejor remunerados” (Orozco, 1992; 96).

El plan maestro de este desarrollo contempla actualmente un polígono de 20,972 ha., en el que el 6.35% de la superficie se destina para la zona turística, 3.45% para la zona urbana y 90.19% para la conservación ecológica (FONATUR, 2010). Todo esto siguiendo con el ordenamiento de uso de suelo de cuatro tipos para regular los CIP (López, 2010):

1. Urbano; destinado al aprovisionamiento de viviendas para residentes, infraestructuras y servicios para la población.
2. Turístico; en el que se ubicarían los hoteles y la oferta complementaria.
3. Residencial; uso de suelo habitacional para un segmento poblacional de elevado poder adquisitivo.
4. Reserva; suelo que no albergaría ninguna de las funciones marcadas para los usos antes descritos.

Más tarde, Huatulco comienza a figurar en el mapa del mercado mundial de cruceros, esto como consecuencia de la construcción de y puesta en operación del muelle de cruceros de Santa Cruz, con capacidad para atender simultáneamente hasta dos cruceros con 3,350 pasajeros promedio y 1,100

tripulantes cada uno, además en la primera etapa de construcción de Marina Chahué se cuenta con 84 posiciones para embarcaciones medianas y 3 mega yates de 160 pies (FONATUR, 2005).

2.2 Historia de la expropiación

El proyecto Bahías de Huatulco inicia formalmente el 17 de abril de 1984, mediante la solicitud de expropiación de la reserva territorial, de una superficie de 21,000 ha para destinarse al desarrollo turístico, terrenos que fueron puestos a disposición de FONATUR, con el fin de realizar obras de infraestructura y equipamiento necesario, y de acuerdo con un *Plan Maestro*, el cual consistía en “conceptualizar un esquema básico de planeación, seguimiento y control de los aspectos que intervienen en la creación del desarrollo turístico como la imagen arquitectónica, infraestructura, equipamiento, entre otros” (Orozco, 1992; 99). Sin embargo, ya existían estudios técnicos para la realización de Huatulco desde 1970 pero los conflictos para adquirir terrenos, en especial lo que tenían que ver con la resistencia de los comuneros a vender, fue lo que mantuvo en receso el proyecto (Talledos, 2012).

La reubicación quedó estipulada en el convenio del 23 de Mayo de 1984 que establecía el compromiso de FONATUR de realizar la reordenación urbana, es decir, que por las características del proyecto turístico, la población que vivía en las áreas de playa debía ser reubicada a una zona previamente definida como urbana, denominada Sector H o La Crucecita. Sin embargo, detonaron inconformidades gracias a tres factores (Orozco 1992):

1. La indefinición de quienes tenían la calidad de comuneros
2. La falta de actualización del “Censo Básico”
3. La inexistencia de un inventario exacto de los bienes a indemnizar.

La construcción de toda la infraestructura se llevó a cabo entre conflictos legales y movilizaciones de protesta de las poblaciones locales, las continuas muestras de descontento social se debían también a la tortuosa forma que FONATUR tenía para encarar el problema: presentaba en términos formales los estudios técnicos y

de inversión en su plan de manejo, pero en la práctica “negociaba” de forma confusa, contradictoria y poco clara con una población que no sabía leer y, en muchos casos, escribir (Talledos, 2012).

Una vez, con la disposición de los terrenos por parte del FONATUR, se plantearon tres etapas para llevar a cabo el proyecto (FONATUR citado en Talledos, 2012):

1. La primera, definida como de corto plazo (1984-1988), se realizaría con financiamiento otorgado por el BID para contar con una oferta turística de 1,300 cuartos y una población de 13,000 habitantes. La oferta turística se concentraba en las Bahías de Santa Cruz, Cachué y Tangolunda, aunque se urbanizarían cerca de 80 has. turísticas en San Agustín y la población se distribuiría entre el sector de Bajos (28%) y el Sector Bahías (72%).
2. La segunda (1988-2000) planteaba como metas la disposición de 8,870 cuartos de alojamiento turístico distribuidos en parte iguales entre los sectores Bahías y Bajos y una población de 91,750 habitantes con el 53% asentado en el sector de Bahías (48 600).
3. Finalmente, en el largo plazo (2000-2018), el proyecto se encontraba prácticamente saturado con 26,750 cuartos de alojamiento turístico, 42% en el sector Bahías y 58% en el de Bajos. La población alcanzaría los 308,340 habitantes, 39% en las Bahías y el restante 61% en los Bajos.

“Para la década de los 90, el crecimiento del complejo turístico entró en una etapa de estancamiento. Las inversiones extranjeras, que el gobierno federal había planteado, no fluyeron en la forma esperada. El 24 de julio de 1998, con la creación del Parque Nacional Huatulco (PNH), el centro turístico entró en otra fase de ampliación de infraestructura turística. Dicho parque se decretó sobre una área de 6374 ha. en los terrenos que pertenecían al FONATUR como área natural protegida (Talledos, 2012; 134), sin embargo se quedó de lado la falta de agua entre las agencias municipales de Huatulco y las colonias recién fundadas, consecuencia directa del desarrollo urbano-turístico y, en consecuencia, se implementaron nuevos mecanismos de control a los cuales se sujetaron tanto las grandes cadenas hoteleras como las pequeñas empresas prestadoras de servicios

turísticos y con la creación del Parque Nacional Huatulco, se reforzó la dinámica espacial del propio CIP, es decir, la exclusión de áreas donde los antiguos dueños de la tierra no podían participar. Por lo que se promovía, por una parte, la creación de una zona de reserva y, por otro, se omitía el deterioro motivado por el propio establecimiento de CIP-Huatulco y la fragmentación espacial que se originó en el municipio, este deterioro ocasionado principalmente porque sólo se reforzaba el turismo de élite y sus espacios dejando fuera la reivindicación de la lucha por la tierra y las playas despojadas (Telledos, 2012).

Por lo anterior, el CIP Huatulco no puede verse como un centro integralmente planeado en su totalidad ya que, además de los *“efectos sociales que han manifestado, se tiene poca o nula incorporación de la opinión local en los procesos de planificación y gestión del turismo en la comunidad ha jugado un papel fundamental en el fracaso como un destino integralmente planeado”* (Long, citado en Mendoza *et al*, 2011; 57).

Considerando la gran rentabilidad que ofrecía Huatulco, siendo una serie de atractivos turísticos sin alterar la ecología del lugar (identificando este como el mayor logro de FONATUR en Huatulco); FONATUR se propuso generar una nueva imagen para este destino en 2010, así como reactivar su actividad económica y turística con el fin de convertirlo en uno de los desarrollos turísticos más exitosos de nuestro país. Para ello ha desarrollado una Estrategia de Relanzamiento que se dio a conocer en el año 2008 con la que se esperaba detonar este destino turístico y consolidarlo como uno de los más importantes a nivel nacional (Morales, 2009), a través de un convenio inter-institucional en el que intervienen diversas instancias Federales, Estatales y Locales (SECTUR, SEGOB, SE, SCT, SEMARNAT, SS, SRA, SHCP, SEMAR, SEDESOL, SP, INAH Y SAGARPA así como la Asociación de Hoteles y Moteles de Bahías de Huatulco) con el objetivo de duplicar la oferta hotelera en 2,500 cuartos adicionales para llegar a 5,000 cuartos durante la presente administración, a través de proyectos sustentables de alta calidad y baja densidad que mantengan el respeto por el entorno (FONATUR, 2011).

2.3 Localización

El Municipio de Santa María Huatulco, sitio en donde se asienta el CIP, se encuentra ubicado al sur del Estado de Oaxaca, México (véase Mapa 2); en el litoral del Océano Pacífico, en el distrito de San Pedro Pochutla. Este municipio cuenta con una superficie de 579.22 kilómetros cuadrados que representa el 0.6 % con relación al estado (Luna, 2009). El lugar cuenta con 35 kilómetros de costa en los que se ubican 9 bahías, Conejos, Tangolunda, Chahué, Santa Cruz, Maguey, El Órgano, Cacaluta, Chachacual y San Agustín, y en conjunto suman 36 playas (Mendoza *et al*, 2011).

Mapa 2. Localización del CIP Bahías de Huatulco, Oaxaca, México



Fuente: elaboración propia con base en la perspectiva estadística Oaxaca INEGI (2012) y Luna (2009)

2.4 Población

El Municipio de Santa María Huatulco está compuesto por seis agencias municipales: Santa Cruz Huatulco, Arroyo Xuchilt, Bajos de Coyula, Bajos del

Arenal, San José Cuajinicuil y San José Alemania. Asimismo, lo conforman 40 comunidades. Santa María Huatulco cuenta con una población, de acuerdo con datos recopilados en el año 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), de 38,629 de los cuales 18,726 son hombres y 19,903 son mujeres. Por otra parte, Santa María Huatulco tiene con 9,943 hogares de los cuales 2,550 mantienen una jefatura femenina y 7,393 con jefatura masculina. En la educación se posee un porcentaje de 3.7 (1,459) en nivel básico de educación del total de la población, en cuanto a los alumnos egresados del bachillerato el porcentaje es de 0.78%. (INEGI, 2011).

En cuanto a los servicios de salud del estado, el municipio ostenta 7 unidades médicas, de las 3,415 de todo el estado de Oaxaca; tiene una población derechohabiente en servicios de salud de 26,565 y derechohabientes con acceso a servicios de salud IMSS e ISSSTE de 9,469 y 1,642 respectivamente, para los cuales se cuenta con un personal médico en la Secretaria de Salud del estado, de 36 elementos (INEGI, 2011).

Cuadro No. 1 Crecimiento de la población del municipio de Santa María Huatulco

Año	Población	Período	Tasa media anual de crecimiento poblacional municipal
1950	2,371	1950-1960	4.5
1960	3,680	1960-1970	4.6
1970	5,675	1970-1980	1.7
1980	6,760	1980-1990	6.6
1990	12,645	1990-2000	8.7
2000	29,053	2000-2005	2.7
2005	33,194	2005-2010	4.7

2010	38,629		
------	--------	--	--

Fuente: Huerta y Sánchez (2011) con base en INEGI 2011

2.5 Actividades económicas

Las principales actividades económicas de Santa María Huatulco son la agricultura y el turismo. En el año 2009 se tuvieron 6,332 hectáreas sembradas en el municipio de un total de 1,383,749 registradas en todo el estado de Oaxaca (INEGI, 2011). La agricultura temporal, que se desarrolla sobre las laderas de lomeríos menores, ubicados entre los 100 y 400 ms. n. m., y con pendientes de entre 35 y 60% de inclinación. La producción agrícola se realiza en forma individual, en pequeñas unidades de producción denominadas parcelas, las cuales comprenden una superficie promedio de diez hectáreas por campesino. En la comunidad sobresalen el cultivo del frijol y el maíz, este último generalmente a manera de milpa, es decir, asociado con otros cultivos como calabaza, tomate, frijol o jamaica. En menor medida se cultiva cempasúchil, café, piña, nopal, jamaica y calabaza (Palacios y Martínez, 2007).

El municipio de Santa María Huatulco integra a 72 localidades y se distinguen tres zonas (Palacios y Martínez, 2007)

1. La primera, se localiza al norte, sobre las primeras montañas de la Sierra Sur; en donde se ubican fincas cafetaleras, la mayoría de propiedad privada.
2. Hacia el sur se extienden los terrenos comunales que cubren aproximadamente 31,000 hectáreas de lomeríos bajos con selvas bajas y medianas caducifolias y subcaducifolias, vegetación secundaria y cultivos de temporal (principalmente para autoconsumo y el mercado local); aquí se desarrollan 30 localidades campesinas y la cabecera municipal.
3. La última zona es la franja litoral donde se desarrolla el Complejo Turístico Bahías de Huatulco. Se trata de 21,163 hectáreas de terreno que fueron expropiadas a los Bienes Comunales en 1984. La franja costera tiene 32 Km de longitud, y va desde el río Copalita hasta el río Coyula. El área

turística y pesquera incluye las 9 bahías y 36 playas que se localizan a lo largo del litoral. Los centros urbanos en donde se localiza la zona hotelera y la mayoría de los servicios, son las áreas de mayor densidad poblacional y actividad comercial.

Por otro lado, *“a partir de su designación como Centro Integralmente Planeado, en 1984, en 2001, hubo flujos de inversión importantes hacia Huatulco que se han canalizado, en forma preferente, hacia la porción oriental del polígono expropiado por el gobierno federal a cargo de FONATUR”* (Vázquez citado en Huerta y Sánchez, 2011; 547) y de esta manera el turismo se convirtió en el eje de la economía municipal y generó una infraestructura adecuada para su promoción.

Además en el año 2005 obtiene la certificación de sustentabilidad a nivel destino, que otorga la empresa internacional *Green Globe 21*, siendo el primer en el continente americano, y el tercero en el mundo (FONATUR, 2005).

**Cuadro No. 2. Ocupación Hotelera en Bahías de Huatulco, Reporte Anual
2009-2012**

Concepto	Total	2009	2010	2011	2012
Cuartos disponibles	4,119,078	934,828	1,023,479	1,039,197	1,121,574
Cuartos ocupados	2,036,011	471,198	495,828	530,082	538,903
Porcentaje de ocupación	49.66	50.40	48.44	51.00	48.04
Llegadas de turistas	1,457,395	338,796	352,834	376,701	389,064

Fuente: Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-DATATUR, con base en información generada a través del programa de monitoreo de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje.

En otro ámbito, el municipio de Santa María Huatulco cuenta con 79 mujeres empresarias de acuerdo con un censo que se realizó en un periodo de 2002-2003, sobresaliendo dos cooperativas conformadas única y exclusivamente por mujeres

de la comunidad de Barra de Copalita, llamadas Mujer de Barro y Flor de Barro creadas en 2005 y 2006 respectivamente, dedicadas a dar masajes exfoliantes con arcilla a los turistas. Además se identificaron 57 empresas referentes a servicios dirigidos al turismo entre los que destacan 35 restaurantes, fondas y bares, y 22 tiendas de artesanías y boutiques, todas ellas regidas por mujeres de la comunidad (Fernández y Martínez, 2010).esto no quiere decir que el género masculino sea excluido de las labores empresariales.

Imagen 1. Integrantes de la cooperativa "Flor de Barro"



Foto Tomada por el Autor

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2010, 16,144 habitantes (41,79% de la población total del municipio) son considerados como Población Económicamente Activa (PEA) de los cuales 63,67% (10,279 del total de la PEA del municipio) son hombres y 36,33 % (5,865) corresponden al género femenino (INEGI 2011), lo que denota la amplia participación de las mujeres en la economía del municipio.

Del total de la PEA municipal, 15,771 habitantes son considerados PEA ocupada, y 372 PEA desocupada, por lo que se puede considerar que hay una tasa muy baja de desempleo (INEGI, 2011). Parte de la PEA municipal ocupada, se encuentra distribuida por sector de actividad económica, concentrándose 13.52 % en el sector primario, 13.96% en el secundario y 71.65% en el sector terciario. (PDM, 2008).

Capítulo 3. Metodología de la investigación

El término metodología se refiere al modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas y se aplica a la manera de realizar la investigación. Los supuestos, intereses y propósitos dirigen una u otra metodología (Taylor y Bogdan, 2000).

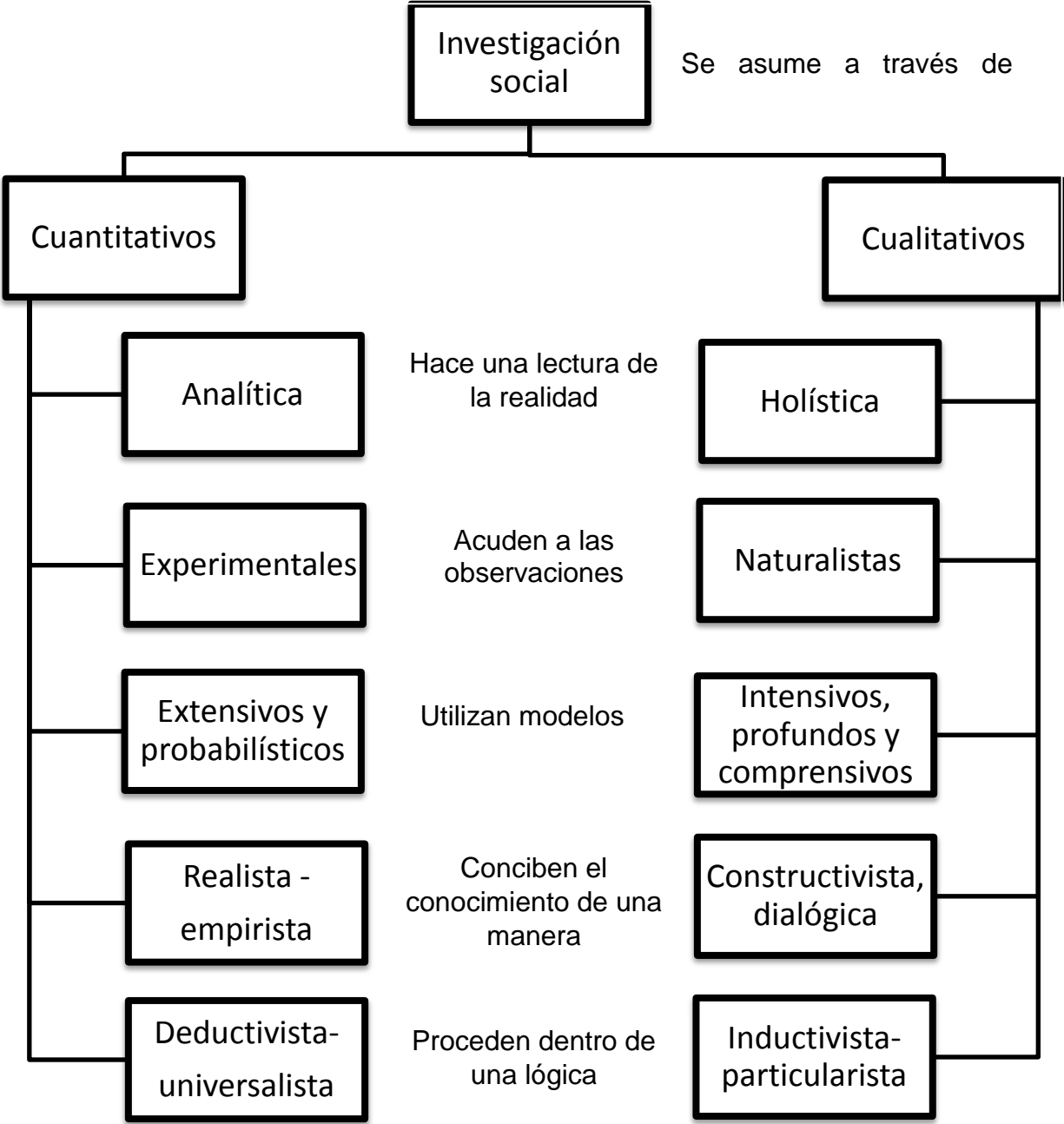
En las ciencias sociales han prevalecido dos perspectivas teóricas: *el positivismo* (correspondiente al enfoque cuantitativo), que vio sus orígenes con los grandes teóricos del siglo XIX y principios del siglo XX particularmente con Agust Comte (1896) y Emil Durkheim (1938,1951), esta perspectiva “*busca los hechos o causas de los fenómenos sociales con independencia de los estados subjetivos de los individuos. [La segunda perspectiva teórica se describe como fenomenológica (correspondiente al enfoque cualitativo) y quiere] entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor, examina el modo en que se experimenta el mundo, la realidad que importa es lo que las personas perciben como importante*” (Taylor y Bogdan, 2000; 5).

Por otro lado, Guba (1990, citado en Sandoval, 1996) establece las diferencias entre los enfoques o paradigmas de investigación social a partir de la respuesta a tres preguntas:

- ¿Cómo se concibe la naturaleza tanto del conocimiento como de la realidad?
- ¿Cómo se concibe la naturaleza de las relaciones entre el investigador y el conocimiento que genera?
- ¿Cuál es el modo en que construye o desarrolla conocimiento el investigador?

“De acuerdo con lo anterior, los paradigmas de investigación se clasifican en Positivista, Pospositivista, Crítico Social, Constructivista y Dialógico. Los dos primeros identifican a los llamados enfoques cuantitativos y los tres últimos se asimilan o corresponden a los enfoques cualitativos” (Sandoval, 1996; 28).

El siguiente esquema muestra las diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo.



Fuente: Sandoval (1996)

Es cierto que los positivistas y los fenomenólogos, abordan diferentes tipos de problemas y buscan diferentes clases de respuestas y, por consecuencia, sus investigaciones exigen distintas metodologías. Sin embargo, esto no quiere decir

que los positivistas no puedan emplear métodos cualitativos para abordar sus propios intereses a investigar.

3.1 Características del enfoque cualitativo

“La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 2000; 7). Mella señala que la característica fundamental de la investigación cualitativa es la *“capacidad de planteamiento de ver los acontecimientos, acciones, normas, valores, etc., desde la perspectiva de la gente que está siendo estudiada”* (1998; 8). Además, *“el propio investigador es el principal instrumento para la generación y recogida de datos, con los que interactúa y por ello durante todo el proceso de investigación, el investigador cualitativo debe reflexionar sobre sus propias creencias y conocimientos, y cómo éstos pueden influir en la manera de concebir la realidad del sujeto/objeto de estudio, y consecuentemente, influir en la propia investigación”* (Salamanca y Crespo, 2007; 1).

Taylor y Bogdan (2000) establecen las siguientes características propias de la investigación cualitativa:

1. La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos.
2. El investigador cualitativo ve al escenario y a las personas de una manera holística, es decir que no son reducidos a variables sino que son considerados como un todo.
3. El investigador cualitativo es sensible a los efectos que él mismo causa sobre las personas que se estudian, se ha dicho que ellos son naturalistas, es decir, que interactúan con los informantes de un modo natural y no intrusivo.

4. El investigador cualitativo trata de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas, por lo que es esencial para la investigación cualitativa experimentar la realidad tal y como otros la experimentan.
5. El investigador cualitativo se esfuerza por apartar sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones
6. Para el investigador cualitativo todas las perspectivas son valiosas, no se busca la verdad o la moralidad sino que una comprensión detallada de perspectivas de otras personas
7. Los métodos cualitativos son humanistas. Los métodos mediante los cuales estudiamos a las personas necesariamente influyen sobre el modo en que las vemos.
8. Los investigadores cualitativos dan énfasis a la validez en su investigación.
9. Para el investigador cualitativo, todos los escenarios y personas son dignos de estudio. Ningún aspecto de la vida social es demasiado frívolo o trivial como para ser estudiado.
10. La investigación cualitativa es un arte. Los investigadores cualitativos son flexibles en cuanto al modo en que: intentan conducir sus estudios. El investigador es un artífice y es alentado a crear su propio método

3.2 Desventajas del enfoque cualitativo

“Una de las desventajas central en la investigación cualitativa es resolver la disyuntiva de cuán factible es percibir cómo otros perciben” (Mella, 1998; 22) es decir, “la falta aparente de validez y confiabilidad que tiene, entendida de acuerdo a los cánones de la investigación cuantitativa; extrapolar estos criterios a la investigación cualitativa es contraproducente pues se violan sus propósitos, sus objetivos y su naturaleza” (Salgado, 2007; 74); Mella, señala que la pregunta de partida es si los investigadores se han puesto realmente en una posición estratégica para adentrarse en la perspectiva de otros sujetos (1998; 22).

Algunos investigadores cualitativos afirman que *“los cánones o estándares con que se juzgan los estudios cuantitativos son inapropiados para evaluar el rigor metodológico de los estudios cualitativos”* (Salgado 2007; 74). Por lo tanto Guba y Lincoln proponen que los criterios que comúnmente se utilizan para evaluar la calidad científica de una investigación cualitativa y por consecuencia su rigor metodológico, son la dependencia, credibilidad, auditabilidad y transferibilidad (1989, Véase también Ruiz e Ispizua, 1989; Franklin & Ballau, 2005; Mertens, 2005 citado en Salgado 2007):

1. La dependencia o consistencia lógica es el grado en que diferentes investigadores que recolecten datos similares en el campo y efectúen los mismos análisis, generen resultados equivalentes.
2. Castillo y Vásquez (citado en Salgado 2007; 75) mencionan que la *credibilidad se logra cuando el investigador, a través de observaciones y conversaciones prolongadas con los participantes en el estudio, recolecta información que produce hallazgos que son reconocidos por los informantes como una verdadera aproximación sobre lo que ellos piensan y sienten* (2003, citado en Salgado 2007; 75). Así entonces, la credibilidad se refiere a cómo los resultados de una investigación son verdaderos para las personas que han experimentado o estado en contacto con el fenómeno estudiado.
3. La auditabilidad o confirmabilidad se trata de la habilidad de otro investigador de seguir la pista o la ruta de lo que el investigador original ha hecho. Para ello es necesario un registro y documentación completa de las decisiones e ideas que el investigador haya tenido en relación con el estudio.
4. La transferibilidad o aplicabilidad se refiere a la posibilidad de extender los resultados del estudio a otras poblaciones. Para ello se necesita que se describa densamente el lugar y las características de las personas donde el fenómeno fue estudiado.

3.3 Métodos cualitativos

Se idealizan a los “*métodos cualitativos como un recurso de primer nivel de acercamiento a la realidad que hará que en un segundo nivel se lleve a cabo una investigación con mayor rigor y profundidad metodológica*” (López y Sandoval, 2005; 4). El método cualitativo parte de un suceso real acerca del cual se quiere establecer un concepto. Se está ante algo que se quiere saber. Se parte desde las observaciones que se han realizado acerca del acontecimiento inmerso en la realidad (Mella, 1998).

López y Sandoval (2005) muestran algunas de las características asignadas a los métodos cualitativos:

- Los intereses de la investigación son relativamente claros y están relativamente bien definidos
- Los escenarios o las personas no son accesibles de otro modo
- El investigador depende de una gran amplia gama de personas y escenarios
- Quien investiga quiere esclarecer experiencias humanas subjetivas

Los métodos surgen bajo las concepciones y necesidades de los investigadores que trabajan desde una disciplina del saber, la cual determina la utilización de métodos concretos (Rodríguez, *et al*, 1999). De esta manera, el método cualitativo tiene por objetivo “*la descripción de las cualidades de un fenómeno, sus resultados no nos dan conocimiento respecto de cuántos fenómenos tienen una cualidad determinada. En lugar de eso se trata de encontrar las cualidades que en conjunto caracterizan al fenómeno, aquello que cualitativamente permite distinguir el fenómeno investigado de otros fenómenos*” (Mella 1998; 6).

A continuación se muestra una clasificación de los métodos que se han utilizado en la investigación cualitativa realizada por Herrera (2008 basado en Morse 1994):

3.3.1 Fenomenología

Busca conocer los significados que los individuos dan a su experiencia, lo importante es aprender el proceso de interpretación por el que la gente define su mundo y actúa en consecuencia. El fenomenólogo intenta ver las cosas desde el punto de vista de otras personas, describiendo, comprendiendo e interpretando.

3.3.2 Teoría fundamentada

La teoría fundamentada trata de descubrir teorías, conceptos, hipótesis y proposiciones partiendo directamente de los datos, y no de supuestos a priori, de otras investigaciones o de marcos teóricos existentes.

3.3.3 Etnometodología

Intenta estudiar los fenómenos sociales incorporados a nuestros discursos y nuestras acciones a través del análisis de las actividades humanas. La característica distintiva de este método radica en su interés por centrarse en el estudio de los métodos o estrategias empleadas por las personas para construir, dar sentido y significado a sus prácticas sociales cotidianas. Además, a la etnometodología no le basta con la simple comprobación de las regularidades, sino que desea también y sobre todo explicarlas (De Landsheere, citado en Herrera 2008).

3.3.4 Investigación-acción

La investigación-acción es una forma de búsqueda autorreflexiva, llevada a cabo por participantes en situaciones sociales, para perfeccionar la lógica y la equidad de las propias prácticas sociales o educativas que se efectúan estas prácticas, comprensión de estas prácticas y las situaciones en las que se efectúan estas prácticas (Kemmis, citado en Herrera 2008).

3.3.5 Método biográfico

Se pretende mostrar el testimonio subjetivo de una persona en la que se recojan tanto los acontecimientos como las valoraciones que dicha persona hace de su propia existencia, lo cual se materializa en una historia de vida, es decir, en un relato autobiográfico, obtenido por el investigador mediante entrevistas sucesivas (Pujadas, citado en Herrera 2008).

3.3.6 Etnografía

Cuando nos referimos a la etnografía la entendemos como el método de investigación por el que se aprende el modo de vida de una unidad social concreta. A través de la etnografía se persigue la descripción o reconstrucción analítica de carácter interpretativo de la cultura, formas de vida y estructura social del grupo investigado.

3.4 Técnicas de investigación cualitativas

Las técnicas cualitativas se visualizan como el único instrumento para captar el significado auténtico de los fenómenos sociales.

3.4.1 Observación

Es una de las técnicas más utilizada por la metodología cualitativa, y se debe tener en cuenta que lo que el investigador observa son hechos tal y como ocurren, y tiene la característica de ser naturales, es decir, no se han sometido a ningún tipo de manipulación, Eli de Gortari (citado en López y Sandoval, 2005; 8), define la observación como "el procesamiento que el hombre utiliza para obtener información objetiva acerca del comportamiento de los procesos existentes". A continuación se mencionan los tipos de observación expuestos por López y Sandoval (2005):

Modalidades de la observación:

- Según los medios utilizados

Observación no estructurada

Observación estructurada

- Según la participación del observador

Observación no participante

Observación participante

- Según el número de observadores

Observación individual

Observación en equipo

- Según el lugar donde se realiza

Observación efectuada en la vida real (trabajo campo)

Observación efectuada en laboratorio

3.4.2 Historia de vida

Consiste en la recuperación de episodios característicos de la vida de uno o más individuos. Las fuentes de información son muy variadas, pero esencialmente se utilizan diarios de vida y autobiografías, aunque también el investigador le pide a la persona entrevistada que reconstruya aquellos sucesos de su vida reflexionados como primordiales (Mella; 1998).

3.4.3 Grupos de discusión

Esta técnica se *“estructura en torno a ciertos temas claves a tratar. Su principal característica es traer a la superficie las diferencias entre los participantes y las contradicciones entre sus réplicas, una forma de obtener las significaciones que existen detrás de las opiniones dadas en el grupo”* (Mella, 1998; 22).

3.4.4 Entrevista

La entrevista es una técnica cualitativa que radica en que una persona (entrevistador) solicita información de otra, para obtener datos sobre un tema determinado a investigar. Consiste en, la interacción verbal de por lo menos dos personas (Herrera 2008).

Existen tres funciones básicas y principales que cumple la entrevista en la investigación científica (López y Sandoval, 2005; 10).

1. Obtener información de individuos y grupos.
2. Facilitar la recolección de información.
3. Influir sobre ciertos aspectos de la conducta de una persona o grupo (opiniones, sentimientos, comportamientos, etc.)

3.4.4.1 Cuadro No. 3 Ventajas y Desventajas de la Entrevista

Ventajas:	Desventajas
Su condición de oral y verbal.	Limitaciones en la expresión oral por parte del entrevistador y entrevistado.
La información que el entrevistador obtiene a través de la entrevista es muy superior que cuando se limita a la lectura de respuesta escrita.	Se hace muy difícil nivelar y darle el mismo peso a todas las respuestas, sobre todo a aquellas que provienen de personas que poseen mejor elocuencia verbal, pero con escaso valor informativo o científico.
A través de la entrevista se pueden captar los gestos, los tonos de voz, los énfasis, etc., que aportan una importante información sobre el tema y las personas entrevistadas.	Es muy común encontrar personas que mientan, deforman o exageran las respuestas y muchas veces existe un divorcio parcial o total entre lo que se dice y se hace, entre la verdad y lo real.
Es una herramienta y una técnica extremadamente flexible, capaz de adaptarse a cualquier condición, situación, personas, permitiendo la posibilidad de aclarar preguntas, orientar la investigación y resolver las dificultades que pueden encontrar la persona entrevistada.	Muchas personas se inhiben ante un entrevistador y les cuesta mucho responder con seguridad y fluidez una serie de preguntas.
	Existen muchos temas tabúes entre las personas, algunos de los cuales producen

	rechazo cuando se trata de responder preguntas concretas, como por ejemplo temas políticos, sexuales, económicos, sociales, etc.
--	--

Fuente: López y Sandoval (2005)

3.4.4.2 La entrevista a profundidad semi-estructurada

La entrevista como técnica de recolección de información va desde la interrogación estandarizada hasta la conversación libre, en ambos casos se recurre a una guía que puede ser un formulario o esquema de cuestiones (guión de entrevista) que han de orientar la conversación (López y Sandoval, 2005), este guión busca *“proteger la estructura y objetivos de la entrevista en una forma tal que el entrevistador pueda atender, de manera inmediata y sin perder la dinámica de la conversación”* (Sandoval,1996;144). En la entrevista a profundidad el entrevistador *“desea obtener información sobre determinado problema, a partir de él establece una lista de temas, en relación con los que se focaliza la entrevista, quedando ésta a la libre discreción del entrevistador”* (Herrera 2008; 16).

3.4.4.3 Relación entrevistador-entrevistado

La presencia del encuestador puede disminuir el número de respuestas de “no sé” y sin “respuesta” ya que la reducción de este tipo de respuestas es importante para el estudio, se deberá instruir al entrevistador a ahondar en busca de las respuestas (Babbie, 2000).

Los primeros acercamientos entrevistador-entrevistado suelen estar caracterizados por una desconfianza mutua, antes de una primera entrevista se aconseja obtener un momento de exploración, ganar la confianza del entrevistado supondría un objetivo palpable si ponemos en marcha estrategias como repetir las explicaciones del informante o al menos utilizar sus propias palabras cuando se intenta aludir a un mismo concepto. Se puede identificar la confianza una vez que el entrevistado expone información personal comprometedor para él y cuando tiene suficiente libertad para preguntar al entrevistador (Herrera, 2008).

Sin embargo es importante destacar cuatro tácticas para que el entrevistado tenga éxito (López y Sandoval 2005; 13)

1. Mirar el rostro del entrevistado de forma natural, más bien continua.
2. La naturalidad de las posturas y movimientos corporales
3. Las respuestas y los comentarios del entrevistador deben formularse en tono amable, suficientemente espaciados, sin crítica, ni adulación, en línea con los propios comentarios del entrevistado.
4. Dominar el arte del silencio.

3.4.4.4 Tipo de preguntas

La siguiente clasificación de preguntas es de acuerdo con Patton (1980 citado en Gil y García 1999):

- *Preguntas demográficas/bibliográficas:* se formulan para conocer las características de las personas que son entrevistadas. Aluden a aspectos como edad, situación profesional, situación académica, etcétera.
- *Las preguntas sobre experiencia/conducta:* se formula para conocer lo que hace o ha hecho una persona. A través de ellas se pretende que el entrevistado describa experiencias, conductas, acciones y actividades que habría sido visibles de haber estado presente un observador.
- *Las preguntas de conocimiento:* se formulan para averiguar la información que el entrevistado tiene sobre los hechos o ideas que se estudian
- *Las preguntas de opinión/valor:* se plantea al entrevistado para conocer el modo en que valoran determinadas situaciones. Las preguntas de ese tipo nos indican lo que piensan las personas sobre un tema. También nos permite recoger información sobre sus intenciones, metas, deseos y valores.

Por otra parte, López y Sandoval mencionan que el entrevistador debe “*iniciar la conversación abordando al entrevistador con una pregunta abierta de carácter general, que luego en pasos sucesivos, se va estrechando, explicando,*

concretando, aclarando y minimizando, descendiendo a detalles y datos singulares” (2005; 13), es decir:

- De lo más amplio a lo más concreto
- De los más superficial a lo más profundo
- De lo más impersonal a lo más personal
- De lo más informativo a lo más interpretativo
- De datos a su interpretación.

3.4.4.5 La respuesta del informante

El tipo de respuestas que los informantes ofrecen en una entrevista a profundidad es muy variado y no siempre se adecua a las preguntas formuladas. En este sentido, el entrevistador debe utilizar determinadas estrategias para conseguir la respuesta adecuada a su pregunta. Cuando la respuesta es excesivamente larga, podemos dejar de tomar notas, parar la grabadora, no seguirle con la mirada (Rodríguez et al, 1999; 181).

Cuadro No. 4. Clasificación de los Principales Métodos Cualitativos con las Técnicas Correspondientes

Tipos de cuestiones de investigación	Método	Fuentes	Técnicas/instrumentos de recogida de información	Otras fuentes de datos
Cuestiones de significado: explicitar la esencia de las experiencias de los actores	Fenomenología	Filosofía (fenomenología)	Grabación de conversaciones, escribir anécdotas de experiencias personales	Literatura fenomenológica reflexiones filosóficas; poesía arte
Cuestiones descriptivo/interpretativas: valores, ideas prácticas de los grupos culturales	Etnografía	Antropología (cultural)	Entrevista no estructurada; observación participante notas de campo	Documentos registros; fotografías; mapas; genealógicas; diagramas de redes sociales
Cuestiones de	Teoría	Sociología	Entrevistas	Observación

proceso experiencia a lo largo del tiempo o el cambio, puede tener etapas o fases	fundamentada	(intercambio simbólico)	(registradas en cinta)	participante memorias; diarios.
Cuestiones centradas en la interacción verbal y el dialogo	Etnometodología análisis del discurso	Semiótica	Diálogo (registro en audio y video)	Observación; notas de campo
Cuestiones de mejora cambio social	Investigación acción	Teoría critica	Miscelánea	Varios
Cuestiones subjetivas	Biografía Antropología	Antropología sociología; sociología	Entrevista	Documentos: registrados diarios

Fuente: Rodríguez (1999; 41)

3.5 Muestreo

“Es un conjunto de datos, los cuales corresponden a las características de un grupo de individuos u objetos; es a menudo imposible o poco práctico la totalidad de los individuos, en lugar de observar al grupo entero llamado población o universo, se examina solamente una pequeña parte del grupo a la cual se le denomina muestra” (Ortiz y García, 2006; 132).

3.5.1 Métodos de muestreo probabilísticos

El probabilístico básicamente consiste en seleccionar una muestra aleatoria de una lista de todos los integrantes de la población a estudiar (Babbie, 2000); todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser elegidos y se logran delimitando las características de la población y el tamaño de la muestra, por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis” (Marmolejo, 2012).

A continuación se mencionaran las principales técnicas de muestreo probabilístico (Canal, 2006; 121).

3.5.1.1 Muestreo aleatorio simple

Una vez identificado el marco de la población, se asigna un número a cada individuo o elemento y se elige aleatoriamente, Este tipo de muestreo se caracteriza por la facilidad comprensión, aunque una de las principales desventajas es que en ocasiones no se cuenta con un listado de todos los individuos que componen el universo.

3.5.1.2 Muestreo estratificado

Consiste en formar subgrupos, de los cuales se elige, posteriormente, una muestra de cada uno al azar esta división se realiza de acuerdo a las características que puedan repercutir en los resultados de la investigación

3.5.1.3 Muestreo en etapas múltiples

Consiste en empezar a muestrear por algo que no constituye el objeto de la investigación (unidades primarias), y obtener una muestra dentro de cada una de ellas (unidades secundarias). Pueden utilizarse sucesivamente tantas etapas como sean necesarias, y en cada una de ellas, una técnica de muestreo diferente.

3.5.2 Métodos de muestreo no probabilísticos

A diferencia de los muestreos no probabilísticos, en este tipo de muestreo la elección de los elementos no depende de la probabilidad de cada integrante de la población, ya que, se seleccionan criterios a conveniencia del investigador para las causas relacionadas con las características de la investigación (Marmolejo, 2012).

Es decir no se conoce *“la probabilidad de que un elemento de la población pase a formar parte la muestra ya que la selección de los elementos muestrales dependen en gran medida del criterio o juicio del investigador”* (Canal, 2006; 127)

A continuación se mencionaran las principales técnicas de muestreo no probabilístico:

3.5.2.1 Muestreo discrecional

Esta selección consiste en que un experto indica al investigador que individuos son los más adecuados para contribuir al objetivo de la investigación (Canal, 2006)

3.5.2.2 Muestreo por cuotas

Se comienza por realizar un matriz o tabla que contenga las características principales de la población a estudiar (Babbie, 2000) posteriormente se seleccionaran a los individuos respetando siempre las cuotas por edad, género, zona de residencia, entre otras que habrán sido fijadas anteriormente (Canal, 2006).

3.5.2.3 Bola de nieve

Es aplicado cuando es *“difícil localizar a los miembros de una población especial, para su aplicación se reúnen los datos de los pocos miembros de la población objetivo que se puedan localizar y se les pide la información necesaria para ubicar a otros que conozcan de esa población”* (Babbie, 2000; 174)

3.5.2.4 Muestreo de conveniencia.

El investigador selecciona que individuos forman parte de la muestra en relación a la disponibilidad de estos (Canal, 2006). En este tipo de muestreos *“la representatividad la determina el investigador de modo subjetivo, siendo este el mayor inconveniente del método ya que no podemos cuantificar la representatividad de la muestra”* (Casal y Mateu; 2003; 5).

En cuanto al *“tamaño de la muestra no hay criterios ni reglas firmemente establecidas, determinándose en base a las necesidades de información, por ello, uno de los principios que guía el muestreo es la saturación de datos, esto es, hasta el punto en que ya no se obtiene nueva información y ésta comienza a ser redundante”* (Salamanca y Crespo, 2007; 3).

3.6 Análisis de Datos

Amescua y Gálvez señalan que no importa el estilo analítico adoptado siempre existe un momento en el que el investigador se interna a solas con los datos y es entonces cuando comienzan verdaderamente las dificultades, pues tiene que responderá preguntas, tales como: *¿Cómo realizar técnicamente las seductoras propuestas de la teoría?, ¿Qué hacer con una información tan heterogénea?, ¿Cómo debe ser el manejo para hacer emerger ese torrente de conceptos y proposiciones que sugiere el análisis cualitativo?* (2002 citado en Salgado 2007; 74).

Según Latorre y González el análisis de datos es la *“etapa de búsqueda sistemática y reflexiva de la información obtenida través de los instrumentos”* (1987, citado en Herrera 2008; 24) es decir, es un proceso de organización de datos de una manera analítica de tal forma que este esquema aparezca obvio (Mella 1998; 15).

La idea de un análisis de datos en la investigación cualitativa *“consiste en reducir, categorizar, clarificar, sintetizar y comparar la información con el fin de obtener una visión lo más completa posible de la realidad objeto de estudio* (Herrera 2008; 24). Por otra parte, Morse (citado en Mella 1998) propone cuatro procesos cognitivos, secuenciales y esenciales en todo método cualitativo: comprensión, sintonización, teorización y re-contextualización.

3.7 Descripción del proceso metodológico adoptado en este trabajo

Como ya se ha mencionado el objetivo de esta investigación es:

Identificar la percepción de los familiares varones de las mujeres empresarias en el sector turístico de Bahías de Huatulco sobre su labor empresarial y los cambios en sus roles de género.

Por lo que se seleccionó a la entrevista a profundidad como técnica de investigación cualitativa, ya que se consideró la más adecuada para conocer, por medio de la interpretación de los resultados, la percepción de los familiares

varones de las mujeres empresarias en el sector turístico de Bahías de Huatulco, que en este caso, fueron las parejas, padres, hermanos o hijos, de las mujeres empresarias de Bahías de Huatulco. Se entrevistaron a 13 hombres con un rango de edad de 29 a 70 años, los lugares en donde se realizaron las entrevistas fueron, en su mayoría, lugares de trabajo de los informantes. El trabajo de campo se realizó en dos periodos, el primero de ellos fue 12 al 16 de noviembre de 2012 y el segundo, del 26 al 30 de junio de 2013.

Para realizar las entrevistas, fue necesario, primeramente, observar posibles negocios en los que trabajaran hombres. En el primer contacto con los informantes, se les preguntaba si era posible que contestaran algunas preguntas, se les mencionaba el propósito de la entrevista y que el principal requisito para responder ésta era que tuvieran algún familiar femenino que trabajara, ya sea que tuviera su propio negocio o que fuera empleada; Además se les notificó que la información proporcionada iba a ser para fines académicos y confidencial. Por otro lado, lo que dificultó la realización de las entrevistas fue la disponibilidad de los informantes, ya que muchos de ellos se encontraban en horario de trabajo, para contrarrestar este problema se acordaba día y horario, sin embargo a pesar de esto, muchas veces se repitió la misma problemática. Cada entrevista osciló entre 10 a 20 minutos de duración y se registraron en una audio grabación.

Por lo anterior, se hizo un muestreo de investigación no probabilístico llamado por conveniencia, ya que no se contaba con el total de la población, es decir, se desconocía la totalidad de mujeres empresarias y, por ende, cuántas de estas eran casadas, tenían hijos o vivían con sus padres. Por otro lado, para determinar el tamaño de la muestra se usó como criterio la saturación, es decir, se dejó de hacer entrevistas hasta el punto en que ya no se obtuvo nueva información y ésta comenzó a ser redundante.

En cuanto a las preguntas que se realizaron cumplían con características de acuerdo con los indicadores del modelo hegemónico de masculinidad antes mencionado, es decir, se hicieron preguntas cumpliendo con el perfil de

proveedor, toma de decisiones y protector, además de las preguntas sociodemográficas.

Las siguientes preguntas corresponden al guión de entrevista en relación a los indicadores del modelo hegemónico que se aplicó a los informantes, cabe mencionar que las preguntas no siempre se aplicaron en el orden establecido y una vez en la conversación se procuró profundizar en las respuestas de los entrevistados, del mismo modo, surgieron preguntas que inicialmente no se habían contemplado.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS
Edad
Escolaridad
Ocupación
Relación con <u>la mujer empresaria</u>
Hijos con la mujer empresaria en caso de ser marido o pareja
¿Quién se encarga de los hijos la mayor parte del día?

ROL DE PROVEEDOR
¿Desde hace cuánto tiempo tiene ese negocio?
Cuando ella puso su negocio, ¿se lo consultó, le ayudó usted?
¿Usted colabora o trabaja en el negocio?
¿En qué?
Los recursos monetarios que obtiene (<u>“nombre de la mujer empresaria”</u>)¿a qué se destinan principalmente?
¿Qué piensa usted de que las mujeres tengan ingresos económicos propios?
¿Ve correcto que su esposa trabaje?
¿Su familia ve bien que su esposa trabaje aunque esté menos tiempo en casa?
¿Cuántas horas al día trabaja ella?
¿Qué actividades hace ella en la empresa?

¿Considera usted que la familia debe educar a las mujeres para tener una carrera o tener un negocio propio?
El trabajo de (" <u>nombre de la mujer empresaria</u> ") ¿le ha generado algún problema con su relación con ella?
¿Considera que las mujeres y los hombres tienen las mismas oportunidades para acceder a empleos de todo tipo?
¿Qué piensa de la actividad empresarial que desempeña (" <u>nombre de la mujer empresaria</u> ")?

ROL EN TOMA DE DECISIONES
¿Usted participa en la toma de decisiones del negocio?
Y en las decisiones domésticas, ¿quién participa?
¿Cree usted que es importante saber siempre en dónde anda (" <u>nombre de la mujer empresaria</u> ")?
¿Cree usted que es mejor que el hombre sea quien tome las decisiones importantes?
ROL DE PROTECTOR
¿Usted colabora en las labores domésticas o en el cuidado de sus hijos?
¿Le dedica tiempo a la familia?
A parte del trabajo empresarial (" <u>nombre de la mujer empresaria</u> ") desempeña alguna labor doméstica.
¿Quién realiza las labores domésticas?

Para iniciar el análisis de las entrevistas se transcribieron las respuestas de los informantes para posteriormente realizar una matriz de datos en relación con los indicadores del perfil en el modelo hegemónico de masculinidad, lo que pretende una matriz de datos es "*contar con un cuadro general de los datos codificados (incorporando transcripción de textos) correspondientes a las categorías, a la vez que observaciones, preguntas o ideas vinculadas a las mismas*" (Ameigeiras, et al 2006: 138).

Capítulo 4. Miradas masculinas y las mujeres empresarias

4.1 Perfil de los entrevistados

Las características generales de los doce hombres entrevistados son las siguientes: su edad oscilan entre 29 y 70 años, las ocupaciones que desempeñan son artesanos, pescadores y campesinos, sin embargo estos últimos realizan también demostraciones a turistas de la fabricación de adobe y el tejido de palma. Los entrevistados fueron dos hermano y diez esposos de mujeres empresarias o dueñas de negocios turísticos. En cuanto a su escolaridad cinco de los informantes no tuvieron estudios, cuatro cursaron un nivel básico, dos un nivel medio superior y uno con nivel superior. A continuación se presenta un cuadro con los datos de los entrevistados.

Cuadro No. 5. Características Generales de los Entrevistados

Nombre	Edad	Ocupación	Relación con la mujer empresaria
Manuel	36 Años	Artesano y chofer de taxi	Hermano
Germán	29 Años	Vendedor de Artesanías	Esposo
Iván	62 Años	Vendedor de Artesanías	Esposo
Pedro	34 Años	Dueño de un Telar	Esposo
Mario	53 Años	Pescador	Esposo
Ramiro	39 Años	Pescador y vigilante	Esposo
Fernando	70 años	Campesino y vendedor de palma tejida	Esposo
Gabriel	50 Años	Renta de bicicletas y motos	Esposo
Omar	56 Años	Mantenimiento de un andador Turístico	Hermano
Orlando	60 Años	Pescador	Esposo

Ezequiel	29 Años	Trabajador de cocina en un hotel	Esposo
Gerónimo	46 Años	Comerciante	Esposo

A continuación se presentan los resultados de las entrevistas en relación a los roles que caracteriza al modelo hegemónico de masculinidad. Según este modelo los hombres deben cumplir con el rol de proveedor, ser quien se encarga de la integridad de la familia y quien tome las decisiones importantes o trascendentes que afecten al núcleo familiar

4.2 Proveedor

En esta clasificación, se seleccionaron los testimonios que aluden al perfil de proveedor, que, en este caso, no es desempeñado únicamente por el varón, ya que la mujer de igual manera aporta económicamente al hogar. Es decir, en esta sección se presenta la percepción o lo que piensan los hombres de que las mujeres hayan incursionado en un negocio o empresa.

Este es el caso de Manuel. Este hombre y su hermana tienen una tienda de artesanías y un taller cada uno, durante la entrevista no dejó de trabajar manualmente con aros de metal para realizar algunas de sus artesanías.

Dada la relación de hermandad con la mujer empresaria, el informante no contribuye directamente con el negocio de su hermana, la única ayuda que lleva a cabo es surtir de artesanías el negocio propio y el de su hermana que es madre soltera y, por lo tanto, considera que es conveniente que la mujer tenga sus propios ingresos.

“Yo creo que está bien porque no dependen de nadie y eso es bueno, porque eso les ayuda a ellas, en el caso de la madre soltera, a superarse solas, se pueden criar hijos siendo madre soltera y se puede criar hijos siendo padre soltero también, creo

que todo se puede si se quiere, estoy de acuerdo en que ellas puedan salir adelante y puedan superarse cada día”

Por lo tanto, está de acuerdo en que las mujeres trabajen, siempre y cuando no abandonen el rol tradicionalmente asignado: ama de casa.

“Si yo veo correcto que ellas trabajen, siempre y cuando ellas acaten su lugar en la sociedad, puede ser mujer y tener todas las oportunidades, pero no es quitarle su lugar a la mujer pero siempre, mientras ella no pierda el control de lo que es una mujer no va a haber problemas, ella puede trabajar”

Por otro lado, los recursos monetarios que se obtienen, Germán manifestó que se distribuyen en el negocio y para el hogar

“resurtir la mercancía, mantenimiento del lugar y pues obviamente manutención de la casa”

De una forma similar, Iván mencionó que los recursos monetarios:

“Se destinan al hogar, las primeras necesidades, tanto del negocio como para la familia”

Ramiro, en este mismo tema, mencionó que los recursos que se obtienen, tanto él como su mujer, se destinan principalmente a las necesidades de la familia:

“Es en conjunto, sí, es que no es fácil, debemos darle a estas chiquitas y hay que darle dinero a la que va a la secundaria, hay que surtir útiles, viáticos”

Fernando mencionó que el dinero que se obtiene de la cooperativa en donde trabaja su mujer se destina principalmente para resurtir el negocio de materia prima y para la casa:

“Pues nosotros aquí lo que no se puede hacer, que se teje a máquina, lo compramos, los sombreros y otras cosas que se teje

a máquina, eso no se hace aquí porque no hay, y ya lo compramos para acá y para la casa para comer”

En esta misma cuestión, los roles de proveedor, Germán considera bien que su mujer trabaje o desempeñe una labor empresarial. En su empresa es importante la presencia de su esposa, pues cuando deben atender a mujeres turistas, éstas sienten mayor confianza cuando tratan con otra mujer:

“Es bueno que las mujeres trabajen porque, sobre todo en lo que es la venta, las mujeres cuando les venden a mujeres, las clientas se sienten en confianza, por ejemplo para probarse un traje de baño o ropa de playa es más fácil que un mujer acceda a ser atendida por una mujer que por un hombre para que le vende ese tipo de ropa. Además que uno como hombre da su opinión como les queda la ropa, tal vez, a las clientas, pero se sienten más en confianza cuando una mujer les dice que algo se les ve bien. Además que, para acomodar y atender al cliente, las mujeres tienen algo que los hombres no tenemos, también convencen más rápido al cliente”

Pedro de igual manera mencionó que es bueno que su mujer trabaje ya que es mejor tener si hay dos puntos de vista para aportar ideas en el negocio:

“Aporta muchas ideas también, entonces no nada más enfocarse en una sola cabeza, a veces te limita también mucho, entonces ver varias opciones, en conjunto son mejores, tienes otras visiones que se pueden tomar en cuenta para un mejor desarrollo”

En este mismo sentido, Mario señaló que está bien que su mujer trabaje, de preferencia cerca de casa, principalmente porque:

“está cerquita de la casa, ya no sale lejos, ya no paga pasaje, no paga nada, no anda afuera corriendo peligro, ya ve que teniendo un trabajo y trasladándose en carro pues es un peligro, que Dios

no lo quiera, le puede suceder algo a uno de un ratito a otro y como aquí está cerquita es más seguro”

Ramiro la misma circunstancia mencionó que:

“No hay ningún problema, porque cada quien hace lo suyo, lo que platicamos, yo con ella, es de que todos somos unos seres humanos, pensamos, razonamos y nadie es dueño de nadie, eres libre de moverte en tu negocio, tus cosas, no hay problema y equitativamente, yo también tengo mi trabajo y hay veces que requieren de más tiempo.

Por otro lado, Germán menciona que el trabajo que desempeña su esposa no le ha generado problemas ya que las ideas que él tiene se complementan y de la misma forma sucede con su esposa:

“Hay veces que uno propone una cosa y otro pone otra cosa, pero pues se platica, igual cada quien expone el por qué si o el por qué no, hay cosas que tal vez yo que esté más tiempo pues veo que es lo que más le llama la atención al cliente, pero ella también como mujer pues ve qué es lo que más llamaría más la atención porque ella también tiene más experiencia en esto, porque le ha ayudado a sus papás ha estado trabajando con ellos y tal vez sabe qué es lo que también se vende más, entonces como que hay una compensación entre la experiencia de ella, por llevar más tiempo, y lo que uno ve, que tal vez sea momentáneo”.

Iván en el mismo contexto comentó que no tiene problemas con que su mujer trabaje ya que es un apoyo importante:

“Al contrario me ha beneficiado, porque es un apoyo importante, le repito, sin la mujer, el hombre no puede crecer”.

En el mismo sentido Mario mencionó que

“Uno debe de buscar la posibilidad de vivir en paz porque es muy difícil vivir con problemas en la casa con la familia”.

Sobre el asunto de que la mujer sea proveedora también, Iván menciona que es correcto que las mujeres tengan sus propios ingresos económicos ya que es un apoyo:

“Pues me parece correcto, porque es un apoyo para uno, sin la mujer no podemos hacer nada, o sea, la mujer es un factor especial para el hombre, para que pueda crecer en todos los aspectos tanto económicos, sociales, como en relaciones”.

Dentro del mismo contexto Pedro menciona que:

“Pues es bueno, pero cuando se tiene un ingreso fuerte es importante que cada quien tenga su dinero para sus cosas propias, ya sea para la estética, comprarse ropa, es bueno”.

Cabe mencionar que Pedro trabaja en conjunto con su esposa, ninguno de los dos percibe un sueldo en particular y en cuanto a la manera en que se cubren los gastos señaló que:

“Como estamos muy acostumbrados a estar siempre juntos, vamos a comprar al súper, todo lo que necesite la casa, vamos los dos, normalmente estamos los dos comprando las cosas como del hogar y la despensa, y las cosas que se vayan a comprar en el negocio”.

Mario mencionó, en el mismo sentido que:

“Se compra todo para comer de todos, ni que fuera uno mayordomo, ahí ganamos todos y un poquito ponen todos y lo que se ocupa y se compra, lo ponen todos, como una familia”.

Por su parte, Ramiro argumentó que los gastos de la casa se realizan de acuerdo con la percepción económica que se obtenga:

“Bueno, yo sí apporto un poco más que ella, hay veces que ella gana poco y ya como yo tengo un sueldo base, pero en temporada alta ella gana más que yo y ella es la que pone más”.

4.3 Protector

En este apartado, se reunieron los comentarios que demuestran un rol protector, siendo este caracterizado por ser el varón quien resguarda la integridad de la familia.

En el caso del rol de protector, a pesar de ser empresaria y con ello independiente en lo económico, el hombre mantiene el papel de guardián, ya que menciona que es importante saber en dónde se encuentra la mujer en todo momento, argumentando que se vela por su seguridad o integridad.

“La mayoría del tiempo nos frecuentamos, sí creo que sea importante saber en dónde se encuentra. Siempre trato de cuidar a mi familia, no es necesario que yo vaya a estarlas vigilando, con el sólo hecho de que las vea y sepa que estén bien, porque me preocupan, no por el hecho de que Huatulco sea un lugar calmado no quiere decir que vaya dejar de tomar mis precauciones con respecto a mi familia”.

En otro contexto, Germán mencionó que por seguridad, más no por controlar los movimientos de la mujer, es importante saber en dónde se encuentra su esposa.

“Pues hasta determinado punto sin llegar a los celos sí, por seguridad, por ver en dónde está, con quién está, no por checarla obsesivamente sino más bien para estar al tanto por si pasa algo en esa zona, si hay alguna explosión, yo que sé, no?, algún accidente, sé que está en algún lugar y oigo que hubo un accidente por ahí, pues uno se preocupa e investiga, si uno no supiera en dónde está y escucha una noticia o algo, pues ni en

cuenta y tal vez necesita ayuda en el momento que se pudiera brindar para que la situación no se haga más grave”.

Para Iván no es importante saber en todo momento en qué lugar se encuentra su mujer, ya que ella debe de ser libre y el hombre le debe de dar la confianza

“No, porque por eso le damos la confianza, si no tienes la confianza, entonces para qué andas con ella, no tienes por qué estarla cuidando, eso se llama machismo, si tú quieres estar escuchando en dónde está, no, eso no tiene por qué ser, la mujer tiene que ser libre y uno tiene que darle la confianza necesaria, o toda la confianza”.

Dentro del mismo punto, Pedro argumentó que es importante saber en dónde se encuentra su esposa, pero no en todo momento:

“No en todo momento, pero sí saber en dónde está, al instante. Sabes que voy a salir, voy con mis amigas regreso en la tarde, pero no a cada rato, también es molesto para uno como hombre como para la mujer, “oye en dónde andas, en el banco, oye ya saliste del banco”, es molesto pues, bueno a mí no me gusta eso”.

Para Ramiro no es necesario estar pendiente a cada momento de su esposa

“No, ya somos personas adultas y si hacemos una tontería pues ya también sabemos las consecuencias y luego pues es una locura eso de cuidar a su mujer, todos tenemos una cabeza, somos unas personas, pensamos y si alguna falla pues también somos seres humanos, cortar por lo sano, sin problemas”.

En cuanto al modelo hegemónico de masculinidad en el que la crítica social es fuerte cuando un hombre realiza trabajos domésticos, Germán explicó que las faenas hogareñas, al igual que el trabajo en el negocio, se comparten con la mujer.

“Igual, vamos a partes compartidas, claro ella como está más tiempo, pues realiza más trabajo, pero cuando estoy en casa los días que me toca descansar, también le ayudo a barrer, trapear, lavar trastes, lo que sea”

Por su parte, Iván indicó que por el hecho de que sea hombre no significa que se deba evadir una responsabilidad en el hogar y con los hijos.

“Claro, cuando puedo lo hago, no podemos evadir nuestra responsabilidad solo por el hecho de que seas hombre, no puedes cargar a tu hijo, no puedes lavar una taza o hacerle un huevito a tu hija, si la esposa no está, tú debes absorber la responsabilidad”

Cuando un hombre realiza labores que tradicionalmente se asocian con las mujeres, se está haciendo género. Se están modificando dichos roles.

“Las realizamos los dos, le ayudo a cocinar mientras ella trapea, mi hijo acomoda la sala, lavamos juntos, ella enjuagaba, ella tendía la ropa, siempre estamos conviviendo de igual forma, en ese sentido no tengo ningún problema”.

Para Fernando las labores domésticas no son un problema y esta nueva perspectiva se enseña a los hijos pues ellos colaboran también en el negocio (que se ubica en el jardín de su casa) y, por lo tanto, en las labores del hogar

“Sí, cuando sabemos que vienen los gringos nos ponemos a barrer, hacemos de todo. Mi hijo y mi hija, también vienen a barrer, como todos somos un grupo, somos como cinco, somos un grupo y cuando vienen nos ponemos todos, ayudamos todos para que rápido sea”.

4.4 Toma de decisiones

En este bloque, se reunieron los testimonios referentes al modelo que impone o prescribe que el hombre de la familia sea quien tome las decisiones. Dicho de otro modo, la costumbre de que el varón es quien determina la última palabra en cualquier cuestión que afecte directamente en la familia.

En cuanto a la toma de decisiones, considera que hay circunstancias en las que el hombre toma sus propias decisiones, en otro momento se incluye la opinión de la mujer en las disposiciones, sin embargo, nunca se mencionó en las entrevistas que también la mujer puede tomar sus propias decisiones, por lo tanto, no se puede decir que se mantiene una equidad en las decisiones.

“Creo que hay momentos en que el hombre tome sus propias decisiones y hay momentos en que hay que tomar decisiones en conjunto, darle parte a la mujer, darle a saber de lo que tú haces porque prácticamente eres uno con ella y hay que estar en comunicación”

Por ejemplo, German es esposo de una mujer que tiene un negocio de artesanías desde hace dos años. Su mujer antes de contar con este negocio, no había realizado ninguna actividad empresarial, cuando se puso en marcha el negocio lo acordaron entre los dos, no fue una decisión que se tomara de manera individual:

“El negocio lo pusimos entre los dos y desde un principio y hasta ahorita, cosas que vamos a comprar o se van a surtir es equitativo”

Iván, en el mismo sentido mencionó que se eligió poner el negocio en Huatulco de una manera compartida.

“Sí, optamos por ponerlo aquí, apenas venimos radicando aquí, ella porque no puede mover a mis hijas de la escuela, ella está, va y viene de Acapulco y ella viene cuando tienen vacaciones mis hijas, o sea, porque apenas estamos comenzando”

En cuanto a Ramiro, mencionó que una vez que uno se encuentra en pareja todo se planifica.

“Sí es que cuando ya está en pareja tiene que planificarlo bien, hacerse cargo del negocio, de su chamba pues y hacerse cargo de las niñas”

Por otra parte y tomando como referencia la toma de decisiones, German piensa que el hombre debe de tomar decisiones en conjunto con la mujer aunque no todo el tiempo se decidirá lo que diga la mujer y no todo el tiempo se decidirá lo que uno diga como hombre

“Es bueno, bueno como hombre tal vez uno no se deja llevar tanto por los sentimientos, pero precisamente ese es el punto de las mujeres, ellas ven otras cosas que tal vez se nos pasen por alto, siento que es bueno tomar las decisiones entre los dos, tomando en cuenta los puntos de vista de ambos y, en base a, eso tal vez no todo el tiempo se va a tomar la decisión a lo que diga la mujer pero tampoco todo el tiempo se va a tomar en base a lo que uno diga como hombre, a veces nos toca ceder y a veces les toca ceder a ellas”.

Iván, dentro del mismo contexto, argumentó que es mejor comentar las decisiones ya que los hombres toman decisiones muy precipitadamente

“Las decisiones importantes se comentan, porque si no, nosotros a veces como hombres tomamos unas decisiones muy precipitadas y por eso cometemos errores, si no hay comunicación, y la esposa también debe estar preparada para poder apoyar una decisión que, a ambos, a futuro nos repercuta”

Para Pedro es mejor comentar las decisiones ya que de esta manera se tiene una segunda opinión y no se toman de una manera precipitada. En este sentido, es posible que ya exista el germen de la noción de que la

mujer es buena tomando decisiones y por ello se debe contemplar su punto de vista.

“No creo, siempre es importante tener una segunda opinión, a veces en lo personal siempre he cometido errores y a veces es malo tomar las decisiones al instante y entonces cuando preguntas, como que ya lo piensas, lo analizas más, tanto ella también, a veces cometemos errores por decisión propia y a veces te dejas llevar por la amistad o la familia, y es cuando empiezan los problemas, siempre mejor ver otro panorama y analizarlo mejor”.

En este sentido, Mario manifestó que no se puede decidir individualmente ya que toda decisión repercute en la familia

“Pues fijate que no se puede a veces decidir uno todo, siempre se tiene que poner de acuerdo con la mujer, todo el movimiento que se haga si le va bien o le va mal a uno, pero ya estamos de acuerdo con ella o sea que cada familia tiene su forma de ser porque hay hombres o hay familias que dicen no, esto y se tiene que hacer quiera o no quiera y eso si lo veo mal porque tanto como la mujer trabaja como nosotros los hombre, todos aportamos igual, hay quien dice: las mujer son las primera que se lavan las manos para que el hombre trabaje y es cierto, tomándola en cuenta así es, pero hay gente que no, que anda con su machismo”

En el mismo sentido, Fernando comentó que su esposa es quien toma las decisiones del negocio, ya que él sólo se dedica a vender

“Pues ella, como ella se da cuenta, para comprar, lo que hace falta, yo nada más me dedico a vender”

En cuanto a las decisiones dentro del hogar, Iván argumentó que esas decisiones las toma su mujer, ya que ella debe de decidir qué es lo que le hace falta al hogar

“No, bueno, ahí las toma ella porque la mujer debe de decidir qué es lo que realmente necesita el hogar, aunque nosotros los que económicamente damos la mayor parte en cuestiones económicas, pero generalmente todo lo que se genera es para la familia, para nuestro hijos porque queremos unos hijos, por lo menos, si nosotros no tuvimos la preparación adecuada, que ellos tengan otra clase de preparación y otros proyectos en su vida”

Por el contrario, Pedro mencionó que las decisiones las toman los dos, ya sea del negocio o del hogar

“Las decisiones las tomamos los dos, tanto de la casa como del negocio, como ella tiene derecho de mandar en la casa como ella tiene derecho de mandar en el negocio”

Después de analizar los testimonios de los hombres familiares de las mujeres empresarias en torno a los roles que se imponen socialmente en el modelo hegemónico de masculinidad, vemos que hay cambios significativos.

Conclusiones

Tomando en cuenta el modelo hegemónico de masculinidad y su composición con la que debe cumplir un varón, en relación con la dicotomía que Ortner (citado en Moore, 2004) señala, doméstico/mujer y público/hombre, pudo observarse que se están produciendo cambios en dicho modelo. Una vez que se rompe esta dualidad, es decir, que el hombre no es el único proveedor y la mujer sólo como reproductora, el propio modelo manifiesta su imperfección y las fisuras con las que cuenta, en una sociedad que admite las decisiones de los individuos al elegir su manera de vida.

Por otro lado, el hecho de que las mujeres obtuvieran un trabajo que provee de recursos económicos a la familia ha impulsado a su vez la manifestación de una mayor equidad en las relaciones de género, esto a su vez conlleva un 'apoyo' por parte de los varones, ya que no sólo se limitan al rol de proveedor sino que realizan labores domésticas que abarcan el cuidado y protección de la familia, toda vez que se requieran y no desempeñen un trabajo remunerado.

Así en aquellas parejas que vimos que comparten el rol de proveedor, ambos trabajan y aportan al ingreso familiar, hay una tendencia a que también se comparta el rol de reproductor, cuidado de los hijos y labores domésticas, aunque también aparecieron los casos en los que la mujer carga con una doble jornada al no contar con la colaboración de los hombres.

Al manifestarse una tendencia hacia la democratización en las relaciones de género en las familias, se impulsan las decisiones de manera compartida, es decir, no sólo el hombre cuenta con la capacidad de tomar decisiones por o para la familia. Al aportar económicamente a la familia, las mujeres adquieren la posibilidad para tener voz y voto en la toma de decisiones.

Durante las entrevistas pudo inferirse que el hombre está cambiando su percepción sobre las mujeres, textualmente se dijo que ahora son menos 'machistas', notan una diferencia entre la forma de pensar de ahora y la que tenían hace 10 años cuando no había turismo en el lugar. En este sentido, el hecho de

que las mujeres trabajen es un 'apoyo' o un alivio a su responsabilidad como proveedor en un contexto turístico caracterizado por un elevado costo de la vida.

Asimismo, los hombres han aceptado que la mujer junto con ellos, tomen las decisiones debido a que se conciben como más impulsivos y a la mujer la perciben como más reflexiva y analítica, lo que les lleva a tomar mejores decisiones.

En cuanto a la labor empresarial, pudo encontrarse desde el caso en el que cada uno tiene su propio trabajo o negocio de manera independiente, hasta casos en los que ambos colaboran en el negocio repartiéndose las responsabilidades, aunque la mujer lleva la mayor carga, en varios casos se vio que el hombre 'ayuda' en el negocio de la mujer, a veces como su chofer o realizando relaciones públicas.

La iniciativa empresarial de las mujeres no se ve obstaculizada por los padres o maridos, pues permiten que desarrollen sus negocios sin interferir, algunas veces por no tener problemas.

Una mujer empresaria que colabora en el gasto y en el patrimonio familiar constituye un aliento para el hombre en su función de proveedor, no obstante pagan el costo de ver disminuida o compartir su autoridad y su papel de protector, lo que nos lleva a planear una fisura en el modelo hegemónico de masculinidad en el CIP Bahía de Huatulco en buena medida debida a un mayor contacto con personas y modelos distintos que han llegado como migrantes o turista.

Así puede concluirse que todo cambio en uno de los género remite a un cambio en el otro, por ello no podemos pensar en el empoderamiento de las mujeres empresarias según Fernández y Martínez (2010) en su estudio en Huatulco, sin conocer lo que pasa con sus hombres.

Fuentes Consultadas

- Acerenza, Miguel Ángel (2006) *Efectos Económicos, Socioculturales y Ambientales del Turismo*. Ed. Trillas México.
- Alcázar Campos, Ana (2010) "*Jineterismo*": ¿turismo sexual o uso táctico del sexo? *Revista de Antropología Social* vol. 19. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=83817227013>
- Ameigeiras, Aldo R; Lilia B. Chernobilsky; Verónica, Gimenez Beliveau; Fortunato Mallimaci; Nora Mendizabla; Guillermo Neimar; German Quaranto y Abelardo Jorge Soneiro (2006) *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Barcelona, España. Editorial Gedisa. Pp. 227
- Babbie, Earl (2000) *Fundamentos de la Investigación Social*. México. International Thomson Editores. Pp. 473
- Boscán Leal, Antonio (2008) *Las Nuevas Masculinidades*. Utopía y Praxis Latinoamericana. Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela Vol. 13 numero 041. Disponible en: <http://revistas.luz.edu.ve/index.php/upl/article/viewArticle/7770>.
- Calatrava Requena, Javier (2002) *Mujer y Desarrollo Rural en la Globalización de los Proyectos Asistenciales a la Planificación de Género*. Globalización y Mundo Rural, Número 803.
- Canal Díaz Neus (2006) *Técnicas de Muestreo. Sesgos Más Frecuentes*. Revista Seden. Vol. 9. Núm. 4 Disponible en: <http://www.revistaseden.org/files/9-CAP%209.pdf>
- Casal, Jordi; Mateu, Enric (2003) *Tipos de Muestreo*. CReSA. Centre de Recerca en Sanitat Animal / Dep. Sanitat i Anatomia Animals, Universitat Autònoma de Barcelona, 08193-Bellaterra, Barcelona. Disponible en: <http://www.slideshare.net/Pandrearodriguez/3-tipos-de-muestreo>

- Castaño, José Manuel (2005) *Psicología de los Viajes y del Turismo* editorial Thomson. España, Pp. 303
- Cooper, Chris; Fletcher J; Fyall, Alan; Gilber, David; Wanhill, Stephen (2007) *El turismo. Teoría y Práctica*. Síntesis.3° ed. España.
- De Felipe, Isabel., Casero, Anna. (2006). *El papel de la Mujer en el Desarrollo*, en: *Trueba, I.* (2006) *El fin del hambre en 2025*. Madrid: Mundiprensa.
- Díaz Camilo (2007) *Genero y Masculinidades*. Plataforma Equinoccio. El Salvador. Disponible en: www.escuelaequinoccio.org.
- Fernández Aldecua, María José y Martínez Barón, Luz Adriana. (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. Número. 26. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/116311/110071>
- FONATUR- Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2005). *Centro Turístico Tradicional y Centro Turístico Integralmente Planeado*. Oficio de la Dirección Adjunta de Planeación y Asistencia técnica.
- FONATUR- Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2010). *Huatulco: Información General*. Disponible en: [http://www. Fonatur.gob.mx/es/proyectos_desarrollos/Huatulco/index](http://www.Fonatur.gob.mx/es/proyectos_desarrollos/Huatulco/index).
- Frohlick Susan (2012) *Intercambios Fluidos: la Negociación de la Intimidación entre Mujeres Turistas y Hombres Locales en un Pueblo Transnacional del Caribe Costarricense*. Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica. Revistas Académicas Vol. 38. Disponible en: <http://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/anuario/article/view/1915>
- Gálvez, Luis Edmundo (2007) *Las Fisuras de Modelo de Masculinidad Hegemónica y sus Efectos Sobre la Cohesión Social*. Ponencia presentada en Foro Virtual ¿Masculinidades en Cohesión? De la comunidad de Foros

- Iberoamericanos, COFI. Disponible en:
http://147.83.75.104/doc/cols_new/contenido/downloads/obtener?id=2285.
- GCGEMA, PAFG/Proyecto GUP/GUA 007/NET y Proyecto Ruta II (1996)
Vocabulario Referido a Género. Guatemala.
- Hegg Ortega, Manuel; Centeno Orozco, Rebeca; Castillo Venerio, Marcelina
(2005) *Masculinidad y Factores Socioculturales Asociados al Comportamiento de los Hombres Frente a la Paternidad en Centroamérica*,
1a ed. Managua: UNFPA- CEPAL.
- Herrera, Juan (2008) *La Investigación Cualitativa*. Documento sobre la
metodología cualitativa desde sus orígenes. Disponible en:
<http://juanherrera.files.wordpress.com/2008/11/investigacion-cuantitativa.pdf>
- Huerta García, Marco Antonio; Sánchez Crispín, Álvaro (2011) *Evaluación del
Potencial Ecoturístico en Áreas Naturales Protegidas del Municipio de
Santa María Huatulco, México*. Universidad de Murcia, Murcia, España
Cuadernos de Turismo, núm. 27. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39820898030>
- INEGI- (2011) *Censos y Conteos de Población y Vivienda, Consulta del Censo
2010*. Disponible en:
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>. Consultada el
25 de enero de 2013.
- Kottak, Conrad (2002) *Antropología Cultural*. Ed. McGraw Hill. España
- Lamas, Marta (1995) *La Perspectiva de Género*. Revista de Educación y Cultura
de la sección 47 del SNTE. Disponible en:
<http://www.latarea.com.mx/articu/articu8/lamas8.htm>.
- Lickorish, Leonard J. Jenkins, Carson L. (2000) *Una Introducción al Turismo*. Ed.
Síntesis. España.

López Gómez, Alejandra; Güida, Carlos (2000) *Aportes de los Estudios de Género en la Conceptualización Sobre Masculinidad*. Facultad de Psicología, Universidad de la República. Disponible en: http://www.iin.oea.org/Cursos_a_distancia/CursosProder2004/Bibliografia_g_enero/UT1/Lectura.1.5.pdf.

López Guevara, Víctor Manuel (2010) *La Reorientación en los Destinos Litorales Planificados. Caso de Estudio: Bahías de Huatulco, Oaxaca (México)*. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante.

López, Nelly; Sandoval, Irma (2005) *Métodos y Técnicas de Investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Documento de trabajo, Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara. Disponible en: http://www.udgvirtual.udg.mx/dspace/bitstream/20050101/1103/1/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion_cuantitativa_y_cualitativa.pdf

Luna García, Mayte Iracema (2009) *Evaluación de los Recursos Turísticos Culturales de la Cabecera Municipal de Santa María Huatulco, Oaxaca, para Ser Aprovechados como Atractivos Turísticos*. Universidad del Mar, Para obtener el título de Licenciada en administración turística.

Marmolejo Rivera, Guillermo (2012). *Seminario de Investigación: Tipos de Muestreo*. Universidad Autónoma Chapingo. Unidad Regional Universitaria de Zonas Áridas Bermejillo, Durango, México. Disponible en: <http://docsfiles.com/view.php?view=http://chapingo-uruza.info/archivos/41-Tipos%20de%20Muestreo-R.pdf&keyword=tipos de muestreo&count=>

Mella, Orlando (1998) *Naturaleza y Orientaciones Teórico-Methodológicas de la Investigación Cualitativa*. Disponible en: http://www.aristidesvara.net/pgnWeb/metodologia/disenos/metodo_cualitativo/invescualitativa_aristidesvara.pdf

Mendoza. Martha Marivel; Monterrubio, Juan Carlos; Fernández, María José (2011) *Impactos Sociales del Turismo en el Centro Integralmente Planeado*

(CIP) *Bahías de Huatulco, México*. Gestión Turística, núm. 15. Disponible en: <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n15/art03.pdf>.

Moore Henrietta L. (2004) *Antropología y Feminismo*. Ediciones Catedra 4° edición Instituto de la Mujer. Universidad de Valencia, España

Morales Gómez, Mario (2009) *Turismo y Tenencia de la Tierra en la Costa de Oaxaca: Los Casos de Mazunte y San Agustínillo* (Licenciatura en Antropología Cultural-Universidad de las Américas Puebla). Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lac/morales_g_m/portada.html, fecha de consulta: 9 de Noviembre de 2011.

Moya, Miguel. (1999) *Percepción social y de personas*. En J.F. Morales (Ed.) (1999): *Psicología Social*, 2ª edición. Madrid, España. McGraw-Hill pp. 47-61.

Nogué i Font, Joan (1992) *Turismo, Percepción del Paisaje y Planificación del Territorio*. Instituto de Estudios Turísticos. D. G. de Política Turística Núm. 115. Disponible en: http://dugidoc.udg.edu/bitstream/handle/10256/4102/turismo_percepcion_paisaje.pdf?sequence=1.

Olavarría A, José (2001) *2° Encuentro de Estudios de Masculinidades: Identidades, Cuerpos, Violencia y Políticas Públicas*. Santiago, Chile: FLACSO-Chile/Universidad Academia de Humanismo Cristiano/Red de Masculinidades. 182 p. Serie Libros FLACSO

Orozco Cervantes, Patricia (1992) *Bahías de Huatulco Reseña de la Reubicación*. Alteridades, vol. 2, núm. 4, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711363010>.

Ortiz, Frida; García, María del Pilar (2006) *Metodología de la Investigación, el Proceso y sus Técnicas*. México, Editorial Limusa. Pp. 179

Página Oficial de Data Tur (2011) *Reporte Anual de Ocupación Hotelera*, disponible en: http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/reportes_anuales. Fecha de consulta: 9 de noviembre de 2011.

Página Oficial del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, FONATUR (2011), *Huatulco, Información General*. Disponible en: http://www.fonatur.gob.mx/es/proyectos_desarrollos/huatulco/index.asp

Palacios, Pavel; Martínez, Noé (2007) *La Agroforestería Comunitaria en Santa María Huatulco Oaxaca, México*. Grupo Autónomo para la Investigación Ambiental, A.C. Disponible en: <http://www.raises.org/documentacion/documentos/manejocampesino/agroforesteria-gaia.pdf>

PDM (2008) Plan de Desarrollo Municipal Sustentable, H. Ayuntamiento Santa María Huatulco, administración 2008-2010

Ramírez, Rafael L.; García Toro, Víctor I. (2002) *Masculinidad Hegemónica, Sexualidad y Transgresión*. The City University of New York Latinoamericanistas. Centro Journal, Vol. XIV, Núm. 1. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=37711290001>

Rodríguez, Gómez Gregorio; Gil Flores, Javier; García Jiménez, Eduardo (1999) *Metodología de la Investigación Cualitativa*. 2º ed. Málaga España. Ediciones Aljibe. Pp. 378.

Royo, Enric (2012) *La Ausencia Masculina en el Género, Masculinidad para el Sur* Programa: Desarrollo y Cooperación, Fundación CIDOB. Disponible en: <http://ongcaps.files.wordpress.com/2012/04/masculinidad-para-el-sur.pdf>.

Salamanca Castro, Ana Belén; Crespo Blanco, Cristina Martín (2007) *El Diseño en la Investigación Cualitativa*. NURE Investigación Revista Científica de Enfermería Núm. 26. Disponible en: http://www.nureinvestigacion.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/FMetodologica_26.pdf

Salamanca Castro, Ana Belén; Crespo Blanco, Cristina Martín (2007) *El Muestreo en la Investigación Cualitativa*. NURE Investigación Revista Científica de Enfermería Núm. 27. Disponible en: http://www.nureinvestigacion.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/FMetodologica_27.pdf

Salgado Lévano, Ana Cecilia (2007) *Investigación Cualitativa: Diseños, Evaluación del Rigor Metodológico y Retos*. Universidad de San Martín de Porres, Perú Liberabit. Revista de Psicología, núm. 13 disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68601309>

Sánchez, Solórzano (1993) *Hacia el Valle de Güimar. La inmigración de Lanzarote y Fuerteventura (1900-1975)* IV Congreso Iberoamericano de Antropología. En Aguayron No. 201, Las palmas de Gran Canaria.

Sandoval Casilimas Carlos A. (1996) *Investigación Cualitativa*. Programa de Especialización en Teoría Métodos y Técnicas de Investigación Social. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES. Disponible en: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/humanas/mtria_edu/2021085/und_2/pdf/casilimas.pdf

Santana, Agustín (1997) *Antropología y Turismo*. Ed. Ariel España.

Swain, Margaret (1989) *Roles de Género en el Turismo Indigenista: Las Molas de los Kuna, Kuna Yala y la Supervivencia Cultural*. En Valene L. Smith (1989) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo* Ed. Edymond España.

Talledos Sánchez Edgar (2012) *La imposición de un Espacio: de La Crucecita a Bahías de Huatulco*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, Año 57, núm. 216. Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmspys/article/view/34842>

- Taylor S. J. y Bogdan. R. (2000) *Introducción a los métodos Cualitativos*. Versión electrónica. Disponible en: <http://asodea.files.wordpress.com/2009/09/taylor-s-j-bogdan-r-metodologia-cualitativa.pdf>
- Tena Guerrero, Olivia; Jiménez Anaya, Paula (2006) *Estrategias para Mantener el Modelo de Masculinidad en Padres Esposos Desempleados*. Revistas de estudio de género: La ventana; número 024. Universidad de Guadalajara, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88402416>.
- Vargas Melgarejo, Luz María (1994), *Sobre el concepto de Percepción*. Alteridades Vol. 4. Núm. 8. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711353004>
- Wilson, David (1979) *Primeros Efectos del Turismo en Seychelles* En De Kadt, Emanuel (1979) *Turismo ¿Pasaporte al Desarrollo?* Ed. Endymond. Madrid, España. Pp. 495.