

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL  
(UCI)

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DEL  
TURISMO DESDE EL ENFOQUE DE GÉNERO PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE  
HOMBRES Y MUJERES EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE  
TARAPOTO, PROVINCIA Y REGIÓN SAN MARTÍN, PERÚ



YESSSENIA BARDALES PANDURO

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL  
TURISMO SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Noviembre, 2023

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL

(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como requisito parcial para optar al grado de Maestría en Gestión del Turismo Sostenible

---

GLORIANA REYES ROJAS  
Tutora

---

KAROL CASASOLA GUERRERO  
Lectora No.1

---

M.C. OMAR SILVESTRE ROMERO GARCÍA  
LECTOR No.2



---

YESSENIA BARDALES PANDURO  
Sustentante

## DEDICATORIA

A mis padres Kaattia y Nemecio, por su apoyo incondicional y por ser mi ejemplo de fortaleza y perseverancia.

A mi esposo Christian, por ser mi soporte en todo momento y levantarme cada vez que me sentía abatida.

A mi hija Isabela Natividad, que a su corta edad ha sabido ser paciente durante todo este proceso.

A todas las mujeres que, de una u otra manera, somos víctimas de la violencia de género, en cualquiera de sus formas. Hablar y conocer de ello ayuda a visibilizar, prevenir y erradicar para que las futuras generaciones vivan libres de violencias.

## AGRADECIMIENTOS

A Dios por concederme la vida y por todas las bendiciones que me brinda cada día, a la Virgen de Natividad, por su intercesión y cubrirnos con su manto sagrado.

A toda mi familia por su apoyo incondicional y comprensión a lo largo de este viaje.

A mis profesores de la UCI, cuya orientación y sabiduría guiaron cada paso de este viaje académico. En especial a la Maestra Paula de la Paz, al Maestro Mario Socatelli y a mi tutora la Maestra Gloriana Reyes, por su guía experta y dedicación para el desarrollo de esta tesina.

A mis amigas, Rina Rubio, Silvia Seminario y Lucia Rengifo, por su aliento constante, por su orientación profesional y su valiosa amistad. Su influencia es incalculable y siempre serán recordadas con gratitud.

A la Sra. Martha del Castillo, por instruirme en este valioso tema y por su apoyo profesional enriqueciendo el contenido de esta tesina.

A mis compañeras y compañero de la maestría, por el aprendizaje colaborativo y amistad.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	5
ÍNDICE DE FIGURAS .....	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE ABREVIACIONES .....	9
RESUMEN EJECUTIVO.....	10
1. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Antecedentes:.....	11
1.2 Problemática: .....	24
1.3 Justificación: .....	29
1.4 Objetivo general: .....	31
1.5 Objetivos específicos: .....	31
2. MARCO TEÓRICO .....	32
2.1 Marco Conceptual.....	32
2.1.1 Cadena de Valor del Turismo.....	32
2.1.2 Enfoque de género .....	35
2.1.3 Análisis de género .....	38
2.1.4 Igualdad de género.....	38
2.1.5 Estereotipos de género.....	39

2.1.6 Roles de género .....	39
2.1.7 Brechas de género.....	41
2.1.8 Empoderamiento.....	42
2.2 Marco Referencial .....	43
2.2.1 Turismo desde el Enfoque de Género.....	43
2.2.2 Brechas de género en el turismo.....	44
3. MARCO METODOLÓGICO .....	48
3.1 Fuentes de información .....	49
3.1.1 Fuentes Secundarias .....	49
3.2 Enfoque de la Investigación .....	50
3.3 Método de Investigación .....	50
3.4 Técnica de recolección de datos .....	52
4. DESARROLLO.....	54
4.1 Análisis de género en la cadena de valor del turismo en el distrito de Tarapoto	54
4.2 Identificación de barreras, desafíos y oportunidades.....	61
4.3 Propuesta de Lineamientos de trabajo .....	67
5. CONCLUSIONES.....	74
6. RECOMENDACIONES .....	76
7. REFERENCIAS .....	77
8. ANEXOS .....	83
Anexo 1: ACTA DE APROBACIÓN DE CHÁRTER .....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Ejemplo de publicidad sexista en el turismo.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 2: Mapa de ubicación del distrito de Tarapoto.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 3: Cadena de valor del consumo y de la producción de experiencias turísticas .....</i>	<i>34</i>
<i>Figura 4: Roles de Género.....</i>	<i>41</i>
<i>Figura 5: Cadena de Valor del Turismo.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 6: Percepción del grado de participación de hombres y mujeres en los eslabones de la Cadena de Valor del Turismo.....</i>	<i>57</i>

**ÍNDICE DE TABLAS**

<i>Tabla 1: Corrientes del feminismo moderno</i> .....	12
<i>Tabla 2: Indicadores del Índice Global de Brecha de Género</i> .....	15
<i>Tabla 3: Violencia de género relacionadas al turismo</i> .....	26
<i>Tabla 4: Fuentes de información utilizadas</i> .....	48
<i>Tabla 5: Fuente documental primaria y secundaria vinculada a la investigación</i> .....	51
<i>Tabla 6: Modelo de ficha textual</i> .....	52
<i>Tabla 7: Modelo de ficha resumen</i> .....	53
<i>Tabla 8: Brecha de Género en la cadena de valor del turismo</i> .....	59
<i>Tabla 9: Barreras de género en la cadena de valor del turismo</i> .....	63
<i>Tabla 10: Oportunidades y desafío de género en la cadena de valor del turismo</i> .....	65
<i>Tabla 11: Propuesta de lineamientos de trabajo</i> .....	68



## ÍNDICE DE ABREVIACIONES

CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CEDAW (siglas en inglés)	Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer
CVT	Cadena de Valor del Turismo
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática
MIMP	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OMT	Organización Mundial del Turismo
PUCP	Pontificia Universidad Católica del Perú
PERTUR SM	Plan Estratégico Regional de Turismo de San Martín
PBI	Producto Bruto Interno
STEM (siglas en inglés)	Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas
WEF (siglas en inglés)	Foro Económico Mundial
WTTC (siglas en inglés)	Consejo Mundial de Viajes y Turismo

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de investigación tuvo por finalidad “Analizar el comportamiento de la cadena de valor del turismo desde el enfoque de género para promover la igualdad de hombres y mujeres en la actividad turística en el distrito de Tarapoto, provincia y región San Martín, Perú.”

El enfoque de género sustentada en los derechos humanos, busca la igualdad entre hombres y mujeres, esto implica adaptar y cambiar las normas que se encuentran arraigadas en la sociedad, siendo el turismo un sector que involucra interacciones humanas entre turistas y prestadores de servicios no es ajena a esta problemática que afecta a miles de mujeres en el mundo y en la ciudad de Tarapoto. La violencia de género hacia las mujeres y las desigualdades que se perpetúan en el sector turismo, son muy pocas veces estudiadas y documentadas, la falta de información desagregada por sexo dificulta la investigación, además, de no ser relevante para muchas organizaciones públicas o privadas. Sin embargo, es imperativo visibilizar y caracterizar las desigualdades de género, pues permitiría conocer la situación real de las mujeres, los actos invisibles que las afectan como la violencia en cualquiera de sus formas, las barreras, así como, las brechas de género; con el objetivo de generar acciones prácticas y estratégicas que promuevan la igualdad para hombres y mujeres en el sector turismo.

Este estudio de carácter documental adoptó el enfoque cualitativo, donde se hizo una recopilación y análisis de la información secundaria que ha permitido conocer en primer lugar el concepto de enfoque de género, en qué se sustenta y su relación con la cadena de valor del turismo, además de, conocer sobre las investigaciones a nivel internacional y nacional. Para el ámbito regional y local, como única información disponible se encontró el estudio ejecutado por el Programa SeCompetitivo en junio del presente año.

Los resultados de la investigación corroborarían que, en la cadena de valor del turismo se estaría perpetuando la división sexual del trabajo, diferentes tipos de violencias, las relaciones de poder en cuanto al acceso y control de los recursos, así como los estereotipos de género. Sin embargo, también se ha podido identificar ante ello, posibles soluciones a dicha problemática, para el cual los sectores públicos, privados y la cooperación internacional, tuvieran que trabajar en base a 3 ejes fundamentales: empoderamiento económico, fortalecimiento de capacidades y representación y acceso a la toma de dediciones, logrando encaminar hacia la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Finalmente, la recomendación principal es exhortar a seguir con las investigaciones a profundidad sobre todo a nivel de emprendimiento turísticos rurales. Así mismo, desarrollar capacidades en las mujeres relacionada con el desarrollo personal, autoconocimiento, valoración, liderazgo y violencia de género, además del aspecto técnico – productivo relacionadas a las actividades turísticas.

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Antecedentes:

A lo largo de los años, mujeres valientes y organizadas en el movimiento feminista han contribuido para forjar el camino hacia la igualdad, supieron fundamentar y defender los derechos humanos que por mucho tiempo les fueron negados, desafiaron el papel que la sociedad les había impuesto: ser madre y esposa. Como manifiesta De Miguel (2005), los hitos del activismo femenino se dividen en 4 etapas:

- *Feminismo premoderno*: Se centra en la importancia de la educación, las mujeres empezaban a participar en espacios públicos a través del movimiento literario “*preciosismo*”<sup>1</sup>, cuyos temas se hicieron de debate público.
- *Feminismo moderno*: A pesar que las mujeres cumplieron un rol protagónico en la Revolución Francesa, sus derechos políticos y civiles no fueron reconocidos por el nuevo Estado. Es por ello que, mujeres como Olympe de Gouges con su “*Declaración de los derechos de la mujer y la ciudadana*” en 1791 y Mary Wollstonecraft con “*Vindicación de los Derechos de la Mujer*” en 1792 fueron piezas clave, sus peticiones se convirtieron por primera vez de forma evidente en una cuestión política. Sin embargo, el nuevo Estado de la Revolución Francesa terminó por negar sus derechos, así mismo, prohibieron la presencia de mujeres en cualquier actividad política y cerraron los clubes de mujeres, que se habían formado para apoyar la revolución. Dentro de esta etapa podemos encontrar varias corrientes de pensamiento feminista como las que se mencionan a continuación.

---

<sup>1</sup> De Miguel (2005). *Los feminismos a través de la historia*. Mujeres en Red.

*Tabla 1: Corrientes del feminismo moderno*

<b>Corriente</b>	<b>Objetivo principal</b>
Feminismo decimonónico	Derechos civiles y laborales.
Feminismo sufragista	Derecho al voto y la abolición de la esclavitud.
Feminismo socialista	Igualdad social, política y económica sin distinción de clase.
Socialismo marxista	Emancipación de las mujeres: laboral y económico.
Movimiento anarquista	Libertad sexual, maternidad y autonomía.

*Nota.* Adaptada de “*Los feminismos a través de la historia*”. De Miguel, A., (2005).

- *Neofeminismo:* En esta época, se dividen las opiniones y aparecen dos ramas el “Feminismo liberal”, que rechazaba la exclusión de las mujeres de la esfera pública y del mercado laboral, así mismo, promovían que las mujeres lograran ocupar puestos públicos. El “Feminismo radical”, consideraban que las relaciones de poder que se daban dentro de la estructura familiar (espacio privado) también era un problema público, por ello, acuñaron el slogan “lo personal es político”. Formaron grupos de autoconciencia con el fin de que cada mujer explicara como experimentaba y sentía su opresión, despertando la conciencia de cada una de las situaciones que vivían, tomando la experiencia personal como base para la construcción de su teoría. Además, de crear centros de estudio, también lo hicieron con centros de ayuda psicología, ginecológica femenina y guarderías.
- *Feminismo de la diferencia:* El objetivo principal fue la diversidad en las mujeres: raza, etnicidad, procedencia y preferencia sexual, la legalización del aborto y penalización de la violación sexual.

Después de conocer los hitos históricos del movimiento feminista podemos inferir que realizaron un gran aporte a la sociedad, lograron hacer visible las desigualdades y subordinación a la que estaban sometidas por cientos de años y convertir éstas en política pública, transformándose en un movimiento social y político hasta la fecha. A continuación, se resalta los principales aportes del feminismo en aspectos como:

- Igualdad de derechos: Disfrutar de los derechos humanos en igualdad de condiciones que los hombres.
- Educación: Igualitaria, como aspecto fundamental para el empoderamiento de las mujeres y participación activa en todos los ámbitos de la sociedad.
- Transformación cultural: Ha contribuido a cambiar las percepciones culturales y sociales respecto a la violencia contra las mujeres, discriminación, roles y estereotipos de género.
- Legislación: Implementación de políticas y leyes que abordan la discriminación laboral, brecha salarial, violencia de género contra las mujeres y el acceso a los servicios de salud reproductiva.
- Liderazgo: Promovieron la participación política y en cargos públicos, con el objetivo de garantizar que las voces y perspectivas de las mujeres sean tomadas en cuenta en la formulación de las políticas públicas.
- Igualdad económica: Libertad e independencia económica, para el bienestar de ellas mismas y la de su familia.
- Solidaridad: Redes de apoyo para empoderar a las mujeres, fomentando la autoafirmación y el desarrollo personal.

Aun así, habiendo logrado aportes significativos, en la actualidad no se ha alcanzado la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, todavía queda un largo camino por recorrer “La

sociedad necesita 131 años para cerrar las brechas de género” (Foro Económico Mundial, 2023, párr. 4).

A pesar de, que hoy en día vivimos en una sociedad formalmente igualitaria, las mujeres se encuentran en condiciones desiguales. El Banco Mundial (2023) señala:

Las Mujeres siguen teniendo solo tres cuartas partes de los derechos otorgados<sup>2</sup> a los hombres y casi 2.400 millones de mujeres en edad de trabajar aún no gozan de los mismos derechos que tienen los hombres ante la Ley ... solo en 14 economías<sup>3</sup>, las mujeres tienen las mismas condiciones jurídicas que los hombres. (p. 2)

Los derechos no otorgados a las mujeres limitan su crecimiento personal y profesional, impide que pueda actuar de manera autónoma, en consecuencia, disminuye su participación en la fuerza laboral y/o acceder a empleos mejor remunerados. Pero como no todo es gris, es imperativo mencionar que, en países de Asia, África y Oriente Medio, han tenido avances significativos en los últimos años en cuanto a reformas en licencias parentales remuneradas y eliminación de las restricciones de empleo de las mujeres e igualdad salarial.

Por su parte, el Foro Económico Mundial (2023) afirma que, “La puntuación global de la brecha de género está cerrada en un 68.4% basada en 146 países” (p.5). Siendo Islandia, el único país que ha cerrado con 91,2% la brecha de género, por lo tanto, se encuentra en el primer puesto del ranking. Perú, ha alcanzado un índice de 76,4%, colocándose en el puesto 34 a nivel global, teniendo una variación del 2% respecto al año anterior. A continuación, un breve resumen de los indicadores a nivel global y Perú.

---

<sup>2</sup> Los indicadores son: movilidad, trabajo, remuneración, matrimonio, parentalidad, empresariado, activos y jubilación. Banco Mundial. (2023). *La Mujer, La Empresa y el Derecho 2023*.

<sup>3</sup> Alemania, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal y Suecia. Banco Mundial. (2023). *La Mujer, La Empresa y el Derecho 2023*.

Tabla 2: Indicadores del Índice Global de Brecha de Género

Indicadores	Global	Perú
<p><b>Participación económica y oportunidad</b></p>	<p>Las mujeres representan el 41,9% de la fuerza laboral en todas las industrias.</p> <p>Solo del 32,2%, se encuentran en puestos de liderazgo (directora, vicepresidenta o C-suite<sup>4</sup>).</p> <p>Las mujeres solo ocupan el 29,2% de todos los trabajos en Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas.</p> <p>Tasa de desempleo: 4,5% para las mujeres y 4,3% para los hombres.</p>	<p>La fuerza laboral es de 14,33% a favor de los hombres.</p> <p>Solo el 19,90 % de las empresas tienen altas directivas femeninas. El 68,40 % de mujeres trabajadoras están en el sector informal.</p> <p>En trabajadores profesionales y técnicos, la brecha es de 13,44% a favor de los hombres.</p>
<p><b>Educación</b></p>	<p>Mayor brecha digital para las mujeres.</p>	<p>La tasa de alfabetización y la matrícula en primaria los valores están casi iguales.</p> <p>Matrícula en educación secundaria y en educación terciaria existe brecha de 5,78 % y 3,94 % a favor de los hombres respectivamente.</p>
<p><b>Salud y supervivencia</b></p>		<p>Derechos restringidos en autonomía reproductiva.</p> <p>El 33.30% algunas veces sufrieron violencia de género en su vida.</p>

<sup>4</sup> La C-suite se refiere a los puestos de alta dirección de una empresa, donde la "C" significa "jefe". Los ocupantes de la C-suite son varios directivos (por ejemplo, el director general, el director de informática, el director financiero, etc.).

<b>Participación política</b>	En el 2022 la representación de las mujeres en el parlamento fue de 22,9%.	En legisladores, altos funcionarios y directivos, existe una brecha de 29,27% a favor de los hombres.
-------------------------------	--	---

*Nota:* Adaptado. Indicadores a nivel global y para el caso de Perú. Fuente: Foro Económico Mundial (2023). *Índice Global de Brecha de Género*.

Luego de analizar los datos más relevantes, se infiere que todavía estamos lejos de alcanzar la paridad entre hombres y mujeres. A pesar que, éstas tienen una participación del 41,9% en la fuerza laboral a nivel global, todavía, se enfrentan a elevadas tasas de desempleo e informalidad más que los hombres, además es importante añadir que solo el 32,2% ocupan cargos directivos y el 22,9% como representantes del parlamento, esto debido a que enfrentan una serie de dificultades siendo una de ellas: el prejuicio en cuanto a la “capacidad” que tienen las mujeres para asumir cargos directivos, puesto que, cada uno (mujeres y hombres) tiene diferentes habilidades de liderazgo para llegar a un mismo objetivo, sin embargo, los rasgos y habilidades distintivas de las mujeres son poco valoradas por los tomadores de decisiones, que por general son hombres. De la misma manera, la valoración de la “capacidad” afecta a la hora de elegir las carreras profesionales relacionadas a la ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, las normas sociales y culturales relacionan a estas carreras con lo “masculino”.

Otra, dificultad que limita a las mujeres en su desarrollo profesional es la disponibilidad de tiempo; el cuidado y la crianza de los hijos y las hijas, es una decisión muy importante a la hora de decidir avanzar en el crecimiento profesional y postular a cargos directivos.

Para el caso de Perú, según el informe en mención, en los últimos años ha ido disminuyendo considerablemente las brechas de género, pasó del puesto 60° en el 2006<sup>5</sup> al

---

<sup>5</sup>Año en que salió el primero informe de Índice Global de Brecha de Género del Foro Económico Mundial.



puesto 34° en el 2023, siendo un gran avance. Sin embargo, todavía la brecha es amplia relacionada con el acceso al mercado laboral formal, la autonomía reproductiva, la violencia de género y la participación política.

Es importante resaltar que, el Gobierno peruano, viene trabajando en la prevención y erradicación de la violencia de género, un claro ejemplo es: la Política Nacional de Igualdad de Género (D.S N° 008-2019-MIMP), cuyo fin es eliminar las barreras que impiden a las mujeres ejercer sus derechos en igualdad y ser libres de discriminación. Este instrumento multisectorial fue elaborado con la participación de todas las instituciones del Estado, cooperación internacional, colectivos feministas, gremios empresariales, entre otros; está dirigida a los tres niveles de gobierno (nacional, regional y local) y su implementación será a través del Plan Estratégico Multisectorial de Igualdad de Género, en el marco de la Ley N° 30364<sup>6</sup>.

Sin embargo, a pesar de todo el esfuerzo que hace el Estado, no es suficiente para erradicar este mal que tanto daño hace a la sociedad. Como lo hace notar el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2023), “El 34,8% de las mujeres entre 15 a 49 años, fueron víctimas de agresión psicológica y/o verbal; el 8,1% de violencia física; y el 2,2% de violencia sexual en los últimos 12 meses<sup>7</sup>. Analizar el fenómeno de la violencia de género hacia las mujeres, implica preguntarse qué otras formas existen y como se exteriorizan. Empleando las palabras de Segato (como se cita en Hernández 2019):

La influencia de poder como una infinita sutileza ... la violencia implícita está directamente vinculada a estigmas, estereotipos y formas de segregación y discriminación que, sin mediar violencia física o sexual, expresan desvaloración de la

---

<sup>6</sup> Ley N° 30364. Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar. Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables - MIMP.

<sup>7</sup> Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023). *Encuesta demográfica y de salud familiar 2022*. <https://www.elperuano.pe/noticia/228821-el-356-de-mujeres-ha-sido-victima-de-violencia-familiar>

mujer, de su cuerpo, su voluntad y su autonomía, y les asignan roles y visiones socialmente más acordes. (p. 10)

Es decir, las relaciones de poder no solamente se manifiestan de forma visible como sería el caso de las agresiones físicas o sexuales, también, se manifiestan de manera invisibles, puesto que están arraigadas en la sociedad y son asumidas como algo “natural”, por ejemplo: rosado para las niñas y azul para los niños, la exposición de los cuerpos de las mujeres casi desnudas en la publicidad para atraer clientes, las mujeres para las manualidades y los hombres para las matemáticas, etc. Acciones como éstas se dan en los entornos sociales, sin embargo, también podemos percibir en el entorno laboral cuando: las mujeres perciben menos salario que los hombres por el mismo trabajo, estereotipos de belleza para ocupar puestos laborales de atención al público, etc., así mismo, el sector turismo no se exime de esta problemática social.

La Organización Mundial del Turismo - OMT (2019), en su informe “*Las Mujeres en el Turismo*” señala que, “El 54% de las personas empleadas en turismo son mujeres, sin embargo, están relegadas a posiciones de menor nivel y ganan un 14,7% menos que los hombres por un trabajo equivalente” (p. 9). Esto quiere decir que, las mujeres estarían generando más de la mitad del Producto Bruto Interno (PBI) global por concepto de turismo, sin embargo, el trabajo que realizan no tiene el mismo valor económico que el de sus pares. Así mismo, cuando se trata de emprender su propio negocio se encuentran con obstáculos como: “La falta de acceso a la tecnología, la información, los conocimientos empresariales, la educación y la capacitación” (OMT, 2019, p. 47), lo que estaría afectando el crecimiento empresarial. A pesar de, que el turismo se considera un factor principal para el crecimiento económico, por consiguiente, en la reducción de la pobreza; muchas veces pasa por alto, situaciones que generan relaciones desiguales entre mujeres y hombres, las cuales solo pueden ser vistas desde la mirada crítica del enfoque de género.

Un claro ejemplo de división sexual del trabajo se manifiesta principalmente en el sector hotelero, “los hombres ocupan cargos directivos o gerenciales y las mujeres se dedican a actividades de cocina, mantenimiento, preparación de habitaciones” (Moreno et al., 2021, p. 24). Es decir, el rol de cuidado que ha sido asignado a las mujeres por la sociedad, también se manifiesta de manera sutil en el sector turismo a través del trabajo remunerado de cuidado hacia los turistas, por lo que, explica la alta participación de mujeres en el sector hotelero y restaurantero en puesto de: limpieza de habitaciones, azafatas, recepcionistas, cocina, etc.

Eger (como se cita en Picado y Martínez-Cayo 2022) da a conocer sobre la cosificación y sexualización de las mujeres como algo que se manifiesta de manera frecuente en el turismo, por ejemplo: la publicidad sexista en los destinos de “sol y playa”, que coloca el cuerpo de la mujer como un recurso para llamar la atención y motivar la visita al destino, es decir, el cuerpo de la mujer como un objeto, siempre en bikini y en posición de pasividad y de recepción, enfatizando así, una posición de subordinación de los hombres sobre las mujeres.

*Figura 1: Ejemplo de publicidad sexista en el turismo*



*Nota: Mujeres en la publicidad sexista en el turismo. De izquierda a derecha: Publicidad de una agencia de viajes mayorista de España. Fuente: Imagen tomada de Merino, I. (2012). ¿Es sexista la publicidad de viajes? EL PAIS. [https://elpais.com/elpais/2012/01/26/viajero\\_astuto/1327574069\\_132757.html](https://elpais.com/elpais/2012/01/26/viajero_astuto/1327574069_132757.html). Campaña publicitaria de la ciudad de Oaxaca, México para la reactivación turística. Fuente: EL UNIVERSAL OAXACA. <https://oaxaca.eluniversal.com.mx/estatal/lanzan-oaxaca-suspiro-por-verte-campana-para-la-reactivacion-turistica>*

Acciones como estas, influyen en la elección de los destinos turísticos, motivando a la explotación sexual en el espacio turístico, pues se estaría generando un “ambiente propicio para el desarrollo de conductas violentas, que pueden afectar a las trabajadoras, turistas y mujeres residentes en general” (Picado y Martínez-Cayo, 2022), lo que estaría poniendo en riesgo la integridad de las mujeres vinculadas o no al turismo. Es imperativo mencionar que, en el Perú existe el “imaginario social de la mujer amazónica”, con los apelativos de “charapa ardiente” o “fáciles” (Motta, 2011) que, entre otros, lo único que hacen es hipersexualizar a las mujeres de la selva del Perú<sup>8</sup>, el cual es completamente distorsionada de la realidad, claramente constituye un tipo de violencia simbólica o implícita hacia las mujeres, esto también, estaría contribuyendo a los estereotipos y las relaciones de poder entre los turistas hombres y las mujeres de contextos amazónicos, pudiendo ser éstas trabajadoras como en el caso de las recepcionistas, las guías de turismo, que se encuentran en contacto directo con los turistas, así como, las mujeres que viajan solas y también las residentes de los destinos turísticos, que en algunos casos pueden ser afectadas.

Las investigaciones en Perú en cuanto a la participación de los hombres y las mujeres en el turismo son muy pocas. Una de las primeras investigadoras respecto a turismo y género es Fuller (2010), en una de sus investigaciones realizadas en el distrito de Lunahuaná, en la costa del Perú, revela que:

“Las mujeres se encuentran en casi todos los rubros y posiciones. Desde la propietaria y administradora de un hotel, restaurante y agencia turística hasta la mesera, la camarera y la vendedora ambulante. Es notable la presencia de mujeres en las empresas turísticas

---

<sup>8</sup> Regiones de la selva del Perú: Loreto, Amazonas, San Martín, Ucayali y Madre de Dios.

y es común que ellas tomen la iniciativa de abrirlas porque les permite combinar las tareas domésticas y las del hogar”. (p. 300)

Esto indica que el turismo es una poderosa herramienta para fomentar la autonomía económica, donde muchas veces es la única manera para generar sus propios ingresos, esto provoca autoconfianza e independencia. Sin embargo, también refleja el doble rol que cumplen: estar al frente del negocio (rol productivo), y al mismo tiempo, realizar las tareas domésticas y de cuidado (rol reproductivo), disminuyendo considerablemente sus horas de descanso, recreación o formación, por lo cual, dificulta la generación de mayores capacidades para el crecimiento del negocio.

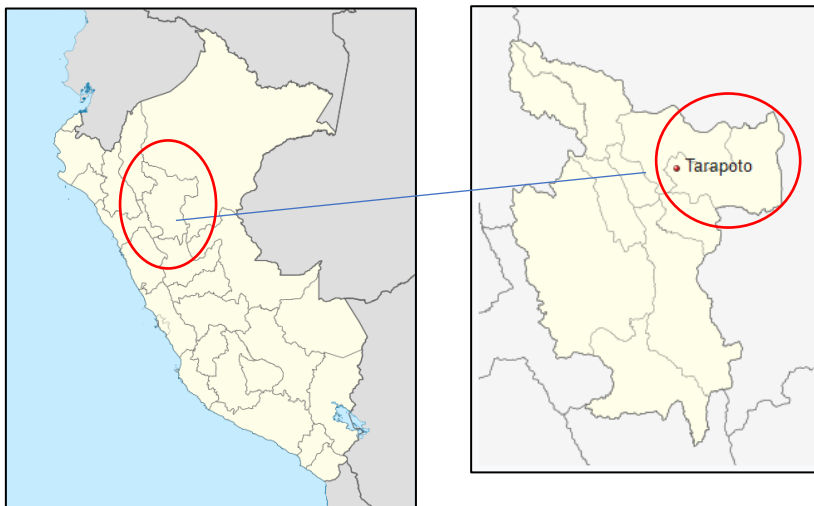
La división sexual del trabajo, también está presente en las estrategias promovidas por el Estado para la eliminación de la pobreza. Pérez y Fuller (2015), sostienen que, en los proyectos de Turismo Rural Comunitario, ejecutadas en las regiones de Puno y Cuzco al sur del Perú, como parte de la oferta formativa capacitó a los hombres para ser los negociadores entre las agencias de viajes y la comunidad, en interpretación ambiental y porteo, y, a las mujeres en el cuidado del turista (alojamiento y alimentación), es decir, la participación de la mujer está relacionada al ámbito doméstico y del hombre al espacio público.

Con esto no decimos que el turismo es negativo, también trae consigo oportunidades para las mujeres, en la actualidad, van ganando visibilidad en espacios donde antes eran excluidas, ahora existe más representantes mujeres en las organizaciones comunitarias, lo que les permite reforzar lazos, aprendizaje de nuevas habilidades y ser ejemplo para las futuras generaciones.

### - Distrito de Tarapoto como destino turístico

Tarapoto, conocida como la Ciudad de las Palmeras es capital de la provincia de San Martín, se ubica a 350 m.s.n.m. a las orillas de los ríos Shilcayo y Cumbaza, con una población de 74 804 habitantes de los cuales 36 710 son hombres y 38 094 son mujeres<sup>9</sup>, la estimación proyectada al 2022 fue de 87 794 habitantes<sup>10</sup>; limita por el norte con los distritos de San Antonio de Cumbaza y Cacatachi, por el oeste con los distritos de Morales y Cacatachi, por el este con la Banda de Shilcayo y por el sur con el distrito de Juan Guerra.

*Figura 2: Mapa de ubicación del distrito de Tarapoto*



*Nota:* Imágenes tomadas de Tarapoto para niños. *Enciclopedia Kiddle.*  
<https://nios.kiddle.co/Archivo:Mapa de localizaci%C3%B3n San Mart%C3%ADn.svg>

Por su ubicación estratégica concentra gran parte de las actividades comerciales de la región; por vía terrestre hacia el norte, Tarapoto tiene acceso a las ciudades costeras de Tumbes, Piura, Chiclayo, Lambayeque, Trujillo principalmente; por el Sur, con las ciudades de Tingo

<sup>9</sup> Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2018). *San Martín Resultados Definitivos del Censo Nacional 2017.*

<sup>10</sup> Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2022). *Perú: Proyecciones de Población Total según Departamento, Provincia y Distrito, 2018- 2022.*

María, Huánuco y Lima; mientras que, por el noreste, tiene acceso a la ciudad de Yurimaguas (Loreto).

Por vía aérea dispone de una media de diez vuelos diarios mediante cinco aerolíneas<sup>11</sup>, según las cifras de la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial, la llegada de pasajeros al aeropuerto FAP Guillermo del Castillo Paredes de la ciudad de Tarapoto, fue de 448, 523 en el año 2022<sup>12</sup>. El flujo turístico a la región viene recuperándose tras los estragos vividos por el SRAS-CoV-2 (COVID-19)<sup>13</sup>. Las cifras del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, indican que los arribos a establecimientos de hospedaje en el año 2022 fueron de 1, 143 730 de los cuales el 97,8% (1 118 965) fueron turistas nacionales y el 2,2% (24 765) turistas extranjeros.

En el año 2022, según el metabuscador de viajes KAYAK<sup>14</sup>, Tarapoto fue la cuarta ciudad más buscada por los viajeros nacionales, según las búsquedas realizadas entre marzo y junio de ese año. Muy cerca de la ciudad de Tarapoto a 30 minutos por vía terrestre se encuentran dos de los principales atractivos turísticos, la ciudad de Lamas y las Cataratas de Ahuashiyacu, así mismo, el Lago Sauce y el Valle del Alto Mayo, están ubicados a tan solo dos (02) horas.

Tarapoto, es considerada la ciudad soporte de los destinos mencionados líneas arriba, debido a que concentra la mayor cantidad de servicios turísticos como: hospedajes, restaurantes

---

<sup>11</sup> Aeropuertos del Mundo. *Aeropuerto de Tarapoto*. <https://www.aeropuertosedelmundo.net/aeropuerto-TPP-llegadas/>

<sup>12</sup> Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023). *San Martín: Reporte Regional de Turismo año 2022*.

<sup>13</sup> Organización Mundial de la Salud. *Nombre de la enfermedad por coronavirus (Covid-19) y del virus que lo causa*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>

<sup>14</sup> Zoom Empresarial (2022). *Los 10 Destinos Nacionales más buscados por los peruanos*. <https://zoomempresarial.pe/2022/06/20/los-10-destinos-nacionales-mas-buscados-por-los-peruanos-para-el-festivo-de-san-pedro-y-san-pablo/>

y agencias de viajes; según la información obtenida de la Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo<sup>15</sup>, el distrito de Tarapoto cuenta con: 158 establecimientos de hospedajes Categorizados y no categorizados, 34 restaurantes Categorizados y/o Calificados, 138 Agencias de viajes y turismo y 22 Guías de Turismo.

Esta dinámica turística en Tarapoto, incita pensar en la gran cantidad de mujeres y hombres que conforman la fuerza laboral de este sector, pero, sobre todo, en la participación de las mujeres en las diferentes actividades relacionadas, siendo el turismo, una actividad de cambios constantes, lo que podría constituirse en oportunidades o en barreras.

Las normas y patrones socioculturales, contribuyen a incrementar y agudizar las brechas o barreras en la participación de las mujeres, en tanto existen roles socialmente asignados a hombres y mujeres, en función a su sexo biológico, que se expresan en la división sexual del trabajo, otorgando el rol reproductivo, vinculado al espacio doméstico y de cuidados, no remunerados, a las mujeres; y el rol productivo y político, vinculados a las actividades remuneradas y de representación política o comunal, al hombre; que terminan influyendo en los diferentes niveles de participación en la actividad turística de hombres y mujeres.

## **1.2 Problemática:**

El turismo, conocida como la economía de las experiencias, es un sistema vivo que está basada en interacciones humanas, encuentros interculturales y aprendizajes, esto va más allá de su aporte económico significativo, siendo que, "Representó el 7,6% de la economía mundial en el 2022" (WTTC, 2023, párr. 10). Sin embargo, no está exenta a un problema grave que socava los derechos humanos, como es la violencia de género, ésta representa un riesgo grave

---

<sup>15</sup> Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo Bajo Mayo – Tarapoto (2022). *Directorio de Prestadores de Servicios Turísticos, diciembre 2022.*



especialmente para las mujeres trabajadoras, viajeras y/o residentes afectando su capacidad, seguridad y bienestar. Las manifestaciones de violencia hacia las mujeres pueden ser Directa, Estructural y Cultural<sup>16</sup>, “los cuales muchas veces están internalizadas en cada individuo y en cada institución social, son poco visibles y por ello, difícil de erradicar” (MIMP, 2016, p. 15). Estas manifestaciones no son exclusivamente físicas o económicas, también comprenden actos psicológicos o sexuales coercitivos, que incluso se pueden confundir con aspectos culturales que muchas veces se normalizan.

Magallón (2005), refiere que “La violencia simbólica sobre las mujeres se ejerce negando sentido y significado a su existencia y aportaciones” (p. 42); a esto se añade la interseccionalidad<sup>17</sup>, es decir que, además por el hecho de ser mujeres, también “pueden ser objetos de múltiples formas de discriminación como la raza, el origen étnico, la religión, la incapacidad, la edad, la clase, la casta u otros factores<sup>18</sup>”. La invisibilidad y desvalorización es lo que afecta a muchas mujeres en el mundo, esto provoca relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres, manifestándose en discriminación y violencia en todas sus formas.

En el sector servicios, “El 54% de las personas empleadas en turismo en todo el mundo son mujeres (OMT, 2019, p.30), por ello, “es catalogado como un sector feminizado, es decir, existe una gran proporción de trabajadoras” (Moreno, 2018, p. 7). Sin embargo, el tener un alto porcentaje de mujeres en el sector no significa que estén bien representadas, esto debido a la “feminización” del trabajo turístico, por ejemplo: en las áreas de housekeeping, ayudantes de

---

<sup>16</sup> *Violencia Directa*: claramente evidenciable y se ejerce contra sus derechos de sobrevivencia, de identidad, de bienestar y de libertad. *Valencia Estructural*: se vincula a lo económico y *Violencia Cultural*: tiene carácter simbólico y perdura en el tiempo. Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2016).

<sup>17</sup> Sistema complejo de estructuras de opresión que son múltiples y simultaneas. Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2016).

<sup>18</sup> INMUJERES. *Glosario por la Igualdad. Consultas en línea.* <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/interseccionalidad>

cocina y recepción, que son identificadas como habilidades femeninas y de labores domésticas. La Organización Mundial del Turismo - OMT (2019) revela que las mujeres “siguen concentrándose en empleos de menor nivel, y están escasamente representadas en puestos profesionales” (p. 31). Esto debido a que en su mayoría se encuentra en actividades de menor cualificación y por lo tanto de baja remuneración.

Las mujeres en turismo ya sea trabajadoras o viajeras están expuestas a sufrir algún tipo de violencia de género, como:

*Tabla 3: Violencia de género relacionadas al turismo*

<b>Tipos</b>	<b>Descripción</b>
<b>Acoso y agresión sexual</b>	Se perpetúan por parte los empleadores, trabajadores y/o los clientes.
<b>Informalidad laboral</b>	Existencia de empleos informales sobre todo en empresas familiares, brecha salarial y división sexual del trabajo.
<b>Trata de personas</b>	El turismo a menudo es relacionado con la trata de personas con fines de explotación sexual, la infraestructura y servicios del sector turístico son susceptibles de ser utilizados para estos delitos.
<b>Discriminación y estereotipos de género</b>	La belleza física como elemento importante para la obtención de empleo.

Estas acciones tienen un grave impacto a nivel individual y colectivo de las mujeres, lo que provoca el deterioro de la salud física y mental afectando su desempeño tanto en la esfera pública como privada, y esto a su vez, repercute en la competitividad del destino.

En la región San Martín, el turismo es un impulsor de crecimiento muy importante, según el Plan Estratégico Regional de Turismo San Martín 2019 -2030 (PERTUR SM), el aporte del turismo al Producto Bruto Interno - PBI regional en el 2010 fue de 3,1% pasando a 3,3% en el 2016; siendo una de las actividades económicas en constante crecimiento; por ello, se infiere que el turismo viene generando oportunidades de empleo e ingresos para mujeres y hombres.

Sin embargo, tal como se viene dando en la actualidad, estaría reforzando estereotipos y desigualdades entre hombres y mujeres. Un claro ejemplo es la promoción de los atractivos turísticos por parte de las agencias de viajes, como es el caso del atractivo turístico registrado en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos con el nombre de Cascada Carpishuyacu<sup>19</sup>, sin embargo, con fines promocionales, el nombre con el que ofrecen los servicios es “Pishurayacu”<sup>20</sup>, que, en lenguaje vulgar de la Amazonía peruana hace referencia a la vagina, normalizando éstas y otras actitudes que refuerzan la violencia simbólica contra las mujeres. Otro ejemplo está en las convocatorias de trabajo donde solicitan “recepcionista con buena presencia”<sup>21</sup>, así como, “administrador y chef para restaurante”<sup>22</sup>, lo que estaría manifestando la asignación de roles: masculino para jefatura y femenino para el nivel operativo. Del mismo modo, las mujeres amazónicas son cosificadas y sexualizadas para la promoción actividades nocturnas (fiestas), éstas son relacionadas con “chistes vulgares” sobre su cuerpo, actitudes y/o comportamientos; esto hace que sean vistas como una oportunidad para materializar las fantasías por parte de los turistas, por lo tanto, las normas de género, la discriminación, la

---

<sup>19</sup> Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. *Recursos Turísticos*. [https://consultaslinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod\\_Ficha=8706](https://consultaslinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=8706)

<sup>20</sup> Leito tours. *Cascada Pishurayacu*. [https://leitoinntarapoto.com/tours\\_detail/cascadas-de-pishurayacu/](https://leitoinntarapoto.com/tours_detail/cascadas-de-pishurayacu/)

<sup>21</sup> Indeed. *Recepcionista de hotel*. <https://pe.indeed.com/viewjob?jk=d9ccfd6d01d78545>

<sup>22</sup> Acción trabajo. *Se solicita administrador y chef en restaurante turístico para Tarapoto*. <https://acciontrabajo.pe/empleo-de-se-solicita-administrador-y-cheff-restaurante-turistico-para-tarapoto-tarapoto-san-martin-bouich>

cosificación y los estereotipos alejan a las mujeres de oportunidades de crecimiento y desarrollo.

A pesar de, que el talento humano, es el insumo más importante en este sector, es poco lo que se conoce e investiga sobre la situación laboral real de las mujeres, lamentablemente, se desconoce la situación de las trabajadoras y los trabajadores, que permita comprender la calidad de su participación, es decir, la condición y posición en la que se encuentran dentro de la cadena de valor del turismo, así como, comprender cuales son las barreras que las mujeres se enfrentan, tanto en la esfera pública como privada, lo que podría estar afectando su desempeño laboral, la participación activa en la toma de decisiones vinculadas al sector y su autonomía.

La planificación del turismo en la región San Martín a través de planes regionales, locales, proyectos públicos y de cooperación internacional, carecen del enfoque de género, lo que dificulta conocer, comprender, analizar y proponer cambios respecto a las necesidades e igualdad de oportunidades para hombres y mujeres. Esto significa que, podría estar contribuyendo y reforzando las relaciones de poder, estereotipos y brechas de género, sin saberlo, por cuanto son invisibles no están siendo analizados.

No obstante, el turismo también tiene la capacidad de contribuir a reducir la discriminación y desigualdades de género existentes. Un llamado a la acción urgente para la transformación social, es el turismo con enfoque regenerativo; donde el crecimiento económico no se impone sobre aspectos como el ambiental y social. Este enfoque permite no solo frenar los impactos negativos causados por el turismo, si no también, restablecer y reeducar relaciones actualmente perdidas entre: el ser humano con el ambiente, el ser humano consigo mismo y el ser humano con el otro. El turismo con enfoque regenerativo, aplica el diseño de sistemas y organizaciones vivas, es decir, no existe relaciones de dominación, por el contrario, las relaciones están interconectadas, por lo que sería ideal para promover la igualdad de género.

Ante ello, se plantea la siguiente pregunta:

*¿Por qué es necesario analizar el comportamiento de la cadena de valor del turismo desde el enfoque de género?*

### **1.3 Justificación:**

A lo largo de la historia, los movimientos feministas han hecho perceptibles las desigualdades de género existente en las sociedades, el sector turismo no se exime de este fenómeno. Se distingue que son escasas las investigaciones que se realizan alrededor de los impactos que genera el turismo en el aspecto social, debido a que son poco visibles, a lo contrario de las investigaciones en cuanto a impactos económicos que son visibles y medibles, sin embargo, creemos que lo primero es tan importante como el segundo, así como el aspecto ambiental. Las investigaciones estarían contribuyendo a la promoción de la igualdad de género, puesto que ayuda a evidenciar y abordar las desigualdades y discriminaciones que podría existir en el turismo, así como, prevenir la violencia de género como el acoso sexual, la explotación y trata de personas, haciendo que los destinos turísticos sean más seguros tanto para los/las residentes como para los/las visitantes.

Analizar la situación de las mujeres en el sector turismo, en el ámbito del distrito de Tarapoto, nos permitirá obtener información real de cómo se desarrolla la actividad turística en el territorio, y cómo la distribución de roles entre los géneros, afecta de diferente manera a mujeres y hombres; identificar y visibilizar las barreras que encuentran las mujeres en el ejercicio laboral, asociativas y emprendedurismo, además de, entender las causas subyacentes que sostienen, reproducen, afectan y contribuyen a que se sigan dando desigualdades entre hombres y mujeres, se perpetúen causas, que por lo general son invisibles y que están legitimadas por la cultura, el desarrollo o la tradición, a pesar de ser prácticas que vulneran los derechos humanos de las mujeres.

Visibilizar y caracterizar las desigualdades que estaría generando el turismo, permitiría cambiar el modelo de la planificación turística en los destinos, lo que implicaría garantizar que mujeres y hombres tengan igualdad de oportunidades en términos de empleo, liderazgo y emprendimiento. Además de, concebir nuevas experiencias, en especial para las mujeres que viajan solas, considerando sus necesidades y preferencias, que conducen a la creación de experiencias turísticas más satisfactorias y seguras.

Con este Proyecto Final de Grado, se pretende dar un impulso a la escasa investigación del turismo con enfoque de género en la región San Martín, puesto que hasta el momento los representantes de las instituciones públicas y privadas vinculadas al turismo están ciegos con respecto a las diferencias o desigualdades que se generan entre hombres y mujeres, por lo tanto, es limitada la información e investigación en el ámbito turístico, además, de no encontrarse información disponible desagregada por sexo que permita un análisis más exhaustivo. Asimismo, diseñar e implementar líneas de acción para la promoción de la igualdad de género en el sector público, así como, en el sector privado y en la sociedad civil, contribuir a una cultura de igualdad de género, logrando una mayor conciencia y sensibilización sobre las cuestiones de género.

**1.4 Objetivo general:**

Analizar el comportamiento de la cadena de valor del turismo desde el enfoque de género con la finalidad de identificar desigualdades entre hombres y mujeres en la actividad turística en el distrito de Tarapoto, provincia y región San Martín, Perú; mediante la investigación documental en el 2023.

**1.5 Objetivos específicos:**

1. Realizar un análisis sobre la dinámica de género que se produce en la cadena de valor del turismo con la finalidad de identificar desigualdades entre mujeres y hombres en la actividad turística en el distrito de Tarapoto, provincia y región San Martín, Perú a partir de la investigación documental.
2. Describir barreras, desafíos y oportunidades con la finalidad de identificar desigualdades de género en la cadena de valor del turismo, mediante la investigación documental.
3. Proponer lineamientos de trabajo mediante la identificación de acciones estratégicas a nivel macro, meso y micro, con la finalidad de contribuir a la igualdad de género en la cadena de valor del turismo.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Marco Conceptual

La presente investigación se sustenta en los siguientes conceptos y enfoques, relacionados con los temas de cadenas de valor, turismo y género.

#### *2.1.1 Cadena de Valor del Turismo*

En el ámbito del turismo, la cadena de valor es muy particular debido a que los servicios y los productos se unen para generar la experiencia al visitante, de acuerdo con estos autores se puede definir de la siguiente manera.

Como señala Rainforest Alliance (2005):

Es un sistema formado por empresas, actividades y/o fases ordenadas, necesarias para crear un producto o servicio desde su concepción, hasta la venta al público, ya sea local, regional o mundial. En ella se incluyen proveedores, productores, vendedores y consumidores considerando incluso actores indirectos como proveedores de servicios técnicos y financieros. La cadena de valor turística es muy particular y encierra retos especiales, a diferencia de la cadena de valor de los productos industriales. (...) En la actualidad, las cadenas de valor fomentan cada vez más la participación de micro, pequeñas y medianas empresas para alcanzar el crecimiento integrado de la economía de un país. (p. 76-77)

De acuerdo con Zhao et al. 2009 (como se citó en Pulido):

Los recursos turísticos, los productos turísticos, los canales de distribución y los turistas constituyen la cadena de valor del turismo. Cada sector genera el valor añadido que, en última instancia, es realizado por los turistas. Por tanto, considera que el turista es el



núcleo y punto de partida de la industria del turismo y que todo el proceso de valor añadido se puede resumir como un proceso de “suministro de la demanda”. (p. 534)

Por su parte Coppin (2009), “Refiere que la cadena de valor en turismo abarca el rango total de actividades requeridas para llevar un turista al destino y proveerlo de todos los servicios necesarios (alojamiento, alimentos y bebidas, excursiones, artesanías y otros)” (p.2).

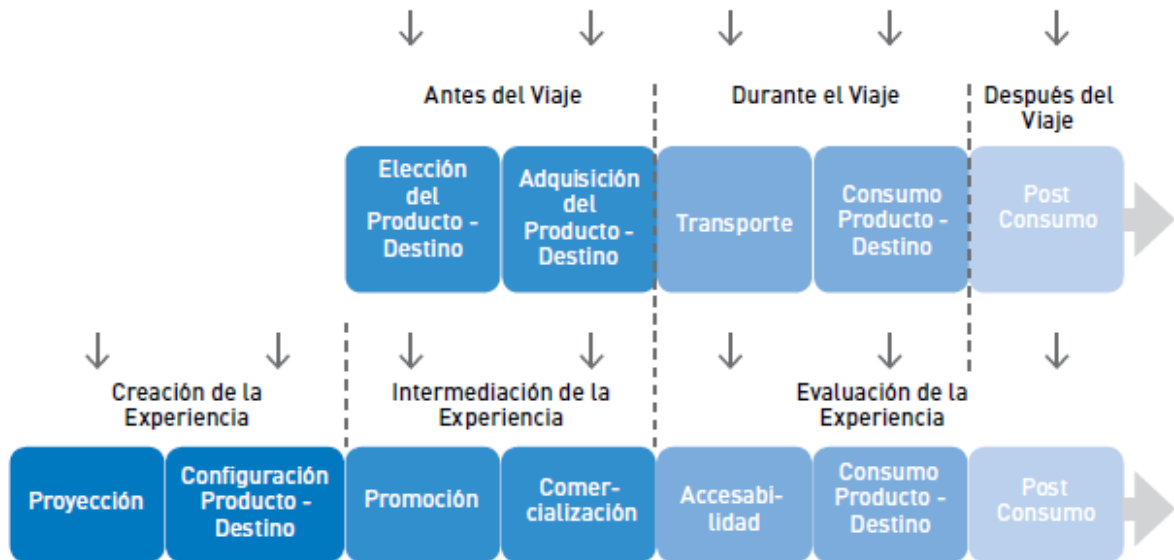
La Organización Mundial del Turismo - OMT (2019) define la Cadena de Valor del Turismo como:

Una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo. Entre las actividades de apoyo se incluyen el transporte y la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías y sistemas y otros bienes y servicios complementarios que pueden no estar relacionados con la esencia del negocio turístico, pero repercuten de manera importante en el valor del turismo. (p.20)

Es decir, la secuencia de actividades relacionadas directamente con la experiencia del visitante (alimentación, alojamiento, atractivos turísticos, etc.) se despliega con acciones externas (transporte, comunicación e infraestructura, tecnología, etc.) que, repercuten en el desarrollo de la experiencia, todo ello, forma parte del ecosistema turístico, por tanto, la cadena de valor del turismo, más allá de enlazar eslabones forma una red con la participación de emprendimientos locales, pequeñas y medianas empresas, además del sector público.

El Plan Regional de Turismo de San Martín (2019), presenta la Cadena de valor del turismo vista desde dos enfoques: desde el consumo (demanda) y desde la producción (oferta) de experiencias turísticas.

*Figura 3: Cadena de valor del consumo y de la producción de experiencias turísticas*



*Nota:* De Plan Estratégico Regional de Turismo de San Martín (PERTUR) 2019-2030.

El consumo de la experiencia turística se estaría desglosando de la siguiente manera:

- **Antes del viaje:** La planificación empieza con la búsqueda de información a través de diferentes medios como: redes sociales, agencias de viajes/línea, amigos, familiares, entre otros; lo que permite realizar la elección del destino y la adquisición de algunos servicios por anticipado.
- **Durante el viaje:** Se refiere al consumo de los servicios para llegar al destino y los que se ejecuten en el destino: Transporte (aéreo, terrestre o pluvial), alojamiento, alimentación, operadores de turismo, atractivos turísticos y artesanías.

- Después del viaje: Retorno hacia su lugar de origen (transporte) y acciones post consumo.

La producción de la experiencia turística, se desglosa de la siguiente manera:

- Creación: Ese el proceso de diseño de la experiencia turística. Intermediación: La promoción y comercialización del producto turístico a través de los distintos canales de comercialización.
- Evaluación: El consumo de la experiencia en situ.

En este modelo se visualiza el panorama completo de la dinámica que produce el turismo en un destino, desde consumo de la experiencia permite analizar el comportamiento de la demanda y desde la producción permite analizar la condición real de la oferta. Al visualizar y entrelazar ambos enfoques, ayuda a mejorar el proceso de planificación para el desarrollo del destino.

La cadena de valor del turismo es una herramienta muy útil para la planificación de un destino/producto turístico o a nivel de empresa, facilita la identificación todas las actividades que ocurren dentro y fuera de él, analizar las relaciones que se generan entre los diferentes actores involucrados directa o indirectamente, además de, identificar puntos de quiebre para que a partir de ello se realicen las mejoras que repercuten en la competitividad.

### ***2.1.2 Enfoque de género***

Antes de definir el enfoque de género, primero se debe entender el concepto de “sexo” y “género”, la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer – CEDAW (2010) define de la siguiente manera:

- Sexo: Diferencias biológicas entre el hombre y la mujer.
- Género: Se refiere a las identidades, las funciones y atributos que construidos socialmente de la mujer y el hombre y el significado social y cultural que la sociedad atribuye a esas deficiencias biológicas, lo que da lugar a relaciones jerárquicas entre hombres y mujeres y a la distribución de facultades y derechos en favor del hombre y el detrimento de la mujer. (p. 2)

Es decir, las diferencias biológicas entre el hombre y la mujer, ha hecho que social y culturalmente se les asigne atributos, roles, expectativas, prohibiciones y/o responsabilidades, que en muchos casos menoscaban los derechos humanos y las libertades fundamentales de las mujeres. Es importante mencionar que el género, al ser una construcción social, se puede modificar situaciones que reproducen desigualdades, como, por ejemplo: las tareas domésticas asignada a las mujeres y las tareas productivas pagadas al hombre.

Lamas (1986) refiere que el término género es un “Conjunto de ideas, percepciones y valoraciones sociales sobre lo masculino y lo femenino” (p.3). Así mismo, refiere que el género es una condición en la que se articulan:

- a. *La asignación de género*: Se realiza en el momento en el que nace el bebé, a partir de la apariencia externa de sus genitales.
- b. *La identidad de género*: Se establece más o menos a la misma edad en el que el infante adquiere el lenguaje (entre los dos y tres años) y es anterior a su conocimiento de la diferencia anatómica entre los sexos. Desde dicha identidad el niño estructura su experiencia vital; el género al que pertenece lo hace identificándose en todas sus manifestaciones: sentimientos o actitudes de “niño” o “niña”, comportamientos, juegos, etc.

- c. *El papel (rol) de género*: Se forma con el conjunto de normas y percepciones que dictan la sociedad y la cultura sobre el comportamiento femenino o masculino.

Según la Política Nacional de Igualdad de Género del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2019) define el Enfoque de Género como:

Identifica los roles y tareas que realizan los hombres y las mujeres en una sociedad, así como las asimetrías, relaciones de poder e inequidades que se producen entre ellos. Al observar de manera crítica las relaciones de poder y subordinación que las culturas y las sociedades construyen entre hombres y mujeres y explicar las causas que producen las asimetrías y desigualdades, el enfoque de género aporta elementos centrales para la formulación de medidas (políticas, mecanismos, acciones afirmativas, normas, etc.) que contribuyen a superar la desigualdad de género, modificar las relaciones asimétricas entre mujeres y hombres, erradicar toda forma de violencia de género, origen étnico, situación socioeconómica, edad, la orientación sexual e identidad de género, entre otros factores, asegurando el acceso de mujeres y hombres a recursos y servicios públicos y fortaleciendo su participación política y ciudadana en condiciones de igualdad. (p.43)

En síntesis, el enfoque de género es una herramienta analítica y metodológica cuyo fin es hacer visible la diferencia de roles socialmente construida a partir del aspecto biológico (sexo) entre hombres y mujeres. Estas diferencias construidas causan relaciones de poder y discriminación de los hombres hacia las mujeres, analizarlas a través de herramientas metodológicas permite entender las causas y posteriormente modificarlas, logrando eliminar las desigualdades.

### ***2.1.3 Análisis de género***

De acuerdo al Glosario de Género del Instituto Nacional de las Mujeres (2007):

Es el examen crítico de cómo los roles, actividades, necesidades, oportunidades y derechos/prerrogativas afectan a hombres, mujeres, en ciertas situaciones o contextos.

El análisis de género examina las relaciones entre mujeres y hombres y su acceso y control de los recursos, así como las limitaciones de unas con respecto de los otros. (p. 20)

Es decir, a través de la aplicación de herramientas cualitativas y cuantitativas permite conocer donde estas ubicadas y como se relacionan los hombres y mujeres en determinados contextos, principalmente en: la producción, cuidados y toma de decisiones.

### ***2.1.4 Igualdad de género***

De acuerdo con el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica de San José, Costa Rica - MIDEPLAN (2017):

Se refiere a la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de mujeres y hombres, niñas y niños. Igualdad no significa que las mujeres y los hombres son o deban ser iguales, sino que los derechos, responsabilidades y oportunidades no dependerán del hecho que una persona haya nacido hombre o mujer. Implica que se tienen en cuenta los intereses, necesidades y prioridades tanto de hombres como mujeres, reconociendo la diversidad entre los diferentes grupos de mujeres y hombres. La igualdad de género no es un “asunto de mujeres”, sino que atañe y debe involucrar a hombres y mujeres. (p. 6)

Es decir, el sexo con el que se ha nacido no determinará que derechos corresponden a los hombres y que derechos a las mujeres o viceversa, ambos, deben acceder a oportunidades en las mismas condiciones, pero al mismo tiempo, teniendo en cuenta sus necesidades e intereses, el fin es reducir las desventajas.

### ***2.1.5 Estereotipos de género***

El Glosario de Género del Instituto Nacional de las Mujeres (2007) define:

Reflejan las creencias populares sobre las actividades, los roles, rasgos, características o atributos que caracterizan y distinguen a las mujeres de los hombres. De esta forma, son las imágenes culturales que se asignan a los sexos, por ejemplo, que los hombres visten de azul y las mujeres de rosa, o que estas son sentimentales y los hombres no tienen derecho a llorar. Su eliminación es un factor importante para lograr la igualdad entre sexo. (p.62)

Los roles y atributos asignados a los hombres y mujeres por lo general están asociadas a inequidades y subordinación hacia las mujeres, que, a lo largo de la historia se han normalizado. Los estereotipos están presentes en la vida cotidiana, laboral, política y hasta en la publicidad. Estas cualidades construidas se aprenden desde la niñez, puesto que son transmitidas de generación en generación, por tanto, están estructuralmente arraigadas en la sociedad y traen consecuencias graves para aquellos que deciden cuestionar la “naturalidad” de la relación de género.

### ***2.1.6 Roles de género***

Son las actividades y funciones determinadas que se asignan social y culturalmente a hombres y mujeres, generalmente estos roles se asignan basados en el sexo de las personas. Los roles de género son aprendidos de acuerdo a las diferentes situaciones

económicas, sociales y culturales. Estos roles definen comportamientos, espacios, responsabilidades, posibilidades, deberes, normas de conducta y acceso a recursos. Algunos roles y funciones pueden generar diferencias y conflictos entre ambos, su prevalencia y significado social puede variar en diferentes sociedades y culturas. (Documento “La perspectiva de género en la cooperación internacional al desarrollo. Conceptos básicos y buenas prácticas”. GIZ, noviembre, 2015).

Según el Glosario de Género del Instituto Nacional de las Mujeres (2007), se reconocen tres tipos de roles de género:

- *Rol productivo*: Son aquellas actividades que se desarrollan en el ámbito público y que generan ingresos, reconocimiento, poder, autoridad y estatus.
- *Rol reproductivo*: Está relacionado con la reproducción social y las actividades para garantizar el bienestar y la supervivencia de la familia, es decir, la crianza y la educación de los hijos y las hijas, la preparación de alimentos y el aseo de la vivienda, entre otras.
- *Rol de gestión comunitaria*: Concentra las actividades que se realizan en una comunidad para asegurar la reproducción familiar. Toma la forma de participación voluntaria en la promoción y el manejo de actividades comunales, tales como la gestión de desechos, acceso a agua potable, atención primaria, gestión de espacios recreativos para niños y jóvenes, entre otras muchas funciones.



Figura 4: Roles de Género



*Nota:* La ilustración muestra los roles de género asignados a los hombres y a las mujeres. Fuente: Glosario para la Igualdad. *Roles de género*. <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/roles-de-genero>

Es decir, los roles de género son consecuencias de los estereotipos construidos en función al sexo, define la manera de actuar, comportarse y el espacio de participación de los hombres y las mujeres, según las sociedades en las que se encuentran.

### 2.1.7 Brechas de género

Como señala Glosario de Género del Instituto Nacional de las Mujeres (2007):

Es una medida estadística que muestra la distancia entre mujeres y hombres respecto a un mismo indicador. Se utiliza para reflejar la brecha que existen entre los sexos respecto a las oportunidades de acceso y control de los recursos económicos, sociales, culturales y políticos. Su importancia estriba en comparar

cuantitativamente a mujeres y hombres con características similares, como edad, ocupación, ingreso, escolaridad, participación económica y balance entre el trabajo doméstico y remunerado, entre otros indicadores que sirven para medir la equidad de género. (p. 25)

Es decir, la brecha de género permite identificar, medir y planificar acciones para reparar las diferencias que existen entre hombres y mujeres, su aplicación en el sector turismo permitiría conocer con exactitud la existencia o no de desigualdades.

### ***2.1.8 Empoderamiento***

El Informe Mundial sobre las Mujeres (2010) afirma que:

"Las personas – tanto mujeres como hombres – puedan asumir el control de sus vidas, fijar sus propias prioridades, adquirir destrezas (u obtener el reconocimiento de sus propias destrezas y conocimientos), aumentar la confianza en sí mismos, resolver problemas y desarrollar su independencia. (p.3)

El empoderamiento es tan importante para los hombres como para las mujeres. Sin embargo, las mujeres se encuentran en ciertas situaciones desiguales que no les permite tener el control de su vida y tomar sus propias decisiones. Por tal razón, para lograr empoderamiento femenino es necesario trabajar en la educación, liderazgo y desarrollo personal, esto significa mayor autonomía económica, física y en la toma de decisiones.

## **2.2 Marco Referencial**

### ***2.2.1 Turismo desde el Enfoque de Género***

El turismo es catalogado como un medio para alcanzar crecimiento y reducir la pobreza de un determinado destino, representa oportunidades de empleo directo e indirecto, generación de divisas y aporte al Producto Bruto Interno, por lo que, generalmente es analizado desde la dimensión económica, y muy poco, desde “la dimensión social, y en particular las de género” (Ferguson, 2010, p.123).

Dentro de este marco, vincular el turismo con el enfoque de género, permitirá visibilizar, sensibilizar y generar cambios para erradicar las desigualdades que se producen en un sector feminizado, puesto que, más de la mitad de las personas que laboran en turismo a nivel mundial son mujeres, sin embargo, esto no es del todo positivo, la “feminización” de se debe a que, las mujeres se encuentran en los puestos de menor nivel y muy poco en los puestos de mayor jerarquía.

Así lo hace notar el estudio realizado en las comunidades de Monteverde (Costa Rica), Plascencia (Belice) y Copán (Honduras), “las mujeres tienden a trabajar como limpiadoras, cocineras, camareras y recepcionistas, en las tareas tradicionales para la reproducción social ... la mayoría de las trabajadoras están ocupadas en puestos flexibles, mal pagados y de baja cualificación. (Ferguson, 2010, p. 129). Los negocios que las mujeres manejan suelen ser de “índole doméstica y se centran en actividades tradicionales como la cocina, la artesanía y hospedaje” (Ferguson, 2010, p. 131). Esto indica, la existencia de segregación laboral horizontal, al estar concentradas en puestos operativos y de menor reconocimiento social, así como, el emprendimiento femenino es una extensión de las labores domésticas.

Perú, no se encuentra ajeno a estas realidades, Pérez y Fuller (2015) afirman que, mediante el análisis realizado a las iniciativas de la red de Turismo Rural Comunitario en Perú pone de manifiesto lo siguiente:

La formación en prestación de servicios turísticos ha consolidado la preeminencia masculina en el ámbito público al asignar a los varones al papel de intermediarios frente a los turistas, mediante su capacitación como interpretes medioambientales y culturales. Entretanto, la formación recibida por las mujeres en elaboración de tejidos tradicionales, cocina, higiene y reafirmación cultural las encierra en ocupaciones usualmente femeninas y en la afirmación primordial de su identidad étnica y de género como medio para captar recursos frente al turismo. (p.116)

Esto indica que, las mujeres tienen pocas alternativas de lograr el escalamiento empresarial, sí solo, reciben formación relacionada a los roles tradicionales de cuidado y artesanía, encasillándolas al ámbito doméstico a diferencia de los hombres que reciben formación relacionada al desenvolvimiento en el espacio público.

### ***2.2.2 Brechas de género en el turismo***

Las mujeres enfrentan brechas dentro de la cadena de valor del turismo, esto debido a los roles de género y a la infravaloración de sus habilidades y capacidades. La brecha salarial es una de las principales, esto debido a que las mujeres en su mayoría se encuentran en puestos operativos, con pocas posibilidades de ascenso y con salario mínimo, en comparación con los hombres, que se encuentran en cargos administrativos con mayores posibilidades de ascenso y mayor remuneración.

La Organización Mundial del Turismo (2019) revela que, “En turismo, las mujeres ganan 14.7% menos, es decir, las mujeres ganan un 85.3% de lo que ganan los hombres” (p.40). Es decir, las mujeres perciben menos salario que los hombres por el mismo trabajo, esta diferenciación por lo general es debido a los roles de género que se perpetúan en el mercado laboral.

En tanto, en el Perú como lo señala, Guzmán y Del Pozo (2019):

La composición por sexo de los trabajadores en turismo es marcadamente femenina: 77% mujeres y 23% hombres. Si bien la participación de la mujer en el sector turismo es mayoritaria, se evidencia también una severa brecha salarial entre hombres y mujeres. La brecha entre hombres y mujeres como trabajadores dependientes sería de 41% en promedio entre 2004 y 2017; es decir, que en el sector turismo, los hombres pueden obtener 1.3 más salarios que las mujeres. Para el caso de trabajadores independientes, dicha brecha sería inclusive mayor, llegando a 95%. (p.3)

Otro factor predominante para que existan la brecha salarial en el sector turístico peruano es el nivel educativo, Guzmán y Del Pozo (2019) señalan:

Para trabajadores con educación primaria la brecha salarial es de 14%, es decir que hombres con dicho nivel educativo ganan 14% más que mujeres con similar dotación de capital humano; mientras que para trabajadores con secundaria esta brecha se incrementa a 19%. Por su parte, la brecha salarial en niveles educativos técnico y universitario es de 17% y 4% respectivamente. La educación universitaria si bien reduce las brechas salariales en turismo, contra las mujeres, no lograría eliminarla completamente. (p.9)

Es decir, la brecha salarial alcanza a todas las mujeres que laboran en turismo, desde las que se encuentran en rangos operativos, donde en la mayoría de los casos solo cuentan con estudios secundarios, hasta las que se encuentran en niveles de mayor jerarquía, con estudios técnicos o universitarios. Como un caso típico tenemos el uso del tiempo; en el Perú la Brecha en el Uso del Tiempo de trabajo total de mujeres y hombres, según el INEI (2022) revela que “Las mujeres peruanas trabajan semanalmente 9 horas con 15 minutos más que los hombres” (p.47). En el caso de las mujeres repercute en su bienestar. La dedicación de las mujeres al trabajo no remunerado es de 39 horas con 28 minutos, mientras que los hombres dedican solo 15 horas con 54 minutos, siendo la brecha de 23 con 24 minutos más que los hombres” (INEI, 2022, p. 47). Las limitaciones de tiempo hacen que muchas mujeres vean al turismo como una alternativa de compatibilizar el trabajo doméstico y de cuidado con labores productivas, puesto que esta actividad, tiende a ser flexible en horarios, por ejemplo: agencias de viajes virtuales, guiado de turismo freelance, artesanía, etc.

Mirar el turismo desde el enfoque de género, hace posible visualizar lo que es invisible para la mayoría de las personas, es decir, esta perspectiva invita a distinguir las múltiples diferencias y relaciones sociales que pueden existir entorno a las diferencias sexuales, afectando de sobre manera a las mujeres.

En el caso del turismo, es aún más sorprendente por que a simple vista pareciera que en esta actividad los hombres y las mujeres están en igual de condiciones, sin embargo, a través de las investigaciones recogidas líneas arriba se puede evidenciar que, la fuerza laboral en el turismo recae sobre las mujeres, aun así, se encuentran subrepresentadas en puesto de jerarquía media con menos oportunidades para escalar. A esto se suma, las brechas salariales y de tiempo en detrimento de las mujeres, repercutiendo en su salud mental y calidad de vida, situaciones que no son investigadas desde la perspectiva económica del turismo.

Es por ello que, las investigaciones basadas en el enfoque de género, permitió percibir la existencia de situaciones asimetrías entre hombres y mujeres entorno a la dinámica que se ejerce en la actividad turística, el cual se ha tomado como referencia para analizar las similitudes en el caso del destino Tarapoto.

### 3. MARCO METODOLÓGICO

En el presente proyecto se utilizó el enfoque cualitativo, la recopilación y tratamiento de datos es de carácter documental, se ha tomado como base diferentes fuentes de información secundaria como tesis, artículos científicos, libros, diagnóstico de planes internacionales y nacionales, para cumplir con los objetivos planteados en la presente investigación.

*Tabla 4: Fuentes de información utilizadas*

<b>Título</b>	<b>Autor</b>
<i>Plan estratégico Regional de Turismo 2019-2030</i>	Gobierno Regional de San Martín
<i>Estadísticas con Enfoque de Género. Trimestre: octubre, noviembre, diciembre 2022. Informe Técnico N°1 – marzo 2023.</i>	Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
<i>Índice Global de Brecha de género Global 2023.</i>	Foro Económico Mundial
<i>La Mujer, La Empresa y el Derecho 2023.</i>	Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial
<i>Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición social, economía familiar y relaciones de género. Vol. 8 N°2 págs. 293-304. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.</i>	Fuller, N. (2010).
<i>Determinantes de las Brechas salariales entre hombres y mujeres en el sector turismo peruano: Un análisis de descomposiciones por cuantiles. CIES-Consortio de Investigación Económica y Social y Centro Bartolomé de las Casas.</i> <a href="https://www.mimp.gob.pe/omep/pdf/evidencias/Del2019.pdf">https://www.mimp.gob.pe/omep/pdf/evidencias/Del2019.pdf</a>	Guzmán Pacheco, E. & Del Pozo Loayza, C. (2019).



No se han utilizado fuentes primarias, debido a que el estudio pretende analizar la situación actual basada en investigaciones y análisis de otros autores, teniendo en cuenta que es escasa la información referente a turismo y género en el ámbito de estudio.

### **3.1 Fuentes de información**

En el presente estudio se utilizó la siguiente fuente de información.

#### ***3.1.1 Fuentes Secundarias***

Se obtuvo información de fuentes secundarias como: tesis, revistas electrónicas, guías e investigaciones de diferentes autores/as, políticas, planes gubernamentales y no gubernamentales, estudio de casos relacionadas a turismo y género. Esto ha permitido que la investigación tenga un amplio proceso de pensamiento crítico, entendiendo y respetando el análisis de otros autores/as respecto a las desigualdades entre hombres y mujeres que estarían existiendo dentro de la cadena de valor del turismo, que solo se pueden percibir desde la perspectiva de género, para luego, contrastar con la realidad local y en base a ello, proponer lineamientos de trabajo. Para el desarrollo de la investigación se hizo una selección de varias fuentes confiables, después se procedió a analizar, sintetizar y contrastar con la realidad local, finalmente sacar nuestras propias conclusiones y recomendaciones en base a lo investigado.

De acuerdo a las fuentes de información para la obtención de datos, esta investigación es de carácter documental, donde se obtuvo información necesaria que sirvió como antecedente para profundizar en el tema de investigación, sobre todo, en lo relacionado con los derechos humanos visibilizadas por el enfoque feminista, las causas subyacentes de las desigualdades entre hombres y mujeres, lo que han permitido conocer el pasado, para entender la situación actual como las barreras y desafíos que enfrentan las mujeres, para luego, proponer lineamientos de acciones futuras de acuerdo a la realidad del ámbito del distrito de Tarapoto.

### **3.2 Enfoque de la Investigación**

En este estudio se ha empleado el enfoque cualitativo, debido a que se “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández et al., 2010).

Por la naturaleza del fenómeno en estudio, se ha identificado una pregunta inicial siendo: *¿Por qué es necesario analizar el comportamiento de la cadena de valor del turismo desde el enfoque de género?*, a partir del cual, se ha ido seleccionado la información encontrada en las distintas fuentes secundarias utilizadas para la recolección de datos, lo que ha permitido entender e interpretar la realidad hasta ahora no visibilizada de las desigualdades y causas subyacentes de una manera holística y no solo desde una parte, para así poder responder a la pregunta planteada y otras que se van generando en el transcurso de la investigación.

### **3.3 Método de Investigación**

Arias (2012), plantea que la investigación documental, “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas” (p. 27). En ese sentido se ha realizado la búsqueda de información relevante, actualizada y confiable para este proceso de investigación que por su naturaleza tiene un enfoque cualitativo, “este tipo de enfoque ayuda a obtener una mejor comprensión de conceptos complejos, interacciones sociales o fenómenos culturales” (Programa SeCompetitivo - HELVETAS Swiss Intercooperation, 2023, p. 22).

Por la búsqueda de la comprensión de un fenómeno en particular se ha seguido el método deductivo, por lo que a través de la investigación documental se infiere aspectos que

causan las desigualdades de género a nivel específico, siendo el caso de la cadena de valor del turismo en la ciudad de Tarapoto.

A pesar de, que la investigación documental esta referida a información de fuentes secundarias; Arias (2012), plantea que “aun cuando las fuentes documentales aportan datos secundarios, éstas a su vez se clasifican en fuentes documentales primarias: obras originales; y fuentes documentales secundarias: trabajos en los que se hace referencia a la obra de un autor” (p. 28). Para ello, se clasificaron las fuentes documentales que estén directamente relacionadas con el tema de investigación.

A continuación, se presenta las principales fuentes documentales primarias y secundarias relacionadas con la investigación.

*Tabla 5: Fuente documental primaria y secundaria vinculada a la investigación*

<b>Fuente</b>	<b>Descripción</b>
<b>Fuente documental primaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programa SeCompetitivo – HELVETAS Swiss Intercooperation (2023). <i>Identificación de Oportunidades y Desafíos Relacionados con la Aplicación del Enfoque de Género en Cadenas de Valor Priorizadas.</i></li> <li>- Ferguson, L. (2010). <i>Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica.</i></li> <li>- Fuller, N. (2010). <i>Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición social, economía familiar y relaciones de género.</i></li> <li>- Guzmán Pacheco, E. &amp; Del Pozo Loayza, C. (2019). <i>Determinantes de las Brechas salariales entre hombres y mujeres en el sector turismo peruano: Un análisis de descomposiciones por cuantiles.</i></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP). (2019). <i>Política Nacional de Igualdad de Género.</i></li> </ul>

<b>Fuente documental secundaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). <i>Informe mundial sobre las mujeres en el turismo</i>.</li> <li>- Moreno, D. y Cañada, E. (2018). <i>Dimensiones de género del trabajo turístico</i>. (N° 4). Alba Sud Editorial.</li> </ul> <p>Picado, A. y Martínez-Gayo, G., 2022. <i>Violencia sexual y de Género en el contexto turístico</i>. Alba Sud Editorial.</p>
-------------------------------------	---

### 3.4 Técnica de recolección de datos

En la presente investigación se utilizó la técnica de fichaje para la recopilación de información documental, pues “consiste en extraer segmentos de información de fuentes documentales, por ejemplo: extractos y/o síntesis de libros, artículos de periódicos o revistas, registros históricos, etcétera” (Del-Cid et al.,2011).

En esta investigación documental se utilizó fichas de contenido, las cuales sirvieron para organizar información relevante, para luego ser utilizada de acuerdo a las necesidades de la investigadora. Las cuales fueron:

- *Ficha textual*: Se elaboró un formato electrónico para la recopilación de conceptos e información relevante que sustenten la investigación ordenada por: tema, sub temas y autores.

*Tabla 6: Modelo de ficha textual*

<b>Ficha textual</b>	
<b>Tema</b>	Enfoque de género
<b>Sub tema</b>	Diferencia entre sexo y género
<b>Referencia</b>	Lamas, M. (1986). <i>La perspectiva de género</i> .
<b>Contenido</b>	“El sexo atribuye a aspectos físicos, biológicos y anatómicos; el concepto de género se remite a las características que social y culturalmente se

	adscriben a hombres y mujeres a partir de las diferencias biológicas constituyendo así lo que se conoce como género masculino y género femenino”.
--	---

- *Ficha de resumen:* En este formato se ha recogido las ideas principales de los autores de acuerdo a temas como violencia de género, turismo y enfoque de género, feminismo, cadena de valor, etc., el cual ha servido para el análisis y desarrollo de la presente investigación.

*Tabla 7: Modelo de ficha resumen*

<b>Ficha resumen</b>	
<b>Tema</b>	Desigualdades de género en el mercado laboral turístico
<b>Referencia</b>	<i>Abellan et al. (2021)</i> . Alba Sud Editorial
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las trabajadoras del sector turismo, pueden verse afectadas en su salud física, mental y emocional, debido a la sobrecarga de trabajo remunerado y no remunerado que realizan, por ende, estaría afectando también la productividad del sector.</li> <li>- Además de la conciliación laboral, las mujeres enfrentan retos como: encasillamiento a tareas relacionadas a las labores domésticas, contratación con bajo salario, limitaciones para ascender jerárquicamente.</li> <li>- La feminización del trabajo turístico está relacionada a las tareas de cuidado y domésticas llevadas al mercado laboral como: cocinera, limpieza de habitaciones, recepcionistas, agentes de viajes. Trabajos que requieren de atención por la limpieza, trato personal y planificación; características atribuibles al rol femenino.</li> </ul>

## 4. DESARROLLO

Analizar el turismo desde el enfoque de género no se había hecho antes en el ámbito de la región San Martín y mucho menos del distrito de Tarapoto, el Programa SeCompetitivo de la Cooperación Suiza - SECO, facilitado por HELVETAS Swiss Intercooperation, fue el primero en hacerlo, en el marco de un estudio, en junio del 2023. Este estudio tomó como ámbito de investigación los destinos turísticos de Tarapoto y Alto Mayo, cuyos resultados fueron consultados como fuente secundaria principal para esta investigación documental, se debe tener en cuenta que no se ha encontrado otra información similar en cuanto a turismo y género en la región San Martín.

### 4.1 Análisis de género en la cadena de valor del turismo en el distrito de Tarapoto

Hacer un análisis de género en cualquier cadena de valor, y específicamente en la de turismo, es imprescindible determinar la condición y posición de los hombres y las mujeres que están vinculados con la cadena de valor. La condición, está referida a las circunstancias materiales en que viven y se desarrollan las personas, siendo éstas diferentes para hombres y mujeres; la posición, se refiere a la posición económica relativa de las mujeres respecto a los hombres, se mide de acuerdo a las brechas existentes en los salarios de hombres y mujeres y de las oportunidades de empleo, participación, así como a la vulnerabilidad ante la pobreza y la violencia. La condición, está relacionada directamente con las necesidades prácticas<sup>23</sup> de género, mientras que la posición, con las necesidades e intereses estratégicos<sup>24</sup> de género.

---

<sup>23</sup> Están relacionadas con las necesidades básicas, hacen referencia a las condiciones de vida de las mujeres y la de sus familiares, como: alimentación, agua, vivienda, educación, salud, etc. Píldora Violeta. <https://www.youtube.com/watch?v=vdtY-I1X6Z4>

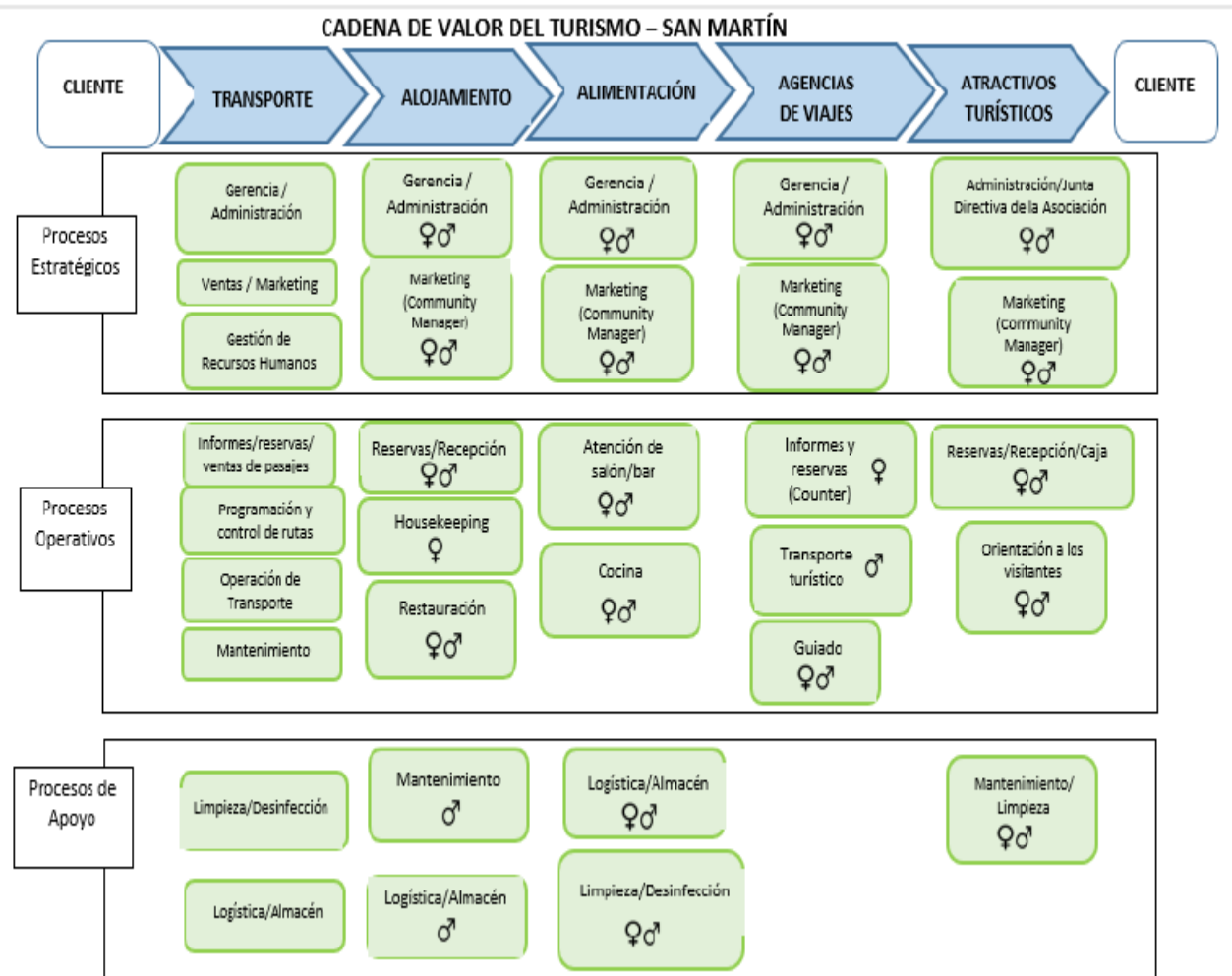
<sup>24</sup> Son aquellos que se formulan a partir de la subordinación social que ocupan las mujeres con respecto a los hombres, hacen referencia a aquellos objetivos, proyectos y acciones relacionadas con el logro de la igualdad real y efectivas, están relacionadas con las normas y tradiciones culturales impuestas que determinan la discriminación

En este sentido, en la investigación realizada por el Programa SeCompetitivo (2023), para determinar la condición y posición de los hombres y las mujeres vinculados con la cadena de valor del turismo, se analizaron los siguientes aspectos: a) la participación diferenciada en las actividades de la cadena y b) el grado de participación en los eslabones. A continuación, se muestran los hallazgos de este análisis:

**a) Los eslabones y actividades donde participan hombres y mujeres en la cadena de valor del turismo.**

La cadena de valor del turismo es muy singular, siendo ésta una secuencia de actividades para transformar la experiencia del cliente, que llega con diversas necesidades de servicios. Se origina desde el momento en que la persona empieza a planificar el viaje a través de diferentes medios (ejemplo: plataformas de viajes, redes sociales, familia, amigos, guías de viaje, etc.); luego están los servicios de traslado desde el lugar de origen (ejemplo: transporte), una vez en el destino elegido, se concretan los servicios turísticos (alimentación, alojamiento, agencias de viajes y atractivos turísticos), y finalmente los servicios a utilizar para su retorno. Para efectos del estudio, se analizaron los servicios principales (eslabones) que se brindan dentro del territorio de llegada de turistas, la ciudad de Tarapoto.

Figura 5: Cadena de Valor del Turismo



*Nota:* De “Identificación de Oportunidades y Desafíos Relacionados con la Aplicación del Enfoque de Género en Cadenas de Valor Priorizadas”. Fuente: Programa SeCompetitivo – HELVETAS Swiss Intercooperation, 2023.

Los eslabones analizados, por encontrarse en territorio de la ciudad, y ser ampliamente conocidos, fueron: *Alojamiento*, *Alimentación*<sup>25</sup>, *Agencias de Viajes* y *Atractivos Turísticos*<sup>26</sup>, éstos han sido organizados por procesos: *Estratégico*<sup>27</sup>, *Operativo*<sup>28</sup> y *de Apoyo*<sup>29</sup> con el fin de

<sup>25</sup> Hace referencia a Restaurantes.

<sup>26</sup> Los atractivos turísticos son gestionados por asociaciones turísticas.

<sup>27</sup> Se refiere a las áreas: gerencia, administración y/o dirección.

<sup>28</sup> Se refiere a las áreas de: recepción/reservas, counter, housekeeping, cocina, atención de salón, guiado/orientación al visitante.

<sup>29</sup> Se refiere a las áreas de: mantenimiento, logística y almacén.



unificar y agrupar las áreas laborales dentro de los eslabones de la cadena y determinar con mayor facilidad la participación de mujeres y hombres. El estudio en mención reveló que, a nivel global 85,18% de mujeres participan en los *Procesos Estratégicos* y 61,53% participan en los *Procesos Operativos* de los 4 eslabones de la cadena analizada.

Sin embargo, al afinar el análisis, se encontró marcadas brechas en la participación entre hombres y mujeres, en las actividades que cuentan con mayor valoración social y económica dentro de la cadena, lo que nos remite analizar;

**b) El grado de participación de hombres y mujeres en los eslabones de la cadena de valor del turismo.**

La siguiente figura, muestra la percepción de las diferentes actoras involucradas en la cadena de valor del turismo, sobre el grado de participación de hombres y mujeres:

*Figura 6: Percepción del grado de participación de hombres y mujeres en los eslabones de la Cadena de Valor del Turismo*



*Nota:* Adaptado de “*Identificación de Oportunidades y Desafíos Relacionados con la Aplicación del Enfoque de Género en Cadenas de Valor Priorizadas*”. Fuente: Programa SeCompetitivo – HELVETAS Swiss Intercooperation, 2023.

Es claro que, hay presencia de mujeres en los rangos de mayor nivel, sin embargo, se observa que, a nivel *estratégico* la percepción del grado de participación es mayor solo en el rubro de **Agencias de Viajes**, esto podría tener una relación con las facilidades para implementar una oficina física o solo de ventas por internet, puesto que no se precisa de una mayor infraestructura ni equipos en ambos casos<sup>30</sup>, además de que, los servicios turísticos ofertados pueden ser operados por otras agencias con mayor equipamiento, beneficiándose las primeras de la comisión por las ventas. Según, el Directorio de Prestadores de Servicios Turísticos<sup>31</sup>, solo en el distrito de Tarapoto, 62 mujeres de 156 son titulares de los negocios de Agencias de Viajes. Por otro lado, se evidencia que hay mayor presencia de hombres en el nivel *estratégico* en los rubros de **alojamiento, agencias de viajes y atractivos turísticos**, lo que se podría relacionar con el mayor acceso de los hombres a los bienes y servicios turísticos; por ejemplo: para el caso de hospedajes y restaurantes, es necesario una mayor inversión en infraestructura y equipamiento para el funcionamiento. Esto evidencia que, son ellos, quienes podrían contar con mayores recursos económicos o acceder a financiamiento para este tipo de empresas.

Respecto a al nivel *operativo*, encontramos mayor presencia de mujeres en los eslabones de **agencia de viajes, alojamiento y atractivos turísticos**, esto permite inferir que hay mayor presencia de mujeres que realizan labores de housekeeping, recepción/reservas, counter<sup>32</sup>, guía

---

<sup>30</sup> Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo D.S. N° 005-2020-MINCETUR

<sup>31</sup> Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo Bajo Mayo, noviembre 2023.

<sup>32</sup> En el rubro de agencia de viajes, counter se refiera a la persona que brinda información y atiende las reservas.

y atención al público/caja<sup>33</sup>. Esta información, es coincidente con los análisis a nivel mundial respecto a que, en el sector turismo, las mujeres se encuentran sobrerrepresentadas en los niveles de menor remuneración y con mayor nivel de vulnerabilidad a sufrir algunos tipos de violencias.

El informe, también revela la existencia de brechas de género en la Cadena de Valor del Turismo en cuanto al **uso, acceso y control de recursos y beneficios**, en la siguiente tabla se sustrajo lo más relevante:

*Tabla 8: Brecha de Género en la cadena de valor del turismo*

Descripción	SEXO		Brecha
	Hombres	Mujeres	
Acceso a Activos tangibles <sup>34</sup>	61,47%	38,52%	(-) 28,95%
<i>Acceso a Activos intangibles<sup>35</sup>:</i>			
	37,7%	67,31%	(+) 29,61%
Competencias laborales aprobados	45,33%	54,56%	(+) 9,23%
Capacitación y asistencia técnica zona urbana	57,98%	42,04%	(-) 15,94%
Capacitación y asistencia técnica zona rural	40%	60%	(+) 20%
Acceso al mercado (ferias nacionales)			
Acceso al mercado (ferias internacionales)	100%	0	(-) 100%
Empleo contratado en temporada alta	33,60%	66,40%	(+) 32,8%
Guías especializados (Observación de aves y aventura)	92,30%	7,69%	(-) 83,2%
Participación en cargos públicos	36%	25%	(-) 11%

*(-) Brecha en contra de las mujeres (+) Brecha a favor de las mujeres*

*Nota:* La tabla muestra la diferencia entre hombres y mujeres. Adaptado de “Identificación de Oportunidades y Desafíos Relacionados con la Aplicación del Enfoque de Género en Cadenas de Valor Priorizadas”. Fuente: Programa SeCompetitivo – HELVETAS Swiss Intercooperation, 2023.

Esta tabla revela que, el acceso a los activos tangibles como la infraestructura y equipamiento para la prestación de los servicios turísticos y los vehículos de transporte turístico

<sup>33</sup> En el caso de los atractivos turísticos.

<sup>34</sup> Hace referencia a la infraestructura turística productiva (hospedajes, restaurantes, agencias de viajes, atractivos turísticos) y vehículos de turismo.

<sup>35</sup> Hace referencia a al desarrollo de capacidades (capacitaciones y asistencias técnicas) y acceso a mercados.

son de mayor acceso y control para los hombres. Es probable que, para las mujeres les sea más difícil acceder éstos, por no contar con financiamiento disponible para iniciar un negocio, debido a que muchas de ellas no son sujetas de crédito.

En cuanto al acceso a activos intangibles, relacionados al proceso que han seguido hombres y mujeres para certificar sus Competencias Laborales referidas a Atención en salón, Cocina, Housekeeping y Recepción, fueron las mujeres quienes lograron la certificación mayoritariamente. Cabe resaltar que, “en el perfil de *Housekeeping* solo hubo participación de mujeres, en cambio, en el perfil de *Cocina* los que predominaron fueron los hombres” (Programa SeCompetitivo, 2023, p. 205). Este dato es muy importante, estaría evidenciando que el turismo refuerza los estereotipos de género en cuanto a la participación de mujeres en puestos de cuidado hacia el turista, como el caso de housekeeping, así mismo, prevalece los “estereotipos de imagen para ocupar puestos de recepcionista en los hoteles” (Programa SeCompetitivo, 2023, p.205). Luego que la cocina se ha profesionalizado, son los hombres quienes ahora desean participar de ella, recibiendo mayores reconocimientos por su trabajo como jefes de cocina y relegando a las mujeres a los puestos menores (ayudantes de cocina), a pesar que, las mujeres siempre han participado de ella, no reciben el mismo valor y reconocimiento, perpetuando los roles de poder y la división sexual de trabajo.

En cuanto al acceso a capacitaciones y asistencias técnicas, hay una marcada diferenciación de acceso entre las mujeres de la zona urbana y rural, por cuanto, las mujeres de la zona urbana, han participado de las capacitaciones y asistencias técnicas mayoritariamente, a diferencia de sus pares de las zonas rurales. Probablemente se debe a que, en las zonas rurales todavía existe mayor predominancia el estereotipo de liderazgo de los hombres en los espacios públicos, tal es así que, 9 de 13 asociaciones turísticas son lideradas por hombres (Programa SeCompetitivo, 2023). Lo mismo sucede, en cuanto al guiado especializado en observación de

aves y aventura, en la participación en ferias internacionales<sup>36</sup> y en la ocupación de cargos públicos relacionados al sector turismo, existe mayor predominancia de oportunidades para los hombres. Sin embargo, es importante recalcar que, con respecto a agremiación y representación, los gremios de empresarios y empresarias vinculados/as al sector turismo en su mayoría están representados por mujeres (56,25%), de la misma forma, en el gremio de profesionales de turismo las mujeres representan el 63% (Programa SeCompetitivo, 2023). Este es un importante avance, en cuanto a la valoración de las mujeres en el sector, pese a ello, existen dificultades que estas enfrentan para lograr posicionarse en los espacios públicos y al mismo tiempo equilibrar con el espacio privado a consecuencia de múltiples factores estructurales que aún predominan en la sociedad.

#### **4.2 Identificación de barreras, desafíos y oportunidades**

El informe del Programa SeCompetitivo (2023), identifica factores del contexto que estarían limitando la igualdad de género en la Cadena de Valor del Turismo, a continuación, se da cuenta de la situación de estos factores clave:

Con respecto a la *Titularidad*, se encuentra que, si bien hombres y mujeres pueden acceder a conformar empresas o emprendimientos vinculados al sector turismo, en igualdad de condiciones, especialmente en las zonas urbanas, la barrera lo constituye la indisponibilidad de capital, el desconocimiento de los procedimientos administrativos para la constitución de empresas y los requisitos para ser prestador de servicios turístico e inscribirse en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos.

---

<sup>36</sup> Ferias Internacionales de Aviturismo.

En el caso del acceso a **Financiamiento**, a nivel de cajas o financieras existe apoyo para las mujeres con negocios vinculados a la cadena de valor del turismo, sin embargo, el monto de los créditos es muy bajo para iniciar y las tasas de interés son muy altos.

Respecto a la **Información y acceso a mercados**, si bien es de libre acceso para hombres y mujeres, a través de distintos medios, sin embargo, acceder a ello, es muy limitado, porque no conocen de la existencia de plataformas, además de las limitaciones de acceso a internet. Con respecto a ferias presenciales o ruedas de negocios, son mayoritariamente los hombres quienes participan, principalmente, debido a que deben disponer mínimo de 3 días, para salir de sus lugares de origen y participar en ellas.

En el acceso a **Capacitación y asistencia técnica**, se visibiliza una limitante con respecto a las pocas intervenciones en capacitación y asistencia técnica que se brindan en las zonas rurales de la región, ya sea por parte el Estado o de otras instituciones; ya que éstas en su mayoría se realizan en las zonas urbanas o ciudades soporte, limitando en su mayoría de veces a las mujeres, ya sea por motivos de movilidad, tareas del hogar, dependencia económica, tareas del cuidado, entre otras.

En relación al acceso a **Especialización** (observación de aves y aventura), el control de las actividades especializadas en la región la tienen los hombres. No existen cursos de especialización que se impartan en la región, estos se dan fuera y requieren de mucha práctica en el campo y disponibilidad de tiempo fuera de casa. Esto se podría considerar una limitante para las mujeres que desean especializarse.

Respecto a aspectos de **Seguridad, discriminación, acoso y estereotipos**, la vulnerabilidad de las mujeres, guías de turismo, recepcionistas y/o counter, así como para las que ejercen funciones públicas en el sector, se ve afectada por parte de los empleadores, compañeros de labores y/o turistas.

En relación a las barreras en los ámbitos *familiar, organizacional y comunal*, se presentan las más relevantes:

*Tabla 9: Barreras de género en la cadena de valor del turismo*

<b>Ámbito</b>	<b>Barreras</b>
<b>Familia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobrecarga de tareas del hogar.</li> <li>• Baja autoconfianza e infravaloración de las habilidades y capacidades de las mujeres.</li> <li>• Bajo nivel educativo y de formación profesional de las mujeres.</li> </ul>
<b>Organización</b> <i>(Asociación/Gremio/Empresa)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasas oportunidades para fortalecer conocimientos y especialización, así como, acceso a financiamiento.</li> <li>• Normalización de pensamientos y actitudes que fomentan violencia contra las mujeres.</li> <li>• Preferencia de los operadores de turismo para contratar guías hombres.</li> <li>• Temor y resistencias para asumir cargos de representación.</li> </ul>
<b>Comunidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasa preparación e involucramiento de las mujeres en la política y la agenda pública regional.</li> <li>• Normas sociales que crean discriminación e infravaloración del rol de las mujeres en la sociedad.</li> </ul>

*Nota:* Adaptado de “*Identificación de Oportunidades y Desafíos Relacionados con la Aplicación del Enfoque de Género en Cadenas de Valor Priorizadas*”. Fuente: Programa SeCompetitivo – HELVETAS Swiss Intercooperation, 2023.

A pesar que las mujeres participan mayoritariamente en los eslabones de la cadena de valor del turismo, como lo indica el informe, ellas enfrentan barreras que limitan su desempeño y oportunidades de crecimiento en el aspecto personal y profesional, estas barreras están

asociadas a roles tradicionales de género y estereotipos, tanto en el ámbito privado como público.

En el ámbito *familia*, las barreras que afectan a las mujeres está sustentada en la discriminación estructural, es decir, en la asignación de roles tradicionales femeninos, puesto que, la sobrecarga de tareas del hogar disminuye sus oportunidades para la educación, así como, para el desarrollo personal, acarrea una baja autoestima y mayor dependencia económica. Las cifras nacionales revelan que, “las mujeres dedican 39 horas con 29 minutos a la semana al trabajo doméstico no remunerado, sin embargo, los hombres solo dedican 15 horas con 54 minutos; en el ámbito rural, las mujeres dedican 47 horas con 9 minutos al trabajo no remunerado y los hombres 20 horas” (INEI, 2022, p. 47). Es decir, el doble que cumplen las mujeres y en algunos casos triple, estaría disminuyendo sus posibilidades de formación profesional, ocio, y sobre todo estaría afectado su salud mental y emocional.

En el ámbito *organización*, “la mujer, como empresaria y empleada del sector turístico, puede llegar a convertirse en origen de innovación de productos y procesos” (INMUJERES, 2013, p. 16), sin embargo, la discriminación laboral que enfrentan por estereotipos de género se ve reflejada en la preferencia de los operadores de turismo para contratar guías hombres, “al tener la percepción de que pueden tener mayor fuerza, sobre todo en casos de riesgo” (Programa SeCompetitivo, 2023, p. 216). Además de ello, también son víctimas de la violencia de género simbólica, dado que, se normaliza actitudes y pensamientos sexistas hacia las mujeres de contextos amazónicos, conjuntamente con acoso sexual por parte de los empleadores y/o turistas, que muchas veces no son denunciadas por temor a represalias y por vergüenza. La baja autoestima de las mujeres y desconfianza en sus capacidades/habilidades, además de no encontrar con apoyo para el cuidado de hijos/as por parte de su círculo cercano, limitada la participación de éstas en los espacios de decisión del sector, el temor y la resistencia a asumir



cargos de representación gremial, de asociaciones o entidades públicas, repercute en el desarrollo sostenible del sector turismo.

En el ámbito **comunidad**, muchos son los factores que limitan a las mujeres de participar en la política y agenda pública regional, siendo uno de ellos, los estereotipos de género que ponen en tela de juicio las capacidades de las mujeres para ejercer altos cargos y gestionar organizaciones, además del “acoso y hostigamiento sexual del cual son víctimas en la administración pública” (Programa SeCompetitivo, 2023, p. 221).

Respecto a los desafíos y oportunidades, se identificaron los siguientes:

*Tabla 10: Oportunidades y desafío de género en la cadena de valor del turismo*

Nivel	Oportunidades	Desafíos
MACRO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondos internacionales que apoyan en la implementación del enfoque de género.</li> <li>• Ley N° 28983, Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, señala que el Estado Peruano, en sus tres niveles de gobierno debe adoptar todas las acciones necesarias para que mujeres y hombres alcancen el goce y ejercicio de sus derechos, sin ningún tipo de discriminación en todas las esferas de su vida, pública y privada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incidencia para la implementación de una política de género en el sector turismo.</li> <li>• Iniciativa legislativa para que los proyectos turísticos integren el enfoque de género en sus componentes e implementación.</li> <li>• Aplicación del enfoque de género en la Estrategia Nacional de Turismo Comunitarios para brindar mejores oportunidades a las mujeres en las zonas rurales.</li> <li>• Aplicación de programa de Certificación de competencias laborales que permitan mejorar sus niveles de empleabilidad y mejorar sus ingresos económicos.</li> </ul>
MESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés de gremios que son liderados por mujeres para que se incluya el enfoque de género en el gremio turístico en la región San Martín.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un programa formal de “empresarias mentoras”, en el que mujeres empresarias ofrezcan mentoría a mujeres que recién inician la actividad empresarial.</li> <li>• Construcción de redes de colaboración a través de Comités de Mujeres para el</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés de los gremios/dueños/as de las empresas por educarse, sensibilizarse y contar con herramientas para aplicar el enfoque de género.</li> </ul>	<p>fortalecimiento y desarrollo de las mismas en zonas urbanas y rurales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de capacitación y sensibilización en enfoque de género para el sector turismo, a través de los Comités de Gestión de Destinos – (plataforma público - privada).</li> </ul>
MICRO		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilización sobre el enfoque de género en espacios comunales y familiares.</li> <li>• Acceso a financiamiento a través de entidades bancarias o fondos concursables no reembolsables dirigido a mujeres emprendedoras en turismo.</li> <li>• Fortalecer capacidades en gestión pública, política y toma de decisiones a las lideresas de gremios/asociaciones.</li> </ul>

*Nota:* Adaptado de “*Identificación de Oportunidades y Desafíos Relacionados con la Aplicación del Enfoque de Género en Cadenas de Valor Priorizadas*”. Fuente: Programa SeCompetitivo – HELVETAS Swiss Intercooperation, 2023.

El mayor desafío a nivel país que se enfrenta para promover la igualdad entre hombres y mujeres es la de promover la implementación de una política de género en el sector turismo, puesto que, es visto principalmente como un instrumento para disminuir la pobreza mediante los beneficios económicos que genera, más no como una oportunidad para alcanzar la igualdad efectiva entre hombres y mujeres que va más allá de solo generar ingresos económicos. El desinterés y desconocimiento por parte de los funcionarios/as públicos/as a cargo de las decisiones del sector sobre las desigualdades que afectan a las mujeres, no permite que se institucionalice el turismo desde el enfoque de género y, por ende, las acciones que ejecuta el MINCETUR como: programas de formación, turismo comunitario, fondos concursables, entre otros, estarían contribuyendo a las relaciones de poder y desigualdades de género.

La organización y sostenimiento de redes de colaboración y mentorías, es un desafío que bien vale la pena que las instituciones públicas o privadas la ejecuten, puesto que, las

empresarias que logran el éxito están dispuestas a compartir y enseñar logros con otras que están en menor nivel, estos espacios de apoyo mutuo y colaboración entre mujeres contribuirían a que éstas logren autonomía económica y más aún desarrollo personal y autovaloración; además, les permitiría acrecentar su red de contactos y por lo tanto, la de mercado en cualquiera de los eslabones de la cadena en la que participan.

En la actualidad todavía las mujeres suelen sentirse menos capacitadas para desempeñar cargos de alto nivel, las capacitaciones que suelen brindar las entidades del Estado y la cooperación internacional estar enfocadas en los roles tradicionales de género como por ejemplo: atención al cliente, cocina, housekeeping, lo que estaría promoviendo la división sexual de trabajo, además, el acceder a financiamiento por no contar con historial crediticio o simplemente porque el turismo es un sector de alto riesgo e inestable para las entidades bancarias, incrementaría el riesgo de caer en fuentes de financiamiento informales, vulnerando su seguridad.

En lo que respecta a las oportunidades, es primordial que se aproveche el interés de la Cooperación Internacional y el sector privado para que el Estado haga efectiva la transversalización del enfoque de género e interculturalidad en el sector turismo, porque no se debe olvidar que el Perú es un país pluricultural y el turismo está basado en ello.

### **4.3 Propuesta de Lineamientos de trabajo**

Las acciones que se presentan están agrupadas por líneas de trabajo para hacer frente las barreras identificadas, los desafíos y aprovechar las oportunidades; abordarlas ayudaría al empoderamiento de las mujeres de manera sistémica, es decir, trabajar en su autoconfianza y valoración, habilidades blandas y fortaleciendo sus capacidades en aspectos técnicos que ayudará a mejorar la competitividad de sus empresas y/o emprendimientos, además de una participación de representatividad más activa en el sector. Este planteamiento podría

constituirse en herramienta importante, para ser presentada ante las entidades competentes del turismo en la región y/o gremios turísticos, en la perspectiva de incorporar de manera progresiva el enfoque de género, en la actividad turística:

*Tabla 11: Propuesta de lineamientos de trabajo*

Nivel	Objetivo de Cambio	Indicadores	Acciones
<b><i>Lineamiento 1: Empoderamiento Económico</i></b>			
Macro (nacional)	Acceso a financiamiento para mujeres emprendedoras.	N° de instituciones que orientan fondos reembolsables y no reembolsables a empresas lideradas por mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convenio marco entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE)<sup>37</sup>, para el apalancamiento de fondos con el fin de promover la inversión en empresas dirigidas por mujeres.</li> <li>- % de fondos concursables reembolsables y no reembolsables dirigido a mujeres emprendedoras.</li> </ul>
Meso (Gobierno regional/ gremios/asociaciones regionales)		N° de instituciones financieras que cuentan con tasa de interés accesibles para mujeres emprendedoras en turismo.	- Gremios regionales de turismo promueven convenios con financieras para facilitar el acceso a crédito a mujeres emprendedoras de zonas urbanas y rurales.
Micro (empresas/colaboradores)		% de mujeres que han obtenido financiamiento con bajas tasas de interés y a	- Convenio con COFIDE para capacitación en finanzas y mentorías.

<sup>37</sup> Opera como un banco de desarrollo mediante la captación de fondos e intermediación financiera para la promoción y financiamiento de inversiones productivas y de infraestructura pública y privada a nivel nacional.

		través de fondos concursables para mejorar e implementar su negocio.	- Asistencia técnica para la elaboración de planes de negocios.  Jornadas de asesoría dirigida a mujeres emprendedoras para acceso a crédito.
<b><i>Lineamiento 2: Fortalecimiento de Capacidades</i></b>			
Macro (nacional)	Funcionarios/as y tomadores/as de decisiones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo capacitados y sensibilizados en enfoque de género.	N° de funcionarios/as y tomadores/as de decisiones con capacidades fortalecidas en enfoque de género.  N° de programas estratégicos nacionales (turismo comunitario, turismo social, turismo de aventura y naturaleza) que integran en sus actividades el enfoque de género.	- Diagnóstico institucional de género en el MINCETUR, como el primer paso para iniciar un proceso de incorporación del enfoque de género en el sector.  - Jornadas de capacitación dirigido a los funcionarios/as y tomadores/as de decisiones. Elaboración de lineamientos técnicos para la incorporación del enfoque de género en las estrategias y programas nacionales de turismo.
Meso (Gobierno regional/ gremios/asociaciones regionales)	Certificación de competencias laborales dirigida a mujeres en el turismo.	N° de mujeres con competencias laborales certificadas en turismo.	- Convenio entre la Dirección Regional de Turismo y la Dirección Regional de Trabajo para ejecutar programa de certificación de competencias laborales dirigida a mujeres (Housekeeping, atención en

			<p>salón/bar, recepción en hotel/hostal y cocina).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En convenio con el Ministerio de Educación, promover la incorporación en el Catálogo Nacional de Oferta Formativa (CNOF) las especializaciones en observación de aves y de turismo de aventura.</li> </ul>
<p>Micro (empresas/colaboradores)</p>	<p>Fortalecimiento de capacidades a mujeres emprendedoras y colaboradoras.</p> <p>Sensibilización en enfoque de género a miembros de los gremios turísticos e integrantes de las mesas técnicas.</p>	<p>Nº de mujeres empresarias y colaboradoras con capacidades fortalecidas.</p> <p>Nº de personas sensibilizadas en enfoque de género que pertenecen a los gremios turísticos y/o mesas técnicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programa de capacitación en temas relacionados al diseño de productos turísticos, marketing y comercialización, negociación y TIC´.</li> <li>- Convenio con universidades o institutos para ejecutar programas de enseñanza del idioma inglés a nivel intermedio dirigidos a mujeres guías.</li> <li>- Talleres en autoestima, habilidades blandas, liderazgo, trabajo en equipo, roles y estereotipos de género dirigido a mujeres empresarias y colaboradoras.</li> </ul>

<b><i>Lineamiento 3: Representación y acceso a toma de decisiones</i></b>			
Macro (nacional)	Creación de la Red de Mujeres Empresarias/emprendedoras en Turismo	% de mujeres empresarias/emprendedoras pertenecen a la Red.  % de mujeres que participan de las Mentorías de mujeres líderes del sector.	Fortalecimiento de capacidades a través de Mentorías de Mujeres Líderes hacia las empresarias/emprendedoras de la región.
(Gobierno regional/ gremios/asociaciones regionales)	Participación de mujeres en cargos directivos en los gremios turísticos.	% de mujeres vinculadas a la cadena de turismo que fortalecen sus capacidades en gestión organizacional.  % de cargos directivos y gerenciales que son asumidos por mujeres vinculadas al sector turismo.	Asesoría y acompañamiento a organizaciones y gremios turísticos para la implementación de mecanismos que promuevan y faciliten la participación de mujeres en cargos directivos y gerenciales.  Fortalecer capacidades en gestión pública, política y toma de decisiones a las líderes de gremios/asociaciones.

Nota: Adaptado de “*Identificación de Oportunidades y Desafíos Relacionados con la Aplicación del Enfoque de Género en Cadenas de Valor Priorizadas*”. Fuente: Programa SeCompetitivo – HELVETAS Swiss Intercooperation, 2023.



En la tabla 11, se proponen acciones agrupadas bajo 3 lineamientos, cada uno con propuesta de acciones para ser ejecutadas en tres niveles: maso, meso y micro.

**Empoderamiento Económico:** Se hace énfasis en el acceso a financiamiento, a través de fondos concursables y crediticios para las mujeres emprendedoras, facilitado a través de convenios con entidades financieras públicas o privadas. Estos fondos estarían aportando en la mejora e innovación de sus negocios a través de la implementación de infraestructura, capacitaciones al talento humano, tecnología, comercialización, etc., con el objetivo de para mejorar la calidad de los servicios.

**Fortalecimiento de Capacidades:** Basada en mejorar las competencias de las mujeres mediante programas de capacitación según sus necesidades, así como, en desarrollo personal. Además, con la certificación de competencias laborales, tendrán mayores oportunidades y reconocimiento. En esta misma línea, se pretende capacitar a los funcionarios/as y tomadores/as de decisiones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, con el objetivo de que éstos conozcan y comprendan el turismo desde la perspectiva de género, como primer paso para iniciar en el proceso de incorporación a la política pública del sector.

**Representación y acceso a la toma de decisiones:** En esta línea se promueve la participación de las mujeres en cargos de representación, ya sea a nivel de gremios o asociaciones. Para ello, se añade las capacitaciones en temas relacionados a gestión organizacional, para obtener conocimiento previo antes de asumir algún cargo de representación. Así mismo, se considera importante la creación de la Red de Mujeres Empresarias y las mentorías de mujeres líderes en el rubro, con el objetivo de ser una red de soporte para las mujeres involucradas en las distintas actividades del turismo.

## 5. CONCLUSIONES

- El primer estudio realizado de la Cadena de Valor del Turismo desde el Enfoque de Género, ha permitido visibilizar el grado de participación, las relaciones de poder, desigualdades, violencias y estereotipos de género que enfrentan las mujeres en el sector turismo.
- El turismo es un sector que tiene un gran potencial para empoderar a las mujeres, puesto que, ellas se encuentran distribuidas en todos los procesos: *estratégicos* (85,18%), *operativos* (61,53%) y *de apoyo* de la cadena de valor del turismo, constituyendo una gran fuerza laboral para el sector y también para fortalecer su autonomía.
- A pesar que, las mujeres tienen una mayor participación en la cadena de valor del turismo, el acceso y control de los bienes y servicios relacionados a activos tangibles, acceso a mercados internacionales, guiado especializado y participación en cargos públicos relacionado al sector, son limitados. Las brechas aún son muy altas para igualar la participación de mujeres y hombres en estos aspectos.
- La sobrecarga de tareas del hogar, la baja autoconfianza e infravaloración sus habilidades y capacidades que se tienen las mujeres de sí mismas, además de la normalización de pensamientos y actitudes que fomentan violencia de género, entre otros aspectos, son barreras que enfrentan tanto en el espacio privado como público a consecuencia de las roles y estereotipos de género arraigadas en la sociedad, limitando el potencial que tienen las mujeres para liderar y gestar el desarrollo el sector turismo bajo un enfoque holístico.

- Uno de los principales desafíos en cuanto a promover la igualdad de género es la instauración de una Política Nacional de Género en el sector turismo y la transversalización de la misma, abarcar al sector público y privado (gremios, empresas y asociaciones turísticas), permitiría ascender hacia la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres, cerrar las brechas existentes y promover la autonomía en todas sus formas de las mujeres de las zonas urbanas y rurales vinculadas al sector turismo.
- El interés de la Cooperación Internacional para financiar proyectos con enfoque de género, además del interés de empresarios, presidentes/as de gremios y asociaciones turísticas en participar de proceso con enfoque de género, aportará al escalamiento hacia la igualdad entre hombres y mujeres.
- El empoderamiento económico a través del acceso a financiamiento para mayor acceso a activos intangibles, de la misma manera, el fortalecimiento de capacidades en temas gerenciales/administrativos y en la toma de decisiones, como lineamientos de trabajo tanto a nivel público como privado, disminuiría las brechas que han sido identificadas en la cadena de valor del turismo.
- Derribar las barreras estructurales de género que enfrentan las mujeres en el sector turismo, permitiría que tengan mayores oportunidades de formación y empleo, por ende, una mayor autonomía tanto física como económica.

## 6. RECOMENDACIONES

- Analizar la cadena de valor del turismo es muy amplia y compleja, por lo que se recomienda reanalizar un estudio a profundidad enfatizando en las relaciones de poder, las diferentes modalidades de violencia, brechas y barreras que afecta a las mujeres tanto en las zona urbana y rural que se dedican a la actividad turística.
- El turismo es un sector que tiene la capacidad empoderar a las mujeres, se recomienda desarrollar política pública, programas y/o proyectos turísticos desde el enfoque de género, porque solo diferenciando las necesidades de hombres y mujeres se logrará el desarrollo sostenible en los tres pilares económico, social y ambiental.
- Se recomienda que los lineamientos de trabajo que se desarrollen a partir de proyectos deben ponerle énfasis en el desarrollo personal, la autovaloración y autoconfianza de las mujeres, además de brindarles herramientas para fortalecer sus capacidades técnico-productivo, de tal manera que el empoderamiento sea completo.

## 7. REFERENCIAS

- Alliance, Rain Forest. (2005). *Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica, Una guía para iniciativas turísticas comunitarias*. Epicentro Publicidad. San José de Costa Rica.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología Científica*. (6ta ed.). Editorial Episteme.
- Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial (2023). *La Mujer, La Empresa y el Derecho 2023*.
- Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer – CEDAW, (2010). *Proyecto de Recomendación general N° 28 relativa al artículo 2 de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*.
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC). (2023). *Contribución económica del sector de viajes y turismo al PIB de LATAM rebasará los niveles prepandemia: WTTC*. <https://wttc.org/news-article/contribucion-economica-del-sector-de-viajes-y-turismo-al-pib-de-latam-rebasara-los-niveles-prepandemia-wttc>
- Coppin, L. (2009). *Cadenas de Valor en Turismo*.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología*. (2da ed.). Prentice Hall.
- El Peruano. Normas Legales (2009). Ley General del Turismo. Ley N° 29408. <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29408.pdf>
- Ferguson, L. (2010). *Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica, vol. (111), pp. 123-133*

Fuller, N. (2010). *Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición social, economía familiar y relaciones de género*. Vol. 8 N°2 págs. 293-304. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.

Glosario de Términos de Turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Guzmán Pacheco, E. & Del Pozo Loayza, C. (2019). *Determinantes de las Brechas salariales entre hombres y mujeres en el sector turismo Peruano: Un análisis de descomposiciones por cuantiles*. CIES-Consorcio de Investigación Económica y Social y Centro Bartolomé de las Casas. <https://www.mimp.gob.pe/omep/pdf/evidencias/Del2019.pdf>

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2017). *Guía sobre el enfoque de igualdad de género y derechos humanos en la evaluación. Orientaciones para su incorporación en el proceso de evaluación*. <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/UWG8czewS5-A8GJsx8xBCw>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta ed.). McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Hernández, W. (2019). *Violencias contra las Mujeres. La necesidad de un doble plural*. GRADE.

Instituto Nacional de la Mujer (INMUJERES). (2007). *Glosario de Género*

Instituto Nacional de la Mujer (INMUJERES). (2013). *Mujer y Techo de Cristal en el Sector Turístico*.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Estadísticas con Enfoque de Género. Trimestre: octubre, noviembre, diciembre 2022. Informe Técnico N°1 – marzo 2023*.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Perú: Brechas de Género, 2022: Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Perú: Proyecciones de Población Total según Departamento, Provincia y Distrito, 2018- 2022*. Boletín Especial N° 17.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2018). *San Martín Resultados Definitivos*.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Perú: Femicidio y Violencia contra la mujer 2015 - 2022*.

Lamas, M. (1986). *La perspectiva de género*.

MINCETUR (2009). *Ley General del Turismo en el Perú. Ley N° 29408*

MINCETUR. San Martín: *Reporte Regional de Turismo Año 2022*.

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica San José, Costa Rica (MIDEPLAN). (2017). *Guía sobre el enfoque de igualdad de género y derechos humanos en la evaluación. Orientaciones para su incorporación en el proceso de evaluación*.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP). (2019). *Política Nacional de Igualdad de Género*.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2019). *Plan Estratégico Regional de Turismo San Martín 2019-2030*.

Moreno, D., Molina, C., Romero, M., 2021. *Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica*. Informe. Programa Mujeres, Economía Local y Territorios (MELYT), ONU Mujeres. Rimisp.

Moreno, D. (2018). *Como Elaborar un Diagnóstico de Turismo y Género en un Contexto Rural*. (N° 5). Alba Sud Editorial.

- Moreno, D. y Cañada, E. (2018). *Dimensiones de género del trabajo turístico*. (N° 4). Alba Sud Editorial.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP). (2022). *Cartilla Gráfica Política Nacional de Igualdad de Género*.
- Magallón, C. (2005). *Epistemología y Violencia. Aproximación a una visión integral sobre la violencia hacia las mujeres*.  
[https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/3165/1/Feminismos\\_6\\_03.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/3165/1/Feminismos_6_03.pdf)
- Motta, A. (2011). *La “Charapa ardiente” y la hipersexualización de las mujeres amazónicas en el Perú: perspectiva de mujeres locales*.  
[https://www.researchgate.net/publication/279467255\\_La\\_charapa\\_ardiente\\_y\\_la\\_hipersexualizacion\\_de\\_las\\_mujeres\\_amazonicas\\_en\\_el\\_Peru\\_perspectivas\\_de\\_mujeres\\_locales](https://www.researchgate.net/publication/279467255_La_charapa_ardiente_y_la_hipersexualizacion_de_las_mujeres_amazonicas_en_el_Peru_perspectivas_de_mujeres_locales)
- Naciones Unidas -CEPAL, Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. (2023). *Brechas de Género en las Cadenas Globales de Valor en América Latina y el Caribe: Nuevos y Viejos retos en un escenario de incertidumbre*.
- Naciones Unidas. Derechos Humanos (1993). *Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer*. 85ª sesión plenaria. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/declaration-elimination-violence-against-women>
- Organización Mundial del Turismo. *Introducción al Turismo*.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2010). *Guía para la incorporación de la perspectiva de género en las estrategias de desarrollo económico local*.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2021). *Desarrollo de cadenas de valor para el trabajo decente Un enfoque sistémico para crear más y mejores empleos*.



- Organización Mundial del Turismo (OMT) y La Entidad de la ONU para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujeres (ONU Mujeres) (2013). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*.
- Organización Mundial del Turismo (2023). *Comunicado de Prensa*. [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/230509-unwto-barometer-es.pdf?VersionId=feZyIQ1\\_VpE8MGln.f29tLq5ueLI7kPX](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/230509-unwto-barometer-es.pdf?VersionId=feZyIQ1_VpE8MGln.f29tLq5ueLI7kPX)
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo*
- Padilla y Oddone, 2016. *Manual para el Fortalecimiento de Cadenas de Valor*
- Pérez, B. y Fuller, N. (2015). *Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú*. Quaderns (2015) 31, pp. 97- 121, ISSN 0211-5557. <https://publicacions.antropologia.cat/quaderns/article/view/156/77>
- Picado, A. y Martínez-Gayo, G., 2022. *Violencia sexual y de Género en el contexto turístico*. Alba Sud Editorial.
- Programa SeCompetitivo – HELVETAS Swiss Intercooperation (2023). “*Identificación de Oportunidades y Desafíos Relacionados con la Aplicación del Enfoque de Género en Cadenas de Valor Priorizadas*”. Informe Final.
- Pulido y López (2016). *La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España*. INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 26, núm. 59, enero-marzo, 2016, pp. 155-175
- Ramos, D., (2017). *Evaluación de la contaminación sonora producida por el tráfico vehicular en el distrito de Tarapoto, provincia y Región San Martín*, 2017 (página 33-38)

Romero, W., (2006). *Cadenas de Valor: Una Aproximación Conceptual y Metodológica para su estudio*. Universidad Rafael Landívar, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IDIES)

Segovia, M. y Figueroa, C., (2018). *Turismo y Género. La Perspectiva inclusiva en la gestión turística*. Editorial UOC (Oberta UOC Publishing, SL)

World Economic Forum (WEF) (2023). *Global Gender Gap Index 2023*.  
<https://es.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2023/digest/>

## 8. ANEXOS

### Anexo 1: ACTA DE APROBACIÓN DE CHÁRTER



#### ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

**Nombre y apellidos:** Yessenia Bardales Panduro  
**Lugar de residencia:** Tarapoto – San Martín - Perú  
**Institución:** Trabajadora Independiente  
**Cargo / puesto:**

Información principal y autorización del PFG	
<b>Fecha:</b> 13 de junio 2023	<b>Nombre del proyecto:</b> Análisis del comportamiento de la cadena de valor del turismo desde el enfoque de género para promover la igualdad de hombres y mujeres en la actividad turística en el distrito de Tarapoto, provincia y región de San Martín.
<b>Fecha de inicio del proyecto:</b> 28 de junio 2023	<b>Fecha tentativa de finalización:</b> 28 de septiembre 2023
<b>Tipo de PFG: (tesina)</b>	
<b>Objetivo general:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar el comportamiento de la cadena de valor del turismo desde el enfoque de género para promover la igualdad de hombres y mujeres en la actividad turística en el distrito de Tarapoto, provincia y región de San Martín, Perú mediante un enfoque cualitativo en el 2023.</li> </ul>	
<b>Objetivos específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un análisis para conocer y comprender la dinámica de género que se produce en la cadena de valor del turismo en el distrito de Tarapoto, provincia y región de San Martín, Perú.</li> <li>Identificar Barreras, Desafíos y Oportunidades para ascender en la igualdad de género mediante el levantamiento de información en campo con actores vinculados en la cadena de valor del turismo.</li> <li>Diseñar lineamientos de trabajo a nivel macro, meso y micro mediante propuestas prácticas y estratégicas para contribuir al cambio hacia la igualdad de género en la cadena de valor del turismo.</li> </ul>	
<b>Descripción del producto:</b>	

+506 2283 6464  
 info@uci.ac.cr  
 www.uci.ac.cr

Avenida 15, Calle 25  
 Barrio Escalante  
 Costa Rica

Conocimiento,  
 creatividad  
 y conectividad



**UCI**  
Universidad para la  
Cooperación Internacional



**ELAP**  
Escuela Latinoamericana  
de Areas Protegidas

Por generaciones la sociedad ha impuesto roles de género muy marcados a hombres y mujeres, siendo éstas, reducidas y encasilladas a su capacidad biológica y reproductiva desarrolladas en el espacio privado, y a cargo, casi exclusivo de las labores domésticas y de cuidado. Esta cultura patriarcal arraigada en la sociedad, afecta a las mujeres, menoscabando su autoestima y seguridad, limitando su derecho a participar de la esfera pública, con autonomía.

Situación que en la actualidad sigue reproduciéndose, las mujeres vinculadas al sector turismo no son ajenas a ellas, limitando en primer lugar, su desarrollo personal, que a su vez restringe sus relaciones interpersonales, su autonomía y toma de decisiones; así como, las oportunidades de ascenso y desarrollo en el ámbito profesional/laboral.

En el Perú, la pandemia ha hecho más visible las brechas de género, exacerbando la situación de las mujeres, niñas y adolescentes, aumentando la posibilidad de que sufran violencia psicológica, física y sexual. El machismo y los estereotipos de género presentes en la sociedad peruana contribuyen a la inequidad laboral. El trabajo doméstico no remunerado y el cuidado de niños y familiares suele recaer sobre las mujeres, lo cual reduce su tiempo para capacitarse y trabajar propiamente.

El turismo ha demostrado ser capaz de ofrecer vías para el empoderamiento de las mujeres, debiendo aprovechar ese potencial para lograr alcanzar la autonomía económica, física y la toma de decisiones, sin embargo, la ausencia del enfoque de género en las políticas del sector turismo; así como los medios de comunicación y redes sociales, fomentan y normalizan la violencia contra las mujeres, colocándolas en situación de vulnerabilidad durante el ejercicio de los quehaceres propios de la actividad turística.

#### Descripción del proyecto:

El estudio permitirá realizar el análisis de género desde la perspectiva específica de las tres dimensiones de la *Autonomía de las Mujeres*: la física, la económica y la referida a la toma de decisiones.

El proyecto contemplará el uso de metodología que permita llevar a cabo el estudio basado en tres fases interrelacionadas entre sí: **1) Análisis de género**, que determinará la condición y posición de mujeres y hombres en la cadena de valor del turismo, así como las causas que estarían condicionando situaciones de desigualdad de género. **2) Identificación de brechas, barreras, desafíos y oportunidades**, con los resultados de la fase anterior y el análisis, tanto de la normativa vinculada a competitividad en cadenas de valor y género, como sobre experiencias exitosas, serán el insumo principal para la identificación de brechas y barreras, así como la identificación de desafíos y oportunidades para promover la equidad de género. Finalmente, en

+506 2283 6464  
info@uci.ac.cr  
www.uci.ac.cr

Avenida 15, Calle 25  
Barrio Escalante  
Costa Rica

Conocimiento,  
creatividad  
y conectividad



la fase **3)** Se **Elaborará propuestas de acción** para promover la igualdad de género con miras a la contribución de los ODS 5.

**Idea:**

Incorporación del enfoque de género para transformar la desigualdad entre hombres y mujeres en el desarrollo del turismo.

**Enfoque del estudio:** Cualitativo, estudio que implica la recopilación, análisis e interpretación de datos no numéricos, desde un enfoque de género, que permiten comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con los significados que las personas les atribuyen. Por ello los resultados se expresan en palabras. Este tipo de estudios ayuda a obtener una mejor comprensión de conceptos complejos, interacciones sociales o fenómenos culturales como los que hacen parte de las dinámicas de género vinculadas a las cadenas de valor.

**Literatura:**

- Brechas de género en el Perú
- Informe mundial sobre las mujeres en turismo
- Enfoque de Género
- Autonomía de las Mujeres
- Análisis de cadenas de valor sensibles al género

**Alcance:** Exploratorio, al no contar con mayor investigación sobre la aplicación del Enfoque de Género en el Turismo en la Región San Martín.

**Necesidad del proyecto:**

Las normas socioculturales determinan las expectativas sobre los roles y responsabilidades considerados apropiados para mujeres y hombres. Estas normas influyen en la división del trabajo en el espacio doméstico, en las cadenas de valor y en general en el mercado laboral.

Este estudio busca comprender un fenómeno particular, que es conocer la igualdad de género en la cadena de valor del turismo. Con la identificación de roles y tareas que realizan los hombres y las mujeres en la cadena de valor del turismo, así como las asimetrías, relaciones de poder e inequidades que se producen entre ellos.

**Justificación de impacto del proyecto:**

A través de la investigación que se desarrollará se contribuirá a:

+506 2283 6464  
info@uci.ac.cr  
www.uci.ac.cr

Avenida 15, Calle 25  
Barrio Escalante  
Costa Rica

Conocimiento,  
creatividad  
y conectividad



- Comprender la dinámica de género que se presenta en el sector turismo.
- Diseño e implementación de estrategias efectivas para la promoción de la igualdad de género por parte del sector público y privado.

Abordar el turismo desde la mirada de género, permitirá visibilizar a las mujeres que participan en la actividad turística, valorando su rol productivo, reproductivo y de toma de decisiones.

**Restricciones:**

- Inexistencia de estudios de investigación sobre género y turismo realizados en la región San Martín.
- Escasa apertura por parte de los actores del sector privados (empresarios/as) para brindar de información sobre la participación de hombres y mujeres en las empresas.
- Inexistencia de datos desagregados por sexo del sector turismo en la región.

**Entregables:**

- Diagnóstico y Análisis del turismo con enfoque de género.
- Identificación de Oportunidades y Desafíos en la incorporación del enfoque de género en turismo.

**Identificación de grupos de interés:**

Cliente(s) directo(s):

- Mujeres y hombres de la cadena de valor del turismo
- Empresarios y empresarias del sector turismo
- Presidentes de asociaciones y gremios turísticos

Cliente(s) indirecto(s):

- Turistas que visitan el distrito de Tarapoto

**Aprobado por (Tutor):**

Gloriana Reyes Rojas

**Firma:**

**Estudiante:**

Yessenia Bardales Panduro

**Firma:**

+506 2283 8464  
info@uci.ac.cr  
www.uci.ac.cr

Avenida 15, Calle 25  
Barrio Escalante  
Costa Rica

**Conocimiento,  
creatividad  
y conectividad**