

DE GUARDIANA DE LA GASTRONOMÍA A GESTORA DEL TURISMO, MUJERES AGENTES DE CAMBIO EN REAL DEL MONTE, MÉXICO

FROM GUARDIAN OF GASTRONOMY TO TOURISM MANAGER, WOMEN AGENTS OF CHANGE IN REAL DEL MONTE, MEXICO

*Dentro de cien años, pensé llegando a la puerta de mi casa, las mujeres
habrán dejado de ser el sexo protegido. Lógicamente, tomarán parte en todas
las actividades y esfuerzos que antes les eran prohibidos... (Virginia Woolf, 1929)*

TANIA ELIZABETH CEBALLOS ÁLVAREZ

<https://orcid.org/0000-0002-1557-2736>

tania_ceballos@uaeh.edu.mx

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

ELSY ABRIL TORRES RAMÍREZ

<https://orcid.org/0009-0001-7390-4751>

to463985@uaeh.edu.mx

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

JUDITH ALEJANDRA VELÁZQUEZ CASTRO

<https://orcid.org/0000-0001-7138-9293>

judithalejandra666@gmail.com

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen

La desigualdad de género ha marcado históricamente diversas esferas sociales, incluyendo la cultura y el patrimonio. En Real del Monte, Hidalgo, las mujeres han desempeñado un rol fundamental en la preservación de técnicas y recetas gastronómicas tradicionales que, junto con el auge del turismo, se han convertido en un atractivo clave del destino. Este estudio cualitativo, basado en entrevistas en profundidad y un estudio de caso, visibiliza la participación femenina no solo como guardianas del patrimonio gastronómico, como en el caso del *paste*, platillo emblemático de la región, sino también como gestoras activas del turismo local, liderando iniciativas como el Festival Internacional del *Paste*. A pesar de enfrentar barreras estructurales y roles de género tradicionales, estas mujeres son agentes de cambio que contribuyen al rescate de la memoria colectiva y a la promoción de un turismo socialmente justo. Se concluye que reconocer institucional y socialmente sus aportes es indispensable para revalorizar los saberes ancestrales y avanzar hacia una equidad de género en la gestión turística.

Palabras clave: Gastronomía, gestión, mujer, patrimonio, Real del Monte.

Abstract

Gender inequality has historically marked several social spheres, including culture and heritage. Women in Real del Monte, Hidalgo, have played a fundamental role preserving traditional culinary techniques and recipes which, together with the rise of tourism, have become a key attraction of the destination. This qualitative study, based on in-depth interviews and a case study, highlights the participation of women not only as guardians of gastronomic heritage, as in the case of the *paste*, an emblematic dish of the region, but also as active managers of local tourism, leading initiatives such as the International *Paste* Festival. Despite facing structural barriers and traditional gender roles, these women are agents of change who contribute to preserving collective memory and promoting socially just tourism. It is concluded that institutional and social recognition of their contributions is essential to revaluating ancestral knowledge and advancing towards gender equality in tourism management.

Keywords: Gastronomy, management, woman, heritage, Real del Monte.

Recibido: 30 de enero de 2026

Aceptado: 11 de junio de 2026

CÓMO CITAR: Ceballos, T. E., Torres, E. A. y Velázquez, J. A. (2026). De guardiana de la gastronomía a gestora del turismo, mujeres agentes de cambio en Real del Monte, México. *Dimensiones Turísticas*, 10, e1043422. <https://doi.org/10.47557/LIZL3422>



1. Introducción

El turismo constituye una de las actividades más redituables a nivel mundial. Para el año 2025 se registraron 1,520 millones de llegadas internacionales, superando la cifra del año previo en 4%, lo que pone de manifiesto la franca recuperación pospandemia y el retorno a la tendencia de crecimiento promedio de 5% registrada entre los años 2009 y 2019 (OMT, 2026). A nivel nacional, representa uno de los sectores más dinámicos, constituyendo en 2024, 8.7% del PIB de México (SECTUR, 2025); mientras que el estado de Hidalgo se ha favorecido de políticas turísticas como el nombramiento de nueve Pueblos Mágicos, siendo el segundo, Real del Monte, donde se lleva a cabo esta investigación. En años recientes, el estado ha puesto en marcha estrategias para incentivar el turismo de proximidad, surgiendo en 2017 el distintivo “Pueblos con Sabor” con el objetivo de “reconocer y poner en valor la riqueza gastronómica de los municipios hidalguenses poseedores de atributos de singularidad, autenticidad y tradición, y que sean referente prioritario para quienes reconocen a Hidalgo como un destino único y diferenciado” (SECTUR Hidalgo, s.f.).

Dicho distintivo tiene como eje rector la gastronomía local, donde juegan un papel importante las mujeres; no obstante, al igual que en otros sectores y como históricamente se ha perpetuado, poco se visibiliza el rol fundamental que han tenido en la preservación de estos elementos identitarios, que, a diferencia de otros bienes culturales no gozan del mismo reconocimiento.

En este sentido, el objetivo de este manuscrito es visibilizar la importancia de la participación femenina en la conservación del patrimonio gastronómico y la gestión turística. A través de una metodología cualitativa fundamentada en entrevistas a profundidad, se retoma un estudio de caso para mostrar que, con la histórica asignación de los roles de género y la división sexual del trabajo, las mujeres han tenido la responsabilidad de la alimentación y la salud familiar. Con ello, se han convertido en portadoras de conocimientos que se han transmitido de generación en generación, conformando un acervo de técnicas y recetas que se constituyen como parte del patrimonio inmaterial de un destino.

Se aborda la forma en que la activación patrimonial reivindica ciertos legados, en este caso, a través de la gastronomía, particularmente de la patrimonialización del paste, un alimento típico de la región, que por medio del discurso oficialista adquiere el nombramiento, haciendo patente su valor simbólico. Se hace hincapié en

la historia de una mujer que con un negocio local de cuarta generación ha logrado el sustento familiar a la vez que contribuye a la conservación de la técnica artesanal y a la gestión del destino, liderando uno de los eventos más importantes del municipio, que ha concretado 17 ediciones. De esta manera, la relevancia social de la participación femenina, tanto en la preservación del patrimonio como en la gestión turística, se reafirma como eje fundamental de la identidad local.

A pesar de ser un caso de éxito, no escapa de las estructuras de poder patriarcal, pues utiliza su ingenio para compatibilizar el trabajo remunerado y la gestión con las labores domésticas. Lo anterior adquiere pertinencia en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, poniendo de manifiesto los múltiples desafíos que enfrentan las mujeres para participar en espacios públicos y toma de decisiones (ONU, 2020). Este estudio de caso no pretende generalizar sobre el fenómeno, sino profundizar en las vivencias cotidianas, los aportes y significancia del legado femenino como un ejemplo de los múltiples existentes sin reconocimiento social.

2. Marco teórico

2.1 Patrimonio cultural intangible

Desde épocas remotas, las sociedades han transmitido continuamente el conocimiento adquirido, almacenado y acumulado a las siguientes generaciones en forma de relatos orales sobre sus saberes, opiniones, trabajo y experiencias (Ronra y Kodand, 2020). Este intercambio ha permitido la prevalencia del patrimonio inmaterial en sus distintas manifestaciones, que dotan de identidad, refuerzan el sentido de pertenencia de un grupo humano y constituyen un activo importante en los procesos de desarrollo.

La noción de patrimonio cultural ha evolucionado en el tiempo para comprender no sólo los bienes del pasado, estáticos, neutrales, con sentidos y valores fijos, sino un proceso social acumulable, renovable y sujeto a producir rendimientos. Es fuente de disputa económica, política y simbólica, donde diversos sectores se apropian de él de manera desigual, precisan cuáles bienes son superiores y cuáles deben ser conservados. Así, las clases populares, que incluso pueden ser más representativas de la historia y la identidad local, que poseen creatividad y valor estético manifiesto a través de artesanías, música, cocina, entre otros; por las desigualdades estructurales tienen menos posibilidades de reconocerse como patrimonio (García Canclini, 1997).

Los poderes hegemónicos, en su mayoría, son los encargados de decantar lo que debe ser valorado y preservado en la memoria colectiva. Es por ello, que, desde distintas perspectivas, lejos de visualizarse como una forma de protección de los elementos culturales, se asocia con intervencionismo y despojo (Guevara, 2018), pues desde la visión economicista devela los intereses de ciertos grupos por apropiarse de él y convertirlo en mercancía (Hernández, 2022), por lo que se vuelve fuente de tensiones y conflicto.

No obstante, en las últimas décadas ha surgido una especie de democratización de los procesos patrimoniales que han puesto en valor una mayor diversidad de bienes culturales, resignificando su uso social y acuñándolo como recurso vivo de la sociedad. García Canclini (1999) define el patrimonio cultural como la apropiación de la historia por parte de su sociedad. Surge de una construcción socioinstitucional y un proceso denominado "patrimonialización" (Romagnoli, 2019), que implica seleccionar de los bienes culturales, aquellos símbolos y representaciones que corresponden con la identidad de un pueblo.

Así, el patrimonio cultural se conforma de las expresiones vivas, herencia de las generaciones pasadas, manifiesta en conocimientos, rituales, prácticas, saberes, técnicas que están presentes en la ciencia, la arquitectura, la filosofía, las artes, la gastronomía, la artesanía, la religión y en distintas facetas del comportamiento social (González, 2022).

De esta manera, aunque la activación patrimonial proviene generalmente de los agentes hegemónicos, su legitimación depende de la apropiación social de los elementos culturales, su puesta en valor y significación, convirtiéndose en reflejo de la sociedad en un tiempo determinado. En ese sentido, los procesos de patrimonialización históricamente mantuvieron una visión androcéntrica al servicio del patriarcado, por lo que la aportación de las mujeres ha sido poco visibilizada (Mejía, 2023), pues está intrínsecamente ligada a la génesis del concepto patrimonio, que en sus orígenes se asociaba principalmente con elementos arquitectónicos, y no es hasta el siglo XX, cuando gracias al feminismo las mujeres empiezan a conquistar algunos derechos que les permiten participar en la vida pública.

Es por ello, que, en su mayoría, la obra de las mujeres en el arte, la poesía, el teatro, la música permanecieron en el anonimato hasta finales del siglo XIX; mientras que sus saberes, habilidades y creatividad quedaron en la intimidad de lo doméstico para el cuidado del seno familiar.

2.2 Mujeres, cocina y patrimonio

La hegemonía del patriarcado y del capitalismo es construida desde la vida diaria y las prácticas cotidianas que son interiorizadas y encuentran validación y legitimación en las instituciones, concibiendo una realidad única regida por la naturalización de los roles de género y la dominación masculina. Dicha ideología niega la existencia de la otredad, saberes, sentires y concepciones del mundo que pretenden ser invisibilizados (Marín et al., 2023).

Esta realidad patenta la división sexual del trabajo, donde la cocina ha estado a cargo de las mujeres desde épocas remotas. Se vincula con el trabajo doméstico como parte de la asignación social y cultural de los roles determinados por la institución familiar. Incluso, se asocia con la naturaleza biológica de alimentar y proteger (Platzer, 2011). Más que un factor natural, esta construcción social obedece a las estructuras de poder que definen los estereotipos de género, colocando históricamente al hombre a cargo de las actividades económicas productivas, y, por ende, remuneradas; mientras que, a la mujer, en las labores domésticas y de cuidado, invisibilizadas socialmente y relegándolas al espacio privado.

Con la responsabilidad de la alimentación como parte de sus deberes, las mujeres han transmitido sus saberes culinarios de generación en generación, conformando parte importante del patrimonio inmaterial de los destinos. Sin embargo, socialmente se valida el conocimiento siempre y cuando se desarrolle bajo los criterios establecidos por las instituciones regidas por el poder hegemónico disciplinar (Arango y Aristizábal, 2022).

Desde la perspectiva feminista se ha cuestionado la limitada participación de las mujeres en lo que se considera patrimonio, pues desde la raíz etimológica con visión androcéntrica: “herencia del padre”, hasta las múltiples limitaciones estructurales, como el acceso a la educación, les impidió participar en la producción y legitimación de los bienes culturales por siglos (Guirao, 2019). Por ello, Lagunas y Ramos (2007) sostienen que existe una concepción ideológica en el mundo “occidental” donde los bienes culturales producidos por las mujeres en distintas etapas de la historia tanto en la alfarería, textilería, se perciben de naturaleza inferior a otros elementos culturales, por asociarse mayormente con el trabajo doméstico. Por consiguiente, el patrimonio se constituye como fuertemente generizado en relación con lo masculino.

La cocina, por su parte, se trata de “un sistema cultural alimentario organizado sobre la base de oposiciones y clasificaciones, representaciones, prácticas heredadas, cultura material, significados y formas simbólicas complejas como los guisos que, al igual que el lenguaje, organiza, hace estructura” (p. 166). Cocinar no solo implica satisfacer una necesidad fisiológica sino un acto sociocultural de complejidad excepcional, fungiendo como expresión de identidad de un grupo humano, de un territorio o de una región (Licona et al., 2019).

Un guiso es una práctica cultural que implica un conocimiento especializado, combina calidades de ingredientes, tiempos y procedimientos de preparación y cocción y utensilios específicos para producirlo, manufacturar un sabor nuevo que funciona como capital simbólico de la persona, familia o grupo que lo produce (Licona et al., 2019, p. 170).

De esta manera, la alimentación no es sólo un proceso para cubrir necesidades, sino una forma de representación colectiva, un símbolo de cultura e identidad grupal, donde los platillos e ingredientes utilizados en la cocina comunican aspectos significativos para los grupos (Sánchez y Delgado-Cruz, 2020). Tanto el consumo de alimentos y los procesos socioculturales que lo sustentan configuran las identidades colectivas al tiempo que expresan las relaciones sociales y de poder (Álvarez, 2005).

Así, la mujer fue vista como responsable de la labor doméstica de alimentar, hasta que surge la profesión del chef, donde tuvieron mayor representación los hombres (Platzer, 2011); por ello, Sánchez et al. (2020, p. 11) mencionan que “la mujer inventó la cocina, una labor que ejercía en exclusiva, y fue separada de ella solo cuando ésta adquirió importancia simbólica y económica”.

En este sentido, la cocina se ha configurado como un espacio asociado con la rutina y el ritual, que inscribe y refuerza roles y responsabilidades de género específico (Meah y Jackson, 2013). Así como en la cocina, el espacio no es neutro desde el enfoque de género, sino que se utiliza como medio de control social y político, donde hombres y mujeres no participan en igualdad de condiciones (Delgado, 2003).

Estas estructuras sociales tienen eco en el denominado “*habitus* de género”, que según Bourdieu (2000) es una construcción social por medio de la cual las mujeres interiorizan la dominación masculina, de forma inconsciente e inherentemente vinculada con el factor emocional, lo que se manifiesta en las relaciones de género, en la división sexual del trabajo y en los distintos campos de la vida social.

2.3 Participación femenina en la gestión turística

La tercera ola del feminismo deja en claro que el movimiento feminista no es homogéneo y cuya premisa primordial es la interseccionalidad, reconociendo que el género se entrecruza con otras categorías como clase, etnia, educación, preferencia sexual, entre muchas otras, enfatizando en que el género no es el único factor de desigualdad (Castillo-Vega y Ramírez-Peñaloza, 2024). Asimismo, que para combatir la discriminación en los mercados de trabajo es necesario ejercer presión como grupo para generar un cambio en las políticas gubernamentales (Del Pino y Zuleta, 2022). Por ello, las mujeres comenzaron a exigir espacios en la esfera pública, teniendo claro que para el logro de la autonomía era necesario participar en el mundo laboral, a sabiendas que no era suficiente el reclamo de la desigualdad en el hogar, y reconociendo que los factores de discriminación son múltiples. De esta manera, las demandas de las mujeres se orientaron a una participación más equitativa en los espacios públicos y mercados de trabajo (Delgado, 2022).

En épocas recientes, las políticas de género y el ímpetu de las mujeres han permitido ganar terreno en materia de igualdad; no obstante, la brecha de género persiste y los valores patriarcales se ponen de manifiesto en los distintos ámbitos de la vida social. El turismo, como la mayoría de las actividades económicas, se rige por los patrones de género. Es uno de los sectores con mayor fuente de empleo para las mujeres; sin embargo, estos suelen ser de baja cualificación y remuneración, donde se enfrentan a barreras tanto por las responsabilidades familiares, como por los estereotipos de género y culturas corporativas centradas en el hombre que mantienen una segregación ocupacional horizontal y vertical, dificultando su selección para puestos directivos o de liderazgo (Costa et al., 2017; Freund y Hernández-Maskivker, 2021).

Al tener amplia participación femenina se promueve como mecanismo para el empoderamiento de la mujer; sin embargo, no es suficiente con hacerlas beneficiarias de los procesos de desarrollo, sino que un verdadero empoderamiento implica dotarles de capacidad de agencia para poder negociar en igualdad de condiciones con sus contrapartes, así como participar activamente en la toma de decisiones (Ceballos, 2021). Esto es reconocido por los organismos internacionales, pues en el quinto de los Objetivos de Desarrollo Sustentable se hace patente la importancia de lograr la equidad de género y el empoderamiento femenino para construir un mundo más justo, equitativo y próspero (ONU Mujeres, s.f.).

En otro orden de ideas, la gestión de los destinos turísticos es un proceso integral de gran complejidad que implica la cooperación de múltiples actores para el logro de los beneficios comunes. Gestionar conlleva desarrollar una iniciativa, administrar y ocuparse del funcionamiento de un organismo, empresa o actividad, así como resolver una situación problemática en éstos (Pinassi, 2017). Involucra el establecimiento de una serie de relaciones multisectoriales entre actores clave, así como la creación de instrumentos y mecanismos que posibiliten acciones colectivas orientadas hacia la consecución de objetivos establecidos (Herrera, 2011).

Diversos estudios sobre la gestión de destinos turísticos identifican la cooperación como uno de los factores clave para obtener resultados favorables (Oyarzún y Szmulewics, 2002; Troitiño, 2005). Ceballos (2024) aborda la gestión participativa entendida como la intervención de los distintos agentes, clasificados acorde con Real Dato (2006), en gubernamentales, quienes ostentan el poder público; y los no gubernamentales, organismos defensores de algún interés colectivo, empresas, expertos, individuos; para la gestión de los bienes tanto materiales como inmateriales considerados parte del patrimonio y que se encuentran vinculados a la actividad turística.

En un estudio realizado por Costa et al. (2017), encuentran que los roles de género influyen en el discurso de la gestión turística, asocian barreras socioculturales como la aceptación de trabajos de tiempo parcial con la carencia de ambición en la industria, por lo que generalmente no se consideran acreedoras a un ascenso; Dreher y Ullrich (2011) sostienen que la gestión de las mujeres está cargada de aspectos simbólicos y representaciones, asociándola con características *soft*, como el trabajo colaborativo e indirecto, como facilitadora, predominando la idea de que sus iniciativas son más modestas, dadas las condiciones de menor confianza, mayor aversión al riesgo y temor al fracaso, en contraste con la concepción del género masculino con capacidad para asumir riesgos y tolerar frustraciones (Saavedra y Camarena, 2015).

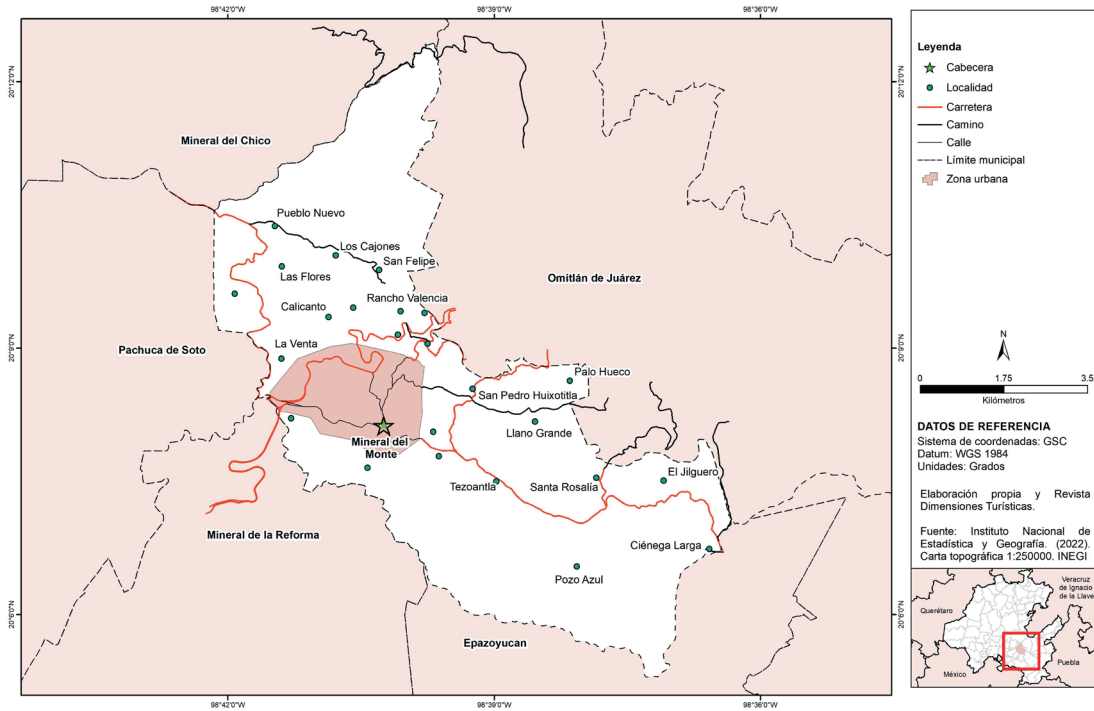
Desde esta perspectiva, se hace patente la interseccionalidad en la gestión turística pues las inequidades en las relaciones de poder se entrecruzan no sólo con el género sino con la clase, educación, etnia, por lo que dependiendo de esas interrelaciones se incrementan los desafíos para participar en la toma de decisiones, sobrepasar el techo de cristal, participar en igualdad de condiciones en las iniciativas turísticas, entre muchas otras.

En el estudio de Costa et al. (2017) destacan que el discurso del “buen gestor” a menudo se asocia con cualidades como capacidad de ser autoritario, decisivo, agresivo, competitivo, orientado a objetivos y de carácter fuerte, aspectos vinculados con la masculinidad hegemónica. No obstante, sostienen que emergen nuevos modelos de liderazgo con una creciente valoración de características directivas asociadas a lo femenino, como inteligencia emocional, empatía, sentido de comunidad, que no les restan capacidades, sino replantean nuevas formas de gestión en el sector turístico.

2.4 Zona de estudio: Real del Monte, México

Real del Monte, como se le denomina al municipio de Mineral del Monte por su vocación minera, constituye uno de los 84 municipios que conforman el estado de Hidalgo, en México, cuenta con 14,324 habitantes, de acuerdo con el Censo General de Población y Vivienda (INEGI, 2020). Se ubica aproximadamente a diez kilómetros de la capital del estado (Figura 1), forma parte del corredor turístico de la montaña junto con los municipios de Huasca de Ocampo, Mineral del Chico, Omitlán y Atonilco El Grande.

Figura 1 Ubicación geográfica de Mineral del Monte en el contexto de Hidalgo, México



Nota: Información Topográfica Digital Escala 1:250 000 serie III.
Fuente: INEGI, 2010.

Es un pueblo en la montaña que posee influencia inglesa, por un grupo de mineros que se establecieron en la zona durante el siglo XIX, con la intención de explotar los yacimientos de minerales, lo que ha dejado en el lugar un legado que la población local ha adoptado como propio, conformando parte de la identidad del lugar. Un ejemplo de ello, es la noción de que en este lugar se jugó el primer partido de fútbol del país; el paste, un alimento de origen inglés que se ha constituido como el platillo típico de la región; y el cementerio inglés que forma parte de los principales atractivos del destino. Se integró al programa de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo, en el año 2004, y actualmente, su población ocupada se orienta al sector servicios (51.7%); en segundo lugar, al comercio (21.7%) y sector secundario (22.6%); y mínimamente, al primario (2%) (SIGEH, 2023).

3. Metodología

Para el análisis aquí realizado se implementa una metodología cualitativa que posibilita el estudio de casos particulares. Pretende indagar en la subjetividad de los sujetos de estudio para comprender el significado de su experiencia (Ramírez, 2016), de manera que se “opera como escucha investigadora del habla investigada (...) describe el orden de significación, la perspectiva y la visión del investigado” (Canales, 2006, p. 20).

Este manuscrito parte de un proyecto más amplio que busca conocer la participación de la mujer en la preservación de la cultura en localidades del estado de Hidalgo, México, así como su relación con el turismo. De inicio, se realizaron entrevistas a profundidad a mujeres propietarias de microempresas de alimentos en la zona centro de Real del Monte, durante el periodo de diciembre de 2024 al mismo mes de 2025. Se estructuraron en cuatro apartados: Perfil socioeconómico, proceso de aprendizaje, preservación del patrimonio y gestión turística. Sin embargo, al reconocer la relevante participación de una de las interlocutoras en la gestión turística del destino, se decide profundizar en un estudio de caso.

La técnica seleccionada ofrece a la persona la posibilidad de autoperibirse en su vinculación experiencial con el contexto (Ferrarotti, 2007). Pretende abrir un panorama que muestre la realidad situada en la experiencia subjetiva de las entrevistadas, lo cual emerge de la naturaleza de los métodos narrativos, contar la historia como testimonio experto de su propia vida, valorizando el carácter individual de su interpretación (Moriña, 2017).

Sin embargo, bajo la precisión metodológica de muestreo teórico (Taylor y Bogda, 1994), se detectaron actores clave durante el desarrollo de la investigación, por lo que se buscó profundizar en el análisis de un caso específico que resulta ilustrativo para los fines de este estudio, pues permite ingresar “a su esquema de interpretación a través de la estructuración simbólica que el sujeto ofrece a través de sus narraciones y opiniones” (Canales, 2006, p. 258).

En este sentido, bajo este estudio no se adopta una postura generalizada acerca del fenómeno abordado, sino que se presenta como una descripción intensiva y análisis profundo de una entidad singular (Soto y Escribano, 2019), éste se corresponde con el espacio, tiempo, contexto y condiciones específicas, “lo significativo es que ante la pregunta por la relación sujeto-estructura, mismo que por la relación

material-simbólico, se abandona la pretensión de una respuesta trascendente y se asume que es histórica, situada y casuística” (Rivero y Martínez, 2016, p. 115). No obstante, resulta significativo para demostrar el papel que juegan las mujeres en distintas iniciativas turísticas y que la mayoría de las veces no es visibilizado. La intención es profundizar en sus vivencias cotidianas, en la feminización de sus espacios, en las formas en que los habitan y los redefinen (Vega y Ramos, 2025).

Para este trabajo, se toma el ejemplo de Blanquita, de quien se tuvo consentimiento informado y cuyo nombre fue modificado para conservar su confidencialidad. Ella cuenta con una importante trayectoria como comerciante y gestora de la actividad turística en el pueblo, por lo que se decidió dedicar el manuscrito al escrutinio de su historia a través del análisis del discurso (Santander, 2011).

4. Resultados

Como parte de los resultados generales de la investigación se encontró que existe una transmisión intergeneracional del género femenino, la mayoría de las mujeres sujetos de investigación fueron instruidas por otra mujer y algunas de ellas han consolidado negocios exitosos como el de Blanquita, de 61 años, quien es originaria y ha pasado su vida en Real del Monte, y se constituye como una agente de cambio de su comunidad, al estar al frente de un negocio de cuarta generación y participando activamente en las actividades turísticas en el pueblo.

Actualmente es líder del Consejo Regulador del Patrimonio Cultural Real del Monte Cornwall, que tiene como objetivo:

...preservar y difundir el patrimonio cultural de Real del Monte, especialmente en lo que respecta al legado compartido con Cornualles, Inglaterra. Su objetivo principal es proteger y promocionar la riqueza histórica y gastronómica de la región, destacando el *paste*, una herencia culinaria traída por los mineros británicos en el siglo XIX (COREPAC, 2024).

El *paste* es un alimento tradicional realmontense similar a una empanada, cubierto de harina y al interior contiene un guiso que se ha ido modificando a través del tiempo, el original solía ser de papa con carne, pero cada establecimiento ha creado sus propias recetas, convirtiéndolo en un platillo práctico y versátil. Su origen es atribuido a los mineros ingleses y su principal fortaleza es que, al estar horneado,

conservaba el calor, siendo apto para su consumo aún después de las largas jornadas de trabajo en las minas. La localidad lo adoptó como propio y actualmente proliferan los negocios dedicados a su elaboración y venta, así como cadenas que han llevado el producto por todo el país.

A través del instrumento de recolección de información, Blanquita menciona que se inició en el negocio, en la década de 1980, al casarse con su esposo que provenía de una familia de tradición emprendedora: “cuando yo llegué a la casa de los señores, recién habían abierto su local, porque antes de eso, mi suegra hacía los pastes y los vendía en canasta” (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

Su empresa hoy se constituye como una de las más exitosas en el Pueblo Mágico. Al interactuar con ella es posible advertir que no sólo representa una fuente de ingresos para su familia, sino que existe una relación afectiva con el oficio. Esto puede vincularse con el *habitus* de género. Herrera y Agoff (2018) sostienen que, aunque las mujeres participan en las actividades económicamente productivas, adquiriendo cierta independencia, no se han desprendido emocionalmente de las responsabilidades vinculadas al género, las cuales se encuentran incrustadas en lo que denominan “inercia del *habitus*”. Estos condicionamientos se encuentran tan arraigados en la sociedad que se registran bajo esquemas de percepción, pensamientos y acción (Bourdieu, 2000). Se manifiesta en su discurso cariño y dedicación por la actividad que realiza día con día:

El elaborar los pastes es un oficio del cual te enamoras, porque es muy noble, agradable, desestresante, sólo te estresas cuando ves que hay mucha gente y ya no tienes producto, pero el hacerlo es un verdadero agasajo. Para mí, aprender desde elaborar la masa, ver cómo se tienen que untar, cómo se tienen que hornear, darle su tiempo para que las cosas salgan bien, es un oficio verdaderamente agradable y noble (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

Al integrarse a los mercados de trabajo, las mujeres han incursionado en procesos de empoderamiento que les permiten liderar sus empresas, tomar decisiones y negociar individual y colectivamente con el género masculino (Lenao y Basupi, 2016). La interlocutora menciona que, como empresa, se han expandido y que cada que abre una nueva sucursal procura que alguien de la familia esté al frente, para:

...cuidar una herencia tan bonita que nos dejaron mis suegros en ese producto y pues llevarla a más lugares (...) no nos heredaron propiedades, no nos here-

daron dinero, pero nos dieron una herencia que vale mucho más que todo el oro del mundo, porque el dinero se acaba, pero este oficio, esta labor, el saber trabajar el paste es lo más grande que pudieron habernos dejado, el conocimiento, las técnicas (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

En México, cerca de 90% de las empresas son familiares (Secretaría de Economía, 2024), que se enfrentan a múltiples retos para lograr la supervivencia generacional. El caso de estudio corresponde a la cuarta generación, lo que pone de manifiesto el éxito del modelo de negocios y el resultado de las acciones que se implementan. Al respecto la interlocutora menciona:

Todo lo que nosotros vendemos está hecho aquí, si tú quieres una mermelada de piña, está hecha aquí, si tú quieres un paste de zarzamora, la mermelada está hecha aquí. Si te vas a tomar un agua fresca, está la fruta preparada y molida aquí. Procuro que esos pequeños grandes detalles no se pierdan y es por eso que siempre procuramos que alguien de la familia esté en cada negocio, porque cuidamos esos detalles (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

Es también una importante gestora de la actividad turística de su comunidad, al estar al frente de una organización dedicada a preservar y promover el patrimonio cultural de Real del Monte, misma que se encarga de la organización del Festival del Paste que se realiza cada año, desde 2009.

Aparte del tiraje que hacemos de stands relacionados con los pastes, hemos ido acogiendo a artesanos, pero a gente que de verdad se dedica a la artesanía (...), para ese festival aceptamos únicamente de 29 a 30 artesanos, pero artesanos, gente que produce sus propias salsas, gente que produce sus quesos, que produce sus dulces, que trae tejidos, que trae bordados, pero bordados, bordados, no ropa comprada y revendida. Entonces, es así como que exclusivo, muy exclusivo, gracias a nuestros patrocinadores, porque el Festival del Paste subsiste gracias a los empresarios que estamos dentro del consejo y al aporte económico que nos dan nuestros patrocinadores (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

A través de esta y otras acciones, Blanquita ejerce su capacidad de agencia para tener una participación activa en la economía, la cultura y el turismo de su comunidad:

Nosotros inducimos a que Cornualles, Inglaterra, de donde son originarios los pasteles, a que hicieran también su Festival Internacional del Pastero. El de nosotros empezó en el 2009, y ellos en el 2012 hicieron por primera vez su festival, ahí en Cornualles, y a partir de entonces, una comitiva de realmontenses va para allá al festival que es en septiembre; y en octubre, una comitiva de Cornualles viene para acá para vivir el Festival del Pastero (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

Distintas teorías del desarrollo (Pike et al., 2016) e investigaciones *in situ* encuentran la participación ciudadana y la conformación de redes como elementos fundamentales para generar estrategias de desarrollo local (Aparicio, 2021; Gambarota y Lorda, 2017; Toselli, 2015). En este caso de estudio se evidencia que un evento local invita a la cooperación y planificación proactiva:

Y, ¿Quiénes son nuestros patrocinadores? El señor que me vende el pollo, el señor que me vende la papa, el señor que me vende los hornos, las charolas, el queso, la leche, o sea, todos los proveedores de lo que ocupamos para la elaboración de los pasteles. Los hemos ido invitando y son ellos los que nos aportan una cantidad, una vez al año, y con ese recurso podemos realizar el Festival Internacional del Pastero (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

De esta manera, se ha convertido en líder en su pueblo y representante fuera de él. Como ella, muchas mujeres participan activamente no sólo en las actividades económicas productivas, sino como empleadoras y como actoras clave en los procesos de desarrollo de sus comunidades, lo que invita a reflexionar tanto en el reconocimiento histórico de sus aportes como en su papel actual como agentes de cambio desde los diferentes espacios donde se desenvuelven.

La interlocutora identifica también estrategias de gestión turística para su pueblo, propone retomar acciones implementadas ante el nombramiento de Pueblo Mágico:

Cerrar sábado y domingo la circulación de los autos, para que las calles fueran... la calle principal, la avenida principal fuera andador, y se pudiera disfrutar de la arquitectura del pueblo, se pudiera disfrutar del color de sus fachadas, que la verdad quedó precioso nuestro pueblo (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

A pesar de tener un negocio exitoso de cuarta generación y participar en la toma de decisiones de las actividades turísticas de su pueblo, no escapa de la estructura y relaciones del poder patriarcal (Marín et al., 2023), por lo que debe “maniobrar” para compatibilizar su trabajo remunerado con las actividades domésticas, como la mayoría de mujeres en México y América Latina que duplican sus jornadas para poder atender ambas responsabilidades (Pedraza, 2026):

Hay que atender una casa, hay que atender el lavado de ropa, el planchado de ropa, el que la casa esté limpia. Entonces, en pequeños lapsos, tengo esa fortuna de no vivir tan lejos. Entonces, cuando no hay gente, me escapo un ratito y regreso. Pero ya toda la tarde estamos para servirle a nuestros comensales con todo el gusto y la dedicación, y cerramos aproximadamente a las nueve de la noche (Blanquita, comunicación personal, abril 2025).

Al transformarse paulatinamente los roles de género, las mujeres ejercen su agencia individual para superar las limitaciones estructurales mediante el desarrollo de estrategias que priorizan sus propias aspiraciones comerciales (Temitope et al., 2020), lo que puede responder a diferentes motivaciones, pero que requiere superar desafíos que no son neutros en materia de género.

Así, el empoderamiento femenino requiere también de procesos de deconstrucción y reconstrucción que visibilicen, concienticen y emprendan acciones para trascender las desigualdades sociales, desde la educación formal hasta un cambio de valores que modifiquen el imaginario de la mujer como responsable de las labores domésticas y de cuidado, que promuevan la corresponsabilidad en el hogar y otros espacios, a fin de construir entornos más equitativos y socialmente justos.

5. Discusión

Los procesos de patrimonialización provienen generalmente de actores hegemónicos que son quienes activan determinados referentes patrimonializables avalando su valor simbólico (Prats, 2000). En el caso del paste, por decreto estatal en 2018, se declara patrimonio cultural del municipio de Mineral del Monte (Congreso del Estado de Hidalgo, 2018), por considerarlo un platillo emblemático con valor histórico y cultural (Secretaría de Cultura, 2024). De esta manera, se convierte en un marcador de identidad para su sociedad que oficializa miradas del pasado y genera expectativas a futuro (Matta, 2024).

Históricamente, el patrimonio cultural ha tenido una visión androcentrista. El feminismo cuestionó esta forma de salvaguardar la memoria de cara a futuras generaciones (Vasallo, 2018) y con la tendencia a la democratización de los bienes patrimoniales, el discurso institucional que pretende subsanar las injusticias de antaño ha colocado como foco de atención promover la igualdad de género, lo que sin duda, constituye un avance muy importante, sin embargo, la integración de las mujeres en espacios donde antes eran relegadas no garantiza el empoderamiento femenino, puesto que es necesario un cambio de valores sociales que permitan la materialización de las políticas en la realidad cotidiana de las mujeres.

En ese tenor, la activación patrimonial trae consigo ciertas reivindicaciones, en el caso de estudio, poner en valor las técnicas de preparación, así como las narrativas que acompañan los alimentos son parte fundamental en “la promoción de valores que vinculan grupos sociales generación tras generación, creando un sentimiento de pertenencia a una comunidad territorialmente definida” (Bak-Geller y Matta, 2020), donde las mujeres han jugado un papel preponderante en la preservación de las recetas y su reivindicación en sociedad; sobre todo, ante la proliferación de franquicias a nivel nacional, que, a criterio de la entrevistada, dista mucho de la receta original.

El caso aquí expuesto no pretende generalizar la situación de las mujeres en la zona de estudio, sino indagar en la subjetividad del fenómeno, por lo que de acuerdo con Alvarez-Gayou et al. (2014), un solo caso puede ser válido. Lo que se busca es profundizar en el análisis de la realidad de la actora sujeto de estudio y comprender las circunstancias de su entorno, reconocer que ella, al igual que muchas otras mujeres, realiza una labor fundamental en la gestión del destino (Camaño-Franco et al., 2020; Merida y Zambrana, 2024; Pacheco et al., 2021), particularmente en Hidalgo, con festivales como el del paste, y otros, como el nombramiento de Pueblos Mágicos y Pueblos con Sabor, donde las mujeres se constituyen como guardianas del patrimonio.

A pesar de considerarse como un caso de éxito no escapa de las estructuras opresoras y las relaciones de poder, pues el mérito de este tipo de distintivos poco enaltece el nombre de las mujeres, pues ni en los lineamientos ni en el discurso institucional se hace alusión a su protagonismo en el legado cultural.

Finalmente, se reconoce que la memoria está anclada a la identidad de los grupos sociales y debe concebirse como una herramienta para valorar el trabajo de las

mujeres, reivindicar sus saberes, valorar sus contribuciones y recuperar sus voces. Atender lo que ellas mismas consideran digno de ser preservado y transmitido a las futuras generaciones, pues la perspectiva de género reclama formas más justas e incluyentes de reconocimiento del patrimonio (Vega y Ramos, 2025).

6. Conclusiones

Las mujeres han tenido un rol fundamental en la preservación de la cultura a través del tiempo, configurando parte importante del patrimonio que se vuelve factor fundamental del atractivo del destino. No obstante, su legado no ha tenido el mismo reconocimiento que otros bienes culturales. Sus aportaciones en el arte culinario han permanecido en el ámbito doméstico y al igual que en otras áreas, los principales exponentes de la disciplina, de manera profesional, corresponden al género masculino (Meah y Jackson, 2013).

Con la democratización de los procesos de patrimonialización, elementos de las culturas populares han tenido la atención por parte de los actores hegemónicos, extendiendo el reconocimiento a sus aportaciones, como son los saberes y técnicas vinculados a la cocina. En ello, han tenido un papel preeminente las mujeres, liderando una actividad que no solo representa la satisfacción de las necesidades fisiológicas, sino un sistema simbólico fundamentado en prácticas y representaciones que definen a un grupo social.

En el caso de los nombramientos de Pueblos Mágicos y Pueblos con Sabor, en Hidalgo, las mujeres desempeñan un rol crucial en la configuración de la oferta y la salvaguarda de los elementos identitarios que permiten a las comunidades ser acreedoras a dichos distintivos, por lo que el apoyo de las instituciones de promoción del turismo, así como el reconocimiento que dé visibilidad a sus aportes es imperativo para el fomento de la actividad turística socialmente justa y responsable.

El ejemplo aquí vertido muestra una importante transición del papel de la mujer, iniciado en la labor doméstica de alimentar para posicionarse como líder del giro, y como importante gestora de la actividad turística, pues el evento que surgió como una iniciativa que buscaba celebrar la historia, la cultura y la gastronomía del pueblo mágico, hoy en día se constituye como uno de los más importantes de la comunidad con 17 ediciones, además de alcance internacional, pues a través de él se estrechan lazos con comunidades británicas que los habitantes conciben como

identidad compartida. Con ello se evidencia que, al menos en este caso, no se trata de sólo una beneficiaria de los procesos de desarrollo capitalista sino una verdadera agente de cambio.

Como este caso, existen múltiples en los diferentes sectores, por lo que visibilizar el trabajo, aportes y significancia del legado de la mujer en los distintos ámbitos es únicamente un pequeño paso para reivindicar la memoria colectiva y mitigar la deuda histórica con el género femenino. Asimismo, se requiere revalorizar las técnicas artesanales y los conocimientos ancestrales, pero no solo con una connotación política, sino a través de una verdadera transformación estructural que permita reconocer el acervo cultural existente en las prácticas cotidianas que históricamente han desarrollado las mujeres como parte de la vida doméstica, en la cocina, la artesanía, la textilería, el bordado, y una multiplicidad de saberes que han transmitido de generación en generación sin mayor reconocimiento.

Referencias

- Álvarez-Gayou, J., Camacho, S., Maldonado G., Trejo, C., Olgún A. y Pérez, M. (2014). La investigación cualitativa. *Xikua*, 2(3). <https://doi.org/10.29057/xikua.v2i3.1224>
- Alvarez, M. (2005). La cocina como patrimonio (in) tangible. En *Primeras Jornadas de Patrimonio Gastronómico La cocina como patrimonio (in) tangible*. Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. https://www.folkloretradiciones.com.ar/literatura/temas_6.pdf
- Aparicio, V. (2021). Turismo y desarrollo local: un estudio de caso en el Distrito de Pisac – Cusco. *Comunic@cción, Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4). <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.587>
- Arango, C. y Aristizábal, S. (2022). *La cocina como espacio de construcción de conocimiento en el proceso formativo desde un enfoque de género, a partir de una acción emancipadora y democrática con la comunidad de la Institución Educativa Micoahumado en el municipio de Morales (Bolívar)*. [Tesis de Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Ciencias Sociales] Universidad de Antioquia.
- Bak-Geller Corona, S. y Matta, R. (2020). Las cocinas mestizas en México y Perú. Claves para interpretar el multiculturalismo en América Latina. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 1(39), 69-93. <https://doi.org/10.7440/antipoda.39.2020.04>
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina* (Trad. J. Jordá). Anagrama.
- Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. LOM Ediciones.
- Castillo-Vega, I.L. y Ramírez-Peñaloza, S. (2024). La tercera ola del feminismo en México: logros y desafíos. *Elysium, Revista de Divulgación Científica, Cultural y Educativa*, 3(1), 39-42 <https://publicaciones.umich.mx/revistas/elysium/ojs/article/view/114>
- Ceballos, T. (2024). *Mazatlán y su centro histórico. Turismo cultural y espacio vivido*. Tirant lo Blanch.
- Ceballos, T. (2021). Mujeres en el ecoturismo, ¿empoderamiento o perpetuidad de la desigualdad? *Regiones y Desarrollo Sustentable*. XXI, 41, 469-490. <https://www.elcoltla.edu.mx/openj/index.php/ReyDS/article/view/153/pdf>
- Congreso del Estado de Hidalgo. (2018). *Iniciativa con proyecto de decreto por el que se declara el segundo fin de semana del mes de octubre de cada año, como fecha*

- oficial reconocida para la celebración del “festival internacional del paste” en el municipio de Mineral del Monte, Estado de Hidalgo. <https://acortar.link/BPiE7E>
- Costa, C., Bakas, F., Breda, Z. y Durao, M. (2017). ‘Emotional’ female managers: How gendered roles influence tourism management discourse. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 149-156. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.09.011>
- Del Pino Espejo, M. J. y Zuleta Medina, A. (2022). Notas sobre las olas del feminismo. *Revista Historia de la Educación Colombiana*, 28(28-29), 23–44. <https://doi.org/10.22267/rhec.222828.99>
- Delgado, A. (2022). Las olas feministas y su histórica aportación en el reconocimiento de las mujeres. *Revista Internacional y Comparada de Derechos Humanos*, 5(2), 187-216.
- Delgado, O. (2003). *Debates sobre el espacio en la geografía contemporánea*. Universidad Nacional de Colombia.
- Dreher, M. y Ullrich, D. (2011). Gestión de las empresas turísticas. La representación de las mujeres en Blumenau - SC, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(2). <https://bit.ly/3NG3p8N>
- Ferrarotti, F. (2007). Las historias de vida como método. *Convergencia*, 14(44), 15-40. <https://www.redalyc.org/pdf/105/10504402.pdf>
- Freund, D.N. y Hernandez-Maskivker, G. (2021). Women managers in tourism: associations for building a sustainable world. *Tourism Management Perspectives*, 38. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100820>
- Gambarota, D. y Lorda M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006?>
- García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. En E. Aguilar (Coord.), *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio* (pp. 16-33). Consejería de Cultura -Junta de Andalucía.
- García Canclini, N. (1997). El patrimonio cultural del México y la construcción imaginaria de lo nacional. En E. Florescano (Ed.), *El patrimonio nacional de México* (pp. 57-86). Fondo de Cultura Económica.

- González, P. (2022). Patrimonio cultural inmaterial: ¿Alternativa para el turismo y el desarrollo local de Pinar del Río? *Cooperativismo y Desarrollo*, 10(2). <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/503>
- Guevara, M.E. (2018). Patrimonio cultural, hegemonía y mediaciones sociales en América Latina. *Em Questão*, 24(2), 332-335. <https://doi.org/10.19132/1808-5245242.332-335>
- Guirao, C. (2019). Mujeres en las industrias culturales y creativas. *Periférica Internacional. Revista para el Análisis de la Cultura y el Territorio*, (20), 66-74. <https://doi.org/10.25267/Periferica.2019.i20.08>
- Hernández, S. (2022). El patrimonio como ideología y como dispositivo de objetivación de la memoria: aportes teóricos para el estudio de los procesos de patrimonialización. *Cultura y representaciones sociales*. <https://www.culturayrs.unam.mx/index.php/CRS/article/view/754/1220>
- Herrera, G. (2011). La interpretación del patrimonio cultural para la gestión turística. *Retos Turísticos*, 10(1-2), 21-26. <https://bit.ly/4rm8kdl>
- Herrera, C. y Agoff, C. (2018). Entre el *habitus* y la agencia. Reflexiones a partir de la experiencia de mujeres que viven y han vivido violencia de pareja en México. En K. Tinat y A. Alvarado (Coords.), *Sociología y género. Estudios en torno a performances, violencias y temporalidades* (pp. 85-118). El Colegio de México. <https://doi.org/10.2307/j.ctv4v33dg.6>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). *Censo General de Población y Vivienda*. INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2010). *Compendio de información geográfica municipal 2010, Mineral del Monte*. INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/13/13039.pdf
- Lagunas, C. y Ramos, M. (2007). Patrimonio y cultura de las mujeres. Jerarquías y espacios de género en museos locales de generación popular y en institutos oficiales nacionales. *La Aljaba*, 11. <https://surl.li/hgwcmx>
- Lenao, M. y Basupi, B. (2016). Ecotourism development and female empowerment in Botswana: a review. *Tourism Management Perspectives*, 18, 51-58. <http://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.021>

- Licona, E., García, I. y Cortés, A. (2019). El espacio culinario. Una propuesta de análisis desde la antropología de la alimentación. *Antropología Experimental*, 19(15). 165-172. <https://doi.org/10.17561/rae.v19.15>
- Marín-Marín, A., Cruz-Coria, E. y Solís-García, A. I. (2023). Abordajes feministas del turismo: una reflexión desde el sur. En A. Vilchis, E. Cruz y A. Marín (Coords.). *Turismos del Sur. Claves para reflexionar el turismo desde el pensamiento crítico* (pp. 145-174). Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo.
- Matta, R. (2024) ¿A quiénes sirve la patrimonialización de la cocina? Las culturas alimentarias como recurso. *Nueva sociedad*, (311), 56-72. <https://hal.science/hal-05073928/>
- Meah, A. y Jackson, P. (2013). Crowded kitchens: the 'democratisation' of domesticity? *Gender, Place & Culture*, 20(5), 578-596. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2012.701202>
- Mejía, E. M. (2023). Mujeres y patrimonio cultural. Una relación en construcción. *Diseño y Sociedad*, (54-55), 32-41. <https://bit.ly/3Zi9jiY>
- Merida Coímbra, G. y Zambrana Almaraz, F. (2024). Empoderamiento de la mujer en el turismo. Caso Municipio y Parque Nacional Torotoro en Potosí - Bolivia. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1), 75-90. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.005>
- Moriña, A. (2017). *Investigar con historias de vida. Metodología biográfico-narrativa*. Narcea Ediciones.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2026). *Barómetro*. <https://bit.ly/4q6lxpZ>
- Organización de las Naciones Unidas (2020). *Objetivos de desarrollo sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- ONU Mujeres (s. f.). *ODS 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*. <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/women-and-the-sdgs/sdg-5-gender-equality>
- Oyarzún, E. y Szmulewicz, P. (2002). Fortalecimiento de la gestión en destinos turísticos, recomendaciones para el diseño de programas operativos. *Turismo y Sociedad*, 1, 7-15. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2189>

- Pacheco, M., Lozano y N., Fernández, D. (2021). Turismo rural liderado por mujeres. En B. Díaz y T. Cuevas-Contreras (Coords.), *Innovación, competitividad y desarrollo*, (pp. 71-96). Universidad Autónoma del Caribe.
- Pedraza, N. (2026). *Pobreza de tiempo y gasto público El valor del tiempo de las mujeres en México*. Centro de Investigación Económica y Presupuestaria. <https://ciep.mx/ukZn>
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A. y Tomaney, J. (2016). *Local and regional development*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315767673>
- Pinassi, A. (2017). *Patrimonio cultural, turismo y recreación, el espacio vivido de los bahienses desde una perspectiva geográfica*. Editorial de la Universidad Nacional del Sur.
- Platzer, R. (2011). *Women not in the kitchen: a look at gender equality in the restaurant industry*. [Bachelor of Arts, California]. Polytechnic State University.
- Prats, L. (2000). El concepto de patrimonio cultural. *Cuadernos de Antropología Social*, 11. <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/7143>
- Ramírez, A. (2016). La investigación cualitativa y su relación con la comprensión de la subjetividad. *Revista Humanismo y Sociedad*, 4(2), 1-9. <https://doi.org/10.22209/rhs.v4n2a02>
- Rivero, P. y Martínez, V. (2016). Cultura e identidad. Discusiones teóricas-epistemológicas para la comprensión de la contemporaneidad. *Antropología Experimental*, (16). <https://doi.org/10.17561/rae.v0i16.3132>
- Romagnoli, M. (2019). Gastronomic heritage elements at UNESCO: problems, reflections on and interpretations of a new heritage category. *International Journal of Intangible Heritage*, 14. <https://www.ijih.org/volumes/article/844>
- Ronra Shimray, S. y Kodand Ramaiah, C. (2020). Factors of influence on sharing of cultural heritage knowledge. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 52(2), 314–331. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-04-2020-0074>
- Saavedra, M. L. y Camarena, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129-152. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129>
- Sánchez, A., Icaza, G. y Del Valle, M. (2020). *Las mujeres en la cocina. un análisis desde la perspectiva de género*. Repositorio Institucional Universidad Autónoma del Estado de México. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/140841>

- Sánchez, A. y Delgado- Cruz, A. (2020). Patrimonio gastronómico y mujeres otomíes en el Estado de México, México: un problema de roles de género. *Ciencia y Sociedad*, 45(3). <https://doi.org/10.22206/cys.2020.v45i3.pp85-96>
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta Moebio*, 41, 207-224. <http://doi.org/10.4067/S0717-554X2011000200006>
- Secretaría de Cultura del Estado de Hidalgo (2024, 5 de septiembre). *Sabores y saberes de Hidalgo*. <https://memoria.culturahidalgo.gob.mx/sabores-de-hidalgo/paste/>
- Secretaría de Economía (SE). (2024). *Mipymes mexicanas: motor de nuestra economía*. <https://bit.ly/3LNChnL>
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2025). *Comunicado 269/2025*. <https://bit.ly/3LJvDic>
- Sistema de Información Georreferenciada del Estado de Hidalgo (SIGEH). (2023). *Mineral del Monte. Infografías Municipales*. <http://sigeh.hidalgo.gob.mx/>
- Soto, E., Escribano, E. (2019). El método estudio de caso y su significado en la investigación educativa. En D.M. Arzola Franco (Coord.), *Procesos formativos en la investigación educativa. Diálogos, reflexiones, convergencias y divergencias* (pp. 203-221). Red de Investigadores Educativos Chihuahua. <https://doi.org/10.33010/ed-rediech.1.11>
- Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Ediciones Paidós.
- Temitope, A., Alamgir, M., Whiteside, N. y Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 50, 90-110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Toselli, C. (2015). Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 8(18). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8068944>
- Troitiño, M. (2005). Retos y oportunidades del turismo cultural y de ciudad. En M. Gómez, J. Mondejar y C. Sevilla (Coords.), *Gestión del turismo cultural y de ciudad* (pp. 15-28). Universidad de Castilla, La Mancha.
- Vasallo, J. (2018). Mujeres y patrimonio cultural: el desafío de preservar lo que se invisibiliza. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, (71), 80-94. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-901X.v0i71p80-94>

Vega, B. y Ramos, N. (2025). Las mujeres del mezcal: historia oral, memoria y patrimonio en Palmar Segundo. En B. Vega y N. Ramos (Coords.), *Historia oral, memoria y patrimonio cultural de las mujeres* (pp. 65-82). Qartuppi. <http://doi.org/10.29410/QTP.25.13>

Wolf, V. (1929). *Una habitación propia*. Frailejón Editores.