

RECIBIDO EL 11 DE ABRIL DE 2024- ACEPTADO EL 12 DE JULIO DE 2024

MUJER RURAL DE CHÍNIPAS: GENERADORA DE VALOR AGREGADO AL CHILE CHILTEPÍN DE SU LOCALIDAD

RURAL WOMAN FROM CHÍNIPAS: GENERATOR OF ADDED VALUE TO THE CHILTEPÍN CHILE OF HER TOWN

Addy Anchondo-Aguilar¹

Perla Lizbeth Valencia-Nieto¹

Ricardo Aarón,

González-Aldana¹,

Anabel Ortega-Rodríguez¹

José Manuel Robles-Robles².

¹ Universidad Autónoma de Chihuahua,
Facultad de Ciencias Agrotecnológicas,
Chihuahua, México.

². Universidad Autónoma de Puebla, Facultad
de Medicina Veterinaria y Zootecnia, Puebla,
México.

Resumen

El conglomerado homogéneo de hombres y mujeres rurales del municipio de Chínipas, Chihuahua, México recogidos en la presente investigación ha emprendido un viaje hacia la comercialización y la generación de valor agregado en el chile chiltepín, donde la mujer

rural se ha transformado en un agente de cambio y promotora de integración, confianza y por ende de capital social. El objetivo fue localizar quiénes comercializaban el chiltepín y cuáles de ellos agregaban valor al producto. La investigación cualitativa de tipo etnográfico se llevó a cabo a través de un estudio de observación descriptiva, las técnicas utilizadas

1 6 0

fueron la entrevista, observación y encuesta como acopia de la información, con un muestreo intencionado de 43 unidades de producción familiar dedicadas a la recolección de chiltepín. Los principales resultados identifican a la mujer rural tomando un rol fundamental para generar valor agregado, capaz de desarrollar y aplicar estrategias de mejora en la comercialización de chile chiltepín, a partir de la participación de los miembros de la comunidad 22 mujeres y 21 hombres, donde el 62% de las mujeres agregaba valor al productor a diferencia de los hombres con un 5%, favoreciendo el desarrollo de la localidad.

Abstract

The composition of the homogeneous conglomerate of rural men and women of the present research in the municipality of Chínipas, Chihuahua, Mexico. Have undertaken a journey towards commercialization and the generation of added value in the chiltepin chile, where rural women has transformed into an agent of change and promoter of integration, trust and therefore social capital. The objective was to locate those who marketed chiltepín and which of them and which of them added value to the product. The qualitative ethnographic research was carried out through a descriptive observation study, the techniques used were interview, observation and survey to collect information, with an intentional sampling of 43 family production units dedicated to the collection of chiltepin. The main results identify rural women taking a fundamental role to generate added value, capable of developing and applying improvement strategies in the marketing of chiltepin chile, based on the participation of community members, 22 women and 21 men, where 62% of women added value to the producer, unlike men with 5% favoring the development of the town.

Palabras clave. Agente de cambio, desarrollo local, género

Keywords. Agent of change, local development, gender.

Introducción

El propósito de la presente investigación es describir la forma en que los procesos productivos y humanos en el sector rural se van conformando en los grupos sociales, además, como a través del liderazgo femenino se han logrado concretar emprendimientos comerciales y conseguido algunos apoyos adicionales tanto del sector privado como gubernamentales dentro de la localidad de Chínipas municipio serrano del estado de Chihuahua. Las unidades de producción familiar (UPF), en el municipio han emprendido una nueva forma de comercializar el chile chiltepín, cultivo nativo de la región aprovechando los recursos naturales y generando un ingreso económico adicional. A partir del liderazgo de las mujeres rurales se han concretado varios apoyos para fortalecer la comercialización del chile chiltepín, uno de ellos es la capacitación del proceso administrativo para el emprendimiento rural, permitiendo fortalecer las competencias requeridas, mejorando su desempeño en su ámbito de acción productivo, al mismo tiempo, favorecer la reconstrucción del tejido social y la recuperación del medio ambiente local.

Acercarnos al territorio rural en la Sierra Tarahumara dentro del municipio de Chínipas en el estado de Chihuahua, entendido como un espacio de trabajo, permite visualizar una conjugación del tiempo en un mismo lugar, entrelazando la historia de sus pobladores y recordando el rol fundamental que la mujer ha tenido en el medio rural. Por otra parte, en el grupo se observa el sentido de diferencia y de pertenencia que construyen la identidad en la interacción de sus pobladores limitada por su lejanía de los centros urbanos, permitiendo prestar atención el tipo de grupo y la relación que se han gestado entre los miembros de la

comunidad de Chínipas, el cual se encuentra ubicado en la zona serrana del Estado, (Figura 1), prácticamente solo accesible por caminos de terracería, su población es mayormente mestiza e indígena (Gutiérrez-Díaz, 2023:), recibiendo dicho nombre en honor a los barrancos por donde corren los ríos Mayo y Fuerte, rumbo a los estados de Sonora y Sinaloa recibiendo también, el nombre de Baja Tarahumara; cuenta con una superficie de 1,989.9 km², mantiene una población total de 6,222 habitantes, de los cuales 49.3% son mujeres y 50.7% hombres, cuenta con 13.1% de su población con lengua indígena perdurando la Tarahumara con 59.6% y Guarijío con 39.8%, según datos del Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020: 44).



Figura 1. Mapa localización del municipio de Chínipas, Chihuahua. México.

Fuente: INEGI, 2023.

Para el 2015 Chínipas, ocupó uno de los cinco municipios con mayor porcentaje de pobreza extrema dentro del estado de Chihuahua datos proporcionados por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2018: 75), la pobreza extrema definida como la población con tres o más carencias sociales e ingresos inferiores al valor de la línea de pobreza extrema por ingresos, antes líneas de bienestar mínimo que se refiere

al valor de la canasta alimentaria por persona al mes (CONEVAL), además de ser una región con un alto grado de violencia criminal, debido a las discutas constantes entre los diferentes carteles del crimen organizado (INEGI, 2017). Esta localidad, también integra grupos que forman parte fundamental de la comunidad, la mujer a adquirido un rol fundamental en el ámbito rural, pero sobre todo en la administración de recursos para la transformación de la materia prima del chiltepín, el cual tiene un elemento esencial para el desarrollo económico de la comunidad. El Chiltepín son pequeños frutos en color rojo o verde que dan sabor a la comida y que forman parte de una cultura heredada a través del tiempo.

Por lo que se hace necesario y se manifiesta que el chiltepín ha tomado una fuerza comercial importante, aceptado en reconocidos centros culinarios del País, tal como lo menciona (Gaspar-Rivera y Meza-Palmeros, 2023: 4), donde el modo de subsistencia basado en el campo y las recetas culinarios preparadas con los alimentos obtenidos se ha transmitido de generación en generación, conformando así saberes alimentarios ancestrales. De esta forma, el chile chiltepín ha traspasado las fronteras provocando un alza en su precio comercial, beneficiando a las UPF de la región, abriendo además una brecha, para la comercialización y transformación del mismo, emprendiendo un nuevo camino en los procesos administrativos donde la mujer rural ha sido proveedora y administradora del hogar por generaciones, en este sentido, el papel de las mujeres rurales cobra vida y genera un sentido de pertinencia, favoreciendo el tejido social a través del diálogo y roles bien definidos, para reorganizar el trabajo agrícola en pro de la comunidad, lleva a considerar la importancia de las mujeres en el ámbito rural, aspectos que enseguida se plantean.



Relevancia de la mujer rural en el municipio de Chínipas

La mujer rural en Chínipas juega un rol estratégico en la disminución de la pobreza dentro de su localidad, ubicado en el suroeste de Chihuahua, en la Sierra Madre Occidental se encuentra el territorio tradicional de una sociedad diversa y compleja que por siglos ha habitado en esa misma región (Haro y Martínez, 2020: 129). Chínipas se encuentra ubicado en la zona serrana del Estado, prácticamente solo accesible por caminos de terracería, su población es mayormente mestiza e indígena tal como lo menciona (Gutiérrez-Díaz, 2023). Inicialmente recibió el nombre de Chínipas toda la zona de la Sierra Madre Occidental que corresponde a los barrancos por donde corren los ríos Mayo y Fuerte, rumbo a los estados de Sonora y Sinaloa; posteriormente, se clasificó para esta región como Baja Tarahumara.

Cuenta con una superficie de 1,989.9 km², tiene una población total de 6, 222 habitantes, representando el 0.2% de la población estatal de los cuales 50.7% son hombres y 49.3% mujeres, la población con lengua indígena es de 13.16% perdurando la tarahumara con 59.6% seguido el Guarijío con 39.8%, según datos del Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020: 44). En cuestión de empleo dentro de la región, Según datos estadísticos, 421 personas se encuentran ocupadas en el ramo comercial, 62 en el sector privado no financiero, más de 900 en el sector minero, así mismo 357 personas están registradas ante las Secretaría de Hacienda y Crédito Público por actividad profesional y/o comercial con domicilio fiscal dentro del Municipio de Chínipas, según el Plan de Desarrollo Municipal de Chínipas 2021-2024. La actividad económica en este municipio es principalmente la ganadería a mediana escala, la agricultura en pequeña escala produciendo granos básicos como maíz frijol, papa y

forraje, tiene yacimientos de Plata y Oro, en la comunidad de Palmarejo (PMCh, 2022: 35).

Hablar del potencial desarrollado generación tras generación de la mujer rural en Chínipas y de su participación en el desarrollo económica de una región es contar su historia, sin embargo, hay que replantear la situación de género en el medio rural y como la participación de la mujer rural en varias actividades a ayudado a visualizar su situación. La mujer en Chínipas, una mujer rural tradicional, fuerte, inteligente, emprendedora, siempre saliendo adelante a pesar de las circunstancias de la región, una localidad que ha sido víctima del crimen organizado, una región con mayor porcentaje de pobreza extrema dentro del estado de Chihuahua según indica el Consejo Nacional de Evaluación de la política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2018: 75), además, un pueblo que poco a poco se ha quedado solo, se ha reducido su población con el paso del tiempo y la mujer en Chínipas ha pasado de ser la amada de casa a la señora y jefa del hogar.

Las mujeres rurales generalmente dependen de los recursos naturales y de la agricultura para subsistir; ellas han transformado esa materia prima y la han convertido en diferentes productos agregando valor en este caso, al chile chiltepín, procesan y preparan gran parte de los alimentos disponibles, por lo que recae sobre ellas la gran responsabilidad de seguir generando recursos económicos para aportar al núcleo familiar, convirtiéndolas en jefas de familia y en participar en la toma de decisiones dentro de su hogar, garantizando el empoderamiento de las mujeres rurales que contribuye a reducir el hambre y aportando económicamente a su localidad.

Una estrategia que implementa la mujer rural en el municipio de Chínipas y el cual a evitado que a pesar de la sequía por la que atraviesa el estado y el resto del país se quede sin alimento, es la transformación de la materia prima, la cual ha procesado y transformado para su conservación



y venta, esto a permitido que la mujer rural en el municipio sea revalorizada dentro de su localidad y busque mejores condiciones de vida.

Así la mujer del municipio de Chínipas se convierte en un ente fundamental para la presente investigación, desde una perspectiva que muestra una posible estrategia que permita generar políticas públicas dentro del sector agrícola, con el objetivo de transformar el entorno actual donde se desarrolla.

Situación de género en el medio rural

En las áreas remotas de la sierra Tarahumara se encuentra la localidad de Chínipas, municipio bastante apartado de la capital, además el difícil acceso por vía terrestre ha generado un aislamiento de sus pobladores, la mujer rural en esta localidad no ha sido la excepción del entorno en discriminación de género, al igual que el resto de las zonas rurales ha afrontado más problemas que en áreas urbanas, falta de empleos, programas sociales y el machismo han invisibilizado por generaciones a estas mujer rural, tal como lo mencionan (Pallares-Blanch & Antoni, 2018:), en las áreas remotas las mujeres afrontan más dificultades, predominando las normas y valores tradicionales de género que reducen las oportunidades para tener relaciones más equitativas.

Hablar de la relevancia de la mujer rural y su aporte al desarrollo económico regional, es replantear la situación de género en el medio rural, tal como lo sugieren (Ochoa et al, 2020: 265), al mencionar la diferencia entre los conceptos sexo y género, identificando el primero como un hecho biológico, es decir, por sexo y el segundo como una construcción social. Es decir, al momento de nacer mantenemos ciertas características biológicas las cuales se dividen a las personas en dos grupos: mujeres y hombres, mientras que al género se relaciona con el significado que la sociedad le da al ser una mujer o un hombre y a los roles, normas,

derechos y características sociales y culturales asignados a los mismos, pero diferentes al biológico.

En este sentido, la mujer en el municipio de Chínipas, perciben con mayor intensidad la desigualdad existente de género, las barreras existentes para la comercialización del chile chiltepín son evidentes para ellas, los hombres pueden retirarse de su hogar por días, con el fin de vender el producto en otra comunidad, sin embargo, para una mujer es mal visto que se retire de su hogar por días, dificultando el crecimiento de su negocio. Quienes inician un emprendimiento a nivel general tienen un sin número de obstáculos a vencer y más cuando se trata de economías emergentes, así como sectores vulnerables de la sociedad, como es el caso de las mujeres (Huamán & Cordova, 2018). En este caso las mujeres, se evidencia en aspectos como el estereotipo de género femenino, con los roles, órdenes y representaciones establecidas, expectativas de comportamiento derivadas de ello, la construcción sexista de muchas instituciones, el uso de un determinado lenguaje de género o las distintas manifestaciones de violencia (Gauché-Marchitti et al. 2022: 253).

Por otra parte, el escenario de la mujer presenta un limitado de oportunidades frente a las aspiraciones y expectativas de género, construyendo obstáculos para el desarrollo de la sociedad y la dinamización de la economía, frenada por la visión y las creencias de un patriarcado que aún no se ha superado y que evita que la mujer desempeñe el rol que le corresponde (Ordoñez et al. 2019: 5). Por lo tanto, los análisis de género son herramientas necesarias para visibilizar la situación de desventaja y también para mostrar los potenciales de las mujeres, particularmente en áreas alejadas (Oedl-Wieser, 2017).

Históricamente la localidad de Chínipas se caracteriza por tener una población vinculada a



un sector minero y un aislamiento que impide procesos de industrialización, la mujer rural no cuenta con apoyos suficientes, la brecha de género, la violencia y la falta de oportunidades han influido en la falta de oportunidades para emprender un negocio, aun teniendo todo en su contra, esta mujer desempeña un papel fundamental para generar valor agregado a su producto, convirtiendo el chile chiltepín en salsa, en busca de una oportunidad para su desarrollo personal, de una equidad entre el hombre y la mujer rural. Llevar programas de desarrollo rural con enfoque de género es proporcionar una modificación a su condición económica y trata de subsanar las condiciones culturales (Mora et al 2019). En este sentido se hace visible el rol que juega la mujer en los emprendimientos rurales y su capacidad para la transformación de la materia prima.

Metodología

La presente investigación de naturaleza cualitativa-cuantitativa se realizó a partir de un estudio de caso, el cual, con base a lo anterior contribuye a comprender los fenómenos en un contexto holístico y de la vida real, del mismo modo que conoce el caso como una sola entidad, (Alpi y Evans, 2019: 2).

En ella se utilizó el método etnográfico, el cual se caracteriza fundamentalmente en la construcción del conocimiento con otros, utilizando primordialmente seres humanos, hoy lo otro incluye también a seres vivos sintientes, no-humanos, con quienes debemos aprender a con-construir conocimientos (Greene, Pinochet, Lanzani, 2022, 14). El estudio observacional descriptivo que se utilizó y las narraciones se cruzan utilizando las técnicas de esta metodología (entrevistas en profundidad, observación participante, grupos de discusión), examinando la relación entre categorías, transcripción de códigos y el análisis.

Los escenarios se pudieron dividir en cuatro grupos temáticos: participantes en el proyecto comercialización del Chile chiltepín, edad, generación de valor agregado por género, situación sentimental de los participantes, teniendo en cuenta estos procedimientos y la naturaleza de la situación grupos e individual, en la sesión de capacitación se pudo realizar las transcripciones de coincidencias dentro de las categorías y posteriormente ser analizadas.

Los y las 43 participantes que integran el proyecto de transformación y comercialización del chiltepín en el municipio de Chínipas dentro del estado de Chihuahua, zona serrana del estado, fueron elegidas por un muestreo intencionado el cual integra el perfil de personas por función o sector de actividad (Rojas, 1995, 187).

Las entrevistas se realizaron en el lugar donde se llevó a cabo la capacitación el centro comunitario de la comunidad, donde se practicó la observación directa y se cuestionó a los participantes del proyecto, logrando recabar información real y verdadera de los participantes validando los resultados de la investigación cualitativa. Se solicitó el permiso para realizar la investigación durante el periodo octubre-noviembre del 2023.

Resultados

Los resultados expresan las respuestas de las entrevistadas de la mujer rural en el municipio de Chínipas, las cuales, a su vez se organizan en subdimensiones emanadas de las respuestas de las participantes y las interpretaciones de las y el investigador. El primer concepto es el rol que juega la mujer rural en el proceso productivo del Chiltepín.

El grupo de comerciantes está integrado por 51% mujeres y 49% hombres, tal como lo muestra la (Gráfica 1), se puede observar que el porcentaje es muy igualitario, sin embargo, es sabido que las desigualdades de género en función de trabajo en zonas rurales son

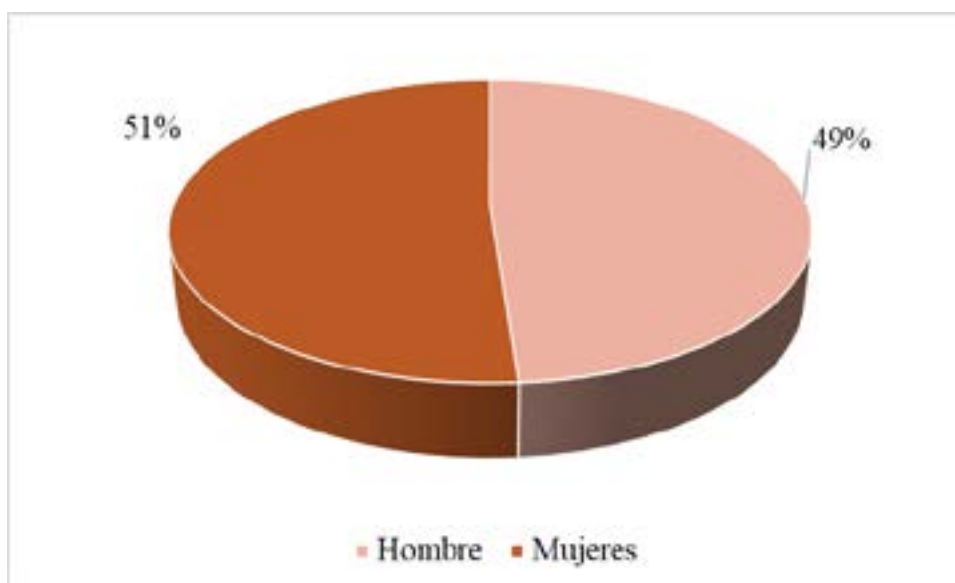
muy comunes, manteniendo un estereotipo de la mujer encargada de labores domésticas, cuidado de animales y algunos cultivos de traspatio, sin recibir reconocimiento social, ni económico por su labor (Silva-Jiménez et al. 2020), el grupo de mujeres rurales en esta región se a fortalecido experimentando un proceso de revaloración de sí mismas como personas, tal como lo menciona (Mora et al, 2019), donde la mujer rural está explorando movilizar recursos individuales y sociales, reconociéndose como comunidad, promoviendo cambios y realizando tareas recomendadas solo para hombres en el sector agrícola rompiendo con los paradigmas establecidos de género.

Respecto a la revaloración de la mujer rural en el municipio de Chínipas, las participantes expresaron que ellas recolectaban el chiltepín y lo vendían de manera individual, sin embargo, ahora que se busca la unión de la localidad para la comercialización fuera del municipio, su inclusión ha fortalecido su seguridad, confianza, ha creado unidad y trabajo en equipo con los varones de la región, tal como lo menciona Hortensia en su entrevista.

Antes de integrarnos al proyecto de comercializar el Chile Chiltepín fuera de Chínipas, me sentía sola, es verdad que yo y mi familia ya lo recolectábamos, pero he batallado mucho para poderlo vender, algunas veces lo colocó rápido, otras veces se los mando a mis familiares de Chihuahua, es verdad que sola es más difícil todo, pero con este proyecto de transformar y comercializar el chiltepín, tengo la esperanza de unirnos todos los que estamos aquí, vender juntos nuestro producto y porque no hasta hacer nuestra propia marca de Chínipas, estoy muy contenta y espero que esto resulte para beneficio de la comunidad y lo mejor es que nos integraron a nosotras para aprender nuevas cosas y unir a la comunidad.

En la entrevista, se visualiza una mujer segura de sí misma, confiada de su postura como aportadora de conocimientos e incluida en el grupo, manifiesta su capacidad para aprender y desarrollar nuevas actividades, así la mujer rural del municipio de Chínipas se transforma en un agente de cambio, creando áreas de oportunidad para su crecimiento.

Sin embargo, se puede observar que aún existen muchas brechas de género en la comunidad, al momento de realizar las actividades en equipo, las mujeres se integraban con mujeres y los hombres con hombres, al momento de cuestionarlos que porque se agrupaban así, uno de ellos contestó que así trabajaban mejor, demostrando que aun prevalece las relaciones tradicionales donde la mujer sigue ocupando un segundo plano en cuestiones de diversos indoles, uno de ellos el que refiere a la inserción social labora (Rojas-Rojas et al. 2021). Para las mujeres rurales, la aceptación en igualdad de condiciones, repartimiento de tierras, recursos, salario, entre otras cosas, es aún un sueño muy lejano, aunque se está trabajando para cambiar su condición. Durante la capacitación de comercialización del chiltepín se realizaron diferentes dinámicas, para la comprensión de lo expuesto, se puede analizar que en ocasiones la mujer antes de dar su comentario o expresar lo que pensaba, necesitan el permiso de su esposo o del responsable del grupo, a través de una mirada o asentando con la cabeza su aprobación, demostrando una vez más, que el marido tiene control sobre la participación de la mujer para poder opinar dentro del grupo, tal como lo menciona (Mora et al. 2019), se autodefinen principalmente como madres y esposas, a la vez que sus parejas masculinas ejercen control sobre ellas.

Gráfico 1. Participantes en proyecto chiltepín, municipio de Chínipas.

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, los hallazgos muestran la edad de la mujer rural en el municipio de Chínipas en la (Gráfica 2) que, mantiene una edad promedio de 50 años, un rango de edad en 34 años y una media de 53 años, permitiendo analizar los resultados donde se identifica que la mujer rural se encuentra envejeciendo, esto es preocupante a nivel mundial, mientras que el número de mujeres rurales menores de 40 años está disminuyendo dentro de la región, el número de mujeres mayores va en crecimiento. La tendencia demográfica en el medio rural es preocupante porque tendrá impactos negativos en la agricultura y en sus territorios, dado que los agricultores más jóvenes son los que suelen estar asociados a prácticas de producción más eficientes e innovadoras (Zagata et al. 2015).

En una entrevista con Evelia mujer rural de la región que donde se encontraban sus hijos ella respondió de la siguiente manera:

Tengo tres hijos y dos hijas, mis dos hijos mayores se fueron a estudiar a Chihuahua, y ya no regresaron, vieron mayores oportunidades allá y pos allá

se quedaron, mi hija mayor se casó y se fue Creel, es un municipio más grandes, llegan más carreteras y se puede mover con las facilidad a otras partes, yo le llevo el chiltepín ella lo vende más fácil, aquí se casó mi hijo el más chico tiene una tiendita y junto con su esposa la atienden, y mi otra hija también se casó, ella está más cerca se fue a la cabecera municipal en Guazapares.

1 6 7

Se puede observar que la mayoría de los jóvenes rurales buscan salir de sus comunidades en busca de mayores oportunidades que le son negadas en el sector agrícola, así queda demostrado que no tienen una próxima generación capacitada o dispuesta a seguir dedicándose a la agricultura, si una familia no planifica adecuadamente la sucesión rural, es probable que la finca quiebre, (Guerrero et al. 2021).

La falta de relevo generacional en el sector agrícola principalmente en zonas alejadas a la urbanización como lo presenta Chínipas, está directamente relacionada con el problema de la despoblación rural, al ser un lugar de



difícil acceso los medios de comunicación se dificultan, además, se encuentra el problema del internet, la falta de información ha provocado un manejo indeficiente del cultivo silvestre chiltepín, tal como lo mencionan (Góngora et al. 2020), las consecuencias a mediano plazo del relevo generacional no solo entrañan problemas para la continuidad del as zonas rurales, sino afectan a una gran cantidad de actividades de conocimiento ancestrales.

Las mujeres en el municipio de Chínipas están representando una parte relevante en el desarrollo rural de su localidad, sin embargo, la población se encuentra en proceso de pasar de la adultez a personas mayores, alguna de ellas ya se encuentra en esa etapa, la relevancia del sector agrícola es fundamental para el desarrollo agroalimentario de cualquier región del mundo, una de las entrevistadas menciona lo siguiente:

Mis hijos ya no viven con nosotros, ellos dejaron el rancho en busca de mejores oportunidades de trabajo y educación, se fueron a la ciudad y ya no quieren regresar, dicen que harán su vida fuera de aquí, por la falta de oportunidades y el abandono que nos encontramos, tan alejado de todo, a quien le vamos a enseñar donde están las plantas de chiltepín, como las van a encontrar, bueno ya no regresaran, mis nietos ya no sabrán recoger ni ver donde nacen.

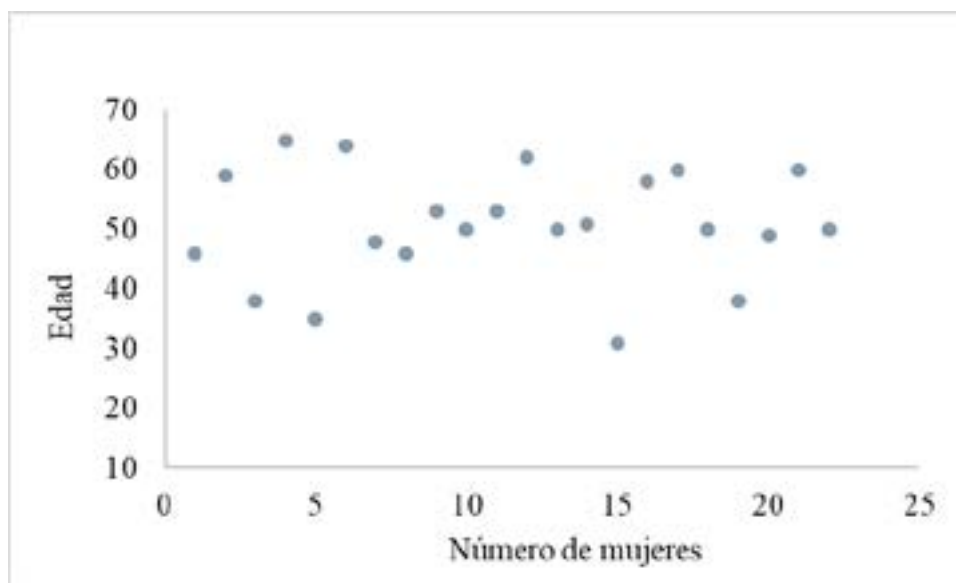
Tradicionalmente las familias rurales se han transmitido de generación en generación los conocimientos agrícolas, sin embargo, las políticas actuales de relevo generacional no han sido capaces de resolver este problema, además, las mujeres rurales están convencidas que sus hijos no van a regresar a su lugar de origen, ya sea porque buscan una vida mejor o porque no quieren seguir los pasos de sus padres como agricultores.

Las mujeres que participaron dentro del proyecto se muestran preocupadas por la falta de desinterés de sus hijas por aprender los conocimientos agrícolas de las familias, han manifestado su sentir al respecto, Flora, una entrevistada menciona lo siguiente:

Con gran tristeza veo y me pregunto, ¿quién va a preparar la salsa que hago del chiltepín?, esa que me enseñó mi madre, y que a su vez se la enseñó mi abuela, la cual se ha pasado de una generación a otra, ya no quieren aprender, ¿Cómo? si ya no están aquí, como se la voy a enseñar a mi hija y ella a mis nietas, esta salsa es especial, complementada con hierbas de olor de que san en el campo, el tiempo se lo lleva todo.

Es relevante manifestar que la capacidad para producir alimentos, desarrollar las economías rurales y proteger los recursos asociados al campo rural depende en gran medida de garantizar el relevo generacional, conservar los conocimientos ancestrales culinarios de cada región es fundamental para el desarrollo de las comunidades y la conservación de sus tradiciones, además, la perspectiva de género y la evolución de los papales desarrollo por hombres y mujeres en el trabajo agrícola, apenas han sido abordados por estudios sobre el relevo generacional (Mukhamedova y Wegerichi, 2018).

Gráfica 2. Edad de la mujer rural participante del proyecto Chínipas.



Fuente: Elaboración propia.

El decisivo papel de la mujer rural en los procesos productivos agrícolas han permitido analizar otra perspectiva de sus actividades y su aporte económica dentro de núcleo familiar, analizando los resultados evidencian que, durante la participación en el proyecto comercialización y transformación del chile chiltepín, las mujeres pasaron por un proceso de concientización, al preguntar a las y los participantes que cuantos de ellos le daban valor agregado al chiltepín, solo el 5% de los hombres mencionaron que le dan valor agregado y un 62% de las mujeres agregan valor al chiltepín, tal como se muestra en el (Gráfico 3).

En relación con el valor agregado al chiltepín los resultados permitieron analizar, la capacidad de las mujeres para emprender nuevas formas de comercializar el chiltepín, mostrando como la mujer rural se convierte en proveedora y productora de alimentos que la vinculan directamente al manejo de los recursos naturales de la región, generan la capacidad de diversificar el producto y llevarlo a su venta. Así el proceso productivo está referido a la utilización de recursos operacionales que permiten transformar la materia prima en

un resultado deseado, convirtiéndolo en un producto terminado.

La mujer rural y su ocupación en la agricultura o transformación de esta no es alta, sin embargo, su aportación al sistema alimentario es muy importante y cada vez más reconocido en puestos vinculados en procesos productivos agrícolas, con respecto a la revaloración del juego de roles, un elemento central que se ha fortalecido con la unidad del grupo es saber y conocerlos las actividades que cada uno de los integrantes les corresponde realizar. La mujer experimenta un proceso de revaloración de sí misma como persona, que les permite movilizar recursos individuales y sociales (Mora et al. 2019).

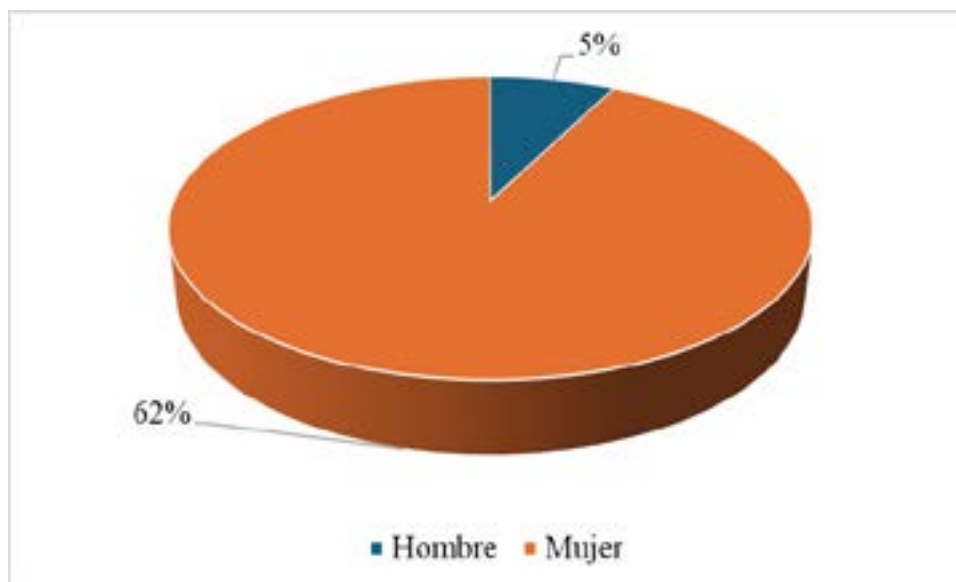
Las mujeres han adaptado y seguido prácticas tradicionales y tecnológicas de generación en generación para la elaboración de salsas representativas de la región, tal como lo menciona Flora anteriormente, además de conocer los tipos de producción en donde se encuentran involucradas, sin embargo, la mujer rural afrontan más problemas y valores de género que reducen las oportunidades para tener relaciones mas equitativas afectando

directamente la viabilidad económica de los proyectos de la mujer rural, en su calidad de vida y en su particiones en el desarrollo local (Bock, 2015). Juana otra entrevistada menciona lo siguiente:

Nosotras recogemos el chiltepín, caminamos más que cuando iba con mi mamá, entonces para que nos dure más el chile chiltepín, porque algunas veces no podemos vender los litros luego luego, lo tenemos que hacer salsa, eso nos ayuda a tenerlo por más tiempo, y podemos mandarlo a otro lado, los hombres como ellos pueden salir del pueblo lo venden más fácil, por eso, todo esto es bueno para que podamos trabajar juntos y ayudarnos unos a otros a vender más fácil el chile.

Sin lugar a duda, las mujeres rurales están desarrollando un papel fundamental en el emprendimiento regional, por ello, es fundamental analizar las cuestiones de género, ya que estas son herramientas requeridas para visualizar la situación de desventaja y también para mostrar los potenciales de las mujeres, particularmente en áreas remotas (Oedl-Wieser, 2017). Así la mujer rural se convierte en promotora económica, ejerce poder adquisitivo y tiene mayor valoración de sus múltiples actividades y fuerza interior para emprender nuevas formas de transformar y darle valor agregado al chile chiltepín en el municipio de Chínipas dentro el estado grande Chihuahua.

Gráfico 3. Valor agregado al chiltepín por género.



Fuente: Elaboración propia.

Se analiza la realidad que afrontan día a día las emprendedoras rurales en Chínipas, esta refleja la situación sentimental de la mujer rural que transforma el chile chiltepín en varios productos como chile en escabeche, salsa y envasados, se observa que las mujeres que se dedican a

transformar su materia prima para darle valor agrega al chiltepín en la región de Chínipas, los patrones muestran que 64% de ellas son mujeres casadas, las cuales mencionan que después de realizar sus actividades del hogar es cuando tienen tiempo de elaborar el proceso



de transformación, tal como lo aluden (Ordóñez, et al. 2018), la mujer rural debe cumplir con sus roles establecidos por la sociedad, así como ponen énfasis en que su esposo o compañero no perciba o note su ausencia en la casa.

El 22% de las mujeres rurales de esta comunidad que participan en el proyecto del chiltepín dando valor agregado son viudas, estas se han convertido en la figura de jefa de familia, asumiendo el rol de la proveedora económica y guía de su hogar. Así, la mujer rural, se convierte no solo en la responsable del hogar, ahora tiene la tarea de proveer a la familia el sustento económico, lo que permite generar a esta mujer rural nuevas estrategias para llevar lo necesario a su hogar.

El porcentaje de mujeres jefas de hogar va en aumento, como resultado de una diversidad de factores económicos y culturales que van desde las dificultades de los hombres para obtener mayores ingresos, hasta la ruptura o pérdida de la unión conyugal o violencia (Porras-Solís, 2021, p. 170). Así la situación laboral de la mujer rural muestra que las brechas de género de la participación y la tasa de ocupación son mucho más acentuadas en estas zonas, dificultando la contratación por su situación sentimental con respecto a los hombres, y esto genera que emprender un negocio propio, con poca capacitación y sin experiencia para manejar los procesos adecuados, invisibilizando a las trabajadoras rurales que cumplen con el hogar y ahora asumiendo la responsabilidad económica de la familia.

En este contexto los datos arrojaron que el 14% de las mujeres rurales que agregan valor al chiltepín están separadas de su pareja sentimental, lo que las lleva a realizar actividades para impulsar un negocio propio, es importante mencionar que la mayoría de ellas no recibe apoyo económico de parte de su expareja tal como lo señala Rosa Lilia, al mencionar lo siguiente:

Estoy emprendiendo un nuevo negocio de salsas a base de chiltepín, quiero tener dinero para mantener a mis dos hijos, me separe hace tiempo y aquel, no quiere darme dinero, claro como ya tiene otra mujer, pues dice que se lo da todo a ella, no me quedo de otra que comenzar a trabajar y poner mi negocio, pero la gente me ve con malos ojos, ya sabe cómo son los del pueblo, ven a una mujer sola y se quieren aprovechar

En el caso de las actividades desempeñadas por la mujer rural que se encuentra separada de la pareja, encontramos que la brecha de género en las condiciones sentimentales está presente, al encontrarse una mujer solo a diferencia de los hombres es mal visto por la sociedad y está a merced de los roles establecidos por el pueblo.

Conclusiones

La mujer rural dentro del municipio de Chínipas a jugado un papel fundamental en la comercialización del chiltepín, la participación de esta en el proyecto del chiltepin y venderlo fuera de la región, ha permitido visibilizar el trabajo que realizan las mujeres rurales en esta localidad, exponiendo su experiencia e ideas para darle un valor mayor al chiltepin y no venderlo en la forma tradicional por litro. En este proyecto, se reconoce el papel que tiene las mujeres rurales como agentes claves para conseguir un cambio económico dentro de los pobladores, al presentar un porcentaje muy igualitario de mujeres y hombres participantes, sin embargo, durante el proyecto se pudo analizar la brecha que aún existe en la población, al controlar la participación de la mujer respecto a la del hombre, la palabra de este, sigue siendo fortalecido por el autoritarismo y la violencia simbólica al controlar a su pareja sentimental con frases como, se deberían quedar en casa a cuidar los niños.

Otro hallazgo de la presente investigación, recae en el análisis de la edad de las participantes, las cuales oscilan en su mayoría entre 40 y 60 años, obteniendo una edad media de 50 años, evidenciando que la población rural está envejeciendo, y es urgente identificar las estrategias que se deben implementar para el relevo generacional, además, se puede observar que la edad es un detonante para el emprendimiento de la mujer rural en el municipio de Chínipas, se muestran más seguras de sí mismas y con la experiencia suficiente para ser frente a determinadas situaciones, con respecto a las brechas de género que están presentes en la comunidad, partiendo que existe un espacio ganado para incluir a la mujer en proyectos comunitarios, sin embargo, no es el que se merecen dentro de la localidad por esa brecha de género que está latente.

El valor agregado del chile chiltepín prevalece considerablemente dentro de las mujeres rurales de la región sobre el masculino. La transformación de la materia prima chiltepín en el municipio de Chínipas evidencia una clara tendencia de la mujer rural a ser creativa, innovadora, curiosa, sin embargo, se limita a ser parte de un patriarcado tradicional marcado fuertemente en las zonas rurales, en este sentido, la mujer se convierte en un agente clave para transformar el chiltepín, pero, se mantiene con un estereotipo de ama de casa, obediente a su pareja sentimental, evitando que esté se moleste o se inquiete cuando se sale fuera del hogar, temiendo ser reprendida o señalada por la gente del pueblo, además, los productos elaborados no tienen calidad suficiente para llevarlos al mercado regional por carecer de procesos y técnicas de mercadotecnia competentes para su venta, aunque son elaborados con saberes que se han pasado de generación en generación y su sabor es único. Aún sigue existiendo una brecha de género a partir del análisis de la situación de la mujer en contexto rural con respecto al hombre, el cual tiene derecho a ausentarse de

su hogar y no ser mal visto por la comunidad en comparación con una mujer.

Se podría pensar que, por ser zona rural, la mujer que da valor agregado al producto serían las mujeres que se encuentran en una situación sentimental solitarias, sin embargo, en este municipio se genera por mujeres casadas, razón por la cual el patriarcado exige concentración máxima en el hogar, evita que la mujer sea la responsable de administrar el negocio e ignora la capacidad de la mujer para generar ingresos económicos extras, por eso, él es el responsable de la venta del producto. También se pudo identificar en una entrevista a Anselmo mencionar, *es muy diferente que una mujer sea viuda, a ella, hay que respetarla, la dejaron sola, no fue su decisión, sin embargo, al estar separada, fue por decisión propia, es muy diferente el trato que se le debe dar*. Al ser jefa de familia en situación de viudes y separación por decisión propia en las zonas rurales, es marcada fuertemente por los estereotipos de género, al marcar una diferencia significativa en cuanto su situación sentimental.

1 7 2

Referencias bibliográficas

- Alpi, K. and Evans, J. (2019). Distinguishing Case Study as Research Method from Case Reports as a publication type. *Journal of the Medical Library Association*, 1 pp. 1-5. Available at: <https://doi.org/10.5195/jmla.2019.615>
- Bock, B. (2015). [Gender mainstreaming and rural development policy: the trivialization of rural gender issues. Gender, Place & Culture, 22\(5\), pp. 731-745.](https://doi.org/10.1080/0966369X.2013.879105) Available at: <https://doi.org/10.1080/0966369X.2013.879105>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2018). *Informe de pobreza y evaluación 2018 Chihuahua. Alcaldía Benito Juárez, México. CONEVAL*. [En línea].

Disponible en: <https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Paginas/Informes-de-Pobreza-y-Evaluacion-2018.aspx>

- Gaspar-Rivera, J. E. y Meza-palmeros, J. A. (2023). Estrategias empleadas por mujeres indígenas para preservar sus saberes alimentarios en el área metropolitana de Monterrey. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 34(63), 1-24. <http://doi.org/10.836/es.v34i63.1402>
- Gauché-Marchetti, X., Domínguez Montoya, A., Fuentesalba- Carrasco, P., Santana-Silva, D., Sánchez-Pezo, G., Barriá-Paredes, M., Pérez-Díaz, C., González-Fuente, R., Sanhueza-Riffo, C. (2022). Juzgar con perspectiva de género. Teoría y normativa de una estrategia ante el desafío de la tutela judicial efectiva para mujeres y personas LGBTIQ. *Revista Derechos del Estado*, 52: 247-278. <https://doi.org/10.18601/01229893.n52.08>
- Góndora, R., Pérez, M., Milán, M. J., López-Gelats, F. (2020). Strategies and drivers determining the incorporation of you farmers into the livestock sector. *Rural Studies*, 78, pp. 131-148. <http://doi.org/10.1016/j.rurstud.2020.06.028>
- Guerrero, J.E., Lara, P., Maroto, F. y Ortíz, L. (2021). El relevo generacional y su importancia para el desarrollo de los territorios rurales. *Mediterráneo Económico*, 35, pp. 219-235. [En línea]. Disponible en: dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8402902
- Gutiérrez-Díaz, M. C., Reyes-López, J.G., Sapien-Aguirre, A.L. y Piñón-Howlet, L. C. (2023). Municipios vulnerables y los objetivos de desarrollo sostenible: caso Chínipas, Guazapares, Maguarichi y Matachi en Chihuahua, México. *Revista de Gestado e secretariado*, 14(4), 5999-6018. <http://doi.org/10.7769/gesec.v14i4.2032>
- Greene, Ricardo, Carla Pinochet Cobos y Debora Lanzeni. 2022. "Futuros imaginados. Perspectivas descentradas en torno al oficio etnográfico". *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología* 47: 3-21. <https://doi.org/10.7440/antipoda47.2022.01>
- Haro-Encinas, J. A., y Martínez-Corina, R. (2020). Patrimonio biocultural y despojo territorial en el Río Mayo. Los guarijíos de Sonora y el proyecto de prese Los Pilares-Bicentenario. *Noroeste de México, nueva época*, 2, 129-157.
- Huamán, F., y Córdova, M. (2018). *Desafíos y oportunidades para el emprendimiento femenino*. Conferencia: 53° Asamblea Anual de CLADEA 2018, San José, Costa Rica. [En línea]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/331383663_Desafios_y_Oportunidades_para_el_Emprendimiento_Femenino
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). *Cuéntame de México*. México. Junio 2024. [En línea]. Disponible en: https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur_urb.aspx#:~:text=%2C%201950%20%2D%202010.,INEGI,de%20Poblaci%C3%B3n%20y%20Vivienda%202020.&text=En%201950%2C%201a%20cantidad%20de,ubica%20en%2021%20por%20ciento
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2017). *Registros administrativos. Estadísticas vitales. Mortalidad*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

- [En línea]. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/407>
- Mora, G. M., Fernández, M. C., Troncoso, J. (2019). Mujeres rurales y acción productiva para la autonomía. *Revista Mexicana de Sociología*, 81(4), pp. 797-824. [En línea]. Disponible en: <https://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v81n4/2594-0651-rms-81-04-797.pdf>
- Mukhamedova, N. & Wegerich, K. (2018). The feminization of agriculture in post-Soviet Tajikistan. *Rural Studies*, 57, pp. 128-139.
- Oedl-Wieser, T. (2017). Women as Drivers for a sustainable and social inclusive development in mountain regions: the case of the Austrian Alps". *European Countryside*, 9(4), pp. 808-821. <https://doi.org/10.1515/euco-2017-0045>
- Ochoa Díaz, C. E., Centeno Maldonado, P. A., Guamán Chacha, K. A., Hernández Ramos, E. L., & Bravo Montoya, V. A. (2020). La vulneración del Principio de orientación Sexual e Identidad de Género en la legislación ecuatoriana. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(5), 263-268. [En línea]. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n5/2218-3620-rus-12-05-263.pdf>
- Ordóñez, M. E., Ruíz, P. I., Rodríguez, E. T. (2019). Emprendimiento comunitario con enfoque de género: un estudio el cantón Cañar. *Revista en Ciencias Sociales*, 25(4), pp. 1-13. [En línea]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28062322011>
- Pallares-Blanch, M., & Antoni F., A. V. (2017). Emprendimiento e innovación de las mujeres: hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña. *Cuadernos Geográficos*, 57(3), pp. 36-
57. <http://dx.doi.org/10.30827/cuadgeo.v57i3.5770>
- Porras-Solís, A. J. (2021). Uso del tiempo de las mujeres rurales jefas del hogar en Costa Rica. *Revista Espiga*, 20(42), pp. 169-182. Disponible en: <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/espiga/article/view/3839>
- Plan de Desarrollo Municipal de Chínipas (2022). *Plan de desarrollo municipal Chínipas, 2021-2024. Gobierno del Estado Libre y Soberano de Chihuahua*. Junio 2024. [En línea]. Disponible en: https://chihuahua.gob.mx/sites/default/attach2/anexo/anexo_03-2022_pmd_chinipas_2021-2024.pdf
- Rojas, R. (1995). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México. 17ª edición. Editorial Plaza y Valdés editores.
- Rojas-Rojas, M. R., Herrera-Hugo, B. A., Tapia-Segarra, J. I., Cárdenas-Lara, B. J. (2021). "Empoderamiento y empoderamiento de la mujer rural de la parroquia de Santa Ana del cantón Cuenca: una mirada desde Trabajo Social". *Dom. Ciencia*, 7(3), 855-883. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1971>
- Silva-Jiménez, Y. P., Duran, C. A., Concha, C. M., y Otero, J. D. (2020). "Experiencias exitosas de asociatividad: un caso de empoderamiento de las mujeres rurales y equidad de género en cadenas de valor agrícola". *Revista Novedades Colombianas*, 72-96.
- Zárate, R., Amado, A. A. & Parra, S. (2022). "Design Thinking para el emprendimiento social: una revisión de literatura". *Revista Facultad De Ciencias Económicas*, 30(1), 113-130. <https://doi.org/10.18359/rfce.5907>