



ONU Turismo

Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe

Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe

Copyright © 2024, Organización Mundial del Turismo

Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe

ISBN (versión impresa): 978-92-844-2591-4

ISBN (versión electrónica): 978-92-844-2592-1

DOI: 10.18111/9789284425921

Publicado por la Organización Mundial del Turismo,
Madrid, España.

Primera edición: 2024

Todos los derechos reservados.

Organización Mundial del Turismo (ONU Turismo)

Calle del Poeta Joan Maragall, 42

28020 Madrid

España

Tel.: (+34) 915 67 81 00

Fax: (+34) 915 71 37 33

Página web: www.unwto.org

E-mail: info@unwto.org

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la presentación de sus elementos no son indicativas de opinión alguna por parte de la Secretaría de la Organización Mundial del Turismo respecto del estatuto jurídico de ningún país, territorio, ciudad o zona ni de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

La Organización Mundial del Turismo no garantiza la exactitud de los datos incluidos en esta publicación y no acepta ninguna responsabilidad por cualquier consecuencia de su uso. La mención de empresas o productos concretos no implica que sean avalados o recomendados por la Organización Mundial del Turismo con preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan.

El informe o los resultados no constituyen ningún tipo de asesoramiento, recomendación, representación o aprobación, y no deben utilizarse para tomar (o abstenerse de tomar) decisiones específicas de inversión o de otro tipo.

Citación:

Organización Mundial del Turismo (2024), *Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, ONU Turismo, Madrid,

DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284425921>.

Todas las publicaciones de la Organización Mundial del Turismo están protegidas por derechos de autor. Por lo tanto, y salvo indicación en contrario, ninguna parte de las publicaciones de la Organización Mundial del Turismo podrá reproducirse, almacenarse en sistemas de recuperación de datos ni utilizarse de ninguna manera ni por ningún medio, sea electrónico o mecánico, incluidas la reproducción por fotocopia, la microfilmación y la digitalización, sin autorización previa por escrito. La Organización Mundial del Turismo alienta la difusión de sus obras y estudia con interés todas las solicitudes de autorizaciones, licencias y derechos de traducción relacionadas con sus publicaciones.

La autorización de fotocopiar publicaciones de la Organización Mundial del Turismo en España se solicitará por mediación de:

CEDRO, Centro Español de Derechos Reprográficos

Calle Alcalá, 21, 2º der.

28014 Madrid

España

Tel.: (+34) 913 08 63 30

Fax: (+34) 913 08 63 27

Página web: www.cedro.org

E-mail: cedro@cedro.org

Los interesados en reproducir publicaciones de la Organización Mundial del Turismo fuera de España habrán de pedir autorización a una de las entidades con las que CEDRO tiene suscritos convenios bilaterales, cuando la haya en el país correspondiente (ver la lista de entidades en: <https://www.cedro.org/propiedad-intelectual>)

Para todos los demás países, así como para otras autorizaciones, las solicitudes se remitirán directamente a la Organización Mundial del Turismo. En ese caso, consultar: www.unwto.org/unwto-publications

Índice

Agradecimientos 4

Prólogo 6

Resumen ejecutivo 7

Introducción 18

- I.1 Antecedentes y enfoque 18
 - I.1.1 Objetivos del estudio 20
 - I.1.2 Metodología 21
 - I.1.3 Estructura del informe 24
 - I.1.4 Limitaciones 24
- I.2 Contexto regional 25
 - I.2.1 El impacto del turismo a escala regional 25
 - I.2.2 La situación de las mujeres y la igualdad de género a nivel regional 27

01 Empleo 29

- 1.1 Temas principales 30
- 1.2 Conclusiones 47

02 Emprendimiento 49

- 2.1 Temas principales 49
- 2.2 Conclusiones 62

03 Educación y formación 63

- 3.1 Temas principales 63
- 3.2 Conclusiones 77

04 Liderazgo, política y adopción de decisiones 79

- 4.1 Temas principales 79
- 4.2 Conclusiones 100

05 Comunidad y sociedad civil 102

- 5.1 Temas principales 102
- 5.2 Conclusiones 112

06 Conclusiones y recomendaciones 114

6.1 Conclusiones 115

6.2 Recomendaciones 120

Anexos 123

Anexo 1 Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en américa latina y el caribe 123

Anexo 2 Lista de países y territorios de las américas por subregiones 145

Referencias y bibliografía 146

Agradecimientos

El presente informe fue encargado por la Organización Mundial del Turismo (ONU Turismo) a través de su Departamento de Ética, Cultura y Responsabilidad Social y el Departamento para las Américas.

Su elaboración estuvo a cargo de la Dra. Daniela Moreno Alarcón. Contribuyeron también a la investigación Lucía Villar Martín, Camila Quiroz González, Marie Guilleux y Jade Chauvel.

Tanto la revisión como la corrección editorial del informe fueron supervisadas por Benjamin Owen y Susana Costa Resende, del Departamento de Ética, Cultura y Responsabilidad Social, en colaboración con Romina Nardi del Departamento Regional de las Américas de ONU Turismo. El informe contó con la estrecha supervisión de la Directora Ejecutiva de ONU Turismo, Zoritsa Urosevic. Adicionalmente ONU Turismo agradece a Sandra Carvão, Juliana Conteras, Leandry Moreno, Esther Ruiz, Gustavo Santos, Igor Stefanovic y Clara Van de Pol por su apoyo en el desarrollo del informe.

ONU Turismo quisiera expresar su gratitud a todas aquellas personas que aportaron sus experiencias para los estudios de casos reales: Anna Alaman, Yadi Alvarez Messina, Yocasty Artilles, Bianca Boderó, Patricia Durán Vaca, Rosanna Fustagno, Verónica García Sánchez de León, Carolina Heredia, Soraya Rodríguez Peña, el equipo de Sublime Samaná y el equipo de Travel Excellence. Asimismo, ONU Turismo agradece a sus estados miembros que amablemente aceptaron participar en la elaboración de este *Informe regional* y a todas las compañeras y compañeros de América Latina y el Caribe que están trabajando con fuerza para incorporar la igualdad de género en el turismo. Muchas gracias.

Prólogo

El *Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* pretende ser un instrumento de referencia para el empoderamiento femenino en el sector turístico. Realizado en colaboración con las administraciones nacionales de los estados miembros de ONU Turismo, ofrece una amplia perspectiva de la situación de las mujeres que trabajan en la actividad turística en esos países.

El turismo es un gran generador de empleo para todos, pero para muchas mujeres puede significar además una gran oportunidad de desarrollo laboral. En América Latina y el Caribe, la presencia femenina ya es mayoría entre los trabajadores del sector. Una representación que seguirá creciendo, ya que el 69% de los estudiantes de ámbito turístico son también mujeres.

Sin embargo, como en tantos otros lugares, la región también se enfrenta a algunos retos que limita el papel de las profesionales en el turismo, como el difícil acceso a la financiación o su escasa representación en puestos directivos.

Los datos y recomendaciones que se incluyen en este informe ayudarán a los principales actores del turismo a tomar decisiones informadas y crear estrategias que consoliden un desarrollo sostenible y en igualdad. Las conclusiones de este informe pueden servir de base para la creación de alianzas entre entidades públicas, privadas y comunitarias que comparten el objetivo de reconocer y potenciar el papel de la mujer en el turismo de la región.

A través de cinco áreas que sirven como indicadores del empoderamiento femenino: empleo, emprendimiento, liderazgo, educación y comunidad/sociedad civil, el informe recopila tanto los logros ya alcanzados, como los desafíos a los que aún se enfrentan las trabajadoras del sector turístico en la región. En su contenido también se realiza una exhaustiva evaluación de la aportación del turismo al Objetivo de Desarrollo Sostenible número 5 de las Naciones Unidas: “lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas”.

En definitiva, el *Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* pretende servir de inspiración para quienes buscan crear nuevas oportunidades para la mujer en este sector e impulsar su papel protagonista en el desarrollo turístico.

Zurab Pololikashvili

Secretario General, Organización Mundial del Turismo (ONU Turismo)

Resumen ejecutivo

El turismo es uno de los sectores económicos más relevantes de la región de las Américas. En 2023, esta región recibió 200 millones de llegadas de turistas internacionales y, en comparación con las otras regiones del mundo, cuenta con el

200
millones

de llegadas de turistas
internacionales en
las Américas en el año 2023¹

15% de las llegadas internacionales, quedando en tercera posición tras Europa (55%) y Asia y el Pacífico (18%).² En 2019, antes de la pandemia, el turismo representaba una contribución directa del 3,2% al producto interno bruto para las Américas (2,5% en 2022, aún en proceso de recuperación).³

En América Latina y el Caribe el sector turístico se encuadra en un panorama que no puede pasar desapercibido en materia del empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género. En 2023, una de cada diez mujeres vivía en situación de pobreza extrema, definida como un ingreso diario inferior a USD 2,15.⁴

El *Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* tiene como objetivo poner en evidencia el potencial del turismo como fuente generadora de oportunidades para la igualdad de género, identificando factores clave que indiquen positiva o negativamente en el empoderamiento de las mujeres y, relevando los principales retos a los que hay que apuntar. Tiene el propósito, además, de ofrecer recomendaciones para hacer frente a tales desafíos.

El alcance de la investigación cubre 40 países y territorios, de los cuales 26 son estados miembros y 2 miembros asociados de ONU Turismo.

¹ Organización Mundial del Turismo (2024/d), *Dashboard de datos turísticos de la ONU Turismo*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [20-03-2024].

² Organización Mundial del Turismo (2024/d), *Dashboard de datos turísticos de la ONU Turismo*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [20-03-2024].

³ Organización Mundial del Turismo (2024/d), *Dashboard de datos turísticos de la ONU Turismo*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [20-03-2024].

⁴ Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [20-03-2024].

Tabla RE.1: Países y territorios incluidos en el Informe regional sobre las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe

América del Norte	América Central	América del Sur	Caribe
México	Belice Costa Rica El Salvador Guatemala Honduras Nicaragua Panamá	Argentina Bolivia Brasil Chile Colombia Ecuador Guyana (NM) Paraguay Perú Uruguay Venezuela	Anguila (NM) Antigua y Barbuda Aruba ^a Bahamas Barbados Bermuda (NM) Cuba Dominica (NM) Granada (NM) Guadalupe (NM) Haití Islas Caimán (NM) Islas Vírgenes Británicas (NM) Jamaica Martinica (NM) Puerto Rico ^a República Dominicana Saint Kitts y Nevis (NM) San Vicente y las Granadinas (NM) Santa Lucía (NM) Trinidad y Tobago

Notas: NM: no-miembro de ONU Turismo.

a) Aruba y Puerto Rico son miembros asociados de ONU Turismo. Véase la lista completa de los países americanos en el anexo.

Tomando como marco de referencia el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*⁵ de ONU Turismo, se han considerado cinco áreas temáticas de análisis: 1. empleo; 2. emprendimiento; 3. formación y educación; 4. liderazgo, política y adopción de decisiones; y 5. comunidad y sociedad civil. Además, se ha incorporado un nuevo eje temático transversal a todos los demás: 6. mecanismos de medición y gestión de la información de cara al diseño e implementación de mejores políticas.

⁵ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

Tabla RE.2: Áreas temáticas de análisis y objetivos asociados en el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo, segunda edición*

Área temática	Objetivo asociado
1. Empleo	El turismo proporciona trabajo decente ^a para las mujeres.
2. Emprendimiento	Las empresas turísticas lideradas y en propiedad de las mujeres conducen a su empoderamiento.
3. Educación y capacitación	La educación y la capacitación en materia de turismo que considera las necesidades particulares de las mujeres promueve la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el sector.
4. Liderazgo, política y adopción de decisiones	Las mujeres son líderes del sector turístico, están representadas e influyen en los espacios de adopción de decisiones.
5. Comunidad y sociedad civil	El turismo empodera en términos sociales, económicos y políticos a las mujeres para que trabajen de manera colectiva por la justicia y la igualdad de género considerando el resto de las temáticas.
6. Medición para unas mejores políticas	El turismo es activo en la construcción de datos desagregados y sensibles al género para mejorar su respuesta en materia de desarrollo sostenible.

Nota: a) Según la OIT «el trabajo decente sintetiza las aspiraciones de las personas durante su vida laboral. Significa la oportunidad de acceder a un empleo productivo que genere un ingreso justo, la seguridad en el lugar de trabajo y la protección social para todos, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad para que los individuos expresen sus opiniones, se organicen y participen en las decisiones que afectan sus vidas, y la igualdad de oportunidades y trato para todos, mujeres y hombres».
Véase: Organización Internacional del Trabajo (s.f.), *Trabajo decente*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [12-09-2024].

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

La caracterización de las seis áreas temáticas en América Latina y el Caribe se ha llevado a cabo mediante una metodología mixta, similar a la que sustentó el *Informe mundial* y basada en técnicas tanto cuantitativas como cualitativas. A nivel cuantitativo, se incorporaron datos suministrados por las autoridades nacionales de turismo a través de cuestionarios diseñados al efecto,⁶ información estratégica desagregada por sexo y relativa al sector turístico general a escala nacional. El sistema ILOSTAT (base de datos pública de la Organización Internacional del Trabajo – OIT), referente mundial en estadísticas internacionales en materia de trabajo, constituyó una fuente secundaria que permitió analizar la categoría de ‘alojamiento y restauración’ como un indicador indirecto de aproximación al sector en su conjunto.⁷ La complementariedad de ambas fuentes ha sido clave para amortiguar la principal limitación encontrada en la fase de investigación: la escasez de datos sistematizados desagregados por sexo en la región. En cuanto al método cualitativo, además de la revisión exhaustiva de información documental, se incorporaron estudios de caso que formaron parte del programa

⁶ Los estados miembros que contestaron el cuestionario son: Argentina, Belice, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

⁷ La sección de «alojamiento y restauración» dentro del sistema ILOSTAT es la aproximación más cercana al sector turístico ante una escasez importante de datos.

Primer Plano⁸ de ONU Turismo y que pueden constituir un referente de buenas prácticas a la luz de las recomendaciones del informe mundial.

Avanzar hacia la igualdad significa asegurar el empleo femenino en todas las industrias del sector, reducir la brecha salarial de género y garantizar condiciones laborales seguras para las mujeres.

Las mujeres son la columna vertebral del sector turístico. Su presencia como trabajadoras es mayoritaria frente a la de los hombres, tanto en la región de América Latina y el Caribe como en el mundo.

52%

de las personas que trabajan en el sector turístico en la región son mujeres⁹

El empleo femenino se concentra principalmente en la categoría de 'alojamiento y restauración', donde a menudo desempeñan funciones que suponen una prolongación de su papel de cuidados en el espacio doméstico

75%

de las personas que trabajan por cuenta propia en el sector turístico en Ecuador son mujeres¹⁰

y que, tanto social como económicamente, cuentan con escaso reconocimiento. Es importante facilitar el acceso de las mujeres a otras industrias del sector, donde puedan asumir puestos con mayores oportunidades de promoción y diversificación además de mejores salarios, teniendo en cuenta que ellas perciben ingresos inferiores a los de los hombres por desempeñar funciones equivalentes (las cifras regionales de la brecha salarial de género en el sector turístico en América Latina y el Caribe superan el promedio mundial).

La manera de insertarse en el mercado del empleo turístico presenta claros sesgos de género. La mayoría de las personas que ejercen por cuenta propia o como trabajadoras familiares auxiliares son mujeres (la OIT cataloga

74%

de las personas que trabajan en el sector informal del turismo en Ecuador son mujeres¹¹

ambas modalidades como 'empleo vulnerable'). A esto se une el hecho de que la informalidad en la región afecta fundamentalmente a las mujeres, con lo que esto implica en cuanto a condiciones de precariedad.

Avanzar hacia la igualdad significa flexibilizar las condiciones de acceso a financiamiento por parte de las mujeres, así como a medios que les permitan incrementar sus capacidades técnicas y empresariales y sus oportunidades de generación de redes.

Las mujeres impulsan la mayor parte de los emprendimientos turísticos en la región. Sin embargo, estas iniciativas se perciben más como una fuente de autoempleo para hacer frente a necesidades de subsistencia y para garantizar ingresos en los hogares, que como una propuesta empresarial de innovación y/o crecimiento económico.

100%

**de las grandes empresas
turísticas están bajo la
propiedad de hombres en
El Salvador¹²**

Los emprendimientos femeninos se ubican principalmente en la categoría de 'alojamiento y restauración', en la forma de pequeños negocios, a menudo desarrollados de manera informal, dentro o en las proximidades del espacio doméstico, con baja productividad y escasas oportunidades de diversificación, proyección y acceso a los mercados.

En gran medida como consecuencia de prejuicios de género, los negocios de mujeres son considerados de mayor riesgo por parte de las instituciones financieras, lo que se traduce en fuertes barreras en el acceso a financiamiento. La flexibilización de las condiciones para la aprobación de los créditos, así como la simplificación de los mecanismos de regulación y

⁸ El programa Primer Plano de la Organización Mundial del Turismo tuvo como objetivo brindar apoyo a los países participantes (Jordania, Costa Rica, la República Dominicana y México) en la implementación de las recomendaciones del Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Para mayor información consulte:

Organización Mundial del Turismo (s.f.), 'Primer Plano', ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [30-09-2024].

⁹ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

¹⁰ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

¹¹ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

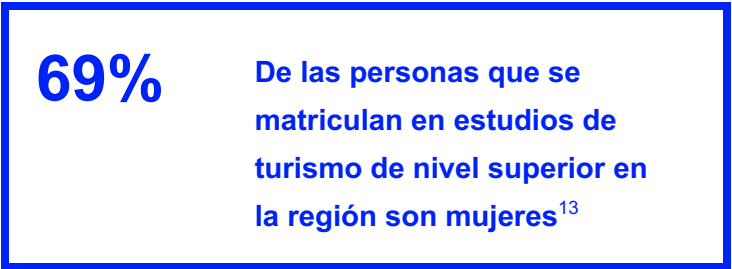
¹² Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

control, son clave para que las mujeres puedan invertir en sus negocios impulsando, así su capacidad emprendedora y su inserción activa en la cadena de valor del turismo. A esto contribuirá igualmente la posibilidad de establecer conexiones con el mundo y generar redes, mediante infraestructuras adecuadas de acceso a internet y la adquisición de competencias digitales.

Es clave avanzar en el diseño de estrategias para la captura de información desagregada por sexo en relación con los emprendimientos, teniendo en cuenta también a los que operan en la economía informal. Por ejemplo, no se recibió ninguna información a través de los cuestionarios sobre el emprendimiento de las mujeres en el turismo.

Avanzar hacia la igualdad significa establecer alianzas público-privadas-comunitarias que garanticen que la presencia mayoritaria de mujeres en la formación terciaria o superior en el ámbito del turismo tenga un reflejo directo en el mercado laboral.

La mayoría de las personas matriculadas en estudios de turismo de nivel superior, esenciales para la profesionalización del sector y la especialización de alto nivel, son mujeres. Sin embargo, esto no se refleja en el mercado laboral, donde gran parte de las trabajadoras no han realizado estudios especializados y optan a empleos con menor necesidad de cualificación y menores salarios, siendo escasa su presencia en los cargos de gerencia y toma de decisiones.



La inversión de las empresas en el capital humano femenino debe ser una apuesta de largo plazo, generando competencias que trasciendan los papeles de género asignados tradicionalmente a las mujeres. Para ello se debe brindar a las trabajadoras una oferta formativa de calidad, construida al amparo de una estrecha coordinación público-privada-comunitarias¹⁴ y desde el conocimiento de las desigualdades que sufren las mujeres, con el fin de evitar su reproducción.

¹³ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.
¹⁴ Organización Mundial del Turismo (2020/a), *AIUla Framework for Inclusive Community Development through Tourism*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422159>.

La formación de carácter técnico y empresarial debe ir sustentada por la promoción de otro tipo de habilidades denominadas *soft skills*, las cuales están relacionadas con aspectos tan estratégicos como el fortalecimiento de la autoestima, el liderazgo, la comunicación, la capacidad de crear redes, las técnicas de negociación y la adaptabilidad a un entorno en cambio permanente.

Debido al persistente reto en cuanto a la disponibilidad de datos desagregados por sexo, se requiere dicha información para valorar el impacto de los estudios turísticos y su relación con el mercado laboral, tanto en términos cualitativos como cuantitativos.

Avanzar hacia la igualdad de género significa implementar políticas y estrategias específicamente diseñadas al efecto, lo cual exige la presencia de mujeres en cargos de alta gerencia y toma de decisiones, tanto en el sector público como en el privado.

Muchos de los países de la región han suscrito marcos políticos y jurídicos de carácter nacional e internacional orientados hacia la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

En la práctica se evidencian progresos, por ejemplo, en que la mayoría de las personas en puestos de alta dirección en el sector público (cargos de perfil técnico, por ejemplo, en jefaturas de departamento) son mujeres.

Esto abre importantes oportunidades para que las políticas turísticas incorporen el enfoque de género. Sin embargo, existen barreras para acceder a los puestos de máxima autoridad en el sector: sólo el 25% de las administraciones nacionales de turismo de la región están liderados por mujeres.¹⁶

51%

de los cargos de alta dirección
en el sector público del
turismo en la región son
mujeres.¹⁵

25%

de las administraciones
nacionales de turismo están
liderados por mujeres

¹⁵ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

¹⁶ ONU Turismo. [Información sobre autoridades nacionales de turismo en ejercicio en julio de 2024, según datos del Departamento Regional para las Américas de ONU Turismo en referencia a las máximas autoridades de la cartera específica de turismo de sus 26 estados miembros y 2 miembros asociados](#) [07-07-2024].

En el ámbito del sector privado, existen marcados sesgos de género en los perfiles profesionales en el empleo turístico. A pesar de que las mujeres trabajadoras son mayoría en relación con los hombres, tienden a ocupar puestos administrativos y de servicios que requieren menor cualificación, son más precarios, reportan menores salarios y brindan pocas oportunidades de promoción dentro de la empresa. Los puestos directivos y de alta gerencia son ocupados por varones.

Es necesario promover el talento femenino en los cargos de toma de decisiones, tanto en el sector público como en el privado, porque esto contribuye de manera determinante al fortalecimiento institucional en materia de género y, por ende, a la igualdad. Para ello es de importancia estratégica la formación – aspecto que se abordó en el apartado anterior. Pero además es imprescindible progresar en la institucionalización de medidas que faciliten la conciliación familiar y laboral – factor que condiciona de manera crítica el acceso a empleo y al liderazgo de las mujeres. Las licencias de maternidad y paternidad y la provisión de servicios de cuidados de larga duración son ejemplos de instrumentos efectivos al respecto.

Hay avances importantes en la existencia de marcos legales sensibles al género, sin embargo, existe una brecha entre la igualdad formal y la real. Para acortar esta distancia ello debe ser una prioridad en las agendas del sector público – la transversalización de género en el turismo, entendiéndose esto como una estrategia que se considere en todas las políticas, todos los niveles de la programación y todas las decisiones las diferentes necesidades de las mujeres y los hombres.

Para finalizar, la erradicación de la violencia contra las mujeres es un punto de urgente atención a la hora de abordar el turismo con perspectiva de género. En América Latina y el Caribe queda mucho por hacer en cuanto al acoso sexual en el ambiente laboral en el sector turístico, o tematizar cómo el turismo puede ser un catalizador para reducir la violencia contra las mujeres tan extendida en gran parte de la región. Se están dando importantes avances en cuanto a compromisos y marcos normativos, pero es clave abordar esta problemática particularizada al sector turístico.

Consolidar la igualdad en el turismo significa desarrollar un modelo de turismo comprometido con las necesidades de las mujeres, el fortalecimiento de la sociedad civil, la protección de la vida y el cuidado del medio ambiente.

Las mujeres desempeñan la mayor parte del trabajo no remunerado en general y del trabajo doméstico no remunerado en particular. Por otro lado, aunque haya una creciente presencia femenina en el mercado laboral, esta no se ha visto correspondida con una mayor responsabilidad masculina en labores domésticas y de cuidados no remuneradas, con el consiguiente sobre esfuerzo físico y mental para las mujeres. Esta situación tiene implicaciones severas tanto en su vida personal como en la profesional, dado que disponen de menos tiempo para actividades enfocadas en su desarrollo personal (por ejemplo, el autocuidado) y profesional (por ejemplo, cursos de formación), además de quedar excluidas de espacios donde se toman decisiones importantes para sus vidas y las de las comunidades donde habitan.

Lo anterior resulta todavía más importante cuando en América Latina y el Caribe el turismo comunitario abre importantes oportunidades de propuestas empresariales enfocadas en el empoderamiento de las mujeres y sus comunidades, la protección de la vida y el cuidado del medio ambiente. En gran medida, se sustenta en la capacidad de las mujeres de generar redes de apoyo mutuo que les permiten afrontar problemas estructurales vinculados con las desigualdades de género, como las barreras en el acceso al empleo y la violencia de género.

La resistencia creciente de las mujeres a proyectos turísticos que no son sostenibles ni buenos para ellas ni sus comunidades es cada vez más visible, especialmente en su papel como defensoras de los recursos naturales y máxime cuando la región de América Latina y el Caribe presenta grandes desafíos en materia de cambio climático. Abordar esta cuestión en el seno del turismo es un tema relativamente nuevo que puede generar importantes resultados.

Se debe avanzar en una política turística que apueste por la igualdad y que aborde las desigualdades entre mujeres y hombres en el acceso y control de los recursos naturales, así como la violencia de género, tanto en el sector de las proveedoras de servicios como de las consumidoras. Sólo así los destinos turísticos serán sostenibles.

En este contexto, es necesario desarrollar procedimientos que permitan elaborar y compartir datos desagregados por sexo en todas las dimensiones del sector de manera continuada, con el fin de conocer la realidad de los diferentes destinos y tomar decisiones efectivas de cara a avanzar hacia la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Tabla RE.3: ¿Qué medidas son necesarias para que el turismo avance en materia de empoderamiento de las mujeres e igualdad de género?

Área temática	Recomendaciones
1. Empleo	▪ Implementar las convenciones internacionales de la Organización Internacional del Trabajo sobre la igualdad de género y velar su implementación en el sector privado: – C100 – Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951.^a – C111 – Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958.^b – C156 – Convenio sobre los trabajadores con responsabilidades familiares, 1981.^c – C183 – Convenio sobre la protección de la maternidad, 2000.^d – C190 – Convenio sobre la violencia y el acoso, 2019.^e ▪ Fomentar servicios de cuidados a largo plazo asequibles y adaptados a las necesidades de las trabajadoras y los trabajadores en el turismo. ▪ Implementar pautas orientadas al sector privado que eliminen el sesgo de género y cualquier tipo de violencia y alienten la progresión profesional de las mujeres.
2. Emprendimiento	▪ Mejorar el acceso a la financiación y control de recursos fundamentales para las mujeres. ▪ Sensibilizar a las emprendedoras respecto de las ventajas de la formalización. ▪ Simplificar los procesos de formalización y adaptarlos al propio sector turístico y las necesidades de las emprendedoras en la región. ▪ Diseñar e implementar políticas de adquisiciones sensibles al género. ▪ Mejorar los currículos formativos desde la perspectiva de las emprendedoras y desde un enfoque de cadena de valor de cara a la competitividad y sostenibilidad.
3. Educación y capacitación	▪ Desarrollar los currículos adaptados a las necesidades del sector en cuanto a habilidades, oportunidades de negocios y liderazgo de las mujeres. ▪ Promover el intercambio profesional de las alumnas con el sector privado durante los estudios. ▪ Garantizar la formación inicial y continua que mejore el desempeño de las mujeres en todas sus etapas profesionales. ▪ Proporcionar formación sobre igualdad de género para responsables públicos, supervisores y empleados tanto del sector público como privado y en la academia. ▪ Incentivar la inclusión de la igualdad de género en los currículos formales e informales en materia turística.
4. Liderazgo, política y adopción de decisiones	▪ Implementar políticas turísticas que consideren un análisis de género y que transversalicen la perspectiva de género en sus estrategias, planificación, monitoreo, resultados, evaluación y financiación. ▪ Abordar la violencia de género y el trabajo doméstico no remunerado en las políticas turísticas. ▪ Desarrollar o fortalecer una estrategia nacional para la igualdad de género en el sector turístico que cuente con un presupuesto adecuado. ▪ Implementar iniciativas que apoyen la progresión de carrera de las mujeres a las altas direcciones. ▪ Desarrollar un cuadrante de inversiones turísticas desde un enfoque de género.

Área temática	Recomendaciones
5. Comunidad y sociedad civil	▪ Apoyar a las mujeres – sin instrumentalizarlas – en situarse en las comunidades y en las poblaciones indígenas. ▪ Incentivar a las mujeres en un turismo con objetivo de impulsar las comunidades y reducir las implicaciones del cambio climático.
6. Medición de datos	▪ Producir y reportar datos desagregados por sexo según los indicadores del Marco Estadístico para la Medición de la Sostenibilidad del Turismo.^f ▪ Reportar sistemáticamente a ONU Turismo los datos desagregados por sexo.

Fuentes: a) Organización Internacional del Trabajo (1951), *C100 – Convenio sobre igualdad de remuneración – 1951* (núm. 100), OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [30-09-2024].

b) Organización Internacional del Trabajo (1958), *C111 – Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación) – 1958* (núm. 111), OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [30-09-2024].

c) Organización Internacional del Trabajo (1981), *C156 – Convenio sobre los trabajadores con responsabilidades familiares – 1981* (núm. 156), OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [30-09-2024].

d) Organización Internacional del Trabajo (2000/a), *C183 – Convenio sobre la protección de la maternidad – 2000* (núm. 183), OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [30-09-2024].

e) Organización Internacional del Trabajo (2019/a), *C190 – Convenio sobre la violencia y el acoso – 2019* (núm. 190), OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [30-09-2024].

f) Organización Mundial del Turismo (s.f.), *Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism*. ONU Turismo, Madrid, en 17ad a disponible en: <https://www.unwto.org> [30-09-2024].

Introducción

Resumen: En la presente introducción se explican los objetivos y la metodología empleada para la recolección de datos cuantitativos y cualitativos del presente Informe. Asimismo, esta parte presenta el contexto regional turístico para comprender su dinámica en América Latina y el Caribe. Se abordan las cifras más importantes en términos de generación de ingresos, empleo y la aportación del turismo al PIB. Por último, se presenta una radiografía de la situación de las mujeres y la igualdad de género para conocer el punto de partida de cara a comprender los desafíos y las oportunidades relacionados con la igualdad de género en el turismo.

Palabras clave: América Latina y el Caribe | turismo | igualdad de género | empoderamiento de las mujeres | datos turísticos desagregados por sexo | violencia de género

Mensajes clave:

- De los 26 estados miembros que recibieron el cuestionario preparado para el Informe, 19 respondieron a esta iniciativa.
- La información de los cuestionarios se complementó con fuentes secundarias, principalmente de ILOSTAT, base de datos pública de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Existe una gran carencia de datos cuantitativos desagregados por sexo y sensibles al género en el sector turístico, especialmente en la zona del Caribe.

Datos clave

- En el primer trimestre de 2024, las llegadas a América Latina y el Caribe alcanzaron el 99% de los niveles de 2019,
- En 2023, una de cada diez mujeres en América Latina y el Caribe vivía en situación de pobreza extrema, definida como un ingreso diario inferior a USD 2,15 por día.
- El 21% de las mujeres jóvenes, entre 15 y 24 años, habrá sufrido violencia de género por parte de la pareja cuando lleguen a los 25 años.

I.1 Antecedentes y enfoque

Desde la publicación de la primera edición del *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*,¹⁷ se ha extendido globalmente el reconocimiento de la importancia de profundizar en el análisis y programación del sector turístico teniendo como premisa que éste causa un impacto directo en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

En el marco político se están dando importantes progresos en este sentido. Por un lado, la equidad entre mujeres y hombres se ha convertido en una meta estratégica y específica en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (ODS 5 – Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas). Por otro lado, se ha integrado el enfoque de género como eje principal en toda la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y en cada uno de los ODS.

¹⁷ Organización Mundial del Turismo y ONU Mujeres (2012), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284414789>.

Para poder hablar de turismo sostenible en sus tres vertientes – económica, social y ambiental – es indispensable avanzar hacia la igualdad de género. Esto implica trabajar reconociendo de manera diferenciada las necesidades de las mujeres dentro de su diversidad y, a partir de ahí, transformar el sector y encaminarlo a implementar medidas compensatorias en su planificación y gestión de cara a reducir las brechas de género. Para esto se requiere compromiso social y político, profesionalización e información detallada en torno a la participación de las mujeres en el sector.

Este *Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* da continuidad al trabajo previo realizado por ONU Turismo en la temática y tiene como objetivo profundizar en las condiciones en que las mujeres se insertan en el sector turístico y la manera en que tales factores impulsan o limitan su empoderamiento. El informe regional se nutre del *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*¹⁸ y de los informes regionales de Asia y el Pacífico¹⁹ y de Oriente Medio²⁰. También se sostiene en las lecciones aprendidas gracias al programa Primer Plano, a través del cual ONU Turismo ha brindado apoyo a los países participantes (Jordania, Costa Rica, República Dominicana y México) en la implementación de las recomendaciones del informe mundial de cara a la recuperación de la pandemia de la COVID-19 y a la creación de oportunidades de empoderamiento para las mujeres a través del turismo.

Por ello, y para facilitar la lectura, se ha tomado como referencia el mismo marco analítico ofrecido por ONU Turismo en el *Informe mundial*, el cual plantea las siguientes cinco áreas temáticas de estudio, todas ellas interrelacionadas: 1. Empleo; 2. Emprendimiento; 3. Formación y educación; 4. Liderazgo, política y adopción de decisiones; y 5. Comunidad y sociedad civil (véase tabla I.1). Además, se ha considerado prioritario introducir un nuevo eje temático, que atraviesa todos los demás: 6. Mecanismos de medición y gestión de la información de cara al diseño e implementación de políticas.

Dentro de cada una de las áreas temáticas, se hace hincapié en las oportunidades de empoderamiento que el turismo brinda a las mujeres, así como en las brechas y estereotipos de género que éstas enfrentan. Esta caracterización del sector permite finalmente extraer recomendaciones dirigidas a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

¹⁸ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

¹⁹ Organización Mundial del Turismo (2022/b), *Regional Report on Women in Tourism in Asia and the Pacific*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423569>.

²⁰ Organización Mundial del Turismo (2020/b), *Regional Report on Women in Tourism in the Middle East*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422371>.

Cabe mencionar la importancia de incluir la interseccionalidad²¹ como guía fundamental de la investigación. Esto significa reconocer el peso y la interrelación de variables como el género, etnia, clase social, estatus migratorio, edad, orientación sexual, capacidad física e intelectual, entre otros, en dimensiones como la identidad, los privilegios y los factores de discriminación que inciden en las desigualdades entre mujeres y hombres.

I.1.1 Objetivos del estudio

El objetivo de este informe es explorar la situación de las mujeres en el turismo para los países seleccionados de América Latina y el Caribe (véase tabla I.2) considerando las áreas temáticas anteriormente mencionadas (empleo; emprendimiento; formación y educación; liderazgo, política y adopción de decisiones; comunidad y sociedad civil; y medición para unas mejores políticas). Este *Informe regional* visibiliza el potencial del turismo como generador de oportunidades orientadas a la equidad, identificando y describiendo los factores clave que propician o bien obstaculizan el empoderamiento de las mujeres en el sector turístico, y planteando recomendaciones para avanzar hacia la igualdad de género.

Para cada uno de los seis ejes temáticos, ya el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo* de 2010 y su segunda edición de 2019 proponen sendos objetivos que muestran cómo debería ser la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el turismo y que se han convertido en el marco de referencia de esta investigación.

²¹ Según ONU Mujeres, la interseccionalidad es «una forma de entender que muchas categorías sociales están interrelacionadas en la vida de las mujeres y las niñas».

Véase: Palm, S. y Le Roux, E. (2021), 'Exploring intersectional approaches to prevent violence against women and girls: lessons from civil society organizations funded by the United Nations Trust Fund to End Violence against Women (Explorar los enfoques interseccionales para prevenir la violencia contra las mujeres y las niñas: lecciones de las organizaciones de la sociedad civil financiadas por el Fondo Fiduciario de las Naciones Unidas para Eliminar la Violencia contra la Mujer)', serie de resúmenes *Learning from Practice (Aprender de la práctica)*, volumen 1, Fondo Fiduciario de las Naciones Unidas para Eliminar la Violencia contra la Mujer, Nueva York, en línea disponible en: <https://unf.unwomen.org> [12-09-2024].

Tabla I.1: Áreas temáticas de análisis y objetivos asociados en el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*

Área temática	Objetivo asociado
1. Empleo	El turismo proporciona trabajo decente ^a para las mujeres.
2. Emprendimiento	Las empresas turísticas lideradas y en propiedad de las mujeres conducen a su empoderamiento.
3. Educación y capacitación	La educación y la capacitación en materia de turismo que considera las necesidades particulares de las mujeres promueve la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el sector.
4. Liderazgo, política y adopción de decisiones	Las mujeres son líderes del sector turístico, están representadas e influyen en los espacios de adopción de decisiones.
5. Comunidad y sociedad civil	El turismo empodera en términos sociales, económicos y políticos a las mujeres para que trabajen de manera colectiva por la justicia y la igualdad de género considerando el resto de las temáticas.
6. Medición para unas mejores políticas	El turismo es activo en la construcción de datos desagregados y sensibles al género para mejorar su respuesta en materia de desarrollo sostenible.

Nota: a) Según la OIT «el trabajo decente sintetiza las aspiraciones de las personas durante su vida laboral. Significa la oportunidad de acceder a un empleo productivo que genere un ingreso justo, la seguridad en el lugar de trabajo y la protección social para todos, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad para que los individuos expresen sus opiniones, se organicen y participen en las decisiones que afectan sus vidas, y la igualdad de oportunidades y trato para todos, mujeres y hombres». Véase: Organización Internacional del Trabajo (s.f.), *Trabajo decente*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org/> [12-09-2024].

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

I.1.2 Metodología

Al amparo del objetivo descrito en el apartado anterior y siguiendo las áreas temáticas (véase tabla I.1), se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es la situación de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe en relación con las seis áreas temáticas considerando los datos disponibles?
- ¿Cuáles son los principales desafíos América Latina y el Caribe que frenan el empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género en el turismo?
- ¿Cuáles son los habilitadores de un contexto sostenible y seguro para las mujeres en el turismo? Y
- ¿Qué medidas son necesarias para que el turismo avance en materia de empoderamiento de las mujeres e igualdad de género?

En coherencia con la metodología presentada en el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, el alcance regional del presente documento cubre 40 países y territorios (véase tabla I.2), de los cuales 26 son estados miembros y 2 miembros asociados de ONU Turismo.²²

²² La probabilidad de encontrar datos desagregados por sexo en el turismo y la disponibilidad de datos cualitativos han sido las principales razones para determinar este alcance.

Tabla I.2: Países y territorios incluidos en el informe regional sobre las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe

América del Norte	América Central	América del Sur	Caribe
México	Belice Costa Rica El Salvador Guatemala Honduras Nicaragua Panamá	Argentina Bolivia Brasil Chile Colombia Ecuador Guyana (NM) Paraguay Perú Uruguay Venezuela	Anguila (NM) Antigua y Barbuda Aruba ^a Bahamas Barbados Bermuda (NM) Cuba Dominica (NM) Granada (NM) Guadalupe (NM) Haití Islas Caimán (NM) Islas Vírgenes Británicas (NM) Jamaica Martinica (NM) Puerto Rico ^a República Dominicana Saint Kitts y Nevis (NM) San Vicente y las Granadinas (NM) Santa Lucía (NM) Trinidad y Tobago

Notas: NM: no-miembro de ONU Turismo.
a) Aruba y Puerto Rico son miembros asociados de ONU Turismo. Véase la lista completa de los países americanos en el anexo.

Para dar respuesta a las preguntas de investigación en relación con las seis áreas temáticas, se utilizó una metodología mixta, basada en técnicas tanto cuantitativas como cualitativas, similar a la que sustentó el informe mundial. Dicha metodología fue mejorada mediante la incorporación de datos desagregados por sexo suministrados por las autoridades nacionales de turismo a través de cuestionarios diseñados al efecto, así como de estudios de caso participantes en el programa Primer Plano²³ de ONU Turismo, que pueden servir como referente de buenas prácticas.

²³ El programa Primer Plano de la Organización Mundial del Turismo tuvo como objetivo brindar apoyo a los países participantes (Jordania, Costa Rica, la República Dominicana y México) en la implementación de las recomendaciones del Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Para mayor información consulte: Organización Mundial del Turismo (s.f.), 'Primer Plano', ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [30-09-2024].

Métodos cuantitativos

Al contrario de la metodología del *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*,²⁴ este informe cuenta con datos primarios, proporcionados por las autoridades nacionales de turismo. Se desarrolló un cuestionario²⁵ de veintiuna preguntas orientadas a caracterizar la manera en que mujeres y hombres se insertan en el mercado laboral turístico. Este instrumento fue remitido a los estados miembros de ONU Turismo en la región de las Américas que conforman el alcance del informe y fueron completados por las autoridades nacionales del sector en cada país. Todo ello permitió contar con datos de importancia estratégica desagregados por sexo y a escala nacional. En total, 19 estados miembros de un total de 26 respondieron a esta iniciativa.²⁶

La información de los cuestionarios se complementó con fuentes secundarias, principalmente del sistema (ILOSTAT), base de datos pública de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y referente mundial en estadísticas internacionales en materia de trabajo. Gracias a esto se ha podido determinar la distribución de mujeres y hombres en la categoría de ‘alojamiento y restauración’ que permite un análisis comparativo entre el empleo en el sector turístico global y una industria de ese sector en la que estudios previos indican una mayor presencia de mujeres. Además, destaca en detalle las condiciones laborales, lo que ha constituido un importante indicador indirecto para inducir las características del empleo en el sector turístico en su conjunto.

Métodos cualitativos

Una exhaustiva revisión bibliográfica de informes y artículos teóricos relacionados con el empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género en el sector turístico en América Latina y el Caribe fue fundamental para priorizar los criterios de identificación de los casos de estudio, así como para realizar una caracterización preliminar de las principales brechas de género y obtener una primera batería de indicadores cuantitativos.

Por último, se presenta un conjunto de casos de estudio, seleccionados en base a criterios de buenas prácticas de acuerdo con las recomendaciones del *Informe mundial*. La mayor parte

²⁴ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

²⁵ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

²⁶ Los estados miembros que contestaron el cuestionario son: Argentina, Belice, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

de estas experiencias formaron parte del programa Primer Plano de ONU Turismo y fueron conocidas a través de entrevistas realizadas *in situ* a sus protagonistas. Otros casos fueron identificados por Primer Plano y las entrevistas se desarrollaron en formato online.

I.1.3 Estructura del informe

El informe se organiza en base a seis capítulos. Del capítulo 1 al 5 se abordan cada una de las cinco áreas temáticas que establecen el marco de referencia para el análisis: empleo; emprendimiento; educación y formación; liderazgo, política y adopción de decisiones; comunidad y sociedad civil, presentando en cada caso un análisis de contexto en materia de turismo, así como los avances y desafíos en materia de igualdad. La sexta área temática – la medición para unas mejores políticas – se trata de forma transversal a lo largo de los capítulos.

El capítulo 6 muestra las conclusiones más relevantes de la investigación y una serie de recomendaciones orientadas a los diferentes agentes involucrados en el sector con el fin de promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el turismo.

I.1.4 Limitaciones

Como principales limitantes en el desarrollo de la investigación, se destaca el gran tamaño de la región y la diversidad de contextos que esto conlleva. A esto se une una gran heterogeneidad en las dinámicas turísticas y en los niveles de desarrollo del sector en los diferentes territorios. Por lo tanto, este informe debe entenderse como una aproximación a la situación de las mujeres en el turismo en la región, la cual requiere ser adaptada a los diferentes contextos.

Existe una gran carencia de datos cuantitativos desagregados por sexo y sensibles al género en el sector turístico, especialmente en la zona del Caribe. Esto ha sido solventado en gran medida gracias a cifras oficiales facilitadas por las autoridades nacionales de turismo y las autoridades nacionales estadísticas, ampliadas con datos procedentes de organismos internacionales, principalmente la base de datos ILOSTAT de la OIT.

I.2 Contexto regional

I.2.1 El impacto del turismo a escala regional

El sector del turismo es un generador clave de divisas, ingresos y empleo para todos los países de las Américas.²⁷ Esta región prácticamente recuperó las cifras pre-pandémicas en el primer trimestre de 2024, con llegadas que alcanzaron el 99% de los niveles de 2019, impulsadas por una sólida demanda intrarregional. El flujo turístico desde Estados Unidos de América benefició a los destinos de América Central y el Caribe en particular²⁸.

En 2023, alrededor de 1.286 millones de turistas internacionales viajaron en el mundo, lo que supone un incremento del 34% respecto al año 2022.²⁹ Ese año se estimaron 200 millones de llegadas de turistas a las Américas³⁰ – el 15% de la cuota de llegadas internacionales, quedando en la tercera posición tras Europa (54%) y Asia y el Pacífico (18%).³¹

Con relación a la contribución al producto interno bruto de cada región (PIB),³² el turismo en las Américas³³ ocupa el cuarto lugar, tal como se expresa en la tabla I.3:

Tabla I.3: PIB directo del turismo como proporción del PIB total por región, 2019 y 2022 (%)

Región	2019	2022
África	4,2%	3,2%
Américas	3,2%	2,5%
Asia y el Pacífico	3,8%	1,3%
Europa	4,3%	4,0%
Oriente Medio	4,9%	3,7%

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2024/a), 'Dashboard de datos turísticos de la ONU Turismo', ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [20-03-2024].

²⁷ Los países de las América implicados en estos datos son: Aruba, Jamaica, Perú, Brasil, México, Argentina, Chile, Honduras, República Dominicana, Costa Rica, Panamá, Uruguay, Ecuador, Puerto Rico, El Salvador, Nicaragua, Trinidad y Tobago, Paraguay, Bahamas y Estados Unidos de América.

²⁸ Organización Mundial del Turismo (2024/c), *Barómetro del turismo mundial*, volumen 22, número 2, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>.

²⁹ Organización Mundial del Turismo (2024/c), *Barómetro del turismo mundial*, volumen 22, número 2, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>.

³⁰ Organización Mundial del Turismo (2024/c), *Barómetro del turismo mundial*, volumen 22, número 2, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>.

³¹ Organización Mundial del Turismo (2024/d), 'Dashboard de datos turísticos de la ONU Turismo', ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [20-03-2024].

³² Organización Mundial del Turismo (2024/d), 'Dashboard de datos turísticos de la ONU Turismo', ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [20-03-2024].

³³ Los países de las América implicados en estos datos son: Aruba, Jamaica, Perú, Brasil, México, Argentina, Chile, Honduras, República Dominicana, Costa Rica, Panamá, Uruguay, Ecuador, Puerto Rico, El Salvador, Nicaragua, Trinidad y Tobago, Paraguay, Bahamas y Estados Unidos de América. Si bien los Estados Unidos de América no forma parte del alcance del informe se deja en la lista para no alterar el dato.

Reduciendo la escala a América Latina y el Caribe, el turismo también representa un importante dinamizador del mercado laboral, de ahí su protagonismo en gran parte de las economías nacionales y territoriales (véase tabla I.4).³⁴

Tabla I.4: Empleo en las industrias turísticas y su aportación al PIB en algunos países de América Latina y el Caribe, 2012–2020

Países y territorios	Total de empleos en las industrias turísticas (x 1.000)	Último año del dato disponible	PIB directo del turismo como proporción del PIB total (%)	Último año disponible
Argentina	1.260	2019	n/d%	n/d
Aruba	n/d	n/d	22,1%	2017
Bahamas	n/d	n/d	15,2%	2012
Brasil	2.192	2019	n/d	n/d
Chile	588	2021	3,3%	2019
Costa Rica	150	2021	4,8%	2019
Ecuador	120	2021	n/d	n/d
El Salvador	56	2021	3,5%	2018
Honduras	231	2021	6,0%	2017
Jamaica	n/d	n/d	9,8%	2019
México	2.006	2020	6,7%	2020
Nicaragua	48	2021	n/d	n/d
Panamá	141	2021	9,1%	2013
Paraguay	10	2021	n/d	n/d
Perú	n/d	n/d	3,9%	2019
Puerto Rico	60	2020	2,7%	2020
República Dominicana	190	2021	n/d	n/d
Trinidad y Tobago	44	2021	n/d	n/d
Uruguay	126	2019	7.0%	2019

Nota: Datos del último año disponible.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2024/d), 'Dashboard de datos turísticos de la ONU Turismo', ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [20-03-2024].

Actualmente, la región sigue en proceso de recuperación tras la pandemia de la COVID-19. Según los resultados del cuestionario enviado al *Grupo de Expertos en Turismo de ONU*

³⁴ Los países de las América implicados en estos datos son: Aruba, Jamaica, Perú, Brasil, México, Argentina, Chile, Honduras, República Dominicana, Costa Rica, Panamá, Uruguay, Ecuador, Puerto Rico, El Salvador, Nicaragua, Trinidad y Tobago, Paraguay, Bahamas y Estados Unidos de América. Si bien los Estados Unidos de América no forma parte del alcance del informe se deja en la lista para no alterar el dato.

Turismo,³⁵ las principales preocupaciones para la recuperación del turismo internacional son: el panorama económico, el impacto de los eventos climáticos (es una de las regiones más vulnerables a eventos climáticos extremos) y los elevados costes debidos a los precios del transporte y el alojamiento.

I.2.2 La situación de las mujeres y la igualdad de género a nivel regional

El sector turístico en la región de América Latina y el Caribe se enmarca en un contexto que incide drásticamente en los avances en materia de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres (véase tabla I.5). Es la segunda región del mundo, tras África Subsahariana, con mayor desigualdad y con más mujeres viviendo en situación de pobreza extrema. En 2023, una de cada diez mujeres vivía en situación de pobreza extrema, definida como un ingreso diario inferior a USD 2,15 por día.³⁶

³⁵ Organización Mundial del Turismo (2024/c), *Barómetro del turismo mundial*, volumen 22, número 1, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>.

³⁶ Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [20-03-2024].

Tabla I.5: Panorama en (des)igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en América Latina y el Caribe según los indicadores de ONU Mujeres América Latina y El Caribe

Trabajo remunerado	Violencia de género	Natalidad y embarazo adolescente	Mortalidad materna
Por cada dólar estadounidense (USD) de ingreso que reciben los hombres, las mujeres. Reciben USD 0,58. El 40% de las mujeres jóvenes que no tienen un trabajo remunerado es debido al embarazo o el cuidado de la familia.^a	El 21% de las mujeres jóvenes, entre 15 y 24 años, habrá sufrido violencia de género por parte de la pareja cuando lleguen a los 25 años. El 28% de las mujeres mayores de 65 años reportan haber sufrido violencia de género. Las partidas presupuestarias destinadas a abordar esta problemática oscilan entre 0,1% y 1% del presupuesto nacional.^b	La región cuenta con la segunda tasa de natalidad más alta a nivel mundial con 51,4 nacimientos por cada 1.000 mujeres, una cifra que supera el promedio mundial de 41,3. Además, 17 países de la región se encuentran entre los 70 del mundo con las tasas específicas más elevadas de fecundidad adolescente.^c	La tasa de mortalidad materna aumentó en 13 puntos porcentuales entre 2015 y 2020.^d Esta tasa ha aumentado en Asia Oriental y Sudoriental, y en Europa y América del Norte que aumentó en 2 puntos porcentuales.

Educación	Cambio climático	Acceso de mujeres a servicios de agua	Cargos políticos
El 26,9% de las mujeres no cursan estudios, no están empleados ni reciben capacitación, para el período 2005–2022 versus el 13,9% de los hombres.^d Solo el 18% de las universidades públicas de América Latina tienen rectoras.^e	Para 2050, 13 millones más de mujeres sufrirán la pobreza y 19,8 millones, la inseguridad alimentaria.^d	En 2000, 22 millones de mujeres y niñas consumían agua de suministros inseguros y de superficie. Para 2022, esta cifra se redujo, pero aún es de 7 millones.^d	El porcentaje de mujeres que ocupa un escaño en los parlamentos nacionales es de 9,3 puntos porcentuales superior al promedio mundial. Los cargos en gobiernos locales se sitúan 8,3 puntos porcentuales por debajo de la media mundial.^d

Nota: Indicadores según ONU Mujeres América Latina y El Caribe.

Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021/c), *Panorama Social de América Latina, 2020* (LC/PUB.2021/2-P/Rev.1), CEPAL, Santiago, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [30-09-2024].

- a) Mecanismo de Seguimiento de la Convención de Belém do Pará (2012), *Segundo Informe. Hemisférico sobre la implementación de la Convención de Belém do Pará*, MESECVI, Organización de los Estados Unidos, Washington, en línea disponible en: <https://www.oas.org> [30-09-2024].
- c) Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023/c), *Propuesta de segundo Informe regional sobre la implementación del Consenso de Montevideo sobre Población y Desarrollo* (LC/MDP.5/4), CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [30-09-2024].
Organización Mundial de la Salud (2024), *Embarazo en la adolescencia*, OMS, en línea disponible en: <https://www.who.int> [07-10-2024].
- d) ONU Mujeres (2023/c), *Progreso en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible: panorama de género 2023*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://www.unwomen.org> [02-03-2024].
- e) Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y el Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC) (2021), *Mujeres en la educación superior: ¿la ventaja femenina ha puesto fin a las desigualdades de género?*, IESALC, en línea disponible en: <https://www.iesalc.unesco.org> [25-01-2024].

01

Empleo

Resumen: El objetivo de este capítulo es esclarecer las implicaciones del empleo turístico en la vida de las mujeres en base a los datos disponibles a nivel regional. Se abordan los asuntos más estratégicos para América Latina y el Caribe, tales como la participación femenina en el sector, el panorama en cuanto a la formalización de los trabajos, la brecha salarial, la existencia de desigualdades interseccionales y las oportunidades que el turismo brinda para la juventud. Asimismo, se presentan una serie de indicadores que ayudan a reflexionar sobre los retos pendientes en cuanto a estereotipos en los papeles atribuidos a mujeres y hombres en el ámbito del empleo turístico.³⁷

Palabras clave: empleo turístico | brecha salarial | empleo informal | empleo formal | trabajo remunerado | trabajo no remunerado

Mensajes clave:

- La mayoría de las personas que están empleadas en el sector turístico son mujeres,
- la brecha salarial es un desafío que acarrea una situación de precariedad laboral para las mujeres, y
- en América Latina y el Caribe la informalidad tiene un impacto directo en las mujeres, sobre todo en las migrantes y en aquellas que viven en zonas rurales.

Datos clave

- 52% de las personas que trabajan en el sector turístico en América Latina y el Caribe son mujeres.
- 75% de las personas que trabajan informalmente en el sector turístico en los dos países que suministraron datos (Ecuador y Uruguay) son mujeres.
- 23% es la brecha salarial entre mujeres y hombres en el empleo turístico en los países de América Latina y el Caribe que aportaron datos.

³⁷ Con el fin de obtener un panorama detallado de la participación de las mujeres en el empleo turístico a nivel regional, las autoridades nacionales de turismo suministraron información estratégica desagregada por sexo a través de un cuestionario que les fue remitido. Los países que facilitaron dicha información fueron Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Como complemento para la investigación, se contó con datos, igualmente desagregados por sexo, que se centran de manera específica en el empleo en la industria de 'alojamiento y restauración' como indicador indirecto. Esta información es accesible a través de ILOSTAT, base de datos pública de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), referente mundial en estadísticas internacionales en materia de trabajo. Lo expuesto permitió llevar a cabo un análisis comparativo entre la participación de las mujeres en el empleo turístico en general y en el sector de 'alojamiento y restauración'.

1.1 Temas principales

Los datos oficiales desagregados por sexo suministrados por las autoridades nacionales de turismo reflejan que en América Latina y el Caribe las mujeres ocupan el 52% del mercado laboral turístico, es decir, más de la mitad.

56%

creció la presencia de mujeres en los empleos relacionados con el turismo entre 2010 y 2022 en Costa Rica, frente a un 14% en el caso de los hombres³⁸

Las mujeres representan la mayor parte de la fuerza laboral del sector turístico en la región.

Tabla 1.1: Proporción de mujeres sobre el número total de personas empleadas en las industrias turísticas en algunos países de América Latina y el Caribe (%)

Países	Año	Proporción de mujeres	Países	Año	Proporción de mujeres
Argentina	2022	34%	Honduras	2022	55%
Belize	2022	45%	Jamaica	n/d	64%
Brasil	2021	49%	México	2018	39%
Chile	2023	47%	Nicaragua	2023	52%
Colombia	2024	64%	Panamá	2023	54%
Costa Rica	2022	58%	Paraguay	n/d	53%
Ecuador	2022	68%	República Dominicana	2023	55%
El Salvador	2023	42% ^a	Uruguay	2022	41%
Guatemala	2023	46%	Venezuela	2023	49%
			Total		52%

Nota: El Salvador compartió el promedio mensual enero – mayo 2023.
Fuente: Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los Estados miembros para medir el rol de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia. Las preguntas y las respuestas recibidas están disponibles en el anexo 1.

Más allá de la tendencia global de la región, en la tabla 1.1 vemos fluctuaciones importantes entre países en los que el empleo femenino supera claramente el 50% (Colombia, Ecuador o

³⁸ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

Jamaica) y otros en los que hay una notable mayoría de hombres (Argentina o México, con un 34% y un 39% de mujeres respectivamente). Un caso reseñable es el de Costa Rica, donde entre 2010 y 2022 la presencia de mujeres en los empleos relacionados con el turismo creció un 56% frente a un 14% en el caso de los hombres.

Es importante mencionar que, en general, los datos oficiales sobre empleo se centran en el sector formal del conjunto de las industrias turísticas definido en el anexo 1. Teniendo en cuenta que el nivel de informalidad en el sector turístico es elevado y afecta de manera muy singular a las mujeres, las cifras pueden superar a las reflejadas en las tablas; este asunto se analizará posteriormente en este capítulo.

Tabla 1.2: Proporción de mujeres sobre el número total de personas en el empleo turístico en el sector de 'alojamiento y restauración' en algunos países y territorios de América Latina y el Caribe (%)

Países y territorios	Año	Proporción de mujeres	Países y territorios	Año	Proporción de mujeres
Argentina ^a	2022	45%	Honduras	2022	80%
Bahamas	2022	54%	Islas Caimán	2015	55%
Barbados	2019	62%	Islas Vírgenes	2022	51%
Belice	2022	62%	Jamaica	2022	63%
Bolivia	2022	78%	México	2023	60%
Brasil	2023	56%	Nicaragua	2022	73%
Chile	2023	57%	Panamá	2023	60%
Colombia	2023	66%	Paraguay	2022	61%
Costa Rica	2023	58%	Perú	2023	72%
Cuba	2014	41%	Puerto Rico	2022	54%
Ecuador	2023	68%	República Dominicana	2023	57%
El Salvador	2022	73%	Santa Lucía	2022	52%
Guatemala	2022	71%	San Vicente y las Granadinas	2022	65%
Guyana	2019	76%	Trinidad and Tobago	2022	62%
Haití	2022	71%	Uruguay	2022	54%
			Venezuela	2022	48%
			Total		60%

Nota: El dato proporcionado por Argentina es el siguiente: 46% en gastronomía, 39% en alojamiento, 39% en otros servicios turísticos y 10% en transporte para el año 2022. Se ha obtenido un promedio.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de OIT*, abril 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

Particularizando el análisis para el sector de ‘alojamiento y restauración’ mediante la información de la base de datos ILOSTAT de la OIT, se evidencia una tendencia similar: las mujeres representan la mayoría del mercado laboral en la región, en concreto un 60%; los porcentajes son superiores al 70% en América Central.

Tabla 1.3: Comparación de la proporción de mujeres sobre el número total de personas en el empleo total turístico y en el sector de ‘alojamiento y restauración’ en algunos países de América Latina y el Caribe (%)

Países	Proporción de mujeres en el empleo total turístico ^a		Proporción de mujeres en el sector de ‘alojamiento y restauración’ ^b	
	Año	%	Año	%
Argentina	2022	34%	2022	45%
Belice	2022	45%	2022	62%
Brasil	2021	49%	2023	56%
Chile	2023	47%	2023	57%
Colombia	2024	64%	2023	66%
Costa Rica	2022	58%	2023	58%
Ecuador	2022	68%	2023	68%
El Salvador	2023	42%	2022	73%
Guatemala	2023	46%	2022	71%
Honduras	2022	55%	2022	80%
Jamaica	n/d	64%	2022	63%
México	2018	39%	2023	60%
Nicaragua	2023	52%	2022	73%
Panamá	2023	54%	2023	60%
Paraguay	n/d	53%	2022	61%
República Dominicana	2023	55%	2023	57%
Uruguay	2022	41%	2022	54%
Venezuela	2023	49%	2022	48%
Promedio		52%		60%

Fuentes: a) Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los Estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia. Las preguntas y las respuestas recibidas están disponibles en el anexo 1.

b) Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de OIT*, abril 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

Se constata, pues, que el turismo abre importantes oportunidades desde el punto de vista del empleo femenino. El análisis comparativo de ambas fuentes (datos de las autoridades nacionales de turismo e ILOSTAT en la tabla 1.3) revela que, en la globalidad del sector, la presencia de mujeres es menor (52%) que en el caso particular de la categoría de ‘alojamiento

y restauración' (60%) (Jamaica es la excepción). Esto significa que en otras industrias vinculadas al turismo la proporción de hombres empieza a crecer y ellas tienen menores oportunidades de acceso.

Véase, por ejemplo, el caso de Honduras, donde 8 de cada 10 personas trabajadoras en la categoría de 'alojamiento y restauración' son mujeres, mientras que en el sector global son 5 de cada 10. En El Salvador, 7 de cada 10 empleos en el sector de 'alojamiento y restauración' son ocupados por mujeres, frente a 4 de cada 10 en el turismo visto de manera global.

Como se analizará más adelante, todo lo expuesto apunta a que, existe una segmentación en el empleo turístico que encasilla a las mujeres en trabajos que se proyectan como una extensión de

las responsabilidades domésticas tradicionales – como la limpieza y el cuidado de otras personas.⁴⁰ Es importante intensificar los esfuerzos en el resto de las industrias del sector orientados hacia el reparto equitativo de los diferentes perfiles laborales.

55%

de personas empleadas en el turismo en Honduras son mujeres³⁹

Finalmente, las dinámicas del turismo presentan variaciones en los diferentes países y territorios de la región. Por ejemplo, según los datos facilitados por la autoridad nacional de turismo en Argentina a través del

80%

de personas empleadas en el sector de 'alojamiento y restauración' en Honduras son mujeres⁴¹

cuestionario, encontramos una mayoría de hombres (65%) en el sector turístico global. Mientras, en Ecuador, los números resultan en un 68% de mujeres trabajando en el sector turístico.⁴² Esta diversidad de escenarios justifica la necesidad de adaptar las estrategias nacionales y territoriales a los distintos contextos teniendo en cuenta factores relacionados con el género.

³⁹ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

⁴⁰ Organización Mundial del Turismo y ONU Mujeres (2012), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284414789>.

⁴¹ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

⁴² Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

Las mujeres representan la mayor parte de la fuerza laboral del sector de ‘alojamiento y restauración’ en el mundo.

El Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición, revela que las mujeres representan la mayoría de las personas que trabajan en el sector de ‘alojamiento y restauración’ en el mundo, reproduciéndose una tendencia similar en la región de América Latina y el Caribe.

Tabla 1.4: Proporción de mujeres sobre el número total de personas empleadas en ‘alojamiento y restauración’ a nivel mundial, 2014–2023

Región	Número de países incluidos en la muestra	Número de total de personas empleadas (x 1.000)	Número de mujeres empleadas (x 1.000)	Proporción de mujeres (%)
África	37	9.852	7.332	74%
Américas ^a	33	29.183	16.756	57%
Asia y el Pacífico	29	77.778	42.204	54%
Europa	45	15.329	8.136	53%
Oriente Medio	13	2.495	226	9%
Total	157	134.637	74.654	55%

Notas: Las regiones corresponden a la clarificación según la Organización Mundial del Turismo.
Datos del último año disponible.
a) Incluye Estados Unidos de América y Canadá además de América Latina y el Caribe.
Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/a), Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT, abril 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

Por tanto, el sector de ‘alojamiento y restauración’ constituye una oportunidad real de trabajo para las mujeres. El promedio del porcentaje de trabajadoras a nivel mundial es del 55% frente a un 45% de hombres, siendo las Américas la proporción más alta (60%)⁴³ después de África (74%).

Resulta interesante apreciar que el porcentaje de trabajadoras ha subido en 5 puntos porcentuales respecto de los datos compartidos por ONU Turismo en 2019⁴⁴ en África y en un punto porcentual en Asia y el Pacífico, además de a nivel mundial. En el resto de las regiones el porcentaje se mantiene igual.⁴⁵ Estas cifras, incluso, podrían ser más altas si se tuviera en cuenta a las trabajadoras que operan en la economía informal.

⁴³ Incluye Estados Unidos de América y Canadá además de América Latina y el Caribe.
⁴⁴ Organización Mundial del Turismo (2019/b), Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.
⁴⁵ En ambas fechas se utilizaron la misma metodología y los mismos países para el análisis.

A pesar de que las mujeres conforman la mayor parte de la fuerza laboral del sector turístico, cobran menos que los hombres.

Con mayor o menor celeridad en los avances dependiendo de los territorios, en lo relativo a los salarios en el sector turístico, los esfuerzos institucionales por avanzar hacia la igualdad entre mujeres y hombres son crecientes. No obstante, las mujeres siguen ganando menos que los hombres por realizar trabajos equivalentes.

Cuadro 1.1: Principales causas de la brecha salarial

- Empleo a tiempo parcial.
- Peores empleos.
- Trabajos socialmente menos valorados.
- Autominusvaloración.
- Sesgo de género de las personas empleadoras y de las instituciones públicas (con presencia predominante de hombres).

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021/a), “La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad”, *Informe especial COVID-19*, número 9, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [24-03-2024].

En la región de América Latina y el Caribe, la brecha salarial es un asunto de gran relevancia. En base a la información de las autoridades nacionales de turismo, la brecha salarial de género en el sector turístico de

13%

de brecha salarial de género en El Salvador está por debajo de la media de los países que aportaron datos (23%)⁴⁶

Argentina es de 26%, el de Brasil de 22%, el de Costa Rica de 15%, el de El Salvador de 13%, el de Panamá de 25% y el de la República Dominicana de 11%;⁴⁷ el promedio es de un 21%. Aunque haya que tener en cuenta que la escasa disponibilidad de datos concernientes a los salarios en el sector turístico global no permita extraer conclusiones firmes a escala regional,

⁴⁶ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1. Nota: Datos de las autoridades nacionales de turismo de Argentina, Brasil, Costa Rica, El Salvador y Panamá.

⁴⁷ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia. Las preguntas y las respuestas recibidas están disponibles en el anexo 1.

se identifica una tendencia hacia un escenario en el que la brecha salarial de género merece atención urgente.

Los datos de ILOSTAT han complementado el análisis utilizando como indicador indirecto la brecha salarial en la categoría de ‘alojamiento y restauración’.

Tabla 1.5: Diferencia de ingresos mensuales de mujeres versus hombres en ‘alojamiento y restauración’ en algunos países de América Latina y el Caribe, 2016–2023 (%)

Países	Diferencia ingresos de mujeres sobre hombres	Países	Diferencia ingresos de mujeres sobre hombres
Argentina	-20%	El Salvador	-17%
Barbados	-18%	Guatemala	-42%
Belice	-24%	Guyana	-16%
Bolivia	-20%	Honduras	-11%
Brasil	-18%	México	-26%
Chile	-16%	Panamá ^a	4%
Colombia	-17%	Perú	-27%
Costa Rica	-19%	República Dominicana	-20%
Ecuador	-28%	Uruguay	-20%
		Promedio	-19%

Notas: Datos del último año disponible.

a) Según el cuestionario creado para esta publicación (anexo 1) y remitido por la autoridad nacional de turismo en Panamá, la brecha salarial en el sector turístico en su conjunto equivale a -25%. No se dispone de datos suficientes para explicar la discordancia con el dato relativo a la categoría de alojamiento y restauración.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT*, abril 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

El promedio de America Latina y el Caribe de la brecha salarial de género en la categoría de ‘alojamiento y restauración’ es de 19%, superando las cifras oficiales del promedio para todas las regiones (17%, véase tabla 1.6).

Tabla 1.6: Brecha salarial mensual del sector de 'alojamiento y restauración', 2016–2023

Regiones ONU Turismo	Número de países incluidos en la muestra	Diferencia de ingresos mujeres sobre hombres (%)
África	24	-37%
Américas^a	19	-20%
Asia y el Pacífico	22	-23%
Europa	42	-15%
Oriente Medio	5	12%
Total	110	-17%

Nota: Datos del último año disponible.

a) Incluye Estados Unidos de América y Canadá además de América Latina y El Caribe.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT*, abril 2024, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

A escala mundial también existen retos importantes, siendo la brecha salarial ahora incluso mayor que en 2019, año en que el promedio para la brecha salarial de género en la categoría 'alojamiento y restauración' fue de 14,7%.⁴⁸ Salvo en Europa y Oriente Medio,⁴⁹ actualmente las medias regionales están por encima de la media mundial del 16,8% en el sector turístico global.⁵⁰

Todo lo expuesto describe un sector en el que la presencia mayoritaria de mujeres contrasta con peores condiciones que de los hombres en cuanto a remuneración económica. Como ya se ha mencionado, a esto se une el hecho de que el trabajo realizado por mujeres se concentra especialmente en el sector de 'alojamiento y restauración', donde se reproducen papeles asociados al trabajo doméstico y de cuidados (principalmente en las áreas de limpieza y atención al cliente), con menor reconocimiento económico y social que podrían tener otros perfiles profesionales del sector.⁵¹

Los logros en la reducción de la brecha salarial de género coadyuvan no sólo a la obtención de mayores ingresos por parte de las mujeres, mejorando así su calidad de vida. Además, en el caso del empleo formal, permiten incrementar las aportaciones a los seguros sociales de cara a disfrutar de mejores servicios médicos y pensiones de jubilación en el futuro, así como

⁴⁸ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

⁴⁹ Par más información véase el Organización Mundial del Turismo (2020/b), *Regional Report on Women in Tourism in the Middle East*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422371>.

⁵⁰ Banco Mundial (2019), 'World Bank Open Data', Banco Mundial [base de datos electrónica], Washington, DC, en línea disponible en: <https://databank.worldbank.org> [02-05-2024].

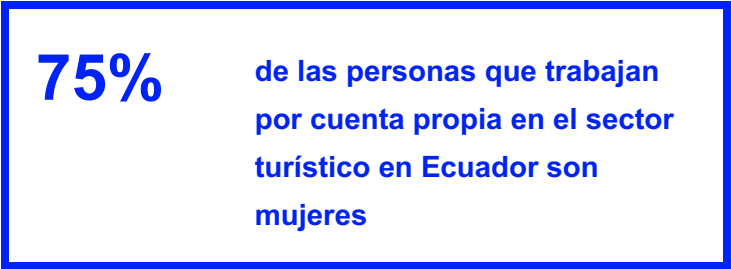
⁵¹ Organización Internacional del Trabajo (2017), *Pautas de la OIT sobre el trabajo decente y el turismo socialmente responsable*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [30-09-2024].

derecho a una compensación por desempleo, disminuyendo de esta manera el riesgo de pobreza en edades avanzadas.⁵²

Las mujeres asumen gran parte del trabajo considerado vulnerable en el sector turístico.⁵³

El estatus ocupacional es un indicador de la calidad de las condiciones laborales en el sector. Según la OIT las personas asalariadas⁵⁴ generalmente cuentan con mayor protección laboral mientras que las que trabajan por cuenta propia⁵⁵ o como trabajadoras familiares auxiliares se ubican en la categoría de empleos vulnerables.⁵⁶

Los datos compartidos por las autoridades nacionales de turismo correspondientes a la categoría de las ‘trabajadoras por cuenta propia’ son escasos y no permiten identificar un patrón concreto ni extraer promedios extrapolables



para la región, habiendo una diversidad de contextos importante. El caso más llamativo es el de Ecuador, en donde el 75% de personas en dicha categoría son mujeres. Otros ejemplos de trabajadoras por cuenta propia son Honduras (63%), Uruguay (53%) y Guatemala (26%).⁵⁷

⁵² Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [20-03-2024].

⁵³ Organización Internacional del Trabajo (2024/b), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT*, marzo 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://rshiny.ilo.org/dataexplorer0/?lang=en> [17-03-2024].

⁵⁴ Según la OIT empleos asalariados son aquellos en los que “los titulares tienen contratos de trabajo implícitos o explícitos (orales o escritos), por los que reciben una remuneración básica que no depende directamente de los ingresos de la unidad para la que trabajan”.

Véase: Organización Internacional del Turismo (s.f.), *Conceptos y definiciones*, ILOSTAT, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://ilostat.ilo.org> [30-09-2024]

⁵⁵ Según la OIT, las personas que trabajan por cuenta propia son aquellas que “trabajando por su cuenta o con uno o más socios, tienen el tipo de empleo definido como empleo independiente y no han contratado a ningún asalariado de manera continua para que trabaje para ellos durante el periodo de referencia”.

Véase: Organización Internacional del Turismo (s.f.), *Conceptos y definiciones*, ILOSTAT, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://ilostat.ilo.org> [30-09-2024]

⁵⁶ Según la OIT, trabajadores familiares son aquellos trabajadores que tienen un «empleo independiente» en un establecimiento con orientación de mercado, dirigido por una persona de su familia que vive en el mismo hogar, pero a la que no puede considerarse como socia, debido a que el nivel de dedicación, en términos de tiempo de trabajo u otros factores que deben determinarse de acuerdo con circunstancias nacionales, no es comparable con aquel del jefe del establecimiento.

Véase: Organización Internacional del Turismo (s.f.), *Conceptos y definiciones*, ILOSTAT, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://ilostat.ilo.org> [30-09-2024]

⁵⁷ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia. Las preguntas y las respuestas recibidas están disponibles en el anexo 1.

En Nicaragua, por el contrario, son los hombres los que operan más por cuenta propia (17% de mujeres).

La base de datos ILOSTAT de la OIT ha sido una fuente secundaria que ha permitido profundizar en esta cuestión. La tabla 1.7. presenta la relación de mujeres que trabajan por cuenta propia en la categoría de ‘alojamiento y restauración’ en comparación con los hombres.

Tabla 1.7: Proporción de mujeres sobre el número total de personas que trabajan por cuenta propia en ‘alojamiento y restauración’ en algunos países de América Latina y el Caribe, 2019–2023 (%)

Países/territorios	Año	Proporción de mujeres	Países/territorios	Año	Proporción de mujeres
Argentina	2022	53%	Guatemala	2022	82%
Barbados	2019	67%	Guyana	2019	80%
Bolivia	2022	93%	Honduras	2022	91%
Brasil	2022	59%	Jamaica	2022	70%
Chile	2023	67%	México	2022	73%
Colombia	2023	74%	Panamá	2023	77%
Costa Rica	2022	78%	Perú	2022	87%
Ecuador	2022	71%	República Dominicana	2022	72%
El Salvador	2022	87%	Santa Lucía	2022	78%
			Uruguay	2022	67%
			Promedio		71%

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/b), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT*, marzo 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://rshiny.ilo.org/dataexplorer0/?lang=en> [17-03-2024].

En América Latina y el Caribe, 7 de cada 10 (71%) personas trabajadoras por cuenta propia son mujeres; a escala nacional en países como Bolivia y Honduras, encontramos 9 mujeres por cada 10 hombres. Esto sintoniza con el hecho de que dentro de la categoría de ‘alojamiento y restauración’ existe una gran cantidad de pequeños negocios, a menudo vinculados al espacio doméstico, gestionados por mujeres.⁵⁸ Esta circunstancia, que será analizada en capítulos posteriores, deriva a su vez en que el empleo femenino tiene mucho peso en el ámbito de las trabajadoras auxiliares familiares (véase tabla 1.8). En este caso las mujeres representan el 66% frente a un 44% de hombres, superando el 80% en países como Honduras. La excepción es Uruguay, con el 37%. Es importante visibilizar este panorama dado que en la práctica hay una probabilidad significativa de que estas mujeres estén

⁵⁸ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023/b), *Brechas de género en las cadenas de valor del turismo en América Latina y el Caribe*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [25-01-2024].

ejerciendo como ayudantes de un miembro de la familia propietario del negocio, dentro de las fronteras del espacio doméstico y de forma no remunerada.⁵⁹

En cuanto al trabajo asalariado, la diferencia entre mujeres y hombres es menor en comparación con el trabajo por cuenta propia o como auxiliar familiar (véase tabla 1.8). Aun así, todos los países considerados en la investigación, salvo la República Dominicana, Argentina y Santa Lucía, se caracterizan – de nuevo – por una mayor presencia de mujeres que trabajan por un sueldo, con un promedio para la región del 57% frente al 43% de los hombres. En países como Bolivia, Guyana y Honduras, superan el 70% en contraposición al 30% de varones.

⁵⁹ Moreno Alarcón, D., Molina, C. y Romero, M. (2021), 'Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica', *Informe, Programa Mujeres, Economía Local y Territorios (MELYT)*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://elsalvador.unwomen.org> [24-03-2024].

Tabla 1.8: Proporción de mujeres sobre el número total de personas empleadas en 'alojamiento y restauración' según el estatus ocupacional (empleadas y trabajadoras familiares) en algunos países y territorios de América Latina y el Caribe, 2019–2023 (%)

Países/territorios	Año	Empleadas asalariadas	Trabajadoras familiares
Argentina	2022	45%	59%
Barbados	2019	62%	n/d
Bolivia	2022	73%	57%
Brasil	2022	57%	69%
Chile	2023	55%	64%
Colombia	2023	63%	65%
Costa Rica	2022	56%	73%
Ecuador	2022	63%	64%
El Salvador	2022	65%	67%
Guatemala	2022	60%	72%
Guyana	2019	73%	75%
Honduras	2022	72%	86%
Jamaica	2022	61%	77%
México	2022	53%	72%
Panamá	2023	54%	50%
Perú	2022	63%	60%
República Dominicana	2022	47%	68%
Santa Lucía	2022	48%	n/d
Uruguay	2022	50%	37%
Promedio		57%	66%

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/b), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT*, marzo 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://rshiny.ilo.org/dataexplorer0/?lang=en> [17-03-2024].

En el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030, el objetivo número 8 apunta al trabajo decente, en términos de ingresos dignos, seguridad en el trabajo y protección social para las familias, así como de mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social.⁶⁰ Para aterrizar y avanzar en las metas de los ODS en el sector turístico, se debe tener en cuenta que, si bien el trabajo asalariado está siendo una oportunidad para muchas mujeres, el empleo femenino todavía se concentra en las modalidades con mayor desprotección laboral, ya sea como trabajadoras por cuenta propia o como trabajadoras familiares auxiliares.

⁶⁰ Para más información, véase <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>.

Caso 1.1 Líneas Internacionales Nuestra Señora de la Asunción CISA (NSA) – Paraguay

NSA es una empresa de transporte con 62 años de operación. Su mayorista de turismo tiene 12 años. De los 60 cargos de alto mando, 34 son mujeres. En particular, el área de mecánica y cargos de confianza están liderados por mujeres.

Las mujeres que dirigen los departamentos en el área destinada a la conducción de los vehículos son quienes presentan mayores desafíos, ya que todavía es un área masculinizada. «Hay chóferes que no quieren escucharlas o no se toman en serio las instrucciones». Lo mismo ocurre con la jefa del departamento de mecánica.

NSA trata de facilitar la comunicación para denunciar estos hechos en gerencia, ya que el impulso de la contratación de las mujeres se aborda como una estrategia en beneficio de la empresa.

En otro sentido, se respeta de manera absoluta el permiso de maternidad. La empresa paga el seguro social completo, cuenta con lugares adaptados para amamantar y en un futuro quieren abrir guarderías.

Lecciones aprendidas

- El apoyo de los altos cargos es fundamental para reducir el sexismo en la contratación y en la gestión de los trabajos, sobre todo aquellos que históricamente han sido de calado masculino.
- NSA manifiesta un posicionamiento claro contra el sexismo en toda la empresa.
- La inversión en las trabajadoras es una estrategia clave para la sostenibilidad de las empresas.

Para más información véase: <https://www.nsa.com.py>.

La mitad de las mujeres que trabajan en el sector turístico lo hacen bajo condiciones de informalidad.

La OIT define el *trabajo informal* como aquella relación laboral que no está sujeta a la legislación nacional, no cumple con el pago de impuestos, no tiene cobertura de protección social, y que carece de prestaciones relacionadas con el empleo.⁶¹

Uno de los aspectos que presenta más retos a nivel regional es la informalidad del trabajo que realizan las mujeres en el turismo, teniendo en cuenta la precariedad y la vulnerabilidad que conlleva vivir bajo la economía sumergida.

Cabe mencionar en este punto que otro de los grandes desafíos para el sector turístico es la recopilación de información relativa al empleo informal, en particular la información desagregada por

47%

**de las personas que trabajan
en el sector informal del
turismo en 4 países que
facilitaron datos son mujeres**

⁶¹ Organización Internacional del Trabajo (2023/b), *What is informal employment?*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [30-09-2024]

sexo. A pesar de contar con datos escasos, las cifras facilitadas por las autoridades nacionales de turismo sugieren que hay un peso relevante de la informalidad total en el sector, obteniéndose un promedio del 47%.⁶² Sin embargo, es importante tener en cuenta que el panorama varía sustancialmente entre países: las mujeres constituyen el 74% del trabajo informal en el turismo en Ecuador, el 42% en El Salvador, el 46% en Panamá y el 25% en Uruguay.⁶³ Un ejemplo más: el programa Primer Plano de ONU Turismo,⁶⁴ constató que en la República Dominicana las mujeres representan un 72% de quienes trabajan en el turismo en situación de informalidad. Los datos de la OIT refuerzan lo anteriormente expuesto. El promedio regional en el sector alcanza un 81% en América Latina y el Caribe.⁶⁵

Tabla 1.9: Proporción de personas en el trabajo informal frente al trabajo formal en el sector de 'alojamiento y restauración' en algunos países de América Latina, 2021 (%)

País	Hombres y mujeres en el trabajo informal			Mujeres en el trabajo informal
	total	en áreas urbanas	en áreas rurales	
Argentina	56%	56%	n/d	61%
Bolivia	67%	66%	77%	67%
Brasil	63%	62%	78%	63%
Chile	47%	47%	n/d	52%
Colombia	78%	77%	84%	80%
Costa Rica	58%	57%	60%	67%
México	74%	72%	89%	80%
Perú	64%	64%	n/d	70%
Promedio	63%	63%	78%	68%

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2021/a), *Hacia una recuperación sostenible del empleo en el sector del turismo en América Latina y el Caribe*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

La tabla 1.9 presenta un análisis desagregado que evidencia que en América Latina y el Caribe el nivel de informalidad en la economía global es elevado (63%). Es sustancialmente más alto en las zonas rurales (78%) que en las urbanas, y afecta especialmente a las mujeres (68% de empleo femenino informal versus 32% empleo formal). En todos los países

⁶² Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1. Facilitaron datos Ecuador, El Salvador, Panamá y Uruguay.

⁶³ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el rol de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia. Las preguntas y respuestas recibidas están disponibles en anexo 1.

⁶⁴ El programa Primer Plano de la Organización Mundial del Turismo tuvo como objetivo brindar apoyo a los países participantes (Jordania, Costa Rica, la República Dominicana y México) en la implementación de las recomendaciones del Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Para mayor información consulte:

Organización Mundial del Turismo (s.f.), 'Primer Plano', ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [30-09-2024].

⁶⁵ Organización Internacional del Trabajo (2023/a), *Panorama Laboral de América Latina y el Caribe 2023*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

considerados las mujeres representan más del 50% de la economía informal en el sector de 'alojamiento y restauración', llegando a superar el 80% en Colombia y México.

Por lo tanto, la informalidad entre las trabajadoras turísticas tiene un peso muy importante y está vinculada a un ambiente laboral inseguro y a condiciones de alta vulnerabilidad. (A modo de ejemplo, tras la COVID-19 las mujeres que trabajaban en la informalidad – y también en la formalidad –⁶⁶ perdieron sus medios de vida de manera inmediata.)⁶⁷

Para el caso de América Latina y el Caribe, se constata que la flexibilización laboral ha sido una de las principales causas de acceso a empleo para un número importante de mujeres.⁶⁸ La flexibilización facilita el acceso a un trabajo, sobre todo en circunstancias de alta pobreza y con cargas de cuidados; y medidas como el trabajo a tiempo parcial o tiempo partido, ayudan a la conciliación de la vida laboral y familiar. La flexibilización puede ser un mecanismo para incentivar que más mujeres trabajen en el turismo, pero si no se analiza desde una mirada de género puede traducirse en más trabajos informales y en mayor precariedad⁶⁹ del sector en su conjunto.⁷⁰ La flexibilización debe acompañarse de las medidas necesarias para atender la brecha salarial y otras desigualdades a las que se enfrentan las mujeres en general, y de manera particular las trabajadoras informales.

Existen factores como la edad, la etnia o el estatus migratorio que se entrelazan con los sesgos de género para potenciar o limitar las oportunidades de empleo de las mujeres.

Las brechas de género se hacen más profundas cuando interactúan factores como la etnia, la edad, el estatus migratorio, la orientación sexual, la clase social o la capacidad física e intelectual, entre otros. Son las llamadas desigualdades interseccionales que afectan, por ejemplo, a las mujeres más jóvenes.

⁶⁶ Organización Mundial del Turismo (2023), *Encuesta sobre el impacto de la pandemia de COVID-19 en el empleo turístico en función del género*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424467>.

⁶⁷ Codina, R. y Moreno Alarcon, D. (2021), 'The impacts of the COVID-19 pandemic on female groups working in the Peruvian and Chilean informal tourism economy', en: British Council Creative Economy (ed.), *The Relationship between the Informal Economy and the Cultural Economy in Global South*, Medium, London, en línea disponible en: <https://medium.com> [02-05-2024].

⁶⁸ Moreno, D. y Cañada, E. (2018), 'Dimensiones de género en el trabajo turístico', *Informes en Contraste*, número 4, Alba Sud, en línea disponible en: <http://www.albasud.org> [30-09-2024].

Calvet, N. A. et al. (2021), 'Desigualdades de género en el mercado laboral turístico', *Informes en Contraste*, número 14, Alba Sud, en línea disponible en: <http://www.albasud.org> [30-09-2024].

⁶⁹ Barrientos, S. (2019), *Gender and work in global value chains: Capturing the gains? – Development Trajectories in Global Value Chains*, Cambridge University Press, Cambridge, pp.306, DOI: <https://doi.org/10.1017/9781108679459>.

⁷⁰ Breda Z. et al. (2017), 'Gender, flexibility and the 'ideal tourism worker'', *Annals of tourism research*, volumen 64, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.03.002>.

A partir de la tabla 1.10 podemos ver que en la categoría de 'alojamiento y restauración' y dentro del rango entre 15 y 29 años hay un 55% de mujeres empleadas frente a un 45% de hombres – relación ligeramente menor que cuando se realizan los cálculos sin sectorización etaria (60% de mujeres). En general, en casi todos los países analizados la proporción de mujeres versus hombres es superior en comparación con el estrato de las personas más jóvenes. A modo de excepción, en Ecuador hay una mayor representación de mujeres jóvenes: el 57% de las personas entre 15 y 29 años son mujeres, frente a un 41% en el sector global.

Tabla 1.10: Proporción de mujeres sobre el número total de personas empleadas versus la proporción de mujeres sobre el número total de personas entre 15 a 29 años empleadas en el sector de 'alojamiento y restauración' en algunos países y territorios de América Latina y el Caribe, 2019–2023 (%)

Países	Proporción total de mujeres en el sector de 'alojamiento y restauración'	
		de las cuales entre 15 y 29 años
Argentina	45%	47%
Barbados	62%	54%
Bolivia	78%	69%
Brasil	56%	53%
Chile	57%	54%
Colombia	66%	60%
Costa Rica	58%	57%
Ecuador	41%	57%
El Salvador	68%	65%
Granada	73%	71%
Guatemala	71%	62%
Guyana	76%	69%
Honduras	80%	72%
Jamaica	63%	59%
México	60%	49%
Panamá	60%	52%
Perú	72%	63%
República Dominicana	57%	47%
Santa Lucía	52%	50%
Uruguay	54%	51%
Promedio	60%	55%

Nota: Datos del último año disponible por cada país.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT, abril 2024*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

El turismo es un importante nicho de empleo para la inserción laboral de la juventud – en particular de las mujeres; la mayoría de las trabajadoras del turismo a nivel global tienen menos de 35 años.⁷¹ No obstante hay algunas excepciones, donde las normas socioculturales y de género, las leyes discriminatorias sobre la movilidad de las mujeres o las restricciones de las horas de trabajo y las ocupaciones bloquean la participación de las mujeres.⁷²

Pero, por otro lado, la juventud en las trabajadoras puede potenciar las desigualdades de género que va estrechamente ligada a condiciones laborales más precarias.⁷³ A esto se une la circunstancia de que las mujeres en la región tienen cargas de trabajo de cuidados desde edades tempranas, lo que refuerza las complejidades que ellas experimentan en su desenvolvimiento dentro del mercado laboral y el pleno ejercicio de sus derechos.⁷⁴ Finalmente, no se puede olvidar el hecho de que a nivel regional las trabajadoras jóvenes sufren un riesgo 5,5% mayor de sufrir violencia y acoso psicológico en el trabajo y más del doble en el caso de la violencia y acoso sexual.⁷⁵

El estatus migratorio es otro factor determinante. Muchas de las trabajadoras del sector turístico son migrantes y entre ellas la tasa del empleo informal es especialmente elevada.⁷⁶ En estos casos el turismo es una opción preferente, porque las leyes se aplican con relativa laxitud en lo que respecta al trabajo informal, especialmente en situación migratoria irregular.⁷⁷ Es clave reforzar la protección de estas mujeres en el trabajo turístico, ya que son especialmente vulnerables al trato discriminatorio, al abuso y a la explotación sexual.⁷⁸

⁷¹ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

⁷² Organización Mundial del Turismo (2020/b), *Regional Report on Women in Tourism in the Middle East*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422371>.

⁷³ Organización Mundial del Turismo y ONU Mujeres (2012), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284414789>.

⁷⁴ Alejandre, F. et al (2023), *Los Sistemas de Cuidado y Apoyo en América Latina y el Caribe: un marco para la acción de UNICEF*, UNICEF: Oficina Regional América Latina y el Caribe, Panamá, en línea disponible en: <https://www.unicef.org> [05-05-2024].

⁷⁵ Gallup, Lloyd's Register Foundation y Organización Internacional del Trabajo (2022), *Experiencias de violencia y acoso en el trabajo: Primera encuesta mundial*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

⁷⁶ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

⁷⁷ Organización Internacional del Trabajo (2021/b), *Migración laboral, movilidad en el mundo del trabajo ante la pandemia de la COVID-19 en América Latina y el Caribe*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

⁷⁸ Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://www.unwomen.org> [20-03-2024].

1.2 Conclusiones

Las mujeres son la columna vertebral del sector turístico. Su presencia como trabajadoras es mayoritaria frente a la de los hombres, tanto a nivel regional en América Latina y el Caribe como mundial.

El análisis de los datos facilitados por las autoridades nacionales de turismo a partir de la encuesta realizada para este estudio⁷⁹ revela que el empleo femenino se ubica principalmente en la categoría de ‘alojamiento y restauración’, siendo más limitado el acceso de las mujeres a otras industrias del sector. La labor que realizan está estrechamente vinculada con la atención al cliente, servicio indispensable para hacer posible la llamada *experiencia turística*. Pero esta segmentación tiende a circunscribirlas a trabajos que constituyen una proyección de las responsabilidades domésticas tradicionales, como la limpieza y los cuidados, con menores réditos desde el punto de vista económico y social. Es importante intensificar los esfuerzos orientados hacia la generación de oportunidades de diversificación y promoción laboral para las mujeres.

A pesar de ser la mayoría, ellas perciben una remuneración inferior a la de los hombres por desempeñar funciones equivalentes. Es la denominada brecha salarial y su reducción está en el punto de mira de las políticas a nivel regional, con avances importantes hasta la fecha, aunque todavía con retos importantes por delante. Los progresos en este sentido, además de contribuir a mejorar la calidad de vida de las mujeres – gracias al acceso a mayores ingresos –, reducen el riesgo de pobreza en edades avanzadas como consecuencia del incremento de aportaciones a los seguros sociales, lo que permitiría en el futuro pensiones de jubilación dignas. Por otro lado, la brecha salarial está estrechamente ligada con la precariedad del empleo, por lo que debe ser abordada desde un conocimiento amplio de las condiciones laborales del sector turístico.

Las personas que tienen acceso a un trabajo asalariado en el turismo son principalmente mujeres, en sintonía con la mayor presencia femenina en el todo el sector. Esto es importante, teniendo en cuenta que se trata de una modalidad de empleo con mayor protección que otras. Sin embargo, la mayoría de las mujeres ejercen como trabajadoras por cuenta propia o como trabajadoras familiares auxiliares, en categorías calificadas como vulnerables.

A esto se une el hecho de que la informalidad en América Latina y el Caribe afecta mayoritariamente a las mujeres, implicando precariedad e inseguridad. La flexibilización de

⁷⁹ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

las condiciones laborales – especialmente como consecuencia de las circunstancias impuestas por la COVID-19 – se ha convertido en un instrumento que incentiva la inserción de las mujeres en el turismo, facilitando el acceso a un puesto de trabajo, sobre todo en circunstancias de alta pobreza, con cargas de cuidados y/o un estatus de migrantes. Esto debe ir acompañado de estrategias que minimicen los riesgos de exacerbar la precariedad en el sector, teniendo en cuenta que esta estimula trabajos mal pagados y anclados en la segregación laboral, tal y como se menciona en el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*.⁸⁰

El turismo constituye un importante nicho de empleo para las mujeres jóvenes – al contrario que en otras regiones del mundo donde las normas socioculturales y de género, así como las leyes discriminatorias vetan su participación en el mercado laboral.

Para avanzar hacia la igualdad entre mujeres y hombres, las políticas al respecto deben incorporar el análisis de las desigualdades interseccionales, es decir, aquellas debidas a la potenciación de los sesgos de género como consecuencia de la interacción de otros factores como la etnia, la edad, la clase social, el estatus migratorio, la orientación sexual o la capacidad física y el nivel de educación.

Finalmente, las diferencias de contextos en una región tan extensa y diversa como es América Latina y el Caribe plantean la necesidad de adaptar las políticas y estrategias del sector turístico a los distintos escenarios nacionales y territoriales. Para ello la implementación de estrategias enfocadas en la recolección de información desagregada por sexo y a diferentes escalas es una necesidad crítica de cara a conocer en profundidad el sector y así poder avanzar hacia la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

⁸⁰ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

02

Emprendimiento

Resumen: El objetivo de este capítulo es presentar los principales desafíos y oportunidades que existen para las emprendedoras en el turismo en la región. Si bien este sector abre importantes oportunidades para el empoderamiento de las mujeres, para que éstas sean efectivas, deben ir respaldadas por un marco jurídico que garantice las condiciones necesarias para emprender en un contexto marcado por las desigualdades de género.

Palabras clave: emprendimiento turístico | emprendimiento femenino | empoderamiento económico de las mujeres.

Mensajes clave:

- Las mujeres impulsan la mayor parte de los emprendimientos turísticos en América Latina y el Caribe.
- Las dificultades en el acceso a financiación constituyen una de las principales barreras que enfrentan las mujeres que emprenden en el sector.
- La generación de datos oficiales desagregados por sexo – teniendo en cuenta también al sector informal – es imprescindible para avanzar en políticas que promuevan el empoderamiento.

Datos clave:

- 52% de las personas empleadoras en el sector de ‘alojamiento y restauración’ son mujeres.
- 71% de las personas que trabajan por cuenta propia en el sector de ‘alojamiento y restauración’ son mujeres.
- 22% de las mujeres en América Latina y el Caribe tienen una tarjeta de crédito propia.

2.1 Temas principales

La interpretación del concepto de *emprendimiento femenino* determina el significado de éxito en este tipo de iniciativas (ver cuadro 2.1). Por otro lado, la concreción del término es necesaria desde el punto de vista de la elaboración y análisis de datos, teniendo en cuenta que la información sobre esta materia en el sector turístico todavía está en una fase incipiente.

En este informe tomaremos como referencia el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, que aclara el concepto de emprendimiento como “cualquier intento en un nuevo negocio o nueva creación empresarial, ya sea un empleo por cuenta propia, una nueva organización empresarial o la expansión de un negocio existente, llevado a cabo por un(a) particular, un equipo de particulares o una empresa establecida”.⁸¹

⁸¹ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

Cuadro 2.1: Definiciones de emprendimiento femenino

Fuente	Definición
Global Entrepreneurship Monitor (GEM) <i>Special Report on Women's Entrepreneurship</i>	Cualquier intento de creación de una nueva empresa o negocio.
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) <i>Gender Data Portal</i>	Mujeres que poseen y trabajan en su propia empresa, incluidas las empresas no constituidas en sociedad y las trabajadoras por cuenta propia.
Evidence and Data for Gender Equality (EDGE)	Mujeres que tienen un control directo de sus empresas de manera individual o con otras personas.
Global Women Entrepreneur Leaders Scorecard	Mujeres que tienen el control directo de una empresa de la que son propietarias solas o con otras personas.
Female Entrepreneurship Index	Mujeres propietarias y directoras de empresas innovadoras, que amplían mercados y están orientadas a la exportación.

Fuente: Meunier, F.; Krylova, T. y Ramalbo, R. (2017), 'Women's entrepreneurship. How to Measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?', Policy Research Working Paper 8242, Banco Mundial, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [02-05-2024].

Recordando los datos de la OIT analizados en el capítulo anterior, tanto en caso de los datos nacionales de cada uno de los países considerados como en el promedio de la región (71%), el porcentaje de mujeres que trabajan por cuenta propia en la categoría de 'alojamiento y restauración' en América Latina y el Caribe supera con creces al de los hombres (véase tabla 2.1). En lugares como Bolivia y Honduras las cifras superan el 90%.

7 de cada 10 personas que trabajan por cuenta propia en el sector de 'alojamiento y restauración' en la región son mujeres.⁸²

En contraposición, en 2021 y a partir de las cifras del Banco de Datos de Encuestas de Hogares (BADEHOG), se calculó que en esta modalidad de empleo en la economía global de

⁸² Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT, abril 2024*, OIT, Ginebra, en línea disponible en <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

la región⁸³ las mujeres constituyen un 32% en relación a los hombres.⁸⁴ En comparación con otros sectores económicos, de esta disparidad en los porcentajes se infiere que el turismo concentra una gran proporción de trabajadoras por cuenta propia.

Tabla 2.1: Proporción de mujeres sobre el número de empleados totales en 'alojamiento y restauración' según estatus ocupacional empleadora y cuenta propia en algunos países y territorios de América Latina y el Caribe, 2019–2023 (%)

Países	Empleadoras	Cuenta propia	Países	Empleadoras	Cuenta propia
Argentina	32%	53%	Guatemala	81%	82%
Barbados	n/d	67%	Guyana	73%	80%
Bolivia	77%	93%	Honduras	79%	91%
Brasil	45%	59%	Jamaica	60%	70%
Chile	48%	67%	México	55%	73%
Colombia	50%	74%	Panamá	63%	77%
Costa Rica	54%	78%	Perú	60%	87%
Ecuador	57%	71%	República Dominicana	32%	72%
El Salvador	79%	87%	Santa Lucía	59%	78%
			Uruguay	50%	67%
			Promedio	52%	71%

Nota: Datos del último año disponible.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT*, abril 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

La tabla 2.1 muestra igualmente que la mayoría de las personas empleadoras⁸⁵ en el sector de 'alojamiento y restauración' en América Latina y el Caribe son mujeres (52%), en contraste con el 22% en el conjunto de la

52%

de las personas empleadoras
en el sector de 'alojamiento y
restauración' en la región son
mujeres

⁸³ Los países incluidos son: Argentina, Brasil, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, Panamá, Perú, República Dominicana y Uruguay, con datos de 2019; Bolivia, Colombia y México, con datos de 2018; Chile, con datos de 2017; y Guatemala, Nicaragua y Venezuela, con datos de 2014.

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información del Banco de Datos de Encuestas de Hogares (BADEHOG).

⁸⁴ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021/a), "La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad", *Informe Especial COVID-19*, número 9, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [30-09-2024].

⁸⁵ Según la OIT, empleadores son aquellos trabajadores que, trabajando por su cuenta o con uno o más socios, tienen el tipo de empleo definido como «empleo independiente» y que, en virtud de dicha condición, han contratado a una o a varias personas para que trabajen para ellos en su empresa como «asalariados» a lo largo de un período continuo de tiempo. Véase: Organización Internacional del Turismo (s.f.), *Conceptos y definiciones*, ILOSTAT, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://ilostat.ilo.org> [30-09-2024].

economía.⁸⁶ Es necesaria la creación de datos relacionados con otros ámbitos del turismo para determinar si este patrón se repite en todas las industrias del sector.

En la economía global de la región de América Latina y el Caribe las empleadoras constituyen un 3% (frente a un 6% en el caso de los hombres) en comparación con otras modalidades de trabajo. Este dato es superior al promedio mundial (2%).⁸⁷ A esta misma escala, el turismo concentra el doble de empleadoras que otros sectores de la economía.⁸⁸

Los emprendimientos de mujeres en el sector turístico tienen un fin más cercano al autoempleo que a la innovación y al crecimiento económico.

Las mujeres destacan como emprendedoras sobre todo en los países en vías de desarrollo.⁸⁹ Según el Banco Mundial, dos tipos de circunstancias explican por qué las mujeres emprenden en el sector turístico,

82%

de las emprendedoras en la región justifican sus emprendimientos como una solución a la escasez de empleo

diferenciando entre los factores de atracción (se ve una oportunidad de negocio o se tiene una idea de negocio) y los factores de empuje (se plantea un negocio como una medida de supervivencia). Las mujeres que inician una empresa en América Latina y el Caribe se guían por estos últimos factores,⁹⁰ es decir, no como resultado de una vocación, sino de una necesidad. La tendencia mundial también apunta a que la principal razón de la proliferación de las empresas lideradas por jefas de hogar es un acto de supervivencia ante la necesidad de garantizar la sostenibilidad de los ingresos familiares⁹¹ en contextos de escasas oportunidades de empleo.

⁸⁶ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

⁸⁷ Heller, L. (2021), 'Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica', *Informe, Programa Mujeres, Economía Local y Territorios (MELYT)*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://elsalvador.unwomen.org> [24-03-2024].

⁸⁸ Organización Mundial del Turismo y ONU Mujeres (2012), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284414789>.

⁸⁹ Díaz Carrión, I. A.; Kido Cruz, M. T. y Ceyca Lugo, A. (2022), 'Determinantes socioeconómicos del empoderamiento de emprendedoras en Tijuana, México', *Región y sociedad*, número 34, e1522, DOI: <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1522>.

⁹⁰ Banco Mundial (2022), *Breaking Barriers: Female Entrepreneurs Who Cross Over to Male-Dominated Sectors*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].

Banco Mundial (2018), *Female Entrepreneurs: How and Why there are different?*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].

⁹¹ Banco Mundial (2022), *Breaking Barriers: Female Entrepreneurs Who Cross Over to Male-Dominated Sectors*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].

Esta situación tiene como consecuencia que, tanto a escala mundial como regional, las mujeres tienen un protagonismo clave en todo lo relacionado con el emprendimiento, aunque en América Latina y el Caribe las iniciativas femeninas en su mayoría son negocios más cercanos al autoempleo⁹² que al crecimiento económico y la innovación empresarial, tal como lo muestra el la figura 2.1.

Figura 2.1: Panorama sobre el emprendimiento de las mujeres a nivel global

Intención para abrir un negocio	Ciclo de vida del emprendimiento	Composición del emprendimiento	Causa del emprendimiento
Una de cada seis mujeres a nivel global manifiesta la intención de abrir un negocio (versus uno de cada cinco hombres). Una de cada tres mujeres expresa este deseo en América Latina y el Caribe ^a en Oriente Medio y África	21% de las mujeres en América Latina y el Caribe ^a se encuentra en una fase inicial de la apertura del emprendimiento, siendo Guatemala (39%) y Colombia (26%) los países líderes a nivel mundial.	A escala mundial, las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de ser empresarias en solitario. En Uruguay, el 45% de las emprendedoras comienzan en solitario (41% hombres) y en Venezuela, son 10% de emprendedoras contra 4% de hombres. ^b	La escasez de empleo es la primera razón para crear emprendimientos: casi tres de cada cuatro mujeres (73%) alegan esta razón frente a dos tercios de los hombres (67%). La tasa más elevada corresponde a las mujeres de América Latina y el Caribe ^a (82%).

Notas: a) Los países/territorios son: Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, México, Panamá, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela.

b) No hay datos para el resto de países.

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2023), *GEM 2022/2023 Women's Report: Challenging Bias and Stereotypes*, GEM, en línea disponible en: <https://www.gemconsortium.org> [24-03-2024].

Los emprendimientos resultantes de la necesidad de subsistir presentan dificultades en su estructura y funcionamiento, ya que suelen emerger de la improvisación. Esto se convierte en una limitación para el crecimiento y el desempeño, teniendo en cuenta, por otro lado, que estos negocios se desenvuelven en un contexto adverso para las mujeres, marcado por estereotipos y barreras de género que limitan sus oportunidades de escalar en su carrera o incluso de mantenerse activas.

A nivel mundial las mujeres emprenden fundamentalmente en los sectores de servicios, en particular de venta al por menor y el alojamiento.⁹³ La figura 2.2 resulta interesante para comprender las características de estas iniciativas:

⁹² Díaz Carrión, I. A.; Kido Cruz, M. T. y Ceyca Lugo, A. (2022), 'Determinantes socioeconómicos del empoderamiento de emprendedoras en Tijuana, México', *Región y sociedad*, número 34, e1522, DOI: <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1522>.

⁹³ Banco Mundial (2018), *Female Entrepreneurs: How and Why there are different?*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].

Figura 2.2: Características globales de los emprendimientos de las mujeres

Los negocios de las mujeres suelen estar en sus propias casas. Esto se debe principalmente a las restricciones de movilidad que imponen las normas de género y al reparto desigual entre mujeres y hombres del trabajo doméstico no remunerado.	Las dificultades para acceder a financiación son frenos importantes al emprendimiento. Esto las limita en la toma de decisiones que impliquen riesgos y condiciona la posibilidad de crecer. De ahí que los negocios de las mujeres suelen ser pequeños.	En los negocios promovidos por mujeres se observa más una dinámica de autoempleo que de emprendimiento (innovación y crecimiento económico).	Las mujeres suelen abrir negocios en sectores tradicionalmente femeninos , es decir, fundados en la división de género tradicional del trabajo. Esto también se debe a las normas de género, la precariedad laboral, la carencia de redes comerciales y de activos sociales para poder acceder a otros sectores.
---	---	---	---

Fuente: Banco Mundial (2018), *Female Entrepreneurs: How and Why they are different?*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].

Caso 2.1: Soraya y Leonardo Tours – República Dominicana

Soraya y Leonardo Tours es una empresa social que desde hace 20 años vende experiencias únicas en la zona de Montecristi en la República Dominicana con un impacto positivo social y medioambiental. Es una de las primeras empresas turísticas lideradas por una mujer de la zona que ha inspirado a otras mujeres a atreverse a emprender.

Soraya, la propietaria, es mentora de una serie de capacitaciones para alentar y guiar a las mujeres emprendedoras en su cadena de valor en el emprendimiento turístico. Las capacitaciones que ofrece versan sobre cómo brindar una oferta turística de calidad, cómo ser creíble y cómo posicionar un producto en la comunidad y fuera de la comunidad. Soraya también ayuda a otras mujeres a buscar financiación y a vender su producto.

Lo anterior tiene mayor relevancia cuando se tiene en cuenta que la tasa de violencia contra las mujeres en Montecristi es una de las más altas a nivel nacional, así como el éxodo de mujeres a otras zonas y a otros países. Se trata de un territorio con alto riesgo para las mujeres de caer en las redes de trata.

Lecciones aprendidas

El emprendimiento es una forma de supervivencia para las mujeres que no encuentran un trabajo porque la mayoría de la oferta laboral que se ofrece en Montecristi está orientada a hombres. Los tours que ofrece la empresa incorporan emprendimientos liderados por mujeres de la zona para que los turistas compren y conozcan el producto local, con el correspondiente beneficio para otras mujeres en la cadena de valor.

Para mayor información consulte: Soraya y Leonardo Tourism, <https://sorayayleonardotours.com>

En el sector turístico, concretamente en la categoría de ‘alojamiento y restauración’, es muy significativa la presencia de mujeres trabajadoras por cuenta propia con pequeñas empresas, que pueden desarrollar en las proximidades o en la propia esfera doméstica (alojamiento, restaurante, patio de comida, etc.) y que en gran medida reproducen los papeles de género tradicionalmente asignados a las mujeres en el ámbito privado. Se trata de negocios de baja productividad y escasa proyección, a menudo situados en la economía informal. (El promedio

regional de informalidad en el sector turístico alcanza un 81% en América Latina y el Caribe.)⁹⁴ Son emprendimientos con un alto liderazgo de jefas de hogar que requieren de manera urgente de inversiones para poder competir en la cadena de valor turística.⁹⁵

El emprendimiento de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe debe abordarse en clave de pequeña y mediana empresa.

Tras la pandemia de la COVID-19 los emprendimientos de las mujeres están tomando fuerza y se asocian con la gestión sostenible del medio ambiente. A esto se añade el repunte del turismo doméstico, que suele ser más cercano y aparentemente más manejable para las emprendedoras, según algunas de las iniciativas entrevistadas para este Informe.

No se dispone de datos oficiales respecto a la brecha salarial en el ámbito del emprendimiento turístico de mediana y pequeña escala. No obstante, gracias a los datos proporcionados por algunas de las autoridades nacionales de turismo, es posible extrapolar la existencia de una brecha salarial en el emprendimiento a nivel general, ya que las mujeres suelen concentrarse, como ya se ha visto, en empresas de pequeña escala y baja productividad y con menores oportunidades de diversificación, proyección y acceso a mercados.⁹⁶

Por ejemplo, en Argentina, en base a los datos proporcionados por la Cámara Argentina de Turismo (CAT), se calcula que sólo el 29% de las grandes empresas turísticas y el 35% de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) están bajo la propiedad de una mujer. En El Salvador, el 100% de los dueños de las grandes empresas turísticas son hombres y sólo el

100%

**de las grandes empresas
turísticas están bajo la
propiedad de hombres
en El Salvador**

29%

**de las PYMEs pertenecen a
mujeres en El Salvador**

⁹⁴ Organización Internacional del Trabajo (2023/a), *Panorama Laboral de América Latina y el Caribe 2023*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

⁹⁵ Moreno Alarcón, D. (2023), *Brechas de género en las Cadenas Globales de Valor de América Latina y el Caribe: nuevos y viejos desafíos en un contexto de incertidumbre* LC/TS. 2023/17, CEPAL, Santiago, pp. 199-238, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [30-09-2024].

⁹⁶ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2010), *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*, CEPAL, Santiago, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [24-03-2024].

29% de las PYMEs pertenecen a mujeres. El caso de Panamá se acerca más a la paridad con un 46% de propietarias de grandes empresas.⁹⁷

Según el Centro Regional de Promoción de la MIPYME (CENPROMYPE)⁹⁸, el 64% del total de las microempresas están compuestas por mujeres,⁹⁹ el 56% de las pequeñas empresas y el 14% de la mediana empresa.¹⁰⁰ Es decir, a medida que crece el tamaño de la empresa, se reduce la presencia femenina.

Lo expuesto significa que el emprendimiento femenino en el turismo en América Latina y el Caribe debe abordarse en clave de la pequeña y mediana empresa. Para dar un poco de perspectiva, se calcula que el 70% de las trabajadoras turísticas trabajan en empresas de menos de cinco personas.¹⁰¹ En la República Dominicana, las microempresas representan el 62% de las empresas turísticas y son intensivas en empleo de mujeres y personas jóvenes.¹⁰² Estas relaciones son similares a las del conjunto de la economía de América Latina y el Caribe, en la que las PYMEs representan el 99% del sistema productivo y el 61% del empleo.¹⁰³

⁹⁷ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

⁹⁸ Para mayor información consulte: Centro Regional de Promoción de la MIPYME, <https://cenpromype.org>

⁹⁹ Países incluidos en estos datos son: Belice, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Honduras y República Dominicana.

¹⁰⁰ Centro Regional de Promoción de la MIPYME (2023), *Presentación: servicios empresariales desde un enfoque de turismo sostenible*, CENPROMYPE, en línea disponible en: <https://centrorecursos.cenpromype.org> [02-05-2024].

¹⁰¹ Comisión Económica para América, Latina y el Caribe (2021/a), "La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad", *Informe Especial COVID-19*, número 9, en línea disponible en: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46633/S2000740_es.pdf [24-03-2024].

¹⁰² Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020), 'Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia', *Informes COVID-19*, CEPAL, en línea disponibles en: <https://www.cepal.org> [25-01-2024].

¹⁰³ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020), 'Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia', *Informes COVID-19*, CEPAL, en línea disponibles en: <https://www.cepal.org> [25-01-2024].

Caso 2.2: Emprendedoras en República Dominicana y Costa Rica: la experiencia del programa Primer Plano de ONU Turismo

El taller del programa Primer Plano de ONU Turismo «Emprendedoras que impactan en el Turismo» realizado en la República Dominicana puso en evidencia que las mujeres tienen la sensación de que han emprendido en el sector de manera accidental, lo que diluye su papel activo como emprendedoras dentro del sector.

Un motivo bastante extendido para no legalizar sus negocios es el miedo a que les roben la idea de negocio al momento de compartirla con quien va a tramitar el proceso de formalización, además de la percepción de no poder asumir la carga impositiva. Este hecho les impide tener una noción clara del tipo de ayuda que necesitan para mejorar su posición como emprendedoras dentro de la cadena de valor turística.

En otro taller de Primer Plano de ONU Turismo, «Emprendedoras artesanas impactando el turismo de Costa Rica», las participantes manifestaron falta de confianza en sus capacidades para enfrentar el emprendimiento. Esta inseguridad va unida al ambiente externo, que no ofrece los recursos necesarios para ampliar su conocimiento y fortalecer su autoestima y, por tanto, para pedir lo que necesitan y sentirse autónomas con sus iniciativas.

Entre las carencias manifestadas están el escaso apoyo a nivel familiar, la falta de conocimiento (por ejemplo, cómo fijar el precio de los productos) y de capacitaciones ajustadas a sus necesidades, y la escasez de financiación. Por último, resaltan la importancia de poder gestionar de forma autónoma el dinero y de la existencia de una partida salarial para ellas mismas.

Lecciones aprendidas

- Las emprendedoras requieren de un trabajo holístico de acciones vinculadas con la autopercepción como emprendedoras.
- Las mujeres en ambos países requieren de habilidades que les ayuden a identificar el tipo de ayuda que requieren para poder marcarse objetivos a largo plazo y, sobre todo, para poder competir.
- Ambos casos son buenos ejemplos de la transición de autoempleo a emprendimiento ya que para lograr el segundo requieren de un ambiente empresarial sostenible y facilitador que responda a las necesidades de las emprendedoras.

Fuentes:

Organización Mundial del Turismo (s.f.), 'Primer Plano', ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org/es/primer-plano-empoderamiento-mujeres> [30-09-2024]

Organización Mundial del Turismo (2022/d), Taller 'Emprendedoras que impactan el turismo dominicano', en línea disponible en: https://www.unwto.orghttps://www.unwto.org/es/taller_emprendedoras_que_impactan_el_turismo_dominicano [02-05-2024].

Organización Mundial del Turismo (2022/b), Taller 'Empresarias que impactan el turismo costarricense', en línea disponible en: <https://www.unwto.org/es/event/empresarias-impactan-turismo-costarricense> [02-05-2024].

Las normas sociales de género condicionan el acceso a financiamiento por parte de las mujeres en el sector turístico.

El hecho de que las mujeres no estén conectadas con las grandes empresas del sector hace que tengan menos capacidad de generación de ingresos. Esto puede dar lugar al enquistamiento de prejuicios existentes como la idea de que las mujeres, por el hecho de

serlo, son menos productivas y rentables.¹⁰⁴ Las normas sociales y de género¹⁰⁵ afectan el desempeño de las emprendedoras y en general a su papel como proveedoras¹⁰⁶ a lo largo de la cadena de valor del turismo. Las decisiones de los agentes de la cadena, sustentadas por las operadoras y las empresas dominantes, a menudo consolidan la división sexual del trabajo y perpetúan las redes comerciales centradas en los hombres.¹⁰⁷

Un aspecto crítico son las dificultades en el acceso a financiamiento, ya que esto condiciona de manera determinante la capacidad de las mujeres de impulsar sus emprendimientos y de insertarse en los mercados. Como ejemplo, la tabla 2.2 muestra algunos indicadores de inclusión financiera en América Latina y el Caribe¹⁰⁸ que reflejan que ellas tienen menos acceso a abrir una cuenta en una institución financiera (68% frente a un 75% de hombres), a disponer de una tarjeta de crédito propia (22% frente a un 33% en el caso de los hombres) o a realizar pagos digitales (54% versus 64%).

Tabla 2.2: Indicadores básicos de inclusión financiera en América Latina y el Caribe para personas mayores de 15 años, 2021 (%)

Indicadores	Mujeres	Hombres
Tener una cuenta en una institución financiera	68	75
Tener una tarjeta de crédito propia	22	32
Realizar pagos digitales	54	64

Fuente: Banco Mundial (2023), *Base de datos, Inclusión Financiera Global*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://databank.worldbank.org> [25-01-2024].

Las normas de género calan en las instituciones financieras y fomentan un enfoque desigual de la financiación para el emprendimiento de mujeres, que son considerados de mayor riesgo que los de los hombres. Como ejemplo, en Sacatepéquez (Guatemala), los hombres reciben créditos que en promedio son un 25% más cuantiosos que los otorgados a

30%

de las MIPYMES que no solicitan financiación no lo hacen por temor a no recibirla

¹⁰⁴ IZA Institute of Labor Economics (2020), 'Assessing the Role of Women in Tourism Related Sectors in the Caribbean', Discussion Paper Series, IZA en línea disponible en: <https://www.iza.org> [02-05-2023].

¹⁰⁵ Las normas de género son normas sociales que definen acciones aceptables y apropiadas para mujeres y hombres en un contexto social determinado.

¹⁰⁶ ONU Mujeres (2017/b), *The power of procurement: How to source from women-owned businesses*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://www.unwomen.org> [02-05-2024].

¹⁰⁷ Moreno Alarcón, D; Molina, C. y Romero M. (2021), 'Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica', *Informe, Programa Mujeres, Economía Local y Territorios (MELYT)*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://elsalvador.unwomen.org> [24-03-2024].

¹⁰⁸ Países: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Brasil, Ecuador, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Perú, Venezuela, Bolivia y Uruguay.

las mujeres.¹⁰⁹ Además, las emprendedoras se enfrentan a menudo a comentarios que intentan disuadirlas lo que impacta en las decisiones tomadas en cuanto a la solicitud de financiación, dado que un ambiente inseguro insta a la desinformación y al miedo a asumir riesgos. El 30% de las MIPYMES que no solicitan financiación lo hacen por temor a no recibirla.¹¹⁰

Un estudio realizado por el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) con personal directivo de 2.046 PYMES¹¹¹ constató que aproximadamente 4 de cada 10 microempresas que solicitaron financiamiento no lo obtuvieron. Esto se debe principalmente a que existen barreras en acceso a crédito, especialmente para pequeños negocios – situación que afecta a las mujeres. Como consecuencia, las emprendedoras en el turismo a menudo se autofinancian o piden créditos a prestamistas informales con el riesgo que conlleva tener que hacer frente a altas tasas de interés.

A modo de ejemplo, las fuentes de financiación que utilizan las mujeres en Tijuana (México) son las siguientes: ingresos propios (62%), ingresos familiares (14%), préstamos familiares (10%). Sólo un 6% recurre a préstamos crediticios y un 3% a ayudas del gobierno.¹¹²

Además, en las comunidades indígenas en las que las mujeres participan en gran parte en emprendimientos turísticos, se ha observado la necesidad de crear fuentes de financiación alternativas adaptadas a sus necesidades dado que muchos de estos negocios no figuran como empresas con su correspondiente registro, personalidad jurídica o certificación.¹¹³

¹⁰⁹ Hess, S. (2020), *Barreras sistemáticas y discriminación en el acceso a financiamiento para la mujeres: el caso de la cadena del turismo rural en Sacatepéquez (Guatemala)*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2023].

¹¹⁰ Centro Regional de Promoción de la MIPYME y Sistema de la Integración Centroamericana (2022), *Informe 2022: Digitalización y desarrollo sostenible en las mipymes de la región SICA*, CENPROMYPE, San Salvador, en línea disponible en: <https://centrorecursos.cenpromype.org> [24-03-2024].

¹¹¹ Se consideraron empresas encuestadas en los siguientes países: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana.

¹¹² Díaz Carrión, I. A.; Kido Cruz, M. T. y Ceyca Lugo, A. (2022), 'Determinantes socioeconómicos del empoderamiento de emprendedoras en Tijuana, México', *Región y sociedad*, número 34, e1522, DOI: <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1522>.

¹¹³ Alianza Mundial del Turismo Indígena y Organización Mundial del Turismo (2023), *Compilación de buenas prácticas del turismo indígena – Enfoque regional sobre las Américas*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424009>.

Caso 2.3: El programa MELYT de ONU Mujeres – El Salvador, Honduras y Guatemala

La segunda fase del programa de ONU Mujeres «MELYT-Mujeres, Economía Local y Territorios», activo en Guatemala, El Salvador y Honduras, tiene como objetivo contribuir a que los sistemas de apoyo al desarrollo económico de los países del norte de América Central sean sensibles al género y promuevan efectivamente el empoderamiento de las emprendedoras, habilitándolas para el aprovechamiento de las oportunidades económicas en el marco de la respuesta y recuperación socioeconómica frente a las crisis en curso.

El turismo es uno de los sectores clave para impulsar el empoderamiento de las emprendedoras. En este sentido, el programa celebró el primer encuentro regional sobre cadenas de valor en turismo con un enfoque de género.¹¹⁴ A partir de ahí desarrolló una hoja de ruta¹¹⁵ para abordar este tema con énfasis en las emprendedoras. Actualmente, dicha hoja de ruta se encuentra en fase inicial de implementación con el apoyo de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL).

Este proyecto implica un impulso al emprendimiento de las mujeres en el turismo, gracias al que puedan contar con los recursos necesarios para competir y desarrollar sus carreras a lo largo de las cadenas de valor turísticas. Asimismo, el proyecto está sensibilizando a las autoridades nacionales de turismo sobre la relevancia del enfoque de género en la cadena de valor.

Para mayor información consulte: Programa MELYT Mujeres, <https://lac.unwomen.org>

La inserción en los mercados requiere conectarse con el mundo a través de infraestructuras de acceso a internet, competencias digitales y habilidades para la creación de redes.

La capacidad emprendedora de las mujeres y su inserción activa en la cadena de valor del turismo requiere de la posibilidad de establecer conexiones con el mundo y generar redes – entre otras cosas – mediante infraestructuras adecuadas de acceso a internet y la adquisición de competencias digitales.

Es interesante saber que no hay diferencias significativas entre mujeres y hombres en cuanto al acceso a internet en la región. En 2021, el porcentaje de personas en América Latina y el Caribe¹¹⁶ sin conexión a la red fue en torno a un 35% en las áreas urbanas y un 62% en las áreas rurales.¹¹⁷

Ahora bien, la posibilidad de conexión a internet debe ir acompañada de recursos que garanticen las competencias digitales necesarias, tales como infraestructura para operar en

¹¹⁴ ONU Mujeres (2023/b), 'Las dimensiones de género en el turismo desde un enfoque de cadena de valor en la región Trifinio 2023', conferencia presentada el 23 de marzo 2023, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org>.

¹¹⁵ ONU Mujeres (2023/a), *Hoja de ruta: Las dimensiones de género en el turismo desde un enfoque de cadena de valor turismo – Región del Trifinio*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [02-05-2024].

¹¹⁶ Países incluidos: Argentina, Chile, Costa Rica, El Salvador, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay.

¹¹⁷ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020), 'Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia', *Informes COVID-19*, CEPAL, en línea disponibles en: <https://www.cepal.org> [25-01-2024].

la era digital, formación adecuada a sus necesidades y redes para responder a las tendencias turísticas en cuanto a la comercialización.

Caso 2.4: Once Journeys for Women – México

Once Journeys for Women es una agencia de viajes que opera desde el año 2019. Su gestión empresarial está enfocada en liderar viajes hechos por y para mujeres teniendo como guía la igualdad de género en el turismo. La empresa es pionera en trabajar con el mercado de turistas (mujeres) que viajan por cuenta propia o en grupos.

El equipo está compuesto por 12 trabajadoras y 200 anfitrionas que se distribuyen en diversas zonas de México. Las anfitrionas pertenecen a colectivos de mujeres rurales dedicadas a la artesanía, la conservación ambiental y las pequeñas productoras.

Once Journeys for Women promueve el turismo doméstico, por razones sociales y ambientales. Hay una mayor probabilidad para una buena distribución del beneficio turístico y son viajes que usan menos recursos dañinos para el medio ambiente.

A raíz de la COVID-19, trabajar en el ámbito del turismo doméstico tuvo más sentido ya que las turistas mexicanas empezaron a solicitar viajes para conocer su país. En 2022, las ventas se han incrementado en un 20% y en el último año, un 85%.

Lecciones aprendidas

Trabajar en el sector del turismo doméstico es un logro a replicar, así como los esfuerzos a la hora de acompañar a los colectivos de mujeres. Estos les ha permitido conocer prácticas y experiencias inspiradoras para seguir mejorando y que además pueden servir como puente con otros proyectos o entidades que quieran colaborar con las emprendedoras.

Para mayor información consulte: Once Journeys for women, <https://oncejourneys.com>

La mayoría de las personas emprendedoras en el turismo en América Central y la República Dominicana que buscaron financiación para mejorar las competencias digitales fueron hombres (60%).¹¹⁸ La brecha de género en esta materia incide en las expectativas personales de

crecimiento de las emprendedoras, en las opciones efectivas de desarrollo y en su participación a lo largo de la cadena de valor turística¹¹⁹ en América Latina y el Caribe.

60%

de las personas en América Central y la República Dominicana que buscaron financiación para mejorar sus competencias digitales fueron hombres

¹¹⁸ Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Secretaría de Integración Turística Centroamericana, y Sistema de la Integración Centroamericana (2021), *El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las MIPYMES (LC/MEX/TS.2021/10)*, CEPAL, Ciudad de México, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [24-03-2024].

¹¹⁹ Alonso-Vázquez, M. et al. (2023), 'Opportunities and challenges of digital competencies for women tourism entrepreneurs in Latin America A gendered perspective', *Journal of Sustainable Tourism*, volumen 32, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2189622> [02-05-2024].

2.2 Conclusiones

Las mujeres impulsan la mayor parte de los emprendimientos turísticos en la América Latina y el Caribe. Sin embargo, estas iniciativas se perciben más como una fuente de autoempleo que como una propuesta empresarial de innovación y/o crecimiento económico. Muchas de ellas nacen como una medida de subsistencia que garantice la entrada de ingresos en los hogares y permita a las mujeres ejercer desde los propios hogares para poder conciliar las responsabilidades laborales y las familiares.

Por esta razón los emprendimientos femeninos en el sector turístico se concentran mayormente en la categoría de 'alojamiento y restauración', en manos de mujeres que trabajan por cuenta propia, en la forma de pequeños negocios que a menudo operan bajo la informalidad, dentro o en las proximidades del espacio doméstico, con ayuda de trabajadoras familiares no remuneradas, con baja productividad y escasas oportunidades de diversificación y acceso a los mercados.

Esta situación requiere de medidas de apoyo al emprendimiento que contribuyan al empoderamiento económico de las mujeres (sin perder de vista a aquellas que se encuentran en situación de informalidad). Entre otros aspectos, es clave el acceso a financiamiento, factor que determina de manera drástica la competitividad de las emprendedoras y su anclaje activo en la cadena de valor del turismo. Como consecuencia de los estereotipos de género, las iniciativas femeninas son consideradas de mayor riesgo por parte de las instituciones financieras, lo que se traduce en fuertes barreras en el acceso a créditos. La flexibilización de las condiciones para la aprobación de los créditos, así como la simplificación de los mecanismos de regulación y control son clave para que las mujeres puedan invertir en sus negocios. Necesitan además establecer conexiones con el mundo y generar redes comerciales, mediante infraestructuras adecuadas de acceso a internet y la adquisición de competencias digitales.

La información relativa a los emprendimientos, especialmente aquellos bajo la economía informal, es muy escasa. De hecho, ninguna autoridad turística compartió datos relacionados con las emprendedoras en el sector a través de los cuestionarios y solo cuatro aportaron datos sobre empresas turísticas en propiedad de las mujeres. Avanzar en la obtención de datos desagregados por sexo para una caracterización precisa de la realidad de las emprendedoras y del sector en su conjunto contribuirá a consolidar, ampliar y diversificar el papel de las emprendedoras en el turismo.

03

Educación y formación

Resumen: El objetivo de este capítulo es describir las necesidades, oportunidades y avances a nivel regional en cuanto a la educación proporcionada a las mujeres en materia turística. También aborda la relevancia de incorporar el enfoque de género en la educación y formación y las posibilidades de conexión entre la experiencia formativa y el mercado laboral.

Palabras clave: matriculación de mujeres | oferta de formación en turismo | mujeres graduadas | graduación en servicios | formación turística

Mensajes clave:

- El alumnado de los procesos de formación en el ámbito del turismo está conformado en su mayoría por mujeres, pero todavía persiste una brecha importante entre la educación y lo que ocurre en el mercado laboral.
- Gran parte de las mujeres que trabajan en el sector no han estudiado turismo, por lo que la educación proporcionada por el sector privado es clave para lograr una profesionalización creciente.
- Se requiere información desagregada por sexo para valorar el impacto de los estudios turísticos y su relación con el mercado laboral, poniendo el foco en las mujeres.

Datos clave:

- 69% de las personas que se matriculan en turismo en la región son mujeres.
- 47% del total de personas graduadas en el sector de servicios son mujeres.
- 77% de las mujeres asentadas en medios urbanos de entre 20 y 24 años culminó la enseñanza secundaria.

3.1 Temas principales

La educación terciaria abarca el ámbito universitario público o privado, pero también otro tipo de capacitaciones formales dirigidas a la profesionalización de nivel avanzado e impartidas por instituciones como colegios, institutos o escuelas de formación profesional. Da continuidad a la etapa secundaria se orienta hacia la especialización y la cualificación de alto nivel, que en el futuro pueden facilitar el acceso a mayores y mejores oportunidades de empleo decente. En otro sentido, contar con personal altamente cualificado, tanto en el sector público como en el privado, es un requisito para el crecimiento económico y la innovación.

La presencia mayoritaria de mujeres en los estudios terciarios relacionados con el turismo no se refleja en el mercado laboral del sector.

La educación y la capacitación formales en materia de turismo están bastante extendidas a nivel regional y se sustentan cada vez más en la premisa de que el talento humano tiene un impacto directo y positivo en la competitividad de los destinos,¹²⁰ tanto así que las universidades más prestigiosas de América Latina y el Caribe imparten alguna materia turística.¹²¹ Por otra parte, la formación terciaria en turismo ofrece más facilidades que otras disciplinas, dado que es relativamente corta y se implementa bajo diversas modalidades: técnica, profesional o universitaria.

Tabla 3.1: Tasa bruta de matriculación en la educación terciaria en algunos países de América Latina y el Caribe, 2019 (%)

Países	Mujeres (%)	Hombres (%)
Argentina	120%	71%
Belice	31%	19%
Brasil	64%	46%
Chile	100%	86%
Colombia	59%	51%
Costa Rica	64%	52%
Ecuador	52%	44%
El Salvador	32%	28%
Guatemala	24%	21%
Honduras	30%	21%
México	44%	42%
Nicaragua	22%	17%

Notas: Únicamente hay disponibilidad de datos para los países que aparecen en la tabla.
Cifras mayores o iguales a 100 reflejan que el número de matrículas en la educación terciaria supera al esperado en función de la edad que correspondería a esa etapa.
Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2019), *UNESCO Institute for Statistics (UIS)*, UNESCO, París, en línea disponible en: <http://data.uis.unesco.org> [24-03-2024].

La tasa bruta de matriculación en la educación terciaria permite evaluar aspectos como el acceso y la cobertura de la educación. Este indicador se expresa en porcentajes y representa el total de personas matriculadas (independientemente de su edad), en relación con la población total en el rango de edad correspondiente a ese nivel educativo. Es decir, permite medir cuántas personas están efectivamente matriculadas en comparación con aquellas que

¹²⁰ Organización Mundial del Turismo (2019/a), *Desarrollo del talento humano para la mejora de la competitividad de los destinos – El caso de Perú*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420766>.
¹²¹ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

les correspondería estarlo por edad. La tasa bruta de matriculación¹²² en América Latina y el Caribe muestra una mayor tendencia de las mujeres a cursar estudios terciarios que los hombres (véase tabla 3.1).

Como se muestra en la tabla 3.1, existen diferencias importantes entre países. Cifras mayores o iguales a 100% (como es el caso de Argentina y Chile) indican que el número de matrículas en la educación terciaria supera el previsto para la edad correspondiente a esta etapa.¹²³ Por otro lado, una tasa bruta de matriculación significativamente menor al 100% indica que el número de personas matriculadas es muy inferior al de aquellas que podrían estarlo al tener la edad adecuada para ese nivel, como es el caso en Guatemala o Nicaragua. Aquí el indicador presenta valores inferiores al 25% en ambos sexos. A escala regional el promedio de los países que publican datos para este indicador es del 66% para el caso de las mujeres y del 48% para el caso de los hombres. En otras palabras, en general los estudios terciarios suelen ser una opción más interesante o factible para las mujeres que para los hombres.

A pesar de la escasez de datos desagregados por sexo, la información proporcionada por las autoridades nacionales de turismo ha permitido realizar una aproximación al panorama

69%

del alumnado universitario en carreras de turismo en la región son mujeres.

regional en cuanto a matriculación en estudios terciarios de turismo. La tabla 3.2 muestra que en los trece países que respondieron el cuestionario, las mujeres representan el 69% de la matrícula universitaria.¹²⁴ En la mayoría de los casos pasan del 70%. En contraste, el promedio del alumnado masculino es de un 31%.¹²⁵ A partir de consultas informales realizadas a algunas universidades en América Latina y el Caribe, las estudiantes superan el 60% del total del estudiantado.

¹²² La tasa bruta de matriculación es la relación entre el total de personas matriculadas en el sector terciario sin considerar la edad y el total de población en edad de matricularse en esa etapa educativa. Es una estimación de la participación de la población con la edad correspondiente en este tipo de estudios.

¹²³ Una tasa de matriculación superior al 100% indica que hay alumnas o alumnos matriculados que están fuera del rango de edad típico para ese nivel educativo.

¹²⁴ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

¹²⁵ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

Tabla 3.2: Mujeres que se matriculan en educación terciaria relacionada con el turismo sobre el total de personas matriculadas en algunos países de América Latina y el Caribe, 2022 (%)

Países	Mujeres en educación terciaria – turismo	Países	Mujeres en educación terciaria – turismo
Argentina	79%	Guatemala	43%
Belize	68%	Honduras	75%
Colombia	73%	Jamaica	73%
Costa Rica	54%	Nicaragua	73%
Ecuador	70%	Panamá	77%
El Salvador	77%	Uruguay	63%
		Venezuela	74%
		Promedio	69%

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los Estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia. Las preguntas y las respuestas recibidas están disponibles en el anexo 1.

En definitiva, el turismo es una opción formativa que genera interés a nivel regional, especialmente para las mujeres. Pero es importante profundizar en qué medida los estudios terciarios son accesibles para toda la población. La tabla 3.1 evidencia que en la mayoría de los países (excepto Argentina y Chile) la tasa bruta de matriculación general (no se cuenta con datos específicos en el ámbito turístico) es inferior a lo esperado. Uno de los posibles factores es la carencia de recursos, teniendo en cuenta que en países como Argentina, Colombia, Costa Rica, México o Perú el 74% de los programas de educación en materia turística los ofrecen universidades privadas.¹²⁶

En cuanto a la finalización de los estudios terciarios, utilizando el sector de los servicios como una aproximación al ámbito turístico, el 47% del total de personas graduadas en América Latina y el Caribe son mujeres (valor ligeramente superior al promedio mundial de 45%).¹²⁷

¹²⁶ González Forero, M.C. y Villegas Cortés, A. (2023), 'Hospitality and tourism education in five Latin American countries: its reviews and suggestions for educational improvement', *Journal of Hospitality & Tourism Education*, volumen 35, número 1, pp.88-95, DOI: <https://doi.org/10.1080/10963758.2021.1963742>.

¹²⁷ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

Tabla 3.3: Mujeres universitarias graduadas en el sector de servicios sobre el total de personas graduadas en algunos países y territorios de América Latina y el Caribe, 2019 (%)

País	Sector de servicios	País	Sector de servicios
Belice	61%	Ecuador	45%
Bermudas	35%	El Salvador	60%
Brasil	61%	Guatemala	47%
Chile	51%	Honduras	17%
Colombia	43%	México	50%
Costa Rica	62%	Panamá	61%
Cuba	33%	Perú	40%
República Dominicana	57%	Puerto Rico	44%
		Uruguay	29%
		Promedio	47%

Fuente: ONU Mujeres (2020), *Las mujeres en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas en América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [29-01-2024].

Los servicios ocupan el sexto lugar en número de graduadas, por detrás de la salud y bienestar (74%), ciencias sociales (66,3%), artes y humanidades (62,2%), estudios empresariales y derecho (60,3%), y ciencias naturales (54,3%). En cambio, los hombres se interesan más por propuestas formativas relacionadas con la ingeniería (69%) y la tecnología (72%). Estos sesgos de género en el ámbito académico provienen en gran medida de estereotipos y prejuicios, tales como la percepción de que las carreras de enfoque social y de cuidados son más fáciles, y por tanto más adecuadas para las mujeres, y que ellas se desenvuelven mejor en este tipo de estudios gracias a su naturaleza de cuidadoras y a una predisposición innata para las funciones relacionadas con la prestación de servicios a los demás.¹²⁸

El hecho de que las mujeres sean quienes principalmente optan por los estudios terciarios de turismo en América Latina y el Caribe debería reflejarse en el mercado laboral, con una importante presencia femenina en cargos con un alto nivel de cualificación. Sin embargo, como consecuencia de la división sexual del trabajo en el sector, la realidad es muy distinta: La mayoría de las trabajadoras del sector no poseen estudios especializados y se ubican en los puestos de trabajo más precarios, con menor necesidad de especialización, con réditos más bajos, tanto a nivel económico como social, y con escasas oportunidades para la promoción profesional. Por el contrario, es escasa la presencia de mujeres en los cargos de gerencia y toma de decisiones, que es donde mayor valor añadido podrían aportar aquellas

¹²⁸ Basurto-Barcia, J. y Ricaurte-Quijano, C. (2017), 'Women in tourism: gender (in)equalities in university teaching and research', *Anatolia*, volumen 28, número 4, pp.567-581, DOI: <https://doi.org/10.1017/9781108679459>.

que cuentan con una carrera universitaria. Tales puestos son ocupados por hombres,¹²⁹ razón por la cual en otras capacitaciones de alto nivel ofrecidas al personal de las empresas o instituciones hay una mayoría de alumnos varones – en contraste con los estudios terciarios.¹³⁰ Esta situación de desigualdad es especialmente grave en el caso de las mujeres que trabajan en la economía informal.¹³¹

La formación en materia de turismo debe apuntar hacia una cultura institucional consciente del impacto del talento de las mujeres en la sostenibilidad del sector.

La formación en materia de turismo debe priorizar las competencias requeridas para que esta se fundamente en la búsqueda de transformaciones estructurales orientadas a la equidad. Para ello, los currículos formativos deben estar diseñados a partir de la evaluación de las diferentes necesidades formativas de mujeres y hombres, así como de las brechas de género existentes en el sector con el fin de lograr una oferta basada en la diversificación de las oportunidades laborales y, en general, en el fomento de la igualdad y en el empoderamiento de las mujeres. Igualmente deben basarse en el uso de instrumentos educativos que incorporen la perspectiva de género, tanto en los contenidos como en la metodología. Esto tiene un impacto importante, puesto que las personas preparadas en materia de género pueden aplicar posteriormente sus conocimientos en los espacios de trabajo.

¹²⁹ Estos sesgos de género en el seno del sector turístico se explican en profundidad en los capítulos 2 y 4 del presente informe.

¹³⁰ Basurto-Barcia, J. y Ricaurte-Quijano, C. (2017), 'Women in tourism: gender (in)equalities in university teaching and research', *Anatolia*, volumen 28, número 4, pp.567-581, DOI: <https://doi.org/10.1017/9781108679459>.

¹³¹ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

Caso 3.1: Área de Turismo de la Universidad Provincial de Ezeiza – Argentina

El Programa de Género y Diversidad en Turismo de la Universidad Provincial de Ezeiza nació en 2018 como respuesta a la necesidad de analizar las relaciones desiguales de género existentes en el sector y para implementar un proceso de cambio orientado a la incorporación del enfoque de género, considerando todo el sistema turístico.

El Programa ha formado a más de 300 personas, siendo el 90% mujeres. El contenido formativo se ha desarrollado en base a un análisis y diagnóstico para identificar las necesidades en materia educativa en turismo y género. Los distintos tipos de formaciones han contribuido a que las mujeres puedan incorporar el enfoque de género de manera transversal en sus ámbitos laborales.

Dentro de los estudiantes de los diferentes cursos graduados se encontraban mujeres con puestos de liderazgo que han podido implementar los conocimientos adquiridos replicando prácticas en sus lugares de trabajo.

Lecciones aprendidas

El compromiso de la academia es fundamental para impulsar un proceso de sensibilización dentro del propio profesorado para que las actividades formativas no sean solo un añadido al currículo formativo, sino un enfoque sustancial que atraviese toda la oferta curricular.

A raíz de esto, actualmente la universidad cuenta con un protocolo que abarca y atiende situaciones de violencia y discriminación basadas en el género de las personas, la orientación sexual, la identidad de género y la expresión de género.

Para mayor información consulte: Universidad Provincial de Ezeiza,
<https://web.upe.edu.ar/formacion-genero-y-diversidad-upe/>

Como experiencia referente, la turoperadora Travel Excellence en Costa Rica incentiva la formación continua destinada a su personal en materia de igualdad de género. Iniciativas interesantes en la región incluyen charlas informativas y debates de discusión como los impulsados por una serie de universidades y centros educativos en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú, así como la Organización de los Estados Iberoamericanos (OEA), que planteó diversas charlas con expertas para debatir la situación de las mujeres en el turismo durante la COVID-19. Cabe mencionar los seminarios y conferencias en el LATAM World Travel Market, las asignaturas de corta duración que ayudan de manera significativa a ampliar la información en materia de turismo con perspectiva de género y los instrumentos de aprendizaje como la guía del lenguaje inclusivo de género para el ecoturismo desarrollada por la Universidad Andrés Bello de Chile.

Las coordinaciones entre el sector público, la academia, la empresa privada y la sociedad civil son esenciales para construir ofertas formativas que promuevan a las mujeres como capital humano de alto nivel. El programa Primer Plano de ONU Turismo puso en marcha procesos de capacitación en la República Dominicana que enfatizaban la “formación de escalamiento” para la diversificación del producto turístico, abordando aspectos como finanzas, contabilidad, desarrollo de negocios, y comercio nacional e internacional. Estos espacios se impulsaron a nivel comunitario en paralelo con el establecimiento de Unidades de Gestión Turística

adscritas al ministerio de turismo (MITUR), las cuales, de manera estratégica, deben apoyar los emprendimientos – con impacto positivo en las mujeres y en la diversificación del sector.

En el caso de las trabajadoras por cuenta propia, gran parte de la oferta formativa es canalizada a través de organizaciones internacionales en el marco de la cooperación para el desarrollo. Esto presenta la ventaja de que la institucionalización del enfoque de género como prioridad en las intervenciones en este tipo de organismos sea frecuente. Asimismo, participan entidades gubernamentales y del sector privado.

En el ámbito académico, es fundamental la presencia de mujeres en puestos de dirección, docencia e investigación para avanzar hacia propuestas enfocadas en el género. En Guayaquil (Ecuador), aunque haya un mayor número de académicas que de académicos en la docencia (53%) e investigación (67%), ellas están infrarrepresentadas en relación a las mujeres que estudian turismo (75%). Uno de los factores que explican esta situación es la dificultad para conciliar la maternidad con la profesión, lo que constituye una gran limitación para promocionar – e incluso para ejercer – una carrera profesional. Además, las oportunidades de acceso a empleo y de ascenso dentro de la institución académica están fuertemente condicionadas por estereotipos de género.¹³²

Por último, la incorporación creciente de mujeres en la cadena de valor del turismo constituye un acicate para que las propuestas formativas tengan en cuenta sus intereses y aspiraciones particulares. La experiencia impulsada en 2019 por Airbnb LATAM y Mujeres Connect Americas contempló una serie de capacitaciones a emprendedoras de la región en cuanto a competencias digitales, tendencias de viajes y diseño de experiencias.¹³³ La principal razón de esta iniciativa estuvo en la presencia mayoritariamente femenina en la comunidad de anfitriones de Airbnb en América Latina y el Caribe: 54% en Brasil, 53% en Chile, 50% en Colombia, 48% en Costa Rica, 50% en México y en Puerto Rico.¹³⁴

El objetivo central de la formación en materia de turismo debe enfocarse en cambios estructurales hacia una cultura institucional que entienda el talento de las mujeres como un factor determinante de sostenibilidad. Para ello son necesarias ofertas de capacitación que tengan en cuenta las diferentes necesidades de mujeres y hombres y se alimenten de contenidos, metodologías e instrumentos desde una perspectiva de género.

¹³² Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

¹³³ Connect Americas es una plataforma del Banco Interamericano para el Desarrollo que promueve la capacidad exportadora de las empresarias de América Latina y el Caribe. Para más información: <https://connectamericas.com/es/content/webinar-semana-del-turismo-con-airbnb-oportunidades-para-emprendedoras>.

¹³⁴ Airbnb (2023), 'Airbnb celebra a las Anfitrionas latinoamericanas y reconoce a las mejores en el Día Internacional de la Mujer', :*News Airbnb*, en línea disponible en: <https://news.airbnb.com> [02-05-2024].

El fortalecimiento de las competencias digitales y de las denominadas «habilidades blandas» son una prioridad para las mujeres, trascendiendo el enfoque de la formación centrada en la gestión.

El artículo 9.2 del Código Ético Mundial para el Turismo recoge el derecho y el deber de las personas trabajadoras asalariadas y autónomas del sector turístico y de las actividades conexas a recibir una formación inicial y continua adecuada.¹³⁵ Por lo tanto, la inversión de las empresas privadas en la capacitación de las mujeres es un asunto de importancia estratégica.

La oferta formativa debe caracterizarse por un planteamiento práctico, que rompa con los papeles tradicionales de género asignados a las mujeres y que amplíe el enfoque empresarial de la formación universitaria (en Argentina, Colombia, Costa Rica,

74%

de la formación universitaria en materia de turismo en Argentina, Colombia, Costa Rica, México y Perú es ofrecida por entidades privadas

México y Perú, un promedio de 74% de los programas de educación en materia turística los ofrecen universidades privadas),¹³⁶ incluyendo aspectos como la tecnología y la gestión vinculada a las operaciones hoteleras.¹³⁷

En la era de internet, el fortalecimiento de las competencias digitales debe ser una de las prioridades en formación orientada a las mujeres, sin perder de vista a las emprendedoras turísticas. El aprovechamiento efectivo de los procesos de capacitación para mujeres exige:

- acceso a dispositivos,
- apoyo y asesoramiento una vez concluida la capacitación,
- personalización en el diseño e impartición de la capacitación,

¹³⁵ El artículo completo reza de la siguiente manera: “Los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas tienen el derecho y el deber de adquirir una formación inicial y continua adecuada. Se les asegurará una protección social suficiente y se limitará en todo lo posible la precariedad de su empleo. Se propondrá un estatuto particular a los trabajadores estacionales del sector, especialmente en lo que respecta a su protección social.”

Véase: Organización Mundial del Turismo (1999), ‘Código Ético Mundial para el Turismo’, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo> [19-07-2024].

¹³⁶ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia. Las preguntas y las respuestas recibidas están disponibles en el anexo 1.

González Forero, M.C. y Villegas Cortés, A. (2023), ‘Hospitality and tourism education in five Latin American countries: its reviews and suggestions for educational improvement’, *Journal of Hospitality & Tourism Education*, volumen 35, número 1, pp.88-95, DOI: <https://doi.org/10.1080/10963758.2021.1963742>.

¹³⁷ González Forero, M.C. y Villegas Cortés, A. (2023), ‘Hospitality and tourism education in five Latin American countries: its reviews and suggestions for educational improvement’, *Journal of Hospitality & Tourism Education*, volumen 35, número 1, pp.88-95, <https://doi.org/10.1080/10963758.2021.1963742>.

- facilitaciones para la conciliación del estudio con las cargas de cuidados, y
- seguridad a la hora de movilizarse a los cursos.¹³⁸

A este respecto, son importantes las campañas de información y sensibilización dirigidas a los diferentes agentes involucrados en el turismo. ONU Mujeres impulsa potentes estrategias de sensibilización, como la campaña para el Día Internacional de la Mujer en 2023 siguiendo el lema “Por un mundo digital inclusivo: Innovación y tecnología para la igualdad de género”. Esta conmemoración puso el foco en mostrar el potencial de las nuevas tecnologías como vía para el empoderamiento de las mujeres, visibilizar las brechas de género en el acceso a la tecnología digital y a los conocimientos correspondientes, así como concienciar sobre la necesidad de prevenir y abordar las situaciones de violencia a través de la red y difundir experiencias y aprendizajes relevantes en este ámbito.

Pero para que las mujeres puedan desenvolverse con confianza y competencia en el mercado turístico, necesitan conocimientos y habilidades que trasciendan el enfoque puramente empresarial. Las denominadas *soft skills* o «habilidades blandas» abarcan aspectos tan importantes como el fortalecimiento de la autoestima, el liderazgo, el conocimiento intrapersonal, la capacidad de establecer relaciones interpersonales sanas, las técnicas de negociación, la creación de redes, las habilidades de presentación y la adaptabilidad a un entorno cambiante. Sirva de ejemplo el caso de las emprendedoras de Costa Rica que participaron en el programa Primer Plano de ONU Turismo: Ellas compartieron los retos y temores que han experimentado como empresarias. Al principio les faltaba confianza, tenían muchas dudas sobre sí mismas y sus capacidades y no siempre contaban con el apoyo de sus familias. Por otro lado, la situación de informalidad, la falta de capital y de títulos de propiedad de la tierra, las carencias en la formación y el desconocimiento acerca de dónde buscar apoyo suponían un obstáculo para ellas. Esto las llevaba en ocasiones a plantearse abandonar sus negocios.

La adquisición de este tipo de aptitudes es esencial en un sector que se sustenta en redes empresariales y alianzas que se extienden por todo el planeta y en el que la atención al cliente tiene un gran peso en la reputación y competitividad de los destinos turísticos. Pero además contribuye a romper con aquellos factores autoimpuestos por las propias mujeres, que no se sienten lo suficientemente capacitadas para abordar retos profesionales de cada vez mayor responsabilidad (techo de cemento).

¹³⁸ Khoo, C. et al (2024), ‘Opportunities and challenges of digital competencies for women tourism entrepreneurs in Latin America: a gendered perspective’, *Journal of Sustainable Tourism*, volumen 32, número 3, pp.519–539, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2189622>.

Caso 3.2:**Hotel Sublime Samaná – República Dominicana**

El hotel Sublime Samaná en la República Dominicana cuenta con un currículo formativo con objetivos a largo plazo para formar a sus trabajadoras en distintas áreas del conocimiento de la empresa.

Gracias a la educación y la formación centrada en las mujeres, ellas experimentan que sí pueden escalar en la pirámide ocupacional y que su trabajo es valorado, respetado y protegido. Aun cuando todavía las mujeres desempeñan trabajos alineados con las labores domésticas, se están proporcionando capacidades que son indispensables para progresar en cuanto al salario monetario y emocional.

Además, han implantado un sistema para que las trabajadoras se informen sobre qué hacer y decir ante cualquier situación de acoso sexual, principalmente en la zona del Spa. Uno de los aspectos que se trabajan es el empoderamiento porque «ellas se deben sentir seguras de sí mismas y saber que ir en contra del acoso forma parte de la política de la empresa».

Para mayor información consulte: Hotel Sublime Samaná, <https://sublimesamana.com>

Travel Excellence – Costa Rica

En Costa Rica destaca el caso de la operadora de turismo Travel Excellence, la primera empresa en el país en obtener el Sello de Igualdad de Género del Instituto Nacional de las Mujeres y la certificación con la INTE-G38, otorgada por el Instituto de Normas Técnicas en Costa Rica (INTECO) en el año 2017.

En este marco de actuación, la persona contratada por esta empresa debe realizar un curso sobre igualdad de género y, para el caso específico de quienes trabajan como guías o en el transporte, recibe información con énfasis en la violencia contra las mujeres y en el acoso sexual.

Para mayor información consulte: Travel Excellence, <https://www.travelexcellence.com/es/>

Lecciones aprendidas

- Es importante contar en la gerencia con personas dispuestas a afrontar temas comunitarios, educativos y de inclusión social con un impacto positivo en las trabajadoras.
- La planificación estratégica en la formación de personal es clave para la consecución de pautas en el marco del trabajo decente.
- La inclusión de la comunidad es clave para desarrollar un trabajo que incorpora una formación ajustada a las necesidades de las trabajadoras que forman parte de la misma.

Concluyendo, el derecho de las trabajadoras a una formación continua de calidad se verá reflejada en la incorporación como la facilitación de condiciones para poder cursar este tipo de estudios; la incorporación de contenidos, metodologías e instrumentos con enfoque al género en los procesos de capacitación, el acompañamiento posterior a la formación, el fortalecimiento de las habilidades blandas y la atención a las brechas de género en el acceso a las nuevas tecnologías.

La oferta de formación en turismo debe considerar los vacíos que las mujeres arrastran desde las primeras etapas de la educación.

La participación femenina en la educación terciaria abre importantes oportunidades para el empoderamiento de las mujeres a nivel regional. Pero para su correcto aprovechamiento existen márgenes de mejora importantes en la etapa secundaria, como fundamento básico para la cualificación especializada y el ejercicio profesional posterior.

La culminación de la educación secundaria es una condición básica para poder integrarse en la sociedad y aspirar a un empleo decente.¹³⁹ En 2022, en América Latina y el Caribe¹⁴⁰ el 77% de las mujeres de entre 20 y 24 años asentadas en medios urbanos culminó la enseñanza secundaria, frente al 70% de los hombres.¹⁴¹ En las áreas rurales, un 56% de las mujeres terminaron la secundaria en contraste con un 53% de hombres.¹⁴² Es decir, hay más mujeres que hombres que culminan esta etapa educativa, y además existe un salto cuantitativo importante entre las áreas urbanas y las rurales, en detrimento de las últimas.

En relación a lo expuesto es prioritario fortalecer las competencias básicas de las mujeres que finalizan el primer ciclo de la educación secundaria; en concreto la lectura y las matemáticas.

¹³⁹ Según la OIT «el trabajo decente sintetiza las aspiraciones de las personas durante su vida laboral. Significa la oportunidad de acceder a un empleo productivo que genere un ingreso justo, la seguridad en el lugar de trabajo y la protección social para todos, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad para que los individuos expresen sus opiniones, se organicen y participen en las decisiones que afectan sus vidas, y la igualdad de oportunidades y trato para todos, mujeres y hombres» (<https://www.ilo.org/es/temas/trabajo-decente>).

¹⁴⁰ Países involucrados en este dato: Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay.

¹⁴¹ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023/a), *Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas – Principales Cifras de América Latina y el Caribe*, CEPALSTAT, en línea disponible en: <https://statistics.cepal.org> [25-01-2024].

¹⁴² Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023/a), *Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas – Principales Cifras de América Latina y el Caribe*, CEPALSTAT, en línea disponible en: <https://statistics.cepal.org> [25-01-2024].

Tabla 3.4: Niñas adolescentes en algunos países de América Latina y el Caribe que, al final del primer ciclo de educación secundaria, han alcanzado al menos un nivel mínimo de competencias, 2015–2019 (%)

Países	Matemáticas	Lectura	Países	Matemáticas	Lectura
Argentina	27%	51%	Honduras	12%	31%
Brasil	30%	56%	México	41%	58%
Chile	31%	73%	Panamá	17%	39%
Colombia	30%	52%	Paraguay	6%	34%
Costa Rica	35%	58%	República Dominicana	9%	26%
Ecuador	24%	52%	Trinidad y Tobago	52%	67%
Guatemala	10%	33%	Uruguay	48%	63%
			Promedio	27%	50%

Note: Datos del último año disponible.

Fuente: Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [20-03-2024].

A excepción de Trinidad y Tobago, la tabla 3.4 muestra que en todos los países considerados, menos de la mitad de las niñas alcanzan las competencias mínimas en matemáticas (un 27% como promedio) y un 50% en el caso de la lectura.¹⁴³ En lugares como Guatemala, Honduras, la República Dominicana y Paraguay, un porcentaje ínfimo logra pasar la nota en estas competencias básicas – situación que restringe drásticamente sus oportunidades en el mercado laboral.

27%

de las niñas en la región que finalizan el primer ciclo de educación secundaria alcanzan al menos un nivel de competencias mínimas en matemáticas

Las carencias educativas que las mujeres acarrearán desde la etapa secundaria están en gran medida ancladas a desigualdades estructurales, tales como el embarazo adolescente,¹⁴⁴ la unión en pareja desde edades muy tempranas y la asunción de

50%

de las niñas en la región que finalizan el primer ciclo de educación secundaria alcanzan al menos un nivel de competencias mínimas en lectura

¹⁴³ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023/a), Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas – Principales Cifras de América Latina y el Caribe, CEPALSTAT, en línea disponible en: <https://statistics.cepal.org> [25-01-2024].

¹⁴⁴ Tal como se mencionó, el 40% de las mujeres jóvenes que no tienen un trabajo remunerado es debido al embarazo.

responsabilidades como madres sustitutas desde la niñez.¹⁴⁵ Los sesgos de género se cruzan con variables interseccionales para limitar de forma particularmente severa las oportunidades de educación y formación para los grupos de menor nivel socioeconómico, los pueblos indígenas, las poblaciones afrodescendientes y las personas migrantes.¹⁴⁶

Lo anteriormente expuesto tiene serios impactos en las opciones para insertarse en el mundo laboral en condiciones dignas y seguras. Como se analizó en el capítulo anterior, en el sector un número importante de mujeres emprenden negocios pequeños, estrechamente conectados con el papel tradicional de género en el ámbito del hogar y los cuidados, sumidos en la economía informal y con dificultades para competir en el mercado. Por otro lado, las mujeres que trabajan como empleadas acceden a empleos con un alto grado de precariedad que se ubican con frecuencia en el sector informal.

Ante este panorama, existe una alta probabilidad de que las mujeres en general – y las que trabajan en el sector turístico en particular – requieran de espacios de aprendizaje complementarios que contrarresten los vacíos arrastrados desde la educación primaria y secundaria, además de ir en consonancia con las tendencias de los mercados en cuanto a competitividad empresarial. En este sentido, la oferta formativa brindada por las empresas para sus trabajadoras es estratégica y debe estar diseñada desde el conocimiento de las desigualdades de género que limitan a las mujeres a lo largo de toda vida.

¹⁴⁵ Fondo de Población de las Naciones Unidas (2020), Consecuencias socioeconómicas del embarazo en la adolescencia en seis países de América Latina y el Caribe, *Implementación de la Metodología Milena en Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Paraguay*, Fondo de Población de las Naciones Unidas – Oficina Regional, en línea disponible en: <https://lac.unfpa.org/es/> [02-05-2024].

¹⁴⁶ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2024), *Población, desarrollo y derechos en América Latina y el Caribe: propuesta de segundo informe regional sobre la implementación del Consenso de Montevideo sobre Población y Desarrollo* (LC/MDP.5/4/Rev.1), CEPAL, Santiago, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2024].

3.2 Conclusiones

El impacto que puede llegar a tener la educación y capacitación turística centrada en las necesidades de las mujeres es alto, no sólo porque incide de manera directa en la competitividad de los destinos turísticos, sino porque además contribuye a avanzar hacia la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

En América Latina y el Caribe, la oferta formativa en estudios de turismo en el sector terciario es amplia y cuenta con un alumnado mayoritariamente femenino. Sin embargo, esto no se refleja en el mercado laboral, donde gran parte de las trabajadoras no han realizado estudios especializados y arrastran desde la primaria y secundaria graves carencias en competencias básicas como las matemáticas y la lectura. Esto tiene su origen en sesgos de género y en la división sexual del trabajo en el sector turístico que provocan que las mujeres ocupen los puestos con menor necesidad de cualificación y salarios más bajos, y que siguen la línea de las labores de cuidados que desempeñan en el hogar. Por el contrario, su presencia en cargos de gerencia y de toma de decisiones es escasa, lo que las margina de las oportunidades de formación de alto nivel.

Teniendo en cuenta que las mujeres son la principal fuerza laboral del sector, la coordinación entre el sector público, la academia, la empresa privada y la sociedad civil es esencial para hacer frente a las dinámicas de desigualdad y promover cambios estructurales. El cambio hacia una cultura institucional que asuma la importancia de aprovechar y promover el talento femenino para el desarrollo sostenible del turismo puede apoyar la cualificación de mujeres para puestos de alto nivel tendrá impactos positivos en la competitividad de los destinos

Para ello la formación dirigida a las mujeres ha de incorporar el enfoque de género en sus contenidos, metodologías e instrumentos para adaptarse a sus necesidades particulares. Igualmente, debe apuntar a la diversificación de la oferta laboral, a la cualificación de alto nivel, a la ampliación del enfoque empresarial de la formación universitaria¹⁴⁷ y a la garantía de apoyos posteriores a la formación.

Sin perder de vista a las mujeres que trabajan por cuenta propia, las emprendedoras turísticas y las que operan en la informalidad, el fortalecimiento de las competencias digitales de las trabajadoras del sector es prioritario. Además, las competencias técnicas y empresariales deben complementarse con *soft skills* (habilidades blandas) relacionadas con aspectos tan estratégicos como el fortalecimiento de la autoestima, el liderazgo, la comunicación, la

¹⁴⁷ González Forero, M.C. y Villegas Cortés, A. (2023), 'Hospitality and tourism education in five Latin American countries: its reviews and suggestions for educational improvement', *Journal of Hospitality & Tourism Education*, volumen 35, número 1, pp.88–95, DOI: <https://doi.org/10.1080/10963758.2021.1963742>.

capacidad de crear redes socioeconómicas, las técnicas de negociación y la adaptabilidad a un entorno en cambio permanente.

Se requiere información desagregada por sexo para valorar el impacto de los estudios turísticos y su relación con el mercado laboral, tanto en términos cualitativos como cuantitativos. Ahondar en temas como la relación entre los sesgos de género y los sistemas de contratación basados en la meritocracia puede tener un impacto directo en el acceso de las mujeres al empleo en general y a los espacios de liderazgo y toma de decisiones en particular.

04

Liderazgo, política y adopción de decisiones

Resumen: En el presente capítulo se analiza el panorama en América Latina y el Caribe en materia de liderazgo de las mujeres, tanto en el sector público como en el privado. Se aborda igualmente el peso de las políticas turísticas sensibles al género y particularmente la necesidad de abordar dos factores que inciden directamente en las oportunidades de las mujeres para acceder a los espacios de poder: la conciliación de la vida familiar y laboral, y la violencia de género.

Palabras clave: liderazgo femenino | mujeres en puestos gubernamentales | representación femenina en puestos de dirección | mujeres en PYMES | empoderamiento de las mujeres en turismo | licencias de maternidad | barreras y estereotipos de género | violencia de género

Mensajes clave:

- Las mujeres constituyen una gran mayoría en los cargos de alta dirección¹⁴⁸ en el sector público, lo cual es una oportunidad real para desarrollar una política enfocada en la igualdad de género en el turismo.
- La provisión de servicios de cuidados para personas dependientes, así como las licencias de maternidad y paternidad son medidas necesarias para impulsar el liderazgo de las mujeres en el sector.
- La violencia de género condiciona el liderazgo de las mujeres que debe abordarse en el marco de las particularidades del sector turístico.

Datos clave:

- 25% de las administraciones nacionales de turismo en América Latina y el Caribe están lideradas por mujeres.
- 51% de las personas que ocupan cargos de alta dirección en el sector público del turismo son mujeres, en los nueve países que suministraron datos.
- Sólo 15 países en América Latina y el Caribe establecen licencias de maternidad de mínimo 14 semanas.

4.1 Temas principales

Aunque escasos, los datos disponibles en relación al liderazgo femenino en la empresa privada, traslucen la infrarrepresentación de las mujeres en los puestos de dirección. A pesar de que la proporción de trabajadoras sea mayor que la de los hombres, en el sector turístico las diferentes competencias laborales se distribuyen de manera piramidal: la base, principalmente formada por mujeres, ocupa puestos administrativos y de servicios que requieren menor cualificación brindando pocas oportunidades de promoción dentro de la empresa. El pico, formado por puestos de mayor autoridad, refleja una presencia femenina drásticamente reducida.¹⁴⁹

¹⁴⁸ Se hace referencia aquí a cargos de legisladoras, funcionarias de alto nivel, jefas de departamento, directoras de área y similares.

¹⁴⁹ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

La presencia de mujeres en los puestos de mayor autoridad, tanto en el sector público como en el privado, está muy por debajo de la paridad.

Existen, por tanto, marcados sesgos de género en los perfiles profesionales del turismo. Al respecto, no se cuenta con promedios regionales, pero sí con información interesante facilitada

15% de los cargos directivos en las empresas de la región son ocupados por mujeres

por las autoridades nacionales de turismo.¹⁵⁰ En Argentina sólo el 29% de las grandes empresas turísticas y el 35% de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) son de propiedad femenina. En El Salvador, el 100% de los propietarios de las grandes empresas turísticas son hombres y sólo el 29% de las PYMEs pertenecen a mujeres. Esto es extrapolable al conjunto de la economía; las mujeres en la región todavía ocupan sólo el 15% de los cargos directivos y únicamente en el 11% de las empresas el puesto de gerente principal está asignado a una mujer.¹⁵¹

El panorama en el sector público parecería presentar un panorama más alentador. Los datos desagregados por sexo suministrados por las autoridades nacionales de turismo (véase tabla

51% de los cargos de alta dirección en el sector público del turismo están ocupados por mujeres

4.1) han permitido analizar la situación del liderazgo de las mujeres en puestos de alta dirección en el ámbito público (legisladoras, funcionarias de alto nivel, jefas de departamento, directoras de área y similares). El saldo es positivo: el 51% de este tipo de cargos está ocupado por mujeres frente a un 49% de hombres. En países como Panamá, Nicaragua, Paraguay, Perú y Colombia la cifra es superior al 60%.¹⁵²

¹⁵⁰ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el rol de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

¹⁵¹ Banco Interamericano de Desarrollo – Invest, División de Género y Diversidad e Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (2021), *Una olimpiada desigual. La equidad de género en las empresas latinoamericanas y del Caribe*, BID, en línea disponible en: <https://publications.iadb.org> [02-05-2024].

– Países involucrados en este dato: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, de América Central y el Caribe (no especifican los países de estas dos regiones).

¹⁵² Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

Tabla 4.1: Mujeres y hombres en puestos de alta dirección en el sector público del turismo en algunos países de América Latina y el Caribe

País	Mujeres	Hombres	Total	Proporción de mujeres (%)
Brasil	24	25	49	49%
Colombia	14	7	21	67%
Costa Rica	4	6	10	40%
El Salvador	47	43	90	52%
México	90	133	223	40%
Nicaragua	3	0	3	100%
Panamá	7	1	8	88%
Paraguay	62	41	103	60%
Perú	31	23	54	57%
Uruguay	18	13	31	58%
Total	300	292	592	51%

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

Estas experiencias pueden servir para evaluar impactos y lecciones aprendidas que sirvan como referencia para otros sectores y territorios; pero es necesario profundizar en la correlación entre la cantidad de mujeres en cargos de alta dirección y el peso efectivo en la toma de decisiones. Se requiere de cambios estructurales en la cultura de las instituciones para romper con estereotipos de género e impulsar propuestas que potencien el liderazgo efectivo de las mujeres (como puede ser la inversión en formación, véase capítulo 3).

De hecho, las cifras analizadas relativas a la presencia de mujeres en puestos gubernamentales de mayor rango decrecen sustancialmente. En el año 2019, se constató que el 23% de los ministerios de turismo en el mundo estaban dirigidos por mujeres.¹⁵³ A fecha de mayo de 2024 en América Latina y el Caribe el promedio de mujeres en las administraciones nacionales de turismo es ligeramente superior: 25%.¹⁵⁴ Los países con ministras (o puestos de similar rango) en el sector turístico son El Salvador, Haití, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Perú.

¹⁵³ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

¹⁵⁴ ONU Turismo. [Información sobre autoridades nacionales de turismo en ejercicio en julio de 2024, según datos del Departamento Regional para las Américas de ONU Turismo en referencia a las máximas autoridades de la cartera específica de turismo de sus 26 estados miembros y 2 miembros asociados](#) [07-07-2024].

Tabla 4.2 Mujeres y hombres en cargos de máxima autoridad en el sector público en materia de turismo en algunos países y territorios de América Latina y el Caribe

Países y territorios	Autoridad máxima	
	Mujer	Hombre
Antigua y Barbuda		1
Argentina		1
Aruba		1
Bahamas		1
Barbados		1
Belice		1
Bolivia		1
Brasil		1
Chile		1
Colombia		1
Costa Rica		1
Cuba		1
Ecuador		1
El Salvador	1	

Países y territorios		Autoridad máxima	
		Mujer	Hombre
Guatemala			1
Haití		1	
Honduras		1	
Jamaica			1
México			1
Nicaragua		1	
Panamá		1	
Paraguay		1	
Perú		1	
Puerto Rico			1
República Dominicana			1
Trinidad y Tobago			1
Uruguay			1
Venezuela			1
Total	(número)	7	21
	(%)	25%	75%

Nota: Datos hasta mayo 2024.
Fuente: Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

El porcentaje de ministras en el sector turístico a escala regional y mundial supera levemente el promedio mundial en el conjunto de todos los ministerios (21%). Pero las carteras que con mayor frecuencia son ocupadas por mujeres son las relacionadas con temas como la familia, infancia, juventud, personas mayores y discapacidad.¹⁵⁵ Se identifica, por tanto, una tendencia al encasillamiento en puestos relacionados con asuntos de carácter social que sintonizan con los papeles tradicionales de género y la responsabilidad de los cuidados.

A escala municipal en América Latina y el Caribe, la representación femenina en los cargos de máxima autoridad gubernamentales se encuentra también muy por debajo de la paridad. En diciembre de 2021,¹⁵⁶ se alcanzó un promedio del 15%, estando a la cabeza Cuba (47%) y Nicaragua (43%). Ambos casos ofrecen una interesante oportunidad para analizar en qué medida esta representación de ministras se traduce en políticas sensibles al género.

¹⁵⁵ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.
¹⁵⁶ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.), *Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe*, CEPAL, en línea disponible en: <https://oig.cepal.org> [24-03-2024].

En definitiva, el acceso de las mujeres a los cargos de mayor peso en la toma de decisiones es escaso, ya sea en el sector público o privado. De esto se deduce la existencia de barreras de género, factores socioculturales ya analizados a lo largo de este informe que constituyen el techo de cristal (estereotipos de género, división sexual del trabajo, dificultades en la conciliación de la vida familiar y laboral, presencia mayoritaria de hombres en los puestos de autoridad y comités de selección, el alto grado de informalidad de las empresas de mujeres en el sector, entre otros). No se puede dejar de mencionar el techo de cemento, es decir, condicionantes relacionados con la autopercepción, autoconfianza y autoestima de las mujeres que hacen que ellas mismas se frenen a la hora de optar por cargos de autoridad.

Las acciones de formación y sensibilización en los sectores público y privado facilitan el cambio hacia una cultura institucional basada en la igualdad.

Aprovechar íntegramente la diversidad en los talentos y habilidades de todo el personal de las empresas, independientemente de su sexo, enriquece el acervo de conocimiento, mejora la productividad y contribuye a la innovación.¹⁵⁷ Es decir, incentivar el capital humano femenino en las funciones ejecutivas contribuye al fortalecimiento institucional en general y en materia de género en particular. Esto exige comprometer recursos para el fortalecimiento de capacidades en cuanto a dirección y gestión, teniendo en cuenta las necesidades específicas de las mujeres, así como los factores que las limitan como resultado de las desigualdades de género (véase capítulo 3).

¹⁵⁷ Fernández Aldecua, M.J. y Martínez Barón, L.A. (2010), 'Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género?', *Cuadernos de Turismo*, volumen 26, pp. 129-151, en línea disponible en: <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/2049.pdf>. [16-07-2024].

Cuadro 4.1: Invertir en las mujeres, acelerar el progreso

En el marco del 8 de marzo de 2024 ONU Turismo organizó en la región de América Latina y el Caribe el webinar «Invertir en las mujeres, acelerar el progreso»¹⁵⁸ donde se compartieron los siguientes cuatro objetivos para impulsar la inversión en las mujeres en el turismo:

1. Financiar las necesidades de las mujeres como un medio para invertir en igualdad de género;
2. normalizar la inversión de cara al empoderamiento económico de las mujeres y la igualdad de género en el turismo;
3. contar con esfuerzos coordinados para que la inversión turística considere las necesidades de las mujeres; y
4. diseñar líneas de inversión conectadas con las necesidades de las mujeres en el turismo, teniendo en cuenta las particularidades de la condición de empleada, empleadora, trabajadora por cuenta propia y/o trabajadora familiar.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2024/b), #8 Américas: *invertir en las mujeres – acelerar el progreso*, YouTube, publicado el 7 de marzo 2024, en línea disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=v74SzV6FWzQ> [24-03-2024].

Pero la búsqueda del impacto debe apuntar a transformaciones de carácter estructural – a cambios en la cultura de las entidades públicas y privadas que rompan con los estereotipos de género y la división sexual del trabajo que encasillan a las mujeres en papeles tradicionales que impiden aprovechar todo su potencial. Para empezar, la estructura organizativa de las empresas e instituciones es un factor determinante en relación a las oportunidades de acceso de las mujeres a los espacios de toma de decisiones: Modificar los modelos organizativos más tradicionales (en forma de pirámide, con una marcada jerarquía vertical principalmente controlada por hombres) hacia esquemas más horizontales, flexibles y colaborativos alientan el liderazgo femenino en el turismo.¹⁵⁹

Por otro lado, las acciones orientadas a la información, capacitación y sensibilización de las diferentes entidades del sector generan impactos importantes en cuanto a la incorporación del enfoque de género en la visión y la gestión institucionales. Igualmente, coadyuvan al incremento de la representación de las mujeres en puestos de autoridad. Por ejemplo, el 87% de las empresas que participaron en el programa Primer Plano de ONU Turismo llevaron a cabo un programa con un fuerte enfoque en el liderazgo femenino para impulsar el progreso laboral de las mujeres. Tras finalizar el proyecto, en todos los países todas las empresas involucradas tenían más de un 50% de mujeres en posiciones de alta gerencia.

¹⁵⁸ En el Webinar participaron Excm. Sra. Angelita Duarte de Melillo (ministra de Turismo de Paraguay); Mónica Zalaquett (comunicadora social y cientista política); Patricia Duran Vaca (Presidenta de la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos, Eventos y de Burós de Convenciones (AOCA)); Gustavo Santos (Director, Departamento Regional para las Américas, ONU Turismo).

¹⁵⁹ Fernández Aldecua, M.J. y Martínez Barón, L.A. (2010), 'Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género?', *Cuadernos de Turismo*, volumen 26, pp. 129-151, en línea disponible en: <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/2049.pdf>. [16-07-2024].

Caso 4.1: Turenlaces – República Dominicana

Turenlaces es una empresa inserta en la industria de conferencias – MICE (ingl. meetings, incentives, conferences and exhibitions). La entidad cuenta con acuerdos con las principales universidades para contratar a mujeres con potencial para crecer profesionalmente desde un punto de vista técnico y gerencial. Gran parte de las trabajadoras (en la empresa las llaman gestoras de proyectos) empezaron en Turenlaces a temprana edad y a menudo afrontaban la maternidad en solitario (alrededor del 70% de las trabajadoras son madres solteras).

Por esta razón, en el proceso de capacitación (bootcamp) prevalece el principio de autonomía y liderazgo, porque para llegar a ser una gestora de proyectos se requiere de competencias que van más allá de los aspectos técnicos. El salario que percibe cada una de las trabajadoras ronda los DOP 25.000 (tres veces más que el salario mínimo) más las prerrogativas por cada evento organizado.

Lecciones aprendidas

- Formación temprana de alto nivel que tenga un impacto positivo en las habilidades de liderazgo. Esto es necesario para que las trabajadoras desempeñen su trabajo (y su vida) con autonomía.
- Para liderar y hacer frente a todo lo que implica la industria de eventos y conferencias se requieren habilidades blandas: habilidades y aptitudes vinculadas con las relaciones interpersonales, el conocimiento intrapersonal, la autoestima o la adaptabilidad al entorno cambiante.
- El fortalecimiento de la autoestima y la seguridad en sí mismas es clave para enfrentar las situaciones machistas que se dan dentro de la industria.

Para más información véase: Turenlaces, <https://turenlaces.com>

Las estrategias de formación y sensibilización deben traducirse en acciones. Para ello, el diseño de hojas de ruta que sirvan de guía en el cumplimiento de los compromisos es clave. En 2010, el Pacto Mundial de Naciones Unidas en alianza con ONU Mujeres propuso un marco de siete principios de empoderamiento de las mujeres dirigidos a las empresas, como un itinerario para integrar el enfoque de género en su gestión y promover la igualdad en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Aunque todavía es escaso el número de entidades turísticas que los han suscrito, la generación de resultados positivos derivados de la implementación de dichos principios puede provocar un efecto de arrastre sirviendo de referencia para otras experiencias, tanto en el ámbito público como en el privado.

Tabla 4.3: El sector privado y los principios de empoderamiento de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe

¿Cuáles son los siete principios de empoderamiento de las mujeres?	¿Qué ocurre en el sector turístico privado?
1. Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel. 2. Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo – respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación. 3. Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y todas las trabajadoras. 4. Promover la educación la formación y el desarrollo profesional de las mujeres. 5. Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del empoderamiento de las mujeres. 6. Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y liderando con el ejemplo (cabildeo). 7. Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.	2.383 empresas de la región han firmado los siete principios, de ellas 16% son propiedad de mujeres. En el sector de ‘viajes, alojamiento y ocio’, utilizado como una aproximación al turismo, 49 empresas han firmado los siete principios y 6, es decir solo 14,3%, son propiedad de mujeres.

Nota: Para más información consulte: Women's Empowerment Principles (s.f.), ‘Signatarios de WEP’, WEP, en línea disponible en: <https://www.weps.org/companies> [24-03-2024].

Fuente: Pacto Global de las Naciones Unidas y ONU Mujeres (2021), *La igualdad es un buen negocio*, ONU Mujeres, en línea disponible en: https://www.weps.org/sites/default/files/2021-08/WEPs%20BROCHURE_SPANISH.pdf [24-03-2024].

El cumplimiento de los compromisos en materia de igualdad requiere de alianzas público-privadas-comunitarias entre empresas, instituciones de gobierno, universidades y sociedad civil. Este tipo de articulaciones está contemplado como uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 17 – Alianzas para lograr los objetivos) y alimenta el intercambio de conocimiento, el fortalecimiento de capacidades y la propagación de buenas prácticas en el sector.

Resumiendo, las acciones de formación y sensibilización acompañadas de hojas de ruta y alianzas público-privadas-comunitarias facilitan la implementación de compromisos y agendas e incentivan el progreso hacia una cultura institucional basada en la igualdad y abierta a la participación activa de las mujeres en los puestos de liderazgo.¹⁶⁰

La transversalización del enfoque de género en las políticas públicas del turismo contribuye a acortar la brecha entre la igualdad formal y la igualdad real.

La existencia de marcos legales y políticas sensibles al género tiene impactos positivos en el empoderamiento de las mujeres y contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

¹⁶⁰ Organización Mundial del Turismo (2020/a), *AIUla Framework for Inclusive Community Development through Tourism*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422159>.

(ODS). Además, tiene efectos importantes a nivel económico: la implementación de políticas orientadas a eliminar la discriminación de género en las instituciones sociales favorece un incremento anual de la tasa de crecimiento del PIB entre 0,03 y 0,6 puntos porcentuales de aquí a 2030, dependiendo del escenario.¹⁶¹

Entre
**0,03 y
0,6**

**puntos porcentuales se
incrementaría anualmente la
tasa de crecimiento del PIB
con la implementación de
políticas orientadas a eliminar
la discriminación de género en
las instituciones sociales**

Los países en América Latina y el Caribe han suscrito diferentes instrumentos jurídicos y políticos que amparan el compromiso internacional por la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Se trata de avances históricos, teniendo en cuenta que tradicionalmente las leyes han sido creadas e implementadas en espacios dominados por hombres desde el desconocimiento y el desinterés en relación a las aspiraciones y prioridades de las mujeres.¹⁶²

Sin embargo, aún existe una distancia considerable entre la igualdad formal (se cuenta con un marco jurídico que reconoce la igualdad entre mujeres y hombres) y la real (dicha igualdad se hace efectiva). Para ello la transversalización de género en el turismo debe ser una prioridad en las agendas políticas, entendiéndose esto como una estrategia que considere las diferentes necesidades de las mujeres y de los hombres en todos los niveles de la programación y en todas las decisiones. En la práctica, esto implica la integración sistemática de las perspectivas de género – y de las experiencias de las mujeres en su diversidad – en todas las políticas, programas y temáticas relacionadas con el sector turístico.¹⁶³ El objetivo principal es lograr un cambio transformativo hacia la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, basado en normas, valores culturales y conocimiento de las causas de las desigualdades y la discriminación.¹⁶⁴ Se trata de un trabajo holístico que requiere de voluntad política por parte de todas las partes implicadas en el turismo.

¹⁶¹ Ferrant, G. y Kolev, A. (2016), 'Does gender discrimination in social institutions matter for long-term growth? Cross-country evidence', *Documents de travail du Centre de développement de l'OCDE*, volumen 330, OCDE, París, DOI: <https://doi.org/10.1787/5jm2hz8dqls6-en>.

¹⁶² ONU Mujeres (s.f.), *Legislación con perspectiva de género*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://publications.iadb.org> [16-07-2024].

¹⁶³ Organización Mundial del Turismo (2022/a), *Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423286>.

¹⁶⁴ Organización Mundial del Turismo (2022/a), *Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423286>.

Tabla 4.4: Instrumentos políticos y jurídicos internacionales en materia de género en América Latina y el Caribe

1977: Primera Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe y la Agenda Regional de Género de Naciones Unidas ^a	Las 15 Conferencias Regionales sobre la Mujer organizadas en los últimos 45 años han permitido la adopción de importantes instrumentos que facilitan la traslación al ámbito regional de los compromisos suscritos a nivel mundial. Como instrumento de implementación de los acuerdos adoptados en las conferencias, la Agenda Regional de Género está conformada por: – el Programa de Acción Regional para las Mujeres de América Latina y el Caribe 1995–2001 (1994); – el Consenso de Santiago (1997); – el Consenso de Lima (2000); – el Consenso de México, D.F. (2004); – el Consenso de Quito (2007); – el Consenso de Brasilia (2010); – el Consenso de Santo Domingo (2013); – la Estrategia de Montevideo para la Implementación de la Agenda Regional de Género en el Marco del Desarrollo Sostenible hacia 2030 (2016); – el Compromiso de Santiago (2020); y – el Compromiso de Buenos Aires (2022).
1979: Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) ^b	La CEDAW aborda de forma integral los derechos humanos de todas las mujeres y niñas y constituye el primer tratado vinculante acordado por la comunidad internacional en este sentido.
1994: Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer. (También conocida como «Convención de Belém do Pará») ^c	Propone, por primera vez, el desarrollo de mecanismos de protección y defensa de los derechos de las mujeres como fundamentales para luchar frente al fenómeno de la violencia contra su integridad física, sexual y psicológica, tanto en el ámbito público como en el privado.

2000: Protocolo Facultativo de la CEDAW ^d	Es un tratado independiente y opcional abierto a los estados partes ^f que introduce dos nuevos procedimientos: 1. La posibilidad de que personas o grupos de personas puedan presentar denuncias al Comité de la CEDAW en relación con la violación de derechos establecidos en la Convención; y 2. un procedimiento que permite a este órgano iniciar una investigación sobre situaciones de violación grave o sistemática de los mismos. Ha sido ratificado por 18 países de la región.
2023: Consenso de Montevideo sobre Población y Desarrollo ^e	Instrumento que alienta la implementación de políticas que garanticen el pleno ejercicio de los derechos humanos en temáticas tan relevantes como la salud sexual y reproductiva, el envejecimiento de la población, la migración internacional, los pueblos indígenas y la población afrodescendiente.

Nota: f) Los *estados partes* son países que han ratificado un tratado internacional o se han adherido a él mediante la ratificación o adhesión, un país acepta estar jurídicamente obligado por las disposiciones del tratado.

Fuentes: Naciones Unidas y United National Regional Collaborative Platform Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [24-03-2024].

a) Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2022), 'XV Conferencia regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe', conferencia presentada del 7 al 11 de noviembre 2022 en Buenos Aires, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2024].

b) Naciones Unidas Derechos Humanos (1979), *Convención sobre la eliminación de todas a formas de discriminación contra la mujer*, ACNUDH, en línea disponible en: <https://www.ohchr.org> [02-05-2024].

c) Organización de los Estados Americanos – Departamento de Derecho Internacional (1994), *Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la Mujer «Convención de Belém do Pará»*, OEA, en línea disponible en: <https://www.oas.org> [02-05-2024].

d) Naciones Unidas Derechos Humanos (1999), *Protocolo Facultativo de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*, ACNUDH, en línea disponible en: <https://www.ohchr.org> [02-05-2024].

e) Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2013), *Consenso de Montevideo sobre población y desarrollo*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2024].

La transversalización de género en el turismo influye positivamente en el cumplimiento del ODS 5 – Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.¹⁶⁵ Dicho objetivo apunta no solo a la igualdad de género sino es también trascendental para la consecución del desarrollo sostenible del turismo¹⁶⁶ debido a su impacto en temas prioritarios para América Latina y el Caribe tales como la violencia de género, el liderazgo y el diseño de políticas sensibles al género. Por otro lado, la transversalización de género contribuye al cumplimiento del artículo 2 del Código Ético Mundial para el Turismo¹⁶⁷ de cara a fomentar un trabajo decente que tenga en cuenta las necesidades de las mujeres y la igualdad de género de manera estratégica.¹⁶⁸ Pretende evitar que el enfoque de género se aborde como un

¹⁶⁵ Organización Mundial del Turismo (2024/a), *Alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del turismo – Toolkit con indicadores para proyectos (TIPs)*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284425068>.

¹⁶⁶ Organización Mundial del Turismo (2024/a), *Alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del turismo – Toolkit con indicadores para proyectos (TIPs)*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284425068>.

¹⁶⁷ Organización Mundial del Turismo (1999), *Código Ético Mundial para el Turismo*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo> [19-07-2024].:

Artículo 2 del Código Ético Mundial para el Turismo: "Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos."

¹⁶⁸ Moreno Alarcón, D. (2021), 'Turismo e gênero na agenda 2030: rumo ao trabalho digno', *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, volumen 12, junio 2021, pp.109–130, en línea disponible en: <https://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br> [30-09-2024].:

componente adicional estanco¹⁶⁹ en las acciones turísticas fomentando el trabajo coordinado y en partenariat entre todos los agentes implicados en el sector.

En comparación con el panorama expuesto en el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición* donde se destaca como caso ejemplar la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) se percibe una mayor preocupación en el ámbito público por avanzar en la transversalización de género en el turismo. Contar con órganos especializados, con asignación de presupuestos propios y profesionalización del personal es una condición para lograr esta meta.

En general las autoridades nacionales de turismo en América Latina y el Caribe se hallan en una fase inicial, con lineamientos preliminares importantes para consolidar un trabajo a largo plazo a través de la creación de *Unidades de Género* que deberían adoptar este enfoque como fundamento de la programación sectorial. ONU Turismo ha creado guías de orientación que condensan recomendaciones, instrumentos y etapas para la implementación práctica de dicha estrategia.¹⁷⁰

¹⁶⁹ Moreno Alarcón, D. y Cole, S. (2021), 'No sustainability for tourism without gender equality', en: Boluk, K.A.; Cavaliere, C.T. y Higgins-Desbiolles, F. (ed.), *Activating Critical Thinking to Advance the Sustainable Development Goals in Tourism Systems*, 1st edition, Routledge, London, DOI: 10.4324/9781003140542-4.

Eger, C.; Munar, A. M. y Hsu, C. (2022), 'Gender and tourism sustainability', *Journal of Sustainable Tourism*, volumen 30, número 7, pp. 1459–1475, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1963975>.

¹⁷⁰ Organización Mundial del Turismo (2022/a), *Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423286>

Tabla 4.5 Estados miembros de ONU Turismo que cuentan con una Unidad de Género en la administración nacional de turismo

País	Estructura organizativa	Objetivo	Presupuesto anual asignado
Argentina	Comisión de Igualdad de Oportunidades y de Trato	Sensibilizar y asistir al personal del organismo sobre políticas de igualdad de género y oportunidades y temas relacionados con la violencia laboral o de género.	n/d
Colombia	Comité para asuntos de Género y empoderamiento económico de la mujer del sector comercio, industria y turismo	Asesorar, articular y coordinar la formulación, implementación y seguimiento de políticas, planes, programas, proyectos en asuntos de género y empoderamiento económico de las mujeres.	No cuenta con un presupuesto asignado para su funcionamiento.
Chile	Comité de Género de la Subsecretaría de turismo y el Programa de Género Institucional Anual	n/d	n/d
El Salvador	La Cartera de Turismo, tanto MITUR, CORSATUR como ISTU, cuentan con Unidades de Género y Comisión Institucional de Género	Transversalizar el principio de igualdad, no discriminación y vida libre de violencia en el sector turístico.	n/d
México	La Secretaría de Turismo cuenta con la Unidad de Igualdad de Género.	Promover la institucionalización y transversalización de la perspectiva de género en las políticas, procesos y procedimientos del quehacer institucional de la SECTUR en el sector de los viajes y el turismo.	MXN 5.8 millones
República Dominicana	El Ministerios de Turismo cuenta con una Unidad de Género	n/d	n/d

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los Estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia. Las preguntas y las respuestas recibidas están disponibles en el anexo 1.

El acceso de las mujeres a los puestos de toma de decisiones en el sector público abre importantes oportunidades para alcanzar la igualdad real. La incorporación de reformas en los marcos legislativos desde una perspectiva de género, así como la implementación de estas, requiere de voluntad política y de búsqueda de consensos.

En conclusión, la transversalización del género en el turismo es indispensable para concretar leyes y políticas públicas sensibles al género, con hojas de ruta que faciliten su implementación efectiva y la supervisión por parte de los diferentes agentes políticos y sociales, con recursos suficientes y con presencia de mujeres en los puestos de autoridad. Para ello es urgente la adopción de prácticas institucionales enfocadas en la generación sistemática de información estadística de calidad desagregada por sexo, lo cual permitirá tomar decisiones orientadas desde un conocimiento del sector basado en la evidencia de datos disponibles.

La atención a las necesidades de las mujeres en relación al trabajo de los cuidados facilita su acceso a puestos de liderazgo.

La escasa presencia de mujeres en los espacios de toma de decisiones en el sector turístico tiene una estrecha relación con, las dificultades para compaginar las responsabilidades en el trabajo y en el hogar, entre otros factores.

15
países de un total de 32 territorios que aportaron datos reconocen permisos de maternidad de al menos 14 semanas.

Las políticas públicas sensibles al género deben abordar esta cuestión a través de instrumentos ajustados a las necesidades de las mujeres, la diversidad de situaciones familiares y la realidad del mercado de trabajos. A este respecto, las licencias de maternidad y paternidad contribuyen a la conciliación de la vida laboral y familiar, lo cual, a su vez, incide positivamente en el acceso de las mujeres a puestos de liderazgo,¹⁷¹ dado que les permite dedicar más tiempo a su formación y promoción, tanto profesional como políticamente. Si bien todos los países de la región reconocen el derecho a la licencia de maternidad, sólo 15 de ellos aseguran permisos de 14 semanas o más.¹⁷²

¹⁷¹ Batthyány, K.; Genta, N. y Perrotta, V. (2018), *Uso de licencias parentales y roles de género en el cuidado*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [30-09-2024].

¹⁷² Organización Internacional del Trabajo (2022), 'Los cuidados en el trabajo: Invertir en licencias y servicios de cuidados para una mayor igualdad en el mundo del trabajo', *Informe regional complementario para América Latina y el Caribe*, OIT, Lima, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

Tabla 4.6 Licencias de maternidad en América Latina y el Caribe

Convención o resolución que se aplica	Países y territorios	Cantidad de semanas cubiertas
R191 – establece 18 semanas o más ^a	Venezuela	26
	Chile, Colombia, Cuba y Paraguay	18
C183 – que establece entre 14 – 17 semanas ^b	Brasil y Costa Rica	17
	El Salvador	16
	Belice, Panamá, Perú, República Dominicana, Trinidad y Tobago, y Uruguay	14
12 – 13 semanas	Antigua y Barbuda, Argentina, Bolivia, Islas Vírgenes Británicas, Guyana, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía, y San Vicente y las Granadinas	13
	Bahamas, Barbados, Ecuador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México y Nicaragua	12

Fuentes: a) Organización Internacional del Trabajo (2022), 'Los cuidados en el trabajo: Invertir en licencias y servicios de cuidados para una mayor igualdad en el mundo del trabajo', *Informe regional complementario para América Latina y el Caribe*, OIT, Lima, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

b) Organización Internacional del Trabajo (2000/b), *R-191 Recomendación sobre la protección de la maternidad – 2000 (núm. 191)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [02-05-2024].

c) Organización Internacional del Trabajo (2000/a), *C183 – Convenio sobre la protección de la maternidad – 2000 (núm. 183)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [02-05-2024].

Los avances en el reconocimiento y el cumplimiento de las licencias de maternidad adecuadas a las necesidades de las mujeres deben prevenir el riesgo de que el mercado laboral penalice a las que deciden ser madres. Con este fin, el programa Primer Plano de ONU Turismo incrementó el conocimiento del *Convenio 183 sobre la protección de la maternidad*¹⁷³ a través de acciones de capacitación y sensibilización dirigidas a los sectores público y privado. Para el caso concreto de México, las empresas participantes en el proyecto se comprometieron a otorgar las 14 semanas de licencia por maternidad a pesar de no existir esa obligación legal.

Se requiere de un trabajo integral que facilite el permiso de maternidad sin que todo el peso de los cuidados recaiga en la mujer. La licencia de paternidad favorece la implicación de los padres y la corresponsabilidad en estas tareas,¹⁷⁵ lo

**1
país**

**de los 18 territorios que
aportaron datos reconoce
permisos de paternidad de
al menos 1 mes¹⁷⁴**

¹⁷³ Para más información consulte: Organización Internacional del Trabajo (2000/a), *C183 – Convenio sobre la protección de la maternidad - 2000 (núm. 183)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-09-2024].

Por ahora solo siete países de la región han ratificado el Convenio 183: Antigua y Barbuda, Belice, Cuba, El Salvador, Panamá, Perú y la República Dominicana.

¹⁷⁴ Organización Internacional del Trabajo (2022), 'Los cuidados en el trabajo: Invertir en licencias y servicios de cuidados para una mayor igualdad en el mundo del trabajo', *Informe regional complementario para América Latina y el Caribe*, OIT, Lima, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

¹⁷⁵ ONU Mujeres y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021) *Hacia la construcción de Sistemas Integrales de Cuidados en América Latina y el Caribe. Elementos para su implementación*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [30-09-2024].

cual permite que las mujeres dispongan de tiempo para explorar espacios laborales de mayor autoridad. Por otro lado, disminuye lo que las mujeres perciben como costos asociados a las licencias de maternidad. Para el caso de Uruguay, las principales razones por la que las mujeres no ponen en práctica este derecho son: la pérdida de ingresos (38%), el perjuicio a la dinámica y funcionamiento de su trabajo (32%) y las responsabilidades de dirección y de personas a su cargo (32%).¹⁷⁶ Los hombres, sin embargo, alegan que no solicitan la baja por paternidad porque el bebé está siendo amamantado (72%) o porque consideran que es mejor para la criatura quedar al cuidado de la mujer.¹⁷⁷

Tabla 4.7: Licencia de paternidad en algunos países de América Latina y el Caribe (días)

País	Duración de la licencia (días)	País	Duración de la licencia (días)
Argentina	2	Islas Vírgenes Británicas	30
Bahamas	7	México	5
Bolivia	3	Nicaragua	5
Brasil	5	Panamá	3
Colombia	14	Paraguay	14
Costa Rica	8	Perú	10
Ecuador	10	República Dominicana	2
El Salvador	3	Uruguay	13
Guatemala	2	Venezuela	14

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2022), ‘Los cuidados en el trabajo: Invertir en licencias y servicios de cuidados para una mayor igualdad en el mundo del trabajo’, *Informe regional complementario para América Latina y el Caribe*, OIT, Lima, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

En todos los países considerados en la tabla 4.7, hay un reconocimiento del derecho de los hombres al permiso de paternidad. Pero sólo en cuatro de ellos (22%) la licencia llega a las dos semanas (Colombia, Perú y Venezuela), y en uno al mes (Islas Vírgenes Británicas).

¹⁷⁶ ONU Mujeres (2018) *Maternidad y paternidad en el trabajo: ¿Cómo pueden las empresas promover la corresponsabilidad de género en los cuidados?*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [30-09-2024].
¹⁷⁷ ONU Mujeres (2018) *Maternidad y paternidad en el trabajo: ¿Cómo pueden las empresas promover la corresponsabilidad de género en los cuidados?*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [30-09-2024].

Caso 4.2: Turismo Cuenca de Plata – Argentina

Turismo Cuenca de Plata lleva 37 años operando. Se trata del mayor turoperadora de Iguazú y de la región de la triple frontera.

Las claves del éxito empresarial residen en la inversión permanente, la mejora profesional continua, el enfoque hacia la sostenibilidad medioambiental y la economía circular, la promoción de la cultura y la gastronomía locales y la fidelización permanente de los clientes.

La empresa trabaja sobre la premisa de que la igualdad de género es esencial para la sostenibilidad. Priorizan la contratación de mujeres, en especial jefas de familias monoparentales. Además, garantizan igualdad de salario por igual tarea realizada. Facilitan la conciliación de la vida familiar y laboral mediante medidas como una licencia de paternidad superior a la definida en el convenio colectivo del sector y la habilitación de un espacio de lactancia. Por último, ofrecen paquetes turísticos que aseguran y promueven la igualdad de género.

La entidad está certificada por el Sello de Igualdad del Ministerio de Turismo de la Nación y participa activamente en diversas redes de tipo empresarial, con un importante protagonismo de mujeres empresarias y agentes de cambio por la igualdad, y es una iniciativa referente para otras mujeres emprendedoras del sector.

La inversión en licencias de maternidad y paternidad facilita el liderazgo de las mujeres, tanto en el sector público como en el privado. Pero para que éste sea sostenible se requiere de inversión en políticas y programas dirigidos a facilitar los cuidados de larga duración, de manera que los permisos tengan un respaldo posterior asequible y con garantía de condiciones de seguridad. Hablamos de los servicios de apoyo en el cuidado infantil y de personas mayores, así como la escolarización segura y libre de violencia.¹⁷⁸ Los turnos rotativos e intensivos en el turismo,¹⁷⁹ la localización del trabajo turístico, el medio de transporte utilizado, el tiempo empleado para llegar al trabajo, el horario laboral,¹⁸⁰ la hora de comer, el salario, etc., influyen fuertemente en la necesidad de este tipo de apoyo.

Esto, por otro lado, coadyuva a la creación de empleo. Una estimación realizada para siete países de la región¹⁸¹ revela que con una mayor inversión en servicios de cuidados, se generarían 26 millones de puestos de trabajo directos e indirectos, principalmente formales y destinados a mujeres.¹⁸²

Así pues, la implantación, a través de una colaboración estrecha entre el sector público, el privado, y la sociedad civil, de sistemas de apoyo a las labores de los cuidados que tengan

¹⁷⁸ Esto tiene una repercusión intensa en el gran número de trabajadoras turísticas que son jefas de hogar y madres solteras.

¹⁷⁹ Organización Internacional del Trabajo (2017), *Pautas de la OIT sobre trabajo decente y turismo*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [30-09-2024].

¹⁸⁰ Moreno Alarcon, D. (2022), 'Ciudades inclusivas: perspectiva de género para la sostenibilidad turística' en: Mirallave Izquierdo, V., *Programa Internacional IS_LAB_v.2. Islas como laboratorios del antropoceno, el turismo y los límites ambientales*, Lanzarote, 17 y 18 noviembre, pp. 51–64, en línea disponible en <https://accedacris.ulpgc.es> [23-07-2024]

¹⁸¹ Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México y Perú.

¹⁸² Organización Internacional del Trabajo (2022), 'Los cuidados en el trabajo: Invertir en licencias y servicios de cuidados para una mayor igualdad en el mundo del trabajo', *Informe regional complementario para América Latina y el Caribe*, OIT, Lima, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].

en cuenta las necesidades de las mujeres, la corresponsabilidad y los diferentes modelos de familias contribuyen a que las mujeres dispongan de más tiempo para su capacitación y promoción profesional y política, asunto prioritario de cara a potenciar el liderazgo femenino.

La erradicación de la violencia de género es indispensable para el ejercicio del liderazgo por parte de las mujeres.

El acceso de las mujeres a los espacios donde se toman las decisiones en el sector turístico será posible si se garantizan avances en la erradicación de la violencia de género – un problema particularmente manifestado en la realidad del sector turístico y que se debe abordar de manera tajante.¹⁸³ La violencia ahonda las desigualdades y conlleva efectos negativos en la economía, puesto que afecta al desempeño de las trabajadoras y a su capacidad de liderazgo, además de que repercute en la seguridad de los destinos turísticos y la reputación de las empresas. Es importante reseñar que la violencia basada en el género puede provenir tanto de los empleadores, como de los proveedores o consumidores.

La información proporcionada por las autoridades nacionales de turismo refleja que el marco legislativo en los países de América Latina y el Caribe aborda cuestiones como el acoso y el abuso sexual.¹⁸⁴ De estos datos se concluye que 12 de los 23 países consultados cuentan con políticas de acoso sexual a nivel de legislación nacional (esto no significa que en el resto no las haya, sino que no se dispone de información al respecto). En Argentina, Colombia, El Salvador y Honduras existe algún tipo de requisito legal orientado específicamente a las empresas turísticas. En general se centran en la explotación sexual de menores y la trata de personas, así como en la violencia laboral en un sentido amplio – todo ello en el marco del sector turístico. En Belice, Brasil, Guatemala, México, Paraguay y la República Dominicana no existen este tipo de instrumentos normativos sectoriales.

Resulta estratégico avanzar en la implementación de dichas leyes, planteándose soluciones adaptadas a las necesidades de las trabajadoras del sector turístico. ONU Turismo alienta a todos sus estados miembros a ratificar e implementar las medidas del Convenio número 190

¹⁸³ Vizcaino-Suárez, P.; Jeffrey, H. y Eger, C. (2020), *Tourism and gender-based violence: Challenging inequalities*, CABI Publishing, Wallingford, DOI: <https://doi.org/10.1079/9781789243215.0000c>

«La violencia de género en el turismo comprende cualquier acto dañino que se perpetra contra la voluntad de una mujer. Incluye actos que infligen daño o sufrimiento físico, mental o sexual; amenazas de tales actos; intimidación y coacción y otras privaciones de libertad, tanto si se producen en público como en privado, fuera o dentro del ámbito doméstico».

¹⁸⁴ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)¹⁸⁵ sobre la violencia y el acoso (véase tabla 4.8). En el párrafo 9 de su recomendación se identifica a la hostelería, el trabajo doméstico, el transporte, la educación y el ocio como los sectores más expuestos a la violencia.

Tabla 4.8: Ratificación del Convenio 190 de la Organización Internacional del Trabajo en América Latina y el Caribe

Países que han ratificado el Convenio y fecha	Países que no han ratificado el Convenio
Antigua y Barbuda, 2022	Belice
Argentina, 2021	Bolivia
Bahamas, 2022	Brasil
Barbados, 2022	Colombia
Chile, 2023	Costa Rica
Ecuador, 2021	Cuba
El Salvador, 2022	Dominica
México, 2022	Granada
Panamá, 2022	Guatemala
Perú, 2022	Guayana
Uruguay, 2020	Haití
	Honduras
	Jamaica
	Nicaragua
	Paraguay
	República Dominicana
	Saint Kitts y Nevis
	San Vicente y las Granadinas
	Santa Lucía
	Venezuela

Nota: El Convenio 190 es el primer tratado internacional que reconoce el derecho de toda persona a un mundo laboral libre de violencia y acoso, incluidos la violencia y el acoso por razón de género.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2019/b), *Ratificación del C190 – Convenio sobre la violencia y el acoso – 2019 (número 190)*, Fecha de entrada en vigor – 25 junio 2021, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [24-03-2024].

La tabla 4.9 revela que en América Latina y el Caribe el feminicidio es un acto de discriminación y violencia que las mujeres enfrentan incluso en destinos turísticos muy destacados. Las tasas más altas de feminicidios o muertes violentas de mujeres por razón de género se registraron en Honduras (6,0 por 100.000), Trinidad y Tobago (5,5 por 100.000), la República Dominicana (2,9 por 100.000), El Salvador y Uruguay (1,6 por 100.000 en ambos países).

¹⁸⁵ Organización Internacional del Trabajo (2019/c), *R206 – Recomendación sobre la violencia y el acoso – 2019 (núm. 206)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [02-03-2024].

Tabla 4.9: Número y tasa (por cada 100.000 mujeres) de feminicidios, 2022

Países/territorios	Número absoluto	Tasa (por cada 100.000 mujeres) ^a
Anguila	0	0
Argentina	232	1
Barbados	0	0
Bolivia	94	1,5
Brasil	1.437	1,3
Chile	43	0,4
Colombia	215	0,8
Costa Rica	19	0,7
Cuba	16	0,3
Ecuador	89	1
El Salvador	53	1,6
Guatemala	91	1
Honduras	309	6
México	976	1,5
Nicaragua	19	0,5
Panamá	21	1,1
Paraguay	36	1,1
Perú	147	0,9
Puerto Rico	16	0,9
República Dominicana	163	2,9
Trinidad y Tobago	43	5,5
Uruguay	28	1,6

Nota: a) Corresponde a la cuantificación anual de homicidios de mujeres por razones de género. Se expresa en números absolutos y en tasas por cada 100.000 mujeres. De acuerdo con las legislaciones nacionales se denomina feminicidio, femicidio u homicidio agravado por razones de género.

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.), *Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe*, CEPAL, en línea disponible en: <https://oig.cepal.org/es> [24-03-2024].

Para garantizar un ambiente laboral seguro, resulta fundamental abordar la violencia de género en todas sus dimensiones, así como trabajar en la prevención y mitigación, y en particular el acoso y el abuso sexual, en el marco de las políticas públicas relacionadas con el turismo. Esta amenaza para las trabajadoras del sector no tiene suficiente visibilidad, razón por la cual en el año 2022 ONU Turismo impartió un webinar con el tema 'Breaking the taboo' ('Romper con el tabú') con el fin de exponer la urgencia de trabajar en la prevención y la atención de los casos de violencia en el sector turístico. Por otro lado, una de las líneas de trabajo del programa Primer Plano de ONU Turismo acompaña a las empresas participantes en la implementación de políticas de protección de las trabajadoras frente a situaciones de

acoso. Por último, en el Grupo de Acción Regional de las Américas (GARA) se coordinan instituciones públicas del sector turístico con el apoyo de otras entidades colaboradoras y observadoras con el fin de acabar con la explotación sexual infantil.

Cuadro 4.2: El impacto de la violencia de género en la economía

El impacto económico de la violencia contra las mujeres y las niñas puede ascender a entre el 1,2% y el 3,7% del PIB mundial.

La violencia de género conlleva costes inesperados con un efecto perjudicial sobre los beneficios y el rendimiento de los inversores, así como la pérdida de confianza entre ellos y otras empresas vinculadas a la cadena de valor. En el sector turístico, a su vez, estas dependencias están muy ligadas a la reputación, las preocupaciones por la seguridad y la marca turística.

Dado que una de cada tres mujeres en el mundo ha sufrido violencia de género,^a la industria turística debe asumir el tema como una prioridad, teniendo en cuenta el número de mujeres que trabajan por cuenta propia y ajena en el sector.

La violencia de género aumenta el absentismo porque una trabajadora que la sufre puede necesitar tiempo para recuperarse, y provoca la resistencia de las trabajadoras a determinados turnos y responsabilidades en el lugar de trabajo. Esto puede condicionar el apoyo que reciben a la hora de ocupar puestos de liderazgo en el turismo, de promover la mejora de las cualificaciones o de reducir la rotación de personal.

Fuentes: a) Banco Mundial (2017), *Investing in Women: New Evidence for the Business Case*, Gender Smart Business solutions, Banco Mundial, Washington DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].

b) Business Fights Poverty (2019), *How Business Can Tackle Gender Based Violence in the World of Work – A toolkit for action*, Business Fights Poverty, en línea disponible en: <https://businessfightspovetry.org> [24-03-2024].

c) Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [20-03-2024].

Es creciente la voluntad de avanzar en y entre los diferentes estados hacia marcos legales que garanticen la protección de las mujeres frente a la discriminación laboral y la violencia de género en el sector turístico. Sin embargo, la realidad sigue exigiendo transformaciones estructurales que urge abordar desde el compromiso político y social, la inversión presupuestaria y la producción de información desagregada por sexo para caracterizar en profundidad la realidad del sector.

4.2 Conclusiones

A pesar de que las mujeres constituyen la mayor parte de la fuerza laboral en el turismo, dentro de las empresas del sector existen marcados sesgos de género que las encasillan en puestos administrativos y de servicios que requieren menor cualificación y que brindan oportunidades muy limitadas de acceso a los espacios de liderazgo y toma de decisiones. En el ámbito público, si bien la mayoría de las personas en cargos de alta dirección son mujeres, los puestos de máxima autoridad, tanto a escala nacional como municipal, están en manos de hombres.

La formación destinada a las mujeres en aspectos relacionados con el liderazgo y la gerencia es de estratégica importancia, además de la generación de condiciones para que ellas se sientan capaces de desempeñar funciones de dirección. Invertir en el talento femenino contribuye de manera determinante al fortalecimiento institucional, lo que a su vez revierte importantes beneficios económicos. Adicionalmente se requieren transformaciones estructurales hacia una cultura institucional basada en la equidad y abierta al liderazgo de las mujeres. Las acciones de información, capacitación y sensibilización dirigidas a los diferentes agentes del sector e impulsadas en el marco de alianzas público-privadas-comunitarias generan impactos relevantes en este sentido.¹⁸⁶

La existencia de políticas sensibles al género contribuye al empoderamiento de las mujeres y al desarrollo socioeconómico de los territorios. La región de América Latina y el Caribe cuenta con un marco jurídico y político orientado a promover la igualdad y el empoderamiento de las mujeres. Sin embargo, es necesario superar las brechas existentes entre la igualdad formal y la igualdad real, y consolidar un mayor aprovechamiento de dichas políticas y marco jurídicos en el sector turístico. Para acortar esta distancia, la transversalización del enfoque de género en el turismo debe ser una prioridad en las agendas políticas. La presencia de mujeres en los espacios de toma de decisiones es una condición para alcanzar este objetivo.

Son necesarios sistemas de apoyo al trabajo de los cuidados que se adapten a las necesidades de las mujeres en los diferentes modelos de familias y fomenten la corresponsabilidad. Las licencias de maternidad y paternidad, así como los servicios de cuidados de larga duración, posibilitan la conciliación de la vida laboral y familiar de manera que las mujeres puedan disponer de más tiempo para su capacitación y promoción profesional y política.

¹⁸⁶ Organización Mundial del Turismo (2020/a), *AIUla Framework for Inclusive Community Development through Tourism*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422159>.

Pero para que ellas puedan acceder a puestos de liderazgo es necesario acabar con la violencia de género. Esto exige compromiso político y social, inversión y políticas basadas en el conocimiento profundo de la realidad del sector a partir de la producción de datos estadísticos de calidad desagregados por sexo.

05

Comunidad y sociedad civil

Resumen: Con el fin de avanzar hacia un modelo de turismo sostenible basado en la igualdad entre mujeres y hombres, avanzar en protagonizar las comunidades locales, y avanzar en la protección de la vida y la conservación de los recursos naturales, este capítulo visibiliza la importancia de las redes de la sociedad civil, así como el papel de las mujeres en las mismas. Además se plantea la necesidad de visibilizar la capacidad de las mujeres de crear redes de apoyo a través de las cuales hacen frente a las desigualdades de género en el sector, como la sobrecarga del trabajo no remunerado; la falta de poder en el uso, acceso y control de los recursos naturales; la violencia de género; y los impactos del cambio climático.

Palabras clave: desigualdad de género | trabajo femenino no remunerado | redes de apoyo femeninas | turismo comunitario | liderazgo femenino

Mensajes clave:

- La sobrecarga del trabajo doméstico no remunerado y el trabajo no remunerado en general incentiva un sentido de comunidad basado en redes de apoyo entre mujeres.
- Las mujeres que trabajan en espacios vinculados con las comunidades y la naturaleza ven en el turismo un espacio de progreso tanto para ellas como para sus comunidades.
- La violencia de género impide que las mujeres encuentren en el turismo un espacio laboral seguro.

Datos clave:

- 25% de las mujeres en la región no tiene ingresos propios.
- 12% menos de horas semanales trabajan las mujeres en el sector de 'alojamiento y restauración'.
- El 60% de las empresas de turismo indígena son lideradas por mujeres.

5.1 Temas principales

El éxito de las mujeres en el ámbito profesional y/o empresarial no necesariamente implica que lleguen a estar suficientemente empoderadas, puesto que con frecuencia se ven obligadas a anteponer sus papeles tradicionales de género relacionados con los cuidados a los papeles como mujeres de negocios y/o como participantes activas en las comunidades y la sociedad civil.¹⁸⁷

Las mujeres crean redes de apoyo mutuo para hacer frente a las desigualdades de género en la distribución de los trabajos no remunerados.

¹⁸⁷ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

Esta situación guarda una relación directa con el hecho de que ellas desempeñan la mayor parte del trabajo no remunerado, es decir, las tareas domésticas y de cuidados no pagadas, las labores comunitarias y el apoyo a negocios familiares como empleadas auxiliares sin salario. Es necesario señalar que, según las mediciones realizadas en América Latina y el Caribe, el trabajo doméstico y de cuidados no remunerado aporta un valor de entre el 19 y el 27% del producto interior bruto (PIB), siendo el 76% de este aporte realizado por mujeres.¹⁸⁸ Esto es un indicador del importante impacto de este tipo de tareas a nivel económico.

La tabla 5.1 muestra que el tiempo que dedican las mujeres a trabajar sin percibir ingresos es mucho mayor que en el caso de los hombres.

Es visible que existe una notable brecha de género en el uso del tiempo. En el caso de las mujeres, el 64% de las horas de trabajo no son remuneradas y las tareas por las que sí perciben un reconocimiento económico constituyen únicamente el 36%.¹⁸⁹ En el caso de los hombres, la

64%

de las horas de trabajo de las mujeres es no remunerado, frente al 27% en el caso de los hombres

proporción es de un 27% frente a un 73%.¹⁹⁰ En países como Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Perú y Uruguay las horas totales de trabajo – considerando las remuneradas y las no remuneradas – son más para las mujeres que para los hombres. En el resto de países y territorios, aun cuando las horas de trabajo totales sean iguales o inferiores, la cantidad de horas no remuneradas es muy superior en el caso de las mujeres.

¹⁸⁸ Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [20-03-2024].

¹⁸⁹ Cálculos realizados con la base de los datos del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, CEPAL; véase: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.), *Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe*, CEPAL, en línea disponible en: <https://oig.cepal.org/es> [24-03-2024].

¹⁹⁰ Cálculos realizados con la base de los datos del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, CEPAL; véase: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.), *Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe*, CEPAL, en línea disponible en: <https://oig.cepal.org/es> [24-03-2024].

Tabla 5.1: Tiempo promedio semanal dedicado al trabajo remunerado y no remunerado en población mayor a 15 años en algunos países de América Latina y el Caribe, 2017–2022

País	Hombres			Mujeres		
	Tiempo trabajo no remunerado	Tiempo trabajo remunerado	Tiempo total del trabajo	Tiempo trabajo no remunerado	Tiempo trabajo remunerado	Tiempo total del trabajo
Argentina	18%	37%	54%	33%	19%	53%
Brasil	11%	28%	39%	22%	17%	39%
Colombia	12%	40%	52%	34%	17%	51%
Costa Rica	18%	37%	55%	35%	19%	54%
Cuba	20%	34%	54%	35%	22%	57%
Ecuador	10%	40%	50%	37%	19%	56%
El Salvador	18%	41%	59%	38%	21%	59%
Guatemala	8%	38%	47%	42%	14%	56%
Honduras	7%	39%	45%	29%	14%	43%
México	17%	45%	62%	43%	22%	65%
Panamá	14%	42%	56%	32%	23%	55%
Paraguay	12%	35%	47%	29%	18%	47%
Perú	16%	40%	56%	40%	20%	61%
República Dominicana	11%	38%	48%	26%	23%	48%
Uruguay	18%	32%	50%	34%	21%	55%
Promedio (horas semanales)	14	38	52	34	19	53
% respecto al tiempo total de trabajo	27%	73%	100%	64%	36%	100%

Nota: Datos del último año disponible.

Fuente: Cálculos con base de los datos del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, CEPAL.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.), *Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe*, CEPAL, en línea disponible en: <https://oig.cepal.org/es> [24-03-2024].

La carga de las obligaciones domésticas y de cuidados no remuneradas limita el tiempo que las mujeres pueden dedicar a su desarrollo personal (por ejemplo, el autocuidado), profesional y sociopolítico. El tiempo invertido en las obligaciones no remuneradas impacta drásticamente en sus posibilidades de acceder a una mejor y mayor inserción en el mercado laboral turístico,¹⁹¹ una implicación más activa en espacios de participación donde se toman decisiones importantes para sus vidas y las de las comunidades donde habitan, y una mayor autonomía y calidad de vida. Por otro lado, aunque en los últimos años se ha producido un crecimiento de la presencia femenina en el mercado laboral en su conjunto, este no se ha

¹⁹¹ Ferguson, L. (2010), 'Tourism development and the restructuring of social reproduction in Central America', *Review of international Political Economy*, volumen 17, número 5, pp. 860–888, DOI: <https://doi.org/10.1080/09692290903507219>.

visto correspondido con un incremento en la responsabilidad de los hombres en el hogar, con el consiguiente sobre esfuerzo físico y mental para las mujeres.¹⁹²

Utilizando la categoría de ‘alojamiento y restauración’ como aproximación al sector turístico, la tabla 5.2 evidencia que las mujeres dedican 12% menos de horas que los hombres al trabajo remunerado. Hay algunas excepciones como Bolivia y Jamaica que rompen con esta tendencia. En Honduras y Costa Rica esta diferencia alcanza el 20%.

Tabla 5.2: Diferencia entre mujeres y hombres en horas promedio de trabajo semanales en la categoría de ‘alojamiento y restauración’ en algunos países de América Latina y el Caribe, 2014–2023 (%)

Países	Diferencia de horas de mujeres sobre hombres	Países	Diferencia de horas de mujeres sobre hombres
Argentina	-11%	Guyana	-11%
Bolivia	6%	Honduras	-20%
Brasil	-10%	Jamaica	3%
Chile	-10%	México	-17%
Colombia	-14%	Panamá	-19%
Costa Rica	-21%	Perú	-17%
Ecuador	-19%	República Dominicana	-13%
El Salvador	-12%	Santa Lucía	-2%
		Uruguay	-8%
		Promedio	-12%

Nota: Datos del último año disponible.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT*, abril 2024, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

Adicionalmente, en América Latina y el Caribe más de la mitad de las mujeres mayores de 65 años no reciben ninguna pensión.¹⁹³ Como consecuencia de su historial de trabajo doméstico no remunerado, a lo largo del tiempo no contribuyeron a los seguros sociales que les podrían garantizar en el futuro el derecho a una paga por su jubilación. Todo ello implica un riesgo importante de pobreza en mujeres con edad avanzada, además de abocarlas a depender de otras personas para vivir.

¹⁹² ONU Mujeres (2017/a), *Redistribuir el trabajo no remunerado*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://www.unwomen.org> [23-07-2024]

¹⁹³ Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [20-03-2024].

Al hilo del último razonamiento, en la región una de cada cuatro mujeres (25%) no cuenta con ingresos propios, frente a un 9% en el caso de los hombres. En Colombia, Costa Rica y El Salvador esta situación afecta a una de cada tres mujeres y en Honduras casi a la mitad.

Tabla 5.3 Población sin ingresos propios desagregada por sexo en algunos países de América Latina y el Caribe, 2019–2022 (%)

País	Mujeres (%)	Hombres (%)	Diferencia (%)
Brasil	23%	14%	9%
Chile	18%	10%	8%
Colombia	34%	13%	21%
Costa Rica	34%	11%	23%
Ecuador	30%	11%	19%
El Salvador	36%	12%	24%
Honduras	44%	17%	27%
México	25%	6%	19%
Panamá	20%	8%	12%
Paraguay	30%	12%	18%
Perú	16%	8%	8%
República Dominicana	17%	9%	8%
Uruguay	13%	7%	6%
Promedio	25%	10%	16%

Notas: Datos del último año disponible.

Pueden darse pequeñas discrepancias en las cifras presentadas debidas al redondeo de decimales.

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe y Banco de datos de Encuestas de Hogares (2023), CEPALSTAT.

Iniciativas femeninas colectivas demuestran que la capacidad de las mujeres para generar redes puede salvar y potenciar su experiencia laboral y empresarial. Así, merece la pena mencionar el caso de la Asociación Las Galeras en la República Dominicana, que entiende el soporte a las labores de cuidados como un eje central para impulsar el turismo sostenible. Este grupo de mujeres ha generado una red comunitaria en la que se brindan apoyo mutuo en la atención a las hijas e hijos, lo que les permite liberar tiempo para dedicarse a actividades generadoras de ingresos sin que ello les repercuta un coste económico. A su vez, realizan acciones de incidencia gracias a las cuales promueven el desarrollo de infraestructuras de cuidados.

Caso 5.1 Asociación Mujeres en Acción de las Galeras – República Dominicana

La Asociación Mujeres en Acción de la Galeras comenzó en 2019 y se inserta en el trabajo del Consejo de Turismo Sostenible de las Galeras en Las Terrenas en la República Dominicana.

Está compuesta por 19 mujeres de la zona con diferentes iniciativas y emprendimientos turísticos vinculados a la artesanía, el alojamiento y la alimentación. Sus integrantes son mujeres rurales y urbanas de diferentes edades y con distintos niveles de educación que comparten la visión sobre la importancia de la participación de las mujeres para un desarrollo sostenible del turismo.

Gran parte de las integrantes de la Asociación son madres, por lo que el tema de los cuidados es muy relevante. En este sentido, requieren de ayuda con propuestas como ampliar las horas en los colegios o generar espacios adecuados y seguros para que las niñas y los niños, por ejemplo, aprendan arte, música, deporte o danza.

Lecciones aprendidas

- La promoción de asociaciones de mujeres en el turismo a nivel local es posible.
- Esta asociación tuvo desde el principio el apoyo de los altos mandos del Consejo de Turismo Sostenible de las Galeras.
- Trabajar en red es una buena manera de garantizar la representación de las mujeres en el turismo.
- Las capacitaciones recibidas han sido diseñadas de manera adaptada a la vida y al emprendimiento de las mujeres.

Para mayor información consulte: Organización Mundial del Turismo (2022/e), *Women tourism – Mujeres en Acción de las Galeras and the power of networks for a successful business* [YouTube], publicado 24 agosto 2022, en línea disponible en: <https://www.youtube.com> [24-09-2024].

La distribución desigual de los trabajos no remunerados entre mujeres y hombres tiene impactos negativos sobre la vida de las mujeres que deben ser contemplados en el marco de políticas turísticas con enfoque de género. En el capítulo 4 se abordan algunas medidas: entre otras, institucionalizar las licencias de maternidad y paternidad, garantizar servicios de apoyo en los cuidados de larga duración y promover la corresponsabilidad de los hombres en este tipo de tareas.

Las redes de turismo comunitario impulsadas por mujeres hacen frente a las desigualdades de género y a los modelos de turismo no sostenibles.

El Proyecto Emprende,¹⁹⁴ impulsado de manera conjunta por la Unión Europea y el Gobierno de Costa Rica, demostró que los impactos positivos del turismo en gran medida son forjados por las propias comunidades, con un peso importante de las mujeres. Ellas desempeñan un

¹⁹⁴ El Proyecto Emprende fue una iniciativa conjunta entre la Unión Europea y el Gobierno de Costa Rica que brindó apoyo técnico y acompañamiento para que las mujeres con potencial empresarial aumentaran el nivel de desarrollo de su negocio y fortalecieran sus capacidades personales y empresariales. Este proyecto aparece como un caso de estudio en el *Informe Mundial de las Mujeres en el Turismo – Segunda edición* de ONU Turismo.

papel esencial como portadoras de la cultura, promotoras de la gastronomía local e impulsoras de hospedajes y comercios a nivel comunitario.

Existen experiencias de turismo comunitario a cargo de mujeres indígenas que han prosperado como líderes en sus territorios y han generado ingresos con iniciativas basadas en el protagonismo de las

Más del
60%

de las empresas de turismo
indígena son lideradas por
mujeres¹⁹⁵

comunidades locales, el respeto a las mujeres, la revalorización de la cultura autóctona y el cuidado del medio ambiente (cabe destacar que en algunos países de la Región más del 60% de las empresas de turismo indígena son lideradas por mujeres)¹⁹⁶. Es el caso de Mamá UMA Travel en Ecuador, que se enmarca en la categoría de emprendimiento social y surgió – en sus palabras – «para desafiar las maneras en las que se suele organizar un destino, es decir de manera rápida o desde el exterior» así como para romper con los estereotipos en los papeles de género tanto en la comunidad como en el turismo. Un punto interesante es que ese papel de las mujeres como defensoras de la cultura, las comunidades y la naturaleza, puede convertirse en la marca de destinos turísticos sostenibles. El lema de Mamá UMA Travel en su página web reza: «Descubre una nueva forma de viajar, conectando con la naturaleza y contribuyendo con destinos ecológicos del Ecuador. Para mujeres, mamás y familias que buscan viajes con corazón, aportando amor, consciencia y sustentabilidad para apoyar a los distintos ecosistemas y comunidades locales de Ecuador»¹⁹⁷.

¹⁹⁵ Alianza Mundial del Turismo Indígena y Organización Mundial del Turismo (2023), *Compilación de buenas prácticas del turismo indígena – Enfoque regional sobre las Américas*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424009>.

¹⁹⁶ Alianza Mundial del Turismo Indígena y Organización Mundial del Turismo (2023), *Compilación de buenas prácticas del turismo indígena – Enfoque regional sobre las Américas*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424009>.

¹⁹⁷ Para más información consulte: Mamá UMA Travel, <https://mamaumatravel.com> [24-09-2024].

Caso 5.2: Mamá UMA Travel – Ecuador

Mamá UMA Travel es una turoperadora con ocho años de vida localizada en la comunidad indígena Pucara de Pesillo, Cayambe Ecuador. El emprendimiento nació con el objetivo de que las turistas madres puedan hacer rutas junto a sus hijas e hijos.

Ofrece senderismo en la montaña como una forma de explorar el ser y el sentir de la cosmovisión indígena protagonizada por mujeres. Durante 2023, la facturación se incrementó en un 20%. Gran parte de los beneficios económicos se invierten en la comunidad indígena en aspectos como la gestión de basura, la higiene, la designación de espacios para trabajar en el turismo, la infraestructura y todos los temas relacionados con la salud infantil. Esto se ha hecho con dedicación, pero también con visión estratégica, ya que se considera como un requisito imprescindible para desarrollar el destino y para que el turismo tenga un impacto positivo, sostenible y respetuoso en las comunidades indígenas, con especial atención en las mujeres.

Mamá UMA promueve las guías de turismo y bienestar. Es decir, ensalza una experiencia que va más allá de lo meramente recreativo porque implica un viaje hacia la meditación, la conexión con la naturaleza y la “ciclicidad de las mujeres”.

Lecciones aprendidas

- Se han desmontado estereotipos porque la iniciativa promueve el trabajo como guías de montaña entre las mujeres indígenas, función que tradicionalmente ha sido asumida por los hombres.
- Ver a mujeres-madres-indígenas que se atreven a guiar a otras mujeres rompe esquemas estructurales en cuanto al papel de las mujeres en la comunidad y en el turismo.

Para más información consulte: Mamá UMA Travel, <https://mamaumatravel.com> [24-09-2024].

En el ámbito del turismo comunitario existen temáticas que es necesario conocer en profundidad y visibilizar poniendo de relieve experiencias ejemplares y lecciones aprendidas. Uno de ellos es el protagonismo de las redes de la sociedad civil (y de las mujeres en las mismas) en la defensa de un turismo respetuoso con el medio ambiente, en una región que presenta grandes desafíos en materia de cambio climático, teniendo en cuenta que los impactos de este son diferentes en mujeres y hombres y que existen vínculos directos e indirectos con la violencia de género que es necesario evidenciar. Se trata de un asunto relativamente nuevo, pero de urgente abordaje.¹⁹⁸

Igualmente es indispensable sacar a la luz las acciones de incidencia de las redes de mujeres para encarar las desigualdades de género en el uso, acceso y control de los recursos naturales. Se trata de una cuestión que ejerce una fuerte influencia sobre sus vidas y, en particular, sobre sus iniciativas turísticas.¹⁹⁹ Por ejemplo, las emprendedoras costarricenses participantes en el programa Primer Plano de ONU Turismo mencionaron entre sus principales preocupaciones la falta de títulos de propiedad de la tierra.

¹⁹⁸ Servicio de Ayuda del área de Responsabilidad de la Violencia de Género (Violencia de Género AoR) (2021), *Cambio climático y violencia de género: ¿Cuáles son los riesgos?*, UICN, en línea disponible en: <https://genderandenvironment.org/es/climate-change-re-the-risks-and-gender-based-violence-what-a> [24-03-2024].

¹⁹⁹ Moreno Alarcón, D. (2017), ‘Turismo y Género: un enfoque esencial en un contexto de desarrollo sostenible y responsable del turismo’, MA Tesis, Universidad Complutense, Madrid, en línea disponible en: <https://www.docta.ucm.es> [24-03-2024].

Esta acción colectiva facilita el acceso a los espacios de toma de decisiones en la gestión de los recursos naturales que constituyen el capital sostén del turismo. Hay que tener en cuenta que mujeres y hombres sufren las consecuencias de la sobreexplotación del medio ambiente de manera diferenciada. Por ejemplo, los conflictos en el acceso al agua potable afectan de manera particular a las mujeres, siendo ellas las que más tiempo dedican a la provisión del agua en los hogares,²⁰⁰ horas que no pueden dedicar a otras actividades más rentables desde el punto de vista económico, social y/o político.

Por último, las redes de apoyo entre mujeres constituyen una importante medida de protección frente a la violencia de género además de contribuir a la visibilización de esta problemática dentro del sector turístico.²⁰¹ Esto favorece la adopción de medidas de actuación y estrategias de prevención, así como la concienciación en cuanto a la necesidad de poner atención tanto en el ámbito de las proveedoras de servicios, como en el de las consumidoras – algunos países de la región como Ecuador y Chile, están explorando el nicho de mercado de las mujeres que viajan por cuenta propia.²⁰²

Merece la pena mencionar a la Red Tucum de Brasil, experiencia referente en el ámbito del turismo comunitario que une a 13 comunidades de la costa nordeste de este país. Se fundó en el año 2008 con el objetivo de hacer frente al desarrollo turístico inmobiliario, que consideran una amenaza para sus territorios, cultura y pueblos tradicionales. La Red aboga por un modelo de turismo que busca el intercambio cultural y el contacto con la naturaleza para vivir experiencias diferentes. Pero además se ha convertido en un espacio para la proyección de las voces de las mujeres en la toma de decisiones en el sector y en la lucha contra la violencia de género en los lugares donde viven.

²⁰⁰ García Rojas, K. (2023), *Perspectiva de género en las estadísticas de América Latina y el Caribe*, CEPAL, Panamá, presentación durante el Taller de construcción de indicadores ambientales ODS – Panamá, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [25-01-2024].

²⁰¹ Lozanski, K. (2016), 'Desire for Danger, Aversion to Harm: Violence in Travel to "Other" Places', en: Andrews, H. (ed.), *Tourism and violence*, Routledge, London, pp. 33–47, DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315550763>.
Eger, C. (2021), 'Gender matters: Rethinking violence in tourism', *Annals of Tourism Research*, volumen 88, mayo 2021, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103143>.

²⁰² Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe* y elaboración propia.

Cuadro 5.1 Violencia de género y nichos de mercado de mujeres que viajan por cuenta propia

Abordar el nicho de mercado de las mujeres que viajan por cuenta propia tiene una alta relación con la atención a la violencia de género desde la política turística. En concreto, en todo lo relacionado con la seguridad de los destinos para las mujeres.

Es imprescindible salir de la lógica del marketing puramente orientado a los beneficios económicos. El contexto requiere de un trabajo que exige conciencia y una alta capacidad técnica en materia de género. Trabajar hacia el nicho de mercado de mujeres en el turismo no debe tener como único objetivo vender a más turistas, sino llegar a las consumidoras (y también consumidores) responsables (viajeras/viajeros) y conscientes de la importancia de la igualdad de género.^a

Esto implica desarrollar productos turísticos que respeten las comunidades. Hay que garantizar el bienestar de los territorios y sus gentes, el precio justo y la erradicación de la violencia de género.

Además, las profesionales destacan la importancia de desarrollar capacidades en materia de género para todas las iniciativas que forman parte de la cadena de valor del nicho de mercado de viajeras. Igualmente es imprescindible que las autoridades turísticas reciban formación en materia de género y turismo para no caer en la tendencia de convertir este tipo de trabajo en aquel vinculado únicamente a la apertura de nuevos mercados con fines meramente económicos.

Fuente: a) Quinti Viajes y Turismo, 'Once Journeys for Women y Open Eyes Project', Mamá UMA, consulta realizada el 25 de marzo de 2024.

En definitiva, las redes de mujeres ejercen una importante labor de incidencia para hacer frente a las desigualdades de género y avanzar hacia modelos de turismo más sostenibles, respetuosos con la vida de las mujeres, el medio ambiente y las comunidades locales.

5.2 Conclusiones

La capacidad de las mujeres para generar redes de apoyo mutuo desempeña un papel esencial en el momento de abordar problemas estructurales derivados de las desigualdades de género, como el hecho de que ellas desempeñan la mayor parte del trabajo no remunerado en general y del trabajo doméstico no remunerado en particular. Esto limita el tiempo que pueden dedicar a su desarrollo personal y profesional e impacta drásticamente en sus oportunidades de acceso al mercado laboral, así como a los espacios de participación donde se toman las decisiones que afectan a sus vidas y las de sus comunidades. Las redes de apoyo mutuo en las labores de los cuidados pueden posibilitar y potenciar la experiencia laboral y empresarial de las mujeres en el turismo. Igualmente, las redes de mujeres constituyen una importante medida de protección y prevención frente a la violencia de género, además de contribuir a la visibilización de este problema dentro del sector turístico,²⁰³ tanto en el lado de las empresarias, como el de las trabajadoras y el de las usuarias.

En América Latina y el Caribe los impactos positivos del turismo en gran medida son forjados por las propias comunidades, con un peso importante de las mujeres. En concreto, el turismo comunitario se ha convertido en un nicho importante de propuestas empresariales con liderazgo femenino enfocadas en el empoderamiento de las mujeres y sus comunidades, la promoción de la cultura local, la protección de la vida y el cuidado del medio ambiente.

Es importante observar y visibilizar el papel de las mujeres en las redes de la sociedad civil que luchan contra la sobreexplotación del medio ambiente en una región con importantes retos en relación con el cambio climático, así como contra las desigualdades entre mujeres y hombres en el uso, acceso y control de los recursos naturales.

Avanzar hacia la igualdad significa impulsar un modelo de turismo comprometido con las necesidades de las mujeres, el fortalecimiento de la sociedad civil, la protección de la vida, el respeto por las culturas locales y la preservación de los recursos naturales. Para ello las voces de las mujeres deben estar – y están cada vez más – representadas en los espacios de toma de decisión, teniendo en cuenta además su capacidad para crear redes.

En este contexto, urge desarrollar procedimientos que permitan elaborar y compartir datos desagregados por sexo en todas las dimensiones del sector de manera continuada, con el fin

²⁰³ Lozanski, K. (2016), 'Desire for Danger, Aversion to Harm: Violence in Travel to "Other" Places', en: Andrews, H. (ed.), *Tourism and violence*, Routledge, London, pp. 33–47, DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315550763>.
Eger, C. (2021), 'Gender matters: Rethinking violence in tourism', *Annals of Tourism Research*, volumen 88, mayo 2021, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103143>.

de conocer la realidad de los diferentes destinos y tomar decisiones efectivas de cara a avanzar hacia la meta del turismo sostenible.

06

Conclusiones y recomendaciones

Resumen: A continuación, se presentan las conclusiones del presente *Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, el cual ha sido estructurado en torno a seis áreas temáticas:²⁰⁴ 1. empleo; 2. emprendimiento; 3. formación y educación; 4. liderazgo, política y adopción de decisiones; 5. comunidad y sociedad civil; y 6. mecanismos de medición y la gestión de la información de cara al diseño e implementación de políticas.

Dichas conclusiones dan respuesta a las cuatro preguntas de investigación que ya se plantearon en la descripción metodológica.

1. ¿Cuál es la situación de las mujeres en el turismo en la región en relación con cada de una de las 6 áreas temáticas considerando los datos disponibles?
2. ¿Cuáles son los principales desafíos a nivel regional que frenan el empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género en el turismo?
3. ¿Cuáles son los habilitadores de un contexto sostenible y seguro para las mujeres en el turismo?
4. ¿Qué medidas son necesarias para que el turismo avance en materia de empoderamiento de las mujeres e igualdad de género?

Palabras clave: mujeres en la cadena de valor turística | oportunidades para el empoderamiento de las mujeres en turismo | desigualdad laboral | precariedad laboral | habilitadores y desafíos

Mensajes clave:

- Las mujeres tienen una representación importante en el empleo turístico, y constituyen un eje central en la cadena de valor turística, sea como trabajadora por cuenta propia o cuenta ajena.
- Las mujeres enfrentan precariedad laboral ocupando los puestos con menor exigencias de cualificación y salarios más bajos; muchas de ellas trabajan en el marco de la economía informal. De esta manera la brecha salarial en el turismo en América Latina y el Caribe es notable.
- Si bien hay más presencia de unidades de género y turismo en las autoridades públicas, se requiere de esfuerzos presupuestarios para el diseño e implementación de una política turística que incorpore la transversalidad de género considerando los recursos apropiados.
- Persiste la necesidad de la generación de datos turísticos desagregados por sexo para poder interpretar y definir soluciones que reduzcan las brechas de género en el sector turístico.
- La violencia de género debe incluirse en el análisis turístico con el fin de enraizar soluciones estructurales a los principales retos en materia de empleo, liderazgo y autonomía de las mujeres para que tengan mayor y mejor participación en el sector.

²⁰⁴ Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.

Se tomó como referencia el mismo marco analítico del *Informe mundial*, el cual contempla las cinco primeras áreas temáticas mencionadas. Además, se consideró prioritario introducir un nuevo eje temático, que atraviesa todos los demás: los mecanismos de medición y la gestión de la información de cara al diseño e implementación de políticas.

6.1 Conclusiones

¿Cuál es la situación actual de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe considerando los datos disponibles?

El turismo es un importante generador de empleo y de emprendimiento para las mujeres a nivel regional. Ellas constituyen un eje central en todas las categorías ocupacionales y por ello su bienestar es directamente proporcional a la sostenibilidad del

52%

de las personas que trabajan en el sector turístico en la región son mujeres ²⁰⁵

sector. Su trabajo, sea por cuenta propia o ajena, es esencial para la cadena de valor, independientemente del tipo de turismo y del contexto. Desde un punto de vista del emprendimiento, resulta interesante el hecho de que gran parte de las emprendedoras en la región se relacionan de alguna manera con este sector.

El alumnado de los estudios de turismo en el nivel terciario es fundamentalmente femenino. Esto proporciona una idea del impacto que pueden llegar a tener los currículos formativos para la consecución de la igualdad de género y

60%

de personas empleadas en el sector de 'alojamiento y restauración' en la región son mujeres ²⁰⁶

empoderamiento de las mujeres. La educación y formación en turismo es reclamada por las mujeres que inician empresarialmente en el sector, por ello resulta indispensable abrazar este conocimiento sobre la base de las particularidades de las emprendedoras. Por otro lado, la empresa privada desempeña un importante papel de cara a la provisión de capacitaciones ajustadas a sus trabajadoras, que representen una fuente de mejora de las condiciones laborales teniendo claro, además, que promover el capital humano femenino es una inversión rentable a largo plazo. Asimismo, el sector privado es esencial para ir erosionando, a través de la formación, los sesgos de género que puedan existir en el turismo, para lo cual es importante destacar la relevancia de las competencias digitales y de las *soft skills*.

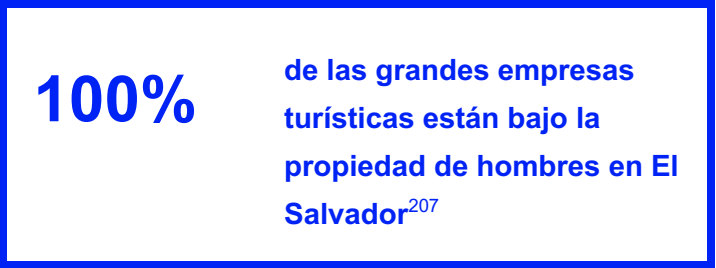
²⁰⁵ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

²⁰⁶ Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT, abril 2024*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [22-04-2024].

Existe una presencia importante de mujeres en altos cargos en el sector público. Esto, sin duda, es un cimiento muy importante para ampliar el liderazgo femenino en el sector y para generar estrategias y lineamientos en políticas turísticas con impacto positivo en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. El liderazgo de las mujeres a nivel empresarial sigue siendo ínfimo, sobre todo en el ámbito de la mediana y la gran empresa, existiendo importantes retos para que estén representadas las mujeres en los escenarios donde se toman las decisiones.

Pero el hecho de que las mujeres conformen la columna vertebral del empleo turístico, sea en la modalidad que sea, va más allá de su mera presencia numérica en el mercado laboral; tiene que ver con su capacidad de creación de redes y su visión del turismo como una oportunidad de empoderamiento para ellas y sus comunidades, apostando, dentro de su diversidad, por atender temas tan relevantes

como la protección del medioambiente y de la vida y, en particular, su propia protección frente a la violencia de género. Este debe ser el foco principal de los esfuerzos en el sector: proteger la vida de las mujeres y el medio ambiente a través del turismo.



¿Cuáles son los principales desafíos en América Latina y el Caribe que frenan el empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género en el turismo?

De cara al progreso del turismo en clave de género es indispensable centrarse en la situación de precariedad que las mujeres viven en el sector. Si bien en América Latina y



²⁰⁷ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

²⁰⁸ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

²⁰⁹ Organización Mundial del Turismo (2024), *Cuestionario a los estados miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe*, las preguntas y las respuestas recibidas están disponible en el anexo 1.

el Caribe el alumnado en estudios de turismo en el sector terciario es mayoritariamente femenino, esto no se refleja en el mercado laboral, donde gran parte de las trabajadoras carecen de estudios especializados y ocupan los puestos con menor necesidad de cualificación y menores salarios, y que siguen la línea de las labores de cuidados que desempeñan en el hogar y que adolecen de una mayor precariedad. En contraposición, es escasa su presencia en los cargos de gerencia y de toma de decisiones.

Es importante avanzar en marcos jurídicos que faciliten la reducción de la brecha salarial, el acceso de las mujeres a puestos de mayor cualificación y responsabilidad, la regularización de las trabajadoras familiares auxiliares. Además esos marcos deben garantizar que las tareas de cuidados no constituyan un obstáculo para el progreso en sus experiencias laborales o empresariales.

En el caso de las emprendedoras resulta indispensable el acceso a financiación adaptada a sus necesidades y posibilidades, y a una oferta educativa y formativa que les permita adquirir más conocimiento y habilidades para competir en la cadena de valor turística para poder tomar decisiones informadas y obtener mayores beneficios gracias a sus emprendimientos.

Lo anterior se conecta con las condiciones de informalidad de las emprendedoras, la cual puede verse reducida si previamente se conoce su situación para poder diseñar soluciones eficientes. Las mujeres que trabajan en la informalidad presentan una dificultad añadida para acceder tanto a oportunidades de formación como a espacios de toma de decisiones y a protección dentro de la empresa o en su entorno, en el caso de las emprendedoras.

En la región se requiere de una política turística que incorpore la transversalización de género y promueva el liderazgo y la autonomía de las mujeres; una política que analice y atraviese las diversas maneras en que el turismo puede reducir las brechas de género, así como que preste atención a la importancia de las barreras interseccionales (por ejemplo, la raza o la clase social).

El género no es una variable demográfica; debe ser entendido como un marcador de progreso del desarrollo sostenible del turismo. Para ello se necesita una inversión apropiada que considere el tiempo y los recursos que requiere cualquier proceso que incluya la perspectiva de género. Esto también exige el apoyo de profesionales en turismo que estén realmente comprometidos con la temática exigiendo la participación de las mujeres en el sector desde un enfoque de derechos humanos y en base a un análisis crítico de la realidad.

Para la generación sistemática de datos estadísticos de calidad desagregados por sexo que permitan conocer las diferentes necesidades y aspiraciones de mujeres y hombres en el sector turístico desde la evidencia, por último es importante avanzar en la institucionalización de prácticas con recursos asignados al efecto. Esto es especialmente relevante en el caso del Caribe.

¿Cuáles son los habilitadores de un contexto sostenible y seguro para las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe?

Los principales habilitadores de un contexto sostenible y seguro para las mujeres en el turismo se conectan directamente con las acciones para abordar el impacto del trabajo doméstico no remunerado que ellas realizan.

64%

del tiempo de trabajo
de las mujeres es no
remunerado²¹⁰

Las desigualdades en este sentido conllevan

efectos importantes en una vida óptima laboral o profesional, y en una participación justa y competitiva a lo largo de la cadena de valor – en general, en los espacios comunitarios y/o políticos donde se toman decisiones que afectan a sus vidas y las de sus comunidades. Hay una necesidad imperiosa del reparto de las tareas del cuidado y de políticas de conciliación laboral y familiar para que las mujeres puedan optar a empleos/negocios con mayores oportunidades de generación de ingresos, formación, proyección de futuro y diversificación.

La promoción de empleos turísticos para las mujeres debe contar con la generación de condiciones para que también sean trabajos de calidad y decentes, teniendo muy presente la necesidad de promover perfiles profesionales que reduzcan las brechas de género y limen poco a poco las desigualdades estructurales.

51%

de los cargos de alta
dirección en el sector
público del turismo
están ocupados por
mujeres²¹¹

²¹⁰ Cálculos realizados en base de datos del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, CEPAL.

²¹¹ Datos facilitados vía correo electrónico por las autoridades nacionales de turismo de Brasil, Colombia, Costa Rica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y Uruguay.

La presencia activa de mujeres en los espacios de toma de decisiones, tanto en el sector público como en el privado, contribuye a avanzar hacia un modelo de turismo sostenible, basado en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, la protección del medio ambiente y el protagonismo de las comunidades locales.

**25
%**

**de las administraciones
nacionales de turismo
están liderados por
mujeres**

En América Latina y el Caribe la erradicación de la violencia de género en el turismo es otro de los puntos relevantes para un contexto sostenible. Este tipo de violencia impide el desarrollo profesional y personal de las mujeres. Se requiere de más acciones jurídicas e institucionales que garanticen una experiencia laboral o empresarial segura y libre de cualquier tipo de violencia. Este punto es indispensable también para fortalecer la autoestima y la seguridad en sí mismas para poder disfrutar de mayor participación en el mercado turístico, así como en los espacios empresariales, sociales y políticos de toma de decisiones.

Uno de los sectores más importantes a nivel regional y del mundo debe indefectiblemente generar datos. La carencia de información redundante en una alta probabilidad de que el turismo presente sesgos de género. Por ello se alienta a desarrollar procedimientos que permitan elaborar y compartir datos desagregados por sexo en todas las dimensiones del sector de manera continuada, lo cual permitirá conocer lo que realmente ocurre en los destinos turísticos.

Conocer los datos es importante independientemente del tema que se trate, del tipo de turismo, de su objetivo, del ámbito, de la escala territorial o del eslabón de la cadena de valor. El enfoque de género debe ser abordado desde un prisma transversal a todo el sector turístico por lo que la disponibilidad de datos desagregados por sexo es un requisito. Su importancia va más allá de su uso para trabajos específicos de género. Datos objetivos proporcionan una nitidez de conocimiento que permitirá comprender con mayor profundidad la realidad de las personas, sobre todo de las mujeres en su diversidad, y ayudarán a tomar mejores decisiones orientadas a la reducción de las brechas de género²¹² y a la sostenibilidad.

²¹² Organización Mundial del Turismo (2024/e), *Statistical Framework for Measuring the sustainability of Tourism (SF-MST): Final Draft*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://unstats.un.org> [02-05-2024].

6.2 Recomendaciones

¿Qué medidas son necesarias para que el turismo avance en materia de empoderamiento de las mujeres e igualdad de género en América Latina y el Caribe?

Objetivo	Recomendaciones	Responsables
Área temática: Empleo		
El turismo proporciona trabajo decente para las mujeres.	Implementar las convenciones internacionales de la Organización Internacional del Trabajo sobre la igualdad de género y velar su implementación en el sector privado: – C100 – Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951. – C111 – Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958. – C156 – Convenio sobre los trabajadores con responsabilidades familiares, 1981 – C183 – Convenio sobre la protección de la maternidad, 2000 – C190 – Convenio sobre la violencia y el acoso, 2019.	Gobiernos nacionales; sector privado.
	Fomentar servicios de cuidados asequibles y adaptados a las necesidades de las trabajadoras y los trabajadores en el turismo.	Gobiernos nacionales; autoridades regionales y locales; sector privado.
	Implementar pautas orientadas al sector privado que eliminen el sesgo de género y cualquier tipo de violencia, y que alienten la progresión profesional de las mujeres.	Sector privado, gobiernos nacionales, instituciones académicas.
Área temática: Emprendimiento		
Las empresas turísticas lideradas y en propiedad de las mujeres conducen a su empoderamiento.	Mejorar el acceso a la financiación y control de recursos fundamentales para las mujeres.	Gobiernos nacionales; sector privado; sociedad civil.
	Sensibilizar las emprendedoras respecto a las ventajas de la formalización.	Gobiernos nacionales; administraciones nacionales de turismo; autoridades regionales y locales.
	Simplificar los procesos de formalización y adaptarlos al propio sector turístico y necesidad de las emprendedoras.	Administraciones nacionales de turismo.
	Diseñar e implementar políticas de adquisiciones sensibles al género.	Sector privado; gobiernos nacionales; autoridades regionales y locales.
	Mejorar los currículos formativos desde la perspectiva de las emprendedoras y desde un enfoque de cadena de valor de cara a la competitividad y sostenibilidad.	Instituciones académicas; administraciones nacionales de turismo; autoridades regionales y locales.
	Recolectar datos desagregados por sexo en el ámbito del emprendimiento de las mujeres en el turismo.	Institutos nacionales de estadísticas; administraciones nacionales de turismo

Área temática: Educación y capacitación		
La educación y la capacitación en materia de turismo que considera las necesidades de las mujeres.	Desarrollar los currículos adaptados a las necesidades del sector en cuanto a habilidades, oportunidades de negocios y liderazgo de las mujeres.	Instituciones académicas; gobiernos nacionales.
	Promover el intercambio profesional de las alumnas con el sector privado durante los estudios.	Sector privado; instituciones académicas; gobiernos nacionales; administraciones nacionales de turismo.
	Garantizar la formación inicial y continua que mejore el desempeño de las mujeres en todas sus etapas profesionales.	Administraciones nacionales de turismo; sector privado; autoridades regionales y locales.
	Proporcionar formación sobre igualdad de género para responsables públicos, supervisores y empleados tanto del sector público como privado y en la academia.	Gobiernos nacionales; instituciones académicas; administraciones nacionales de turismo.
	Incentivar la inclusión de la igualdad de género en los currículos formales e informales en materia turística.	Instituciones académicas, gobiernos nacionales.
	Recolectar datos de manera sistematizada sobre el alumnado en el turismo, incluyendo la inserción en el mercado laboral considerando el tipo de empleo y la remuneración.	Instituciones académicas, administraciones nacionales de turismo.
	Fomentar currículos turísticos que integren la igualdad de género, tanto en su contenido como en la metodología formativa.	Instituciones académicas, gobiernos nacionales..
Área temática: Liderazgo, política y adopción de decisiones		
Las mujeres son líderes del sector turístico ya que están representadas e influyen en los espacios de adopción de decisiones.	Implementar políticas turísticas que consideren un análisis de género y que transversalice la perspectiva de género en sus estrategias, planificación, monitoreo, resultados, evaluación y financiación.	Administraciones nacionales de turismo; autoridades regionales y locales.
	Abordar la violencia de género y el trabajo doméstico no remunerado en la política turística.	Administraciones nacionales de turismo; autoridades regionales y locales.
	Desarrollar o fortalecer una estrategia nacional para la igualdad de género en el sector turístico que cuenta con un presupuesto adecuado	Administraciones nacionales de turismo.
	Implementar iniciativas que apoyen la progresión de carrera de las mujeres a las altas direcciones, tanto el sector público como privado.	Sector privado.
	Desarrollar un cuadrante de inversiones turísticas desde un enfoque de género	Administraciones nacionales de turismo; autoridades regionales y locales; sector privado.

Área temática: Comunidad y sociedad civil		
El turismo empodera en términos sociales, económicos y políticos a las mujeres fuera del ámbito profesional.	Apoyar sin instrumentalizar a las mujeres que se sitúan en las comunidades y en las poblaciones indígenas.	Administraciones nacionales de turismo; autoridades regionales y locales; sector privado.
	Incentivar a las mujeres en el turismo que tienen como objetivo el impulso comunitario y la reducción de las implicaciones del cambio climático.	Administraciones nacionales de turismo; autoridades regionales y locales.
Área temática: Medición de datos		
La producción y el reportaje sistemática de datos sobre el sector turístico desagregados por sexo.	Producir y reportar datos desagregados por sexo según los indicadores del Marco Estadístico para la Medición de la Sostenibilidad del Turismo.	Institutos nacionales de estadísticas; administraciones nacionales de turismo; sector privado.
	Reportar sistemáticamente a ONU Turismo los datos desagregados por sexo.	Institutos nacionales de estadísticas; administraciones nacionales de turismo.

Anexo 1

Cuestionario a los Estados Miembros para medir el papel de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe

Empleo

1. ¿Cuenta con datos desagregados por sexo para la industria del turismo*?

**Tenga en cuenta que las industrias incluidas en la definición de turismo de ONU Turismo son las siguientes: servicios de alojamiento y alimentación; transporte ferroviario, por carretera, acuático y aéreo; alquiler de equipos de transporte; agencias de viajes y operadores turísticos; actividades culturales; actividades deportivas y recreativas; venta al por menor de bienes característicos del turismo específicos de un país.*

Respuestas a la pregunta 1

País	Respuesta		País	Respuesta
Argentina	No		Honduras	Sí
Belice	Sí		Jamaica	Sí
Brasil	Sí		México	Sí
Chile	Sí		Nicaragua	Sí
Colombia	Sí		Panamá	No
Costa Rica	Sí		Paraguay	n/d
Ecuador	Sí		Perú	n/d
El Salvador	Sí		República Dominicana	Sí
Guatemala	Sí		Uruguay	Sí
Honduras	Sí		Venezuela	Sí

2. ¿Cuántas mujeres están empleadas en las industrias del turismo a nivel nacional?
(número + año)

3. ¿Cuántos hombres están empleados en las industrias turísticas a nivel nacional?
(número + año)

Respuestas a las preguntas 2 y 3

País	Fecha	Mujeres (P.2)	Hombres (P.3)	Total ^a	Mujeres (%) ^a	Hombres (%) ^a
Argentina	2022	400.995	796.005	1.197.000	33,5	66,5
Belice	2022	8.846	10.916	19.762	44,8	55,2
Brasil	2021	885.182	908.814	1.793.996	49,3	50,7
Chile	2023	300.356	332.879	633.235	47,3	52,7
Colombia	2024	1.208.901	693.805	1.902.706	63,5	36,5
Costa Rica	2022	95.961	70.146	166.107	57,8	42,2
Ecuador	2022	360.846	172.443	533.289	67,7	32,3
El Salvador	2023	28.588	38.878	67.466	42,4	57,6
Guatemala	2023	144.628	171.352	315.980	45,8	54,2
Honduras	2022	133.650	110.333	243.983	54,8	45,2
Jamaica	n/d	75.300	42.300	117.600	64,0	36,0
México	2018	n/d	n/d	n/d	39,2	60,8
Nicaragua	2023	25.006	23.096	48.102	52,0	48,0
Panamá	2023	n/d	n/d	n/d	54,0	46,0
Paraguay	n/d	n/d	n/d	n/d	53,0	n/d
Perú	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
República Dominicana	2023	233.837	190.542	424.379	55,1	44,9
Uruguay	2022	44.581	64.170	108.751	41,0	59,0
Venezuela	2023	668	706	1.374	48,6	51,4

Nota: a) Calculaciones propias basado en las respuestas a las preguntas 2 (P.2) y 3 (P.3).

4. ¿Cuántas mujeres trabajan por cuenta propia en el sector turístico a nivel nacional? (número + año)
5. ¿Cuántos hombres trabajan por cuenta propia en las industrias turísticas a nivel nacional? (número + año)

Respuestas a las preguntas 4 y 5

País ^a	Fecha	Mujeres (P.4)	Hombres (P.5)	Total ^b	Mujeres (%) ^b	Hombres (%) ^b
Ecuador	2022	140.096	47.096	187.192	75	25
Guatemala	2023	166	478	644	25,8	74,2
Honduras	2022	56.572	33.891	90.463	62,5	37,5
Nicaragua	2023	87	423	510	17	83
Uruguay	2022	12.646	11.120	23.766	53,2	46,8

Notas: a) Solo los países que contestaron a las preguntas se han incluido en la tabla.

b) Calculaciones propias basado en las respuestas a las preguntas 4 (P.4) y 5 (P.5)

6. ¿Cuántas mujeres están empleadas en el sector público del turismo? (número + año)
7. ¿Cuántos hombres están empleados en el sector público en turismo? (número + año)

Respuestas a las preguntas 6 y 7

País ^a	Fecha	Mujeres (P.6)	Hombres (P.7)	Total ^b	Mujeres (%) ^b	Hombres (%) ^b
Argentina	2023	452	519	971	47	53
Belice	2024	81	53	134	60,4	39,6
Brasil	2023	281	188	469	59,9	40,1
Colombia	2023	56	47	103	54,4	45,6
Costa Rica	2024	166	111	277	59,9	40,1
El Salvador	2023	826	2.709	3.535	23,37	76,7
Honduras	2022	97	57	154	63	37
Jamaica	2024	54	15	69	78,3	21,7
México	2024	118	608	726	16,3	83,7
Nicaragua	2023	214	250	464	46,1	53,9
Panamá	2024	164	131	295	55,6	44,4
Paraguay	n/d	169	131	300	56,3	43,7
Perú	2024	297	266	563	52,8	47,2
Uruguay	2024	231	162	393	58,8	41,2

Notas: a) Solo los países que contestaron a las preguntas se han incluido en la tabla

b) Calculaciones propias basado en las respuestas a las preguntas 6 (P.6) y 7 (P.7)

7.a) ¿Cuántos mujeres y hombres están empleados en la alta dirección de la administración nacional de turismo?

(dato desagregado por sexo)

[La pregunta 7.a fue una pregunta adicional que se envió por correo el día 26 de marzo 2024 a todos los estados miembros que habían enviado sus respuestas al cuestionario anteriormente (18 países en total). Un total de 10 estados miembros contestaron a la pregunta.]

Respuestas a la pregunta 7.a

País ^a	Mujeres	Hombres	Total ^b	Mujeres (%) ^b	Hombres (%) ^b
Brasil	24	25	49	49	51
Colombia	14	7	21	66,7	33,3
Costa Rica	4	6	10	40	60
El Salvador	47	43	90	52,2	47,8
México	90	133	223	40,4	59,6
Nicaragua	3	0	3	100	0
Panamá	7	1	8	87,5	12,5
Paraguay	62	41	103	602	39,8
Perú	31	23	31	57,4	32,6
Uruguay	18	13	31	58,1	31,9

Notas: a) Solo los países que contestaron a la pregunta se han incluido en la tabla

b) Calculaciones propias basadas en las respuestas a la pregunta 7.a

8. ¿Cuál es el porcentaje de brecha salarial de género (femenino/masculino) en las industrias del turismo a nivel nacional?

Respuestas a la pregunta 8

País ^a	Fecha	Brecha salarial para las mujeres (%)
Argentina	2022	-25,8
Brasil	2021	-21,7
Costa Rica	2019	-14,7
Ecuador	n/d	-40,3
El Salvador	2023	-13
Panamá	2023	-25
República Dominicana	2023	-11,2

Notas: a) Solo los países que contestaron a las preguntas se han incluido en la tabla

9. ¿Cuántas mujeres hay en puestos directivos en las industrias turísticas a nivel nacional?

(número + año)

10. ¿Cuántos hombres hay en puestos directivos en las industrias turísticas a nivel nacional?

(número + año)

Respuestas a las preguntas 9 y 10

País ^a	Fecha	Mujeres (P.9)	Hombres (P.10)	Total ^b	Mujeres (%) ^b	Hombres (%) ^b
Argentina	n/d	n/d	n/d	n/d	30 ^c	70 ^c
Colombia	2024	10.705	n/d	n/d	n/d	n/d
Ecuador	2022	54.635	30.583	85.218	64,1	35,9
Guatemala	2023	18.838	26.831	45.669	41,2	58,8
Uruguay	2023	455	578	1.033	44	56
Venezuela	2023	81	57	138	59	41

Notas: a) Solo los países que contestaron a las preguntas se han incluido en la tabla

b) Cálculos propios basados en las respuestas a las preguntas 9 (P.9) y 10 (P.10)

c) Cifra indicada en la respuesta al cuestionario

11. ¿Cuántas mujeres están empleadas informalmente en las industrias turísticas a nivel nacional?**

(número + año)

12. ¿Cuántos hombres están empleados informalmente en las industrias turísticas a nivel nacional?**

(número + año)

** Incluye todo trabajo remunerado (p.ej. tanto autoempleo como empleo asalariado) que no está registrado, regulado o protegido por marcos legales o normativos, así como también trabajo no remunerado llevado a cabo en una empresa generadora de ingresos. Los trabajadores informales no cuentan con contratos de empleo seguros, prestaciones laborales, protección social o representación de los trabajadores (OIT).

Respuestas a las preguntas 11 y 12

País ^a	Fecha	Mujeres (P.11)	Hombres (P.12)	Total ^b	Mujeres (%) ^b	Hombres (%) ^b
Ecuador	2022	206.687	73.924	280.611	73,7	26,3
El Salvador	2023	20.617	28.038	48.655 ^c	42,4	57,6
Panamá	2023	n/d	n/d	n/d	46 ^c	n/d
Uruguay	2023	81.162	n/d	n/d	74,6 ^{cd}	n/d

Notas: a) Solo los países que contestaron a las preguntas se han incluido en la tabla

b) Cálculos propios basados en las respuestas a las preguntas 11 (P.11) y 12 (P.12)

c) Cifra indicada en la respuesta al cuestionario

d) Cifra indica el % de mujeres empleadas sin cobertura de la seguridad social sobre el número de mujeres empleadas en total

13. ¿Existe un requisito legal para que las empresas turísticas tengan una política para combatir el acoso sexual?

(En caso afirmativo, indique la referencia a la ley o política.)

Respuestas a la pregunta 13

País ^a	Respuesta
Argentina	Convención sobre la Eliminación de Todas Formas de Discriminación contra la Mujer (Ratificada por Ley No. 23,179 / 1985) Ley No. 26.485 / 2009 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Los sindicatos, que nuclean a los empleados de comercio (agencias de viajes) y a los gastronómicos y hoteleros, promueven entre las empresas en las que trabajan sus afiliados protocolos para prevención de todo tipo de violencia. Un ejemplo es el caso específico de UTHGRA (Unión de Trabajadores Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina) y OSUTHGRA (Obra Social de la Unión de Trabajadores Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina), resolvieron crear un equipo multidisciplinario especializado en violencia laboral, para elaborar un protocolo de actuación para encarar la problemática de la violencia laboral desde el ángulo de la actividad en particular y sus propios desafíos.
Chile	Código Penal Ley No. 21,643 modifica el código del trabajo y otros cuerpos legales, en materia de prevención, investigación y sanción del acoso laboral, sexual o de violencia en el trabajo.
Colombia	Ley No. 1010 de 2006 por medio de la cual se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo. El Decreto 1836 de 2021 por el cual se modifica y adiciona el Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en relación con el Registro Nacional de Turismo y las obligaciones de los operadores de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos prestados y/o disfrutados en Colombia.
Costa Rica	Ley No. 7476 Ley contra Hostigamiento o Acoso Sexual en el Empleo y la Docencia
Ecuador	Ley para prevenir y erradicar la Violencia contra las Mujeres remitida por la Asamblea Nacional el 31 de enero del 2018. Acuerdo Ministerial Nro. MDT- 2020 – 244 sobre Protocolo de prevención y atención de casos de discriminación, acoso laboral y/o toda forma de violencia contra la mujer en los espacios de trabajo, remitido por el Ministerio de Trabajo el 25 de noviembre del 2020 que incluye el Protocolo de prevención y atención en casos de discriminación, acoso laboral y toda forma de violencia contra la mujer en los espacios de trabajo. Política Pública Economía Violeta 2021-2025 remitida por la Secretaria de Derechos Humanos en diciembre del 2020. Reglamento Ley Orgánica para impulsar la Economía Violeta, remitida por la Presidencia de la República el 20 de noviembre del 2023

País^a	Respuesta
El Salvador	El Salvador cuenta con el Código de Conducta para prevenir la violencia basada en género, explotación sexual y trata de personas en el sector turismo, dicha iniciativa requiere que las empresas turísticas que se adhieren al mismo desarrollen dentro de sus establecimientos políticas y normas de “cero tolerancias” a la violencia basada en género, explotación sexual y trata de personas; no obstante, el mandato para la adhesión es de tipo voluntario. Este Código fue lanzado por el Ministerio de Turismo en el año 2021 con el apoyo del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA)
Honduras	En el marco de la implementación del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS), se solicita como un requisito el compromiso de la empresa a garantizar la no participación en ninguno de los delitos de esta índole.
Jamaica	Sexual Harassment Act, 2021 Section 4
Panamá	Ley No. 82 del 2023, que adopta medidas de prevención contra la violencia en las mujeres y reforma el código penal para tipificar el femicidio y sancionar los hechos de violencia contra la mujer Ley No. 7 del 2018 que adopta medidas para prevenir prohibir y sancionar actos discriminatorios y dicta otras disposiciones.
Paraguay	Ley No. 5777 de Protección Integral a las Mujeres contra toda Forma de Violencia La Constitución Nacional Ley No. 1160 Código Penal
Perú	Ley No. 27942, Ley de Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual Reglamento de la Ley No. 27942, aprobada por Decreto Supremo No. 014-2019-MIMP. Decreto Supremo No. 021-2021-MIMP que modifica el Reglamento de la Ley No. 27942. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo-MTPE tiene una plataforma que recoge denuncias sobre Hostigamiento Sexual Laboral-HSL, que se realizan desde el sector privado en general. SERVIR. Autoridad Nacional del Servicio Civil. Tiene una plataforma denominada Estado sin acoso, que recoge denuncias sobre HSL que se realizan desde el sector público.
República Dominicana	Ley No. 24-97 sobre Violencia Intrafamiliar y contra la Mujer
Uruguay	Leyes No. 19.580 y No. 18.561 Código Nacional de Conducta para prevenir la ESNNA (Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes), 2023
Venezuela	Ley Orgánica del Trabajo: Artículo 165 prohíbe el acoso sexual Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una vida Libre de Violencia: Artículo 48 sanciona el acoso sexual Artículo 49 sanciona la violencia laboral en contra de la mujer

Nota: a) Solo los países que contestaron a la pregunta se han incluido en la tabla.

Emprendimiento

14. ¿Se dispone de datos desagregados por género sobre el emprendimiento en las industrias turísticas?

(En caso afirmativo, incluya todos los datos sobre emprendimiento turístico desglosados por género correspondientes al año más reciente disponible)

Respuestas a la pregunta 14

País	Respuesta
Argentina	No
Belice	No
Brasil	No
Chile	No
Colombia	No
Costa Rica	No
Ecuador	No
El Salvador	No
Guatemala	No
Honduras	No
Jamaica	No
México	n/d
Nicaragua	No
Panamá	n/d
Paraguay	No
Perú	No
República Dominicana	n/d
Uruguay	No
Venezuela	n/d

Educación y capacitación

15. ¿Cuántas mujeres se matricularon en educación terciaria relacionada con el turismo?

(número, año)

16. ¿Cuántos hombres se matricularon en educación terciaria relacionada con el turismo?

(número, año)

Respuestas a las preguntas 15 y 16:

País ^a	Fecha	Mujeres (P.15)	Hombres (P.16)	Total ^b	Mujeres (%) ^b	Hombres (%) ^b
Argentina	2022	1.261	334	1.595	79,1 ^c	70 ^c
Belice	2024	192	62	191	67,5	32,5
Colombia	2022	3.395	1.284	4.679	72,6	27,4
Costa Rica	2022	757	638	1.395	54,3	45,7
Ecuador	2022	11.243	4.822	16.065	70	30
El Salvador	2023	2.044	612	2.656	76	23
Guatemala	2023	27.956	37.104	65.060	43	57
Honduras ^d	2023	131	43	174	75,3	24,7
Jamaica	2023	10.624	3.928	14.552	73	27
Nicaragua	2023	3.000	1.135	4.135	72,6	27,4
Panamá	n/d	762	234	996	77	23
Uruguay	2022	320	190	510	62,8	37,2
Venezuela	2023	84	30	114	73,7	26,3

Notas: a) Solo los países que contestaron a las preguntas se han incluido en la tabla

b) Cálculos propios basados en las respuestas a las preguntas 15 (P.15) y 16 (P.16)

c) Cifra indicada en la respuesta al cuestionario

d) Datos indican el número de personas que se matricularon en la carrera de Ecoturismo de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras

17. ¿Existen incentivos para que las empresas proporcionen formación sobre igualdad de género?

Respuestas a la pregunta 17:

País ^a	Respuesta
Argentina	La Subsecretaría de Turismo – y desde el 2020 – imparte un curso autogestionado en su campus virtual campusturismo.yvera.tur.ar sobre “Turismo responsable y género” dirigido a empresarios, estudiantes, gestores y prestadores turísticos. La Subsecretaría de Turismo ofrece a los emprendimientos turísticos de todo el país, la adhesión al sello de calidad “Igualdad” que plantea las pautas para una gestión inclusiva y con perspectiva de género.
Colombia	En el Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 “Turismo en armonía con la vida” sí se incluyen acciones de formación diferenciales con enfoque de género para el sector turismo; las cuales son referenciadas en la pregunta 22.
El Salvador	Sí, de la mano de la adhesión voluntaria de las empresas del sector turismo al Código de Conducta para prevenir la violencia basada en género, explotación sexual y trata de personas el Ministerio de Turismo reconoce el compromiso a través de: a) Desarrollo de Módulo de formación gratuito b) Entrega de diplomada de participación en módulo de formación. c) Entrega de distintivo que confirma la adhesión del establecimiento al Código de Conducta de manera pública. d) Asesorar a las empresas del sector turismo adheridas, para la elaboración de políticas de prevención, detección y actuación ante violencia basada en género, explotación sexual y trata de personas. e) Entrega de material disuasivo de prevención de violencia basada en género, explotación sexual y trata de personas físico y digital.
Jamaica	Sí, ofrecemos descuentos significativos a las empresas que ofrecen las certificaciones que ofrecemos a través del ‘Jamaica Centre for Tourism Innovation’ (JCTI) a sus empleados. El JCTI ofrece profesores para apoyar a los candidatos, da ayuda con inscribirse y facilita los exámenes finales. Además, el JCTI ofrecer a los empleadores entre un 30-9% de descuento sobre los gastos de cada certificación, según el tamaño de su empresa.
Panamá	Con el objetivo de fortalecer el compromiso con la equidad y cerrar brechas de las empresas en Panamá, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en cooperación con la Secretaría Técnica de la Iniciativa de Paridad de Género (IPG) y sus empresas adheridas, presentaron el estudio: “Estrategias Empresariales para reducir las brechas de género en Panamá: diagnóstico y recomendaciones para la Iniciativa de Paridad de Género”. Las empresas encuestadas reconocen los beneficios de incorporar acciones de promoción de cuidados para sus organizaciones, en la que el 30% de estas empresas afirmaron estar interesadas en implementar medidas de corresponsabilidad o cuidado en el corto plazo, mientras que el 60% en el largo plazo. En octubre de 2023 se realizó la firma de adhesión a la IPG de 14 nuevas empresas, que aumentan a 92 la cifra total hasta la fecha.
Perú	El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú ofrece la Marca de Certificación Empresa Segura, Libre de Violencia y Discriminación contra la Mujer. VI Edición (2024-2026).
Uruguay	Realizamos durante el periodo 2022-2023 intervenciones en diferentes zonas del país junto al Instituto Nacional de las Mujeres, del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES), con el objetivo de avanzar en la igualdad de género en el ámbito turístico. Actualmente, estamos evaluando la posibilidad de incorporar un incentivo, con el propósito de llegar a un porcentaje deseado de participación y lograr de este modo el objetivo planteado por la Unidad Especializada en Género.

Nota: a) Solo los países que contestaron a la pregunta se han incluido en la tabla.

- 18. Por favor enumere las principales instituciones educativas de su país con la mayor cantidad de estudiantes que estudian cursos relacionados con el turismo.**
(Se pueden enumerar hasta 10 instituciones).

Respuestas a la pregunta 18:

País^a	Respuesta
Argentina	Principales instituciones públicas según graduados: Universidad Nacional de Lanús Universidad Nacional San Martín Universidad Provincial de Córdoba Universidad Nacional del Nordeste Universidad Autónoma de Entre Ríos Principales instituciones privadas según graduados: Universidad Argentina de la Empresa Universidad Empresarial Siglo 21 Universidad del Salvador Universidad de Morón Universidad Abierta Interamericana
Belice	University of Belize St. John's College Galen University Sacred Heart College
Chile	No existe dato específico sobre el número de matriculados y matriculadas por institución.

País ^a	Respuesta			
Colombia	Institución de educación superior(ies)	Mujeres	Hombres	Total matriculados 2022
	Institución Universitaria Mayor de Cartagena	717	264	981
	Servicio Nacional de Aprendizaje -SENA-	571	149	720
	Universidad Católica de Manizales	336	149	485
	Fundación Universitaria Colombo Internacional – Unicolombo	243	118	361
	Universidad Tecnológica de Pereira – UTP	219	84	303
	Universidad del Atlántico	206	72	278
	Universidad de Cartagena	138	72	210
	Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco – Cartagena	127	66	193
	Colegio Mayor de Antioquia	136	35	171
	Politecnico Internacional Institucion de Educacion Superior	115	51	166
	Fuente: MEN – SNIES			
Costa Rica	INA: Instituto Nacional de Aprendizaje UTUR: Universidad de Turismo UCR: Universidad de Costa Rica UNED: Universidad Estatal a Distancia CUC: Colegio Universitario de Cartago UTN: Universidad Técnica Nacional Universidad Hispanoamericana Universidad Latina Universidad Politécnica			
Ecuador	Universidad Estatal de Milagro Universidad de las Fuerzas Armadas-Espe Universidad Técnica de Manabí Universidad Estatal Amazónica Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí Universidad Estatal del Sur de Manabí Universidad de Guayaquil Universidad Técnica de Babahoyo Universidad Central del Ecuador Escuela Superior Politécnica de Chimborazo			
El Salvador	Universidad Francisco Gavidia Universidad Católica de El Salvador Escuela Superior Franciscana Especializada/AGAPE Universidad de Oriente Instituto Tecnológico de Chalatenango Universidad Don Bosco Universidad Dr. Andrés Bello Instituto Tecnológico Padre Segundo Montes Escuela Especializada en Ingeniería ITCA FEPADÉ Universidad Dr. José Matías Delgado			

País ^a	Respuesta
Guatemala	Universidad de San Carlos Universidad Rafael Landívar Universidad Del Valle Universidad Mariano Gálvez Instituto Técnico de Capacitación y Productividad
Honduras	Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) Universidad José Cecilio del Valle (UJCV) Universidad de San Pedro Sula (USAP) Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán (UPNFM) Universidad Tecnológica de Honduras (UTH) Universidad Metropolitana de Honduras (UMH) Universidad Politécnica de Honduras (UPH)
Jamaica	El listado de colegios que ofrecen licenciaturas en la hospitalidad, el turismo y/o las artes culinarias incluye: University of Technology University of the West Indies University College of the Caribbean Northern Caribbean University Heart College of Hospitality Services Caribbean Maritime University Montego Bay Community College Browns Town Community College Knox Community College HEART NSTA Trust
México	La Dirección de Investigación y Estudios adscrita a la Dirección General de Profesionalización y Competitividad Turística en lista las instituciones educativas de educación superior con mayores lugares ofertados en educación turística, en todo el país, ordenadas según el número de estudiantes de mayor a menor: Instituto de Estudios Superiores Isima, Oaxaca. Instituto Politécnico Nacional, Escuela de Turismo, Ciudad de México Universidad Autónoma del Estado de México, Estado de México Universidad Autónoma de Baja California, Escuela de Enología y Gastronomía Universidad Vizcaya de las Américas, Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Universidad del Claustro de Sor Juana A.C., Ciudad de México Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de los Cabos, Baja California, Centro de Estudios en Artes Culinarias y Enología, Chiapas, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Chiapas, Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA), Hidalgo Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta, Jalisco, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Instituto de Estudios Superiores Isima- Toluca, Tecnológico de Estudios Superiores de Chimalhuacán, Estado de México Universidad Tecnológica de México- Campus Los Reyes Universidad Tres Culturas, Estado de México, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Universidad del Caribe, Quintana Roo, Instituto de Ciencias y Estudios Superiores de Tamaulipas, A.C., Tamaulipas Instituto Tecnológico de Jalapa, Veracruz.

Nicaragua	Dentro de las principales instituciones que brindan cursos a estudiantes relacionados a turismo, se encuentra el Instituto Nacional Técnico y Tecnológico (INATEC), entre rector de la formación técnica del sector, con 33 carreras disponibles, con una cobertura nacional.
Panamá	Universidad de Panamá Universidad de Santa María la Antigua Instituto Técnico Superior Especializado (ITSE) Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH) Universidad Latina de Panamá Universidad Especializada de Las Américas (UDELAS) (pública) Universidad Interamericana de Panamá Universidad Autónoma de Chiriquí (UNACHI) Universidad Metropolitana de Educación, Ciencia y Tecnología (UMECIT) Universidad Americana
Paraguay	Universidad Columbia de Paraguay Universidad Americana Universidad Nacional de Asunción – Facultad Politécnica Servicio Nacional de Promoción Profesional (SNPP) Sistema Nacional de Formación y Capacitación Laboral (SINAFOCAL)
Perú	En el Perú, diversas universidades e institutos cuentan con carreras profesionales y cursos de fortalecimiento de capacidades vinculados con la industria turística. De manera directa, se puede mencionar al Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR), que es un órgano adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y que es el encargado de capacitar y perfeccionar los recursos humanos que requiere el desarrollo turístico del país, de acuerdo a estándares de competencia laboral. Asimismo, se puede enumerar a universidades privadas y públicas que son o fueron miembros afiliados a la ONU Turismo, tales como: Universidad Nacional Mayor de San Marcos – UNMSM Universidad Ricardo Palma – URP Universidad San Ignacio de Loyola – USIL Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC Universidad San Martín de Porres – USMP Por otro lado, entre universidades públicas a nivel nacional, se puede mencionar: Universidad San Antonio de Abad de Cusco Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa – UNSA Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque
República Dominicana	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra UNIBE Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña Universidad APEC Universidad O&M Universidad Católica Santo Domingo

Uruguay	Dirección General de Educación Técnico Profesional DGETP- UTU(todo el país) Universidad de la República (Maldonado y Salto) Universidad Católica del Uruguay (Montevideo) Universidad ORT Uruguay (Montevideo) Instituto Universitario Francisco de Asís UNIFA (Maldonado) Universidad Tecnológica UTEC (Montevideo) ITHU- Instituto Técnico Hotelero del Uruguay (Montevideo) INEFOP- Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (todo el país) Instituto Uruguayo Gastronómico (Maldonado) Instituto de Hotelería y Gastronomía del Colonia (Colonia)
Venezuela	UNEXCA UNATUR Hotel Escuela INATUR INCES

Nota: a) Solo los países que contestaron a la pregunta se han incluido en la tabla.

Liderazgo

19. ¿Cuál es el porcentaje de grandes empresas (250 empleados o más) turísticas registradas bajo la propiedad de hombres o mujeres?

Respuestas a la pregunta 19:

País ^a	Respuesta
Argentina	Según estimaciones realizadas por la Cámara Argentina de Turismo (CAT) en base a estadísticas oficiales generales, se estima que alrededor del 29% de las grandes empresas turísticas (con 250 empleados o más) en Argentina están registradas bajo la propiedad de mujeres.
Chile	Según la última actualización de las Estadísticas de Empresas del Servicio de Impuestos Internos (SII), en el año 2022 el 44,1% del total de empresas asociadas a las Actividades Características del Turismo (ACT) corresponden a empresas registradas bajo una persona natural, de las cuáles el 45,9% están asociadas a una persona de género femenino y el 54,1% a una persona de género masculino. Cabe mencionar que no se cuenta con una desagregación por sexo y tamaño de la empresa según número de trabajadores
Ecuador	1.879 – 2023
El Salvador	El 100% de las empresas grandes pertenecientes al Registro Nacional de Turismo están dirigidas por sociedades encabezadas por hombres.
Nicaragua	En el año 2023, se registraron 4 empresas grandes, correspondiente a un 0.05% del total.
Panamá	En Panamá las mujeres ocupan menos posiciones de liderazgo que los hombres. El porcentaje de posiciones gerenciales ocupadas por mujeres fue del 46% y la proporción de posiciones en el gabinete del poder ejecutivo a cargo de mujeres, del 20% en 2020. De igual modo, solo el 23,7%, 25% y 12,5% de las empresas pequeñas, medianas y grandes respectivamente son dirigidas por mujeres (Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa, 2021). Por último, solo el 17% de la población ocupada está empleada en empresas dirigidas por mujeres, un fenómeno que tiende a reproducir las brechas de género. Sin embargo, Panamá presenta el desempeño más alto en "Liderazgo y estrategia". Esta dimensión da cuenta del compromiso de las organizaciones con la implementación de prácticas que reduzcan las brechas de género y la promoción de los principios de igualdad e inclusión desde los cargos más altos de las empresas. En Panamá, las empresas IPG y todas las empresas panameñas tienen un desempeño de entre el 44 y el 45%.

Nota: a) Solo los países que contestaron a la pregunta se han incluido en la tabla.

20. ¿Cuál es el porcentaje de PYME (249 empleados o menos) turísticas registradas bajo la propiedad de hombres o mujeres?

Respuestas a la pregunta 20:

País ^a	Respuesta
Argentina	Según estimaciones realizadas por la Cámara Argentina de Turismo en base a estadísticas oficiales generales, aproximadamente un 35% de las PYME turísticas (con 249 empleados o menos) en Argentina están registradas bajo la propiedad de mujeres.
Chile	Según la última actualización de las Estadísticas de Empresas del Servicio de Impuestos Internos (SII), en el año 2022 el 44,1% del total de empresas asociadas a las Actividades Características del Turismo (ACT) corresponden a empresas registradas bajo una persona natural, de las cuáles el 45,9% están asociadas a una persona de género femenino y el 54,1% a una persona de género masculino. Cabe mencionar que no se cuenta con una desagregación por sexo y tamaño de la empresa según número de trabajadores.
Ecuador	86,758 – 2023
El Salvador	El Registro Nacional de Turismo posee 789 empresas inscritas las cuales están lideradas 70.6% por hombres y el 29.4% por mujeres.
Nicaragua	En el año 2023, se registraron 8,585 empresas PYMES, siendo estas 68 medianas, 6,133 medianas y 2,384 pequeñas. Las PYME a nivel nacional ocupan el 99.95% del total de empresas turísticas.

Nota: a) Solo los países que contestaron a la pregunta se han incluido en la tabla.

21. ¿Cuál es el porcentaje de ministros y ministras en el gobierno nacional?

Respuestas a la pregunta 21:

País ^a	Fecha	Mujeres	Hombres	Total ^b	Mujeres (%) ^b	Hombres (%) ^b
Argentina	2023	3	6	9	33,3	66,6
Belice	2024	n/d	n/d	n/d	4 ^c	96 ^c
Chile	2024	13	11	24	54,2	45,8
Colombia	2024	8	11	19	42,1	57,9
Costa Rica	2023	9	14	23	39,1	60,9
Ecuador	n/d	n/d	n/d	n/d	50 ^c	50 ^c
El Salvador	n/d	3	n/d	n/d	n/d	n/d
Guatemala	2023	n/d	n/d	n/d	43 ^c	57 ^c
Honduras	n/d	10	22	32	31,3	68,7
Jamaica	n/d	4	11	15	26,7	73,3
México	n/d	n/d	n/d	n/d	50 ^c	50 ^c
Nicaragua	2022	9	7	16	56,3	43,7
Panamá	n/d	7	13	20	35	65
Paraguay	n/d	n/d	n/d	n/d	30 ^c	70 ^c
Perú	n/d	6	19	25	24	76
República Dominicana	n/d	2	24	26	8	92
Uruguay	n/d	n/d	n/d	n/d	21 ^c	79 ^c
Venezuela	2023	11	27	38	28	71

Notas: a) Solo los países que contestaron a la pregunta se han incluido en la tabla
b) Cálculos propios basado en el número de ministras y ministros indicados en la respuesta
c) Cifra indicada en la respuesta al cuestionario

22. ¿Existe actualmente alguna política turística específica de género?

(En caso afirmativo, proporcione más detalles, incluyendo el presupuesto anual asignado)

Respuestas a la pregunta 22:

País^a	Respuesta
Argentina	En la actualidad y desde diciembre del 2023, la política turística es definida por la Subsecretaría de Turismo (Administración Nacional de Turismo) de la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes dependiente del Ministerio del Interior. Por el reacomodamiento de la estructura de gobierno y las competencias de las jurisdicciones, a la fecha, no se puede comunicar oficialmente una política turística específica de género que está en estado de planificación. Así todo, es dable destacar que la titular de la Subsecretaría de Turismo Dra. Yanina Martínez, se encuentra profundamente interesada e involucrada en los temas de equidad de género y apoyo al desarrollo profesional de las mujeres del sector.
Belice	Ningún disponible. Sin embargo, la Política Nacional de Turismo promueve la inclusividad, la igualdad de género y de oportunidades para todos.
Chile	Turismo ha venido desarrollando diversas iniciativas que posicionamiento de las mujeres en el rubro turístico, iniciando hace más de 10 años con el concurso Mujer Empresaria Turística liderada por Senatur Nacional. El año 2023 Subsecretaría de Turismo de Chile culminó un proyecto que desarrollo los "Lineamientos Estratégicos de Género para el sector turístico" los cuales tendrán su lanzamiento en los próximos meses ^b . Este documento, levanto los principales ejes estratégicos para abordar la temática en el país, y los proyectos con los cuales se debiese avanzar los próximos años.
Colombia	Dentro del Plan Sectorial de Turismo 2022-2026, "Turismo en armonía con la vida" se cuenta con las siguientes acciones indicativas relacionadas con género: Facilitar la contratación de asociaciones de base comunitaria, de mujeres y otras formas de organización y también la contratación directa de logística y conferencistas, entre otros. Esto para el programa de Gobernanza y política para el turismo, en la sección de reestablecer la institucionalidad del turismo Desarrollar un programa de liderazgo dirigido a mujeres y jóvenes para el desarrollo de proyectos turísticos innovadores que se ejecuten con base en la sostenibilidad. Implementar procesos de acompañamiento, asistencia técnica y capacitación a los proyectos turísticos con enfoque rural y de género, como a los actores de la cadena de valor del turismo y actores conexos para el fortalecimiento de capacidades en temas administrativos, comerciales y de promoción Además de lo anterior, se ha diseñado la Estrategia de Turismo Social y Accesible 2022-2026 con el objetivo de promover el turismo social como mecanismo de participación, valoración e inclusión de las comunidades y territorios vulnerables, generando nuevas oportunidades económicas para el empresario y a su vez alternativas para la garantía de una mejor calidad de vida (o reivindicación social), con especial enfoque en la población joven, adulta mayor, en condición de discapacidad y mujeres.
Costa Rica	Existe el Plan Nacional de Turismo 2022-2027 é cuenta con 3 pilares Inclusión, Innovación y Sostenibilidad.
Ecuador	En el Ecuador no existe una política turística específica de género.
El Salvador	No existe una política turística específica.
Guatemala	No
Honduras	No está disponible.
Jamaica	No

México	El Departamento de Cultura Institucional y Perspectiva de Género adscrito a la Dirección General de Administración, reportó el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, que establece y orienta las acciones de la política turística a implementar en el periodo. Este documento señala como objetivo del programa Sectorial lo siguiente: Objetivo prioritario: 1. Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país. El nuevo modelo turístico tendrá un rostro social, incluyente y de respeto irrestricto de los derechos humanos, permitiendo que más mexicanos, sin importar su condición, mejoren su calidad de vida mediante el acceso a un turismo responsable y sostenible con el desarrollo del país y el bienestar de su población. El nuevo paradigma conlleva la democratización de los beneficios de la actividad, la oportunidad de que más personas disfruten el gran patrimonio cultural, natural y biocultural que por derecho poseen y el fortalecimiento del mercado nacional. Se fortalecerá la igualdad sustantiva para hacer del turismo un derecho de todos los mexicanos y no solo de quienes tienen oportunidad de pagar por viajar. Con la participación de los sectores público, privado y social en el desarrollo de la actividad turística, se implementarán acciones transversales para contribuir a erradicar la desigualdad, la discriminación y la violencia. El turismo será una herramienta de reconciliación que permita enmendar el tejido social y actuará como un mecanismo para la conservación de usos, costumbres, territorios, identidad, cultura, lenguas y legado de los pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas.
Nicaragua	Existe una política específica, desde nuestra Constitución Política, donde está contemplado la igualdad incondicional de todos los nicaragüenses en el goce de sus derechos políticos; en el ejercicio de estos y en el cumplimiento de sus deberes y responsabilidades, existe igualdad absoluta entre el hombre y la mujer. La Ley de igualdad de derechos y oportunidades, Ley 648, cuyo objetivo es promover la igualdad y equidad en el goce de los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales entre hombres y mujeres. Existe una política de género, impulsada por el Ministerio de la Mujer, que busca como guiar el trabajo de las instituciones hacia relaciones más equitativas entre hombres y mujeres.
Panamá	Debe destacarse, por sus innegables implicaciones para este Plan Maestro, el proyecto del BID de "Desarrollo Urbano Integral de Ciudades con Vocación Turística", por el cual se aprueba un préstamo de PAB 100 millones, cuyo objetivo es contribuir al desarrollo urbano y socioeconómico. En su Componente II contempla la gestión turística local, a través del fortalecimiento de las unidades locales de promoción y gestión turística y de las estructuras público privadas del sector (Cámaras de Turismo y Consejos); y (iii) desarrollo comunitario productivo, por medio de acciones para el desarrollo económico, la cohesión social y la equidad de género con base en industrias creativas y culturales. Página. 18
Paraguay	La actividad turística engloba bastos escenarios, y desde la Senatur trabajamos para que el empoderamiento de la mujer sea un generador de dinamismo económico local, no solo para las protagonistas, sino también para el desarrollo familiar. De tal manera, la Senatur actualmente brinda sendas oportunidades con sus programas "Posadas Turísticas", "Turismo Joven" y el "Programa Nacional de Turismo Gastronómico". Las Posadas Turísticas son administradas en su mayoría por mujeres, hoy cuentan con 322 establecimientos y se encuentran en 82 localidades, distribuidas en 15 departamentos del país, pudiendo así dar oportunidad laboral a la comunidad a través del empoderamiento de la mujer. El programa turismo gastronómico, apunta al mejoramiento del producto, desde la atención hasta la calidad del sabor, gracias a la capacitación que realiza la Senatur en alianza con facultades y escuelas gastronómicas, para los prestadores de servicios turísticos que oferten opciones culinarias, quienes en su mayoría tienen a la mujer encabezando el emprendimiento. Asimismo, desde turismo joven se busca el empoderamiento juvenil local relacionado al sector turístico, para evitar la migración de estos y crear oportunidades en sus comunidades. En la última campaña de "Turismo Joven y Creativo" se destacó una participación femenina del 70%.

Perú	A nivel nacional se ha desarrollado la Política Nacional de Igualdad de Género, la misma que busca mejorar la eficacia y calidad de la actuación de las entidades de la administración pública, en todos los niveles de gobierno, para garantizar los derechos humanos de las mujeres en igualdad y sin discriminación. Como parte de esta Política, desde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo se han desarrollado diversas iniciativas que ponen de relieve la temática de género para las mujeres que se encuentran vinculadas con la industria turística. Un ejemplo de ello es el Premio Nacional a la Mujer Artesana 2023 que tuvo como objetivo reconocer la labor de la mujer artesana que haya destacado por sus logros empresariales, capacidad emprendedora y liderazgo. Esta iniciativa contó con un presupuesto de USD 10 mil.
República Dominicana	Nos avocamos a las políticas que tiene el gobierno central en materia de género, así como a los lineamientos emanados desde el Ministerio de la Mujer.
Uruguay	El Ministerio de Turismo aspira a efectivizar acciones que permitan la mejora continua de las políticas públicas que impulsa y los servicios que brinda, promoviendo la mejora sostenible de la actividad turística. Para ello se compromete, mediante acciones de fortalecimiento, prevención y capacitación en materia de igualdad de género, equidad étnico racial y acciones hacia la corresponsabilidad, a que el personal vinculado al organismo se encuentre en un ámbito laboral equitativo, libre de violencia y no discriminación. Asimismo, en el año 2021, nos enfocamos en trabajar de puertas hacia afuera de la Institución, con el fin de conocer de primera mano las necesidades de las Mujeres del sector privado. Año a año hemos transversalizado en diferentes productos y programas, visibilizando, apoyando y reconociendo. Hemos generado encuentros de intercambio, conocimiento y experiencias que han sido enriquecedoras. Proceso de Implementación del Modelo de Calidad con Equidad de Género. Creación y unificación de procedimientos para situaciones de: Acoso sexual laboral, acoso sexual y Violencia Basada en Género. Apoyo a proyectos y actividades no tradicionales que enfatizan el papel de las mujeres en ellos. Organización de reconocimientos a mujeres destacadas en el turismo. Monitoreo del uso no sexista de imágenes. Gestión de presupuesto con perspectiva de género. Garantizar que se respeten las políticas sobre maternidad-paternidad y responsabilidades de los cuidados. Información sobre género en el Registro de Operadores Turísticos del Ministerio. Participación activa en materia de prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en viajes y turismo. Implementación de políticas transversales de equidad e igualdad hacia el funcionariado del Ministerio y en el sector turístico.

Notas: a) Solo los países que contestaron a la pregunta se han incluido en la tabla

b) El cuestionario de Chile se recibió el día 30 de enero 2024

23. ¿Existe algún programa o iniciativa pública enfocada a las mujeres en el turismo?
(En caso afirmativo, proporcione detalles, incluyendo el presupuesto anual asignado)

[No se han incluido las respuestas a la pregunta 23 en el anexo debido a su extensión y su carácter cualitativo.]

24. ¿Tiene la administración nacional de turismo una “unidad de género”, un departamento de igualdad de género o una estructura similar?
(En caso afirmativo, proporcione detalles, incluyendo el presupuesto anual asignado)

Respuestas a la pregunta 24:

País	Estructura organizativa	Objetivo	Presupuesto anual asignado
Argentina	Comisión de Igualdad de Oportunidades y de Trato.	Sensibilizar y asistir al personal del organismo sobre políticas de igualdad de género y oportunidades y temas relacionados con la violencia laboral o de género.	n/d
Colombia	Comité para asuntos de Género y empoderamiento económico de la mujer del sector comercio, industria y turismo.	Asesorar, articular y coordinar la formulación, implementación y seguimiento de políticas, planes, programas, proyectos en asuntos de género y empoderamiento económico de las mujeres.	No cuenta con un presupuesto asignado para su funcionamiento.
Chile	Comité de Género de la Subsecretaría de turismo y el Programa de Género Institucional Anual.	n/d.	n/d
El Salvador	La Cartera de Turismo, tanto MITUR, CORSATUR como ISTU, cuentan con Unidades de Género y Comisión Institucional de Género.	Transversalizar el principio de igualdad, no discriminación y vida libre de violencia en el sector turístico.	n/d
México	La Secretaría de Turismo cuenta con la Unidad de Igualdad de Género.	Promover la institucionalización y transversalización de la perspectiva de género en las políticas, procesos y procedimientos del quehacer institucional de la SECTUR en el sector de los viajes y el turismo.	5.8 millones de pesos MXN
República Dominicana	El Ministerio de Turismo cuenta con una Unidad de Género.	n/d	n/d

Notas: a) Solo los países que contestaron a la pregunta con información afirmativa se han incluido en la tabla.

25. Comentarios adicionales:

¿Le gustaría mencionar algo que no esté incluido en las preguntas?

(por ejemplo, cualquier programa que esté considerando para el futuro, cualquier trabajo junto con la sociedad civil, cualquier empresa turística que promueva el empoderamiento de las mujeres y/o que tenga mujeres líderes, informes, etc. que estén relacionados con el papel de las mujeres en el sector turístico de su país).

[No se ha incluido las respuestas a la pregunta 25 en el anexo debido a su extensión y su carácter cualitativo.]

Anexo 2

Lista de países y territorios de las Américas por subregiones

El Caribe

Anguila
Antigua y Barbuda
Aruba
Bahamas
Barbados
Bermuda
Cuba
Curaçao
Dominica
Granada
Guadalupe
Haití
Islas Caimán
Islas Turcas y Caicos
Islas Vírgenes Americanas
Islas Vírgenes Británicas
Jamaica
Martinica
Montserrat
Puerto Rico
República Dominicana
Saint Kitts y Nevis
San Vicente y las Granadinas
Santa Lucía
Sint Maarten (Parte de los Países Bajos)
Trinidad y Tobago

América Central

Belice
Costa Rica
El Salvador
Guatemala
Honduras
Nicaragua
Panamá

América del Norte

Canadá
Groenlandia
México
San Pedro y Miquelón
Estados Unidos de América

América del Sur

Argentina
Bolivia
Brasil
Chile
Colombia
Ecuador
Guyana
Guyana Francesa
Islas Malvinas
Paraguay
Perú
Surinam
Uruguay
Venezuela

Referencias y bibliografía

- Airbnb (2023), 'Airbnb celebra a las Anfitrionas latinoamericanas y reconoce a las mejores en el Día Internacional de la Mujer', *News Airbnb*, en línea disponible en: <https://news.airbnb.com> [02-05-2024].
- Alejandro, F. et al. (2023), *Los Sistemas de Cuidado y Apoyo en América Latina y el Caribe: un marco para la acción de UNICEF*, UNICEF: Oficina Regional América Latina y el Caribe, Panamá, en línea disponible en: <https://www.unicef.org> [05-05-2024].
- Alianza Mundial del Turismo Indígena y Organización Mundial del Turismo (2023), *Compilación de buenas prácticas del turismo indígena – Enfoque regional sobre las Américas*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424009>.
- Alonso-Vázquez, M. et al. (2023), 'Opportunities and challenges of digital competencies for women tourism entrepreneurs in Latin America: A gendered perspective', *Journal of Sustainable Tourism*, volumen 32, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2189622> [02-05-2024].
- Banco Interamericano de Desarrollo -Invest, División de Género y Diversidad e Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (2021), *Una olimpiada desigual. La equidad de género en las empresas latinoamericanas y del Caribe*, BID, Washington DC, en línea disponible en: <https://publications.iadb.org> [02-05-2024].
- Banco Mundial (2023), *Inclusión Financiera Global*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://databank.worldbank.org> [25-01-2024].
- Banco Mundial (2022), *Breaking Barriers: Female Entrepreneurs Who Cross Over to Male-Dominated Sectors*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].
- Banco Mundial (2019), 'World Bank Open Data', Banco Mundial [base de datos electrónica], Washington, DC, en línea disponible en: <https://databank.worldbank.org> [02-05-2024].
- Banco Mundial (2018), *Female Entrepreneurs: How and Why there are different?*, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].
- Banco Mundial (2017), *Investing in Women: New Evidence for the Business Case (English)*, Gender Smart Business solutions, Banco Mundial, Washington, DC, en línea disponible en: <https://www.worldbank.org> [24-03-2024].
- Barrientos, S. (2019), *Gender and work in global value chains: Capturing the gains? – Development Trajectories in Global Value Chains*, Cambridge University Press, Cambridge, pp.306, DOI: <https://doi.org/10.1017/9781108679459>
- Basurto-Barcia, J. y Ricaurte-Quijano, C. (2017), 'Women in tourism: gender (in)equalities in university teaching and research', *Anatolia*, volumen 28, numero 4, pp.567-581, DOI: <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1370781>.
- Batthyány, K.; Genta, N. y Perrotta, V. (2018), *Uso de licencias parentales y roles de género en el cuidado*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [30-09-2024].
- Baum, T.; Cheung, C. y Hsueh, A. (2018), 'Workplace sexual harassment: exploring the experience of tour leaders in an Asian context', *Current Issues in Tourism*, volumen 21(13), pp.1468–1485, DOI: [10.1080/13683500.2017.1281235](https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1281235).
- Breda Z. et al. (2017), 'Gender, flexibility and the 'ideal tourism worker'', *Annals of tourism research*, volumen 64, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.03.002>
- Business Fights Poverty (2019), *How Business Can Tackle Gender Based Violence in the World of Work – A toolkit for action*, Business Fights Poverty, en línea disponible en: <https://businessfightspovrty.org> [24-03-2024].
- Calvet, N. A. et al. (2021), 'Desigualdades de género en el mercado laboral turístico', *Informes en Contraste*, numero 14, Alba Sud, en línea disponible en: <https://www.albasud.org> [08-10-2024].
- Centro Regional de Promoción de la MIPYME (2023), *Presentación: servicios empresariales desde un enfoque de turismo sostenible*, CENPROMYPE, en línea disponible en: <https://centrorecursos.cenpromype.org> [02-05-2024].
- Centro Regional de Promoción de la MIPYME y Sistema de la Integración Centroamericana (2022), *Informe 2022: Digitalización y desarrollo sostenible en las mipymes de la región SICA*, CENPROMYPE, San Salvador, en línea disponible en: <https://centrorecursos.cenpromype.org> [24-03-2024].
- Codina, R. y Moreno Alarcon, D. (2021), 'The impacts of the COVID-19 pandemic on female groups working in the Peruvian and Chilean informal tourism economy', en: British Council Creative Economy (ed.), *The Relationship between the Informal Economy and the Cultural Economy in Global South*, Medium, London, en línea disponible en: <https://medium.com> [02-05-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2024), *Población, desarrollo y- derechos en América Latina y el Caribe: propuesta de segundo informe regional sobre la implementación del Consenso de Montevideo sobre Población y Desarrollo (LC/MDP.5/4/Rev.1)*, CEPAL, Santiago, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023/a), *Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas – Principales Cifras de América Latina y el Caribe*, CEPALSTAT, en línea disponible en: <https://statistics.cepal.org> [25-01-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023/b), *Brechas de género en las cadenas de valor del turismo en América Latina y el Caribe*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [25-01-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2023/c), *Propuesta de segundo Informe regional sobre la implementación del Consenso de Montevideo sobre Población y Desarrollo (LC/MDP.5/4)*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [30-09-2024].

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2022), 'XV Conferencia regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe', conferencia presentada del 7 al 11 de noviembre 2022 en Buenos Aires, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021/a), 'La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad', *Informe Especial COVID-19*, número 9, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [24-03-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021/b), *La igualdad de género ante el cambio climático: ¿qué pueden hacer los mecanismos para el adelanto de las mujeres de América Latina y el Caribe?*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021/c), *Panorama Social de América Latina, 2020* (LC/PUB.2021/2-P/Rev.1), CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [30-09-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020), 'Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia', *Informes COVID-19*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [25-01-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2013), *Consenso de Montevideo sobre población y desarrollo*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2010), *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*, CEPAL, Santiago, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [24-03-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.), 'XVI Encuentro Internacional de Estadísticas de Género', *Pobreza y tiempo destinado al trabajo no remunerado: Un círculo vicioso*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.), *Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe*, CEPAL, en línea disponible en: <https://oig.cepal.org> [24-03-2024].
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Secretaría de Integración Turística Centroamericana, y Sistema de la Integración Centroamericana (2021), *El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las MIPYMES* (LC/MEX/TS.2021/10), CEPAL, Ciudad de México, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [24-03-2024].
- Devine, J. y Ojeda, D. (2017), 'Violence and dispossession in tourism development: a critical geographical approach', *Journal of Sustainable Tourism*, volumen 25, número 5, pp. 605–617, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1293401>.
- Díaz Carrión, I. A.; Kido Cruz, M. T. y Ceyca Lugo, A. (2022), 'Determinantes socioeconómicos del empoderamiento de emprendedoras en Tijuana, México', *Región y sociedad*, número 34, e1522, DOI: <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1522>.
- Eger, C. (2021), 'Gender matters: Rethinking violence in tourism', *Annals of Tourism Research*, volumen 88, mayo 2021, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103143>.
- Eger, C.; Munar, A. M. y Hsu, C. (2022), 'Gender and tourism sustainability', *Journal of Sustainable Tourism*, volumen 30, número 7, pp. 1459–1475, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1963975>.
- Enloe, C. (2000), 'Banana, Beaches and Bases: Making Feminist Sense of International Politics', *University of California Press*, Berkeley.
- Ferguson, L. (2010), 'Tourism development and the restructuring of social reproduction in Central America', *Review of International Political Economy*, volumen 17, número 5, pp. 860–888, DOI: <https://doi.org/10.1080/09692290903507219>.
- Fernández Aldecoa, M. J. y Martínez Barón, L. A. (2010), 'Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género?', *Cuadernos de Turismo*, volumen 26, pp.129–151, en línea disponible en: <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresa-sindigenas/docs/2049.pdf> [16-07-2024].
- Ferrant, G. y Kolev, A. (2016), 'Does gender discrimination in social institutions matter for long-term growth?: Cross-country evidence', *Documents de travail du Centre de développement de l'OCDE*, volumen 330, OCDE, Paris, DOI: <https://doi.org/10.1787/5jm2hz8dgl6-en>.
- Fondo de Población de las Naciones Unidas (2020), 'Consecuencias socioeconómicas del embarazo en la adolescencia en seis países de América Latina y el Caribe', *Implementación de la Metodología Milena en Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Paraguay*, Fondo de Población de las Naciones Unidas – Oficina Regional, en línea disponible en: <https://lac.unfpa.org> [02-05-2024].
- Frost J.; Ooi, N. y Van Dijk, P. (2022), 'Is he going to be sleazy?' Women's experiences of emotional labour connected to sexual harassment in the spa tourism industry', *Journal of Sustainable Tourism*, pp. 2765–2784, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1942892>.
- Gallup, Lloyd's Register Foundation y Organización Internacional del Trabajo (2022), *Experiencias de violencia y acoso en el trabajo: Primera encuesta mundial*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].
- García Rojas, K. (2023), *Perspectiva de género en las estadísticas de América Latina y el Caribe*, CEPAL, Panamá, presentación durante el Taller de construcción de indicadores ambientales ODS – Panamá, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [25-01-2024].
- Gilbert, D.; Guerrier, Y. y Guy, J. (1998), 'Sexual harassment issues in the hospitality industry', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, volumen 10, número 2, pp. 48–53, DOI: 10.1108/09596119810207183.
- Global Entrepreneurship Monitor (2023), *GEM 2022/2023 Women's Report: Challenging Bias and Stereotypes*, GEM, en línea disponible en: <https://www.gemconsortium.org> [24-03-2024].
- González Forero, M. C. y Villegas Cortés, A. (2023), 'Hospitality and tourism education in five Latin American countries: its reviews and suggestions for educational improvement', *Journal of Hospitality & Tourism Education*, volumen 35, número 1, pp.88-95, DOI: <https://doi.org/10.1080/10963758.2021.1963742>

- Guerrier, Y. y Adib, A.S. (2000), 'No, we don't provide that service': the harassment of hotel employees by customers', *Work, Employment and Society*, volumen 14, número 4, pp. 689–705, DOI: <https://doi.org/10.1177/09500170022118680>.
- Heller, L. (2021), 'Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica', *Informe, Programa Mujeres, Economía Local y Territorios (MELYT)*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://elsalvador.unwomen.org> [24-03-2024].
- Hess, S. (2020), *Barreras sistemáticas y discriminación en el acceso a financiamiento para la mujeres: el caso de la cadena del turismo rural en Sacatepéquez (Guatemala)*, CEPAL, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [02-05-2023].
- IZA Institute of Labor Economics (2020), 'Assessing the Role of Women in Tourism Related Sectors in the Caribbean', Discussion Paper Series, IZA en línea disponible en: www.iza.org [02-05-2023].
- Jeffreys, S. (1999), 'Globalizing sexual exploitation: sex tourism and the traffic in women', en: *Leisure Studies*, volumen 18(3), pp. 179–196, DOI: 10.1080/026143699374916.
- Kempadoo, K. (ed., 1999), *Sun, Sex, and Gold: Tourism and Sex Work in the Caribbean*, Rowman & Littlefield Publisher.
- Khoo, C. et al (2024), 'Opportunities and challenges of digital competencies for women tourism entrepreneurs in Latin America: a gendered perspective', *Journal of Sustainable Tourism*, volumen 32, número 3, pp. 519–539, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2189622>.
- Lozanski, K. (2016), 'Desire for Danger, Aversion to Harm: Violence in Travel to "Other" Places', en: Andrews, H. (ed.), *Tourism and violence*, Routledge, London, pp. 33–47, DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315550763>.
- Mecanismo de Seguimiento de la Convención de Belém do Pará (2012), *Segundo Informe Hemisférico sobre la implementación de la Convención de Belém do Pará*, MESECVI, Organización de los Estados Unidos, Washington, en línea disponible en: <https://www.oas.org> [12-08-2024].
- Meunier, F.; Krylova, T. y Ramalho, R. (2017), 'Women's entrepreneurship. How to Measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?', Policy Research Working Paper 8242, Banco Mundial, en línea disponible en: www.worldbank.org [02-05-2024].
- Mooney, S. K. (2020), 'Gender research in hospitality and tourism management: time to change the guard', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1861–1879, DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2019-0780>.
- Moreno Alarcón, D. y Cañada, E. (2018), 'Dimensiones de género en el trabajo turístico', *Informes en Contraste*, número 4, Alba Sud, en línea disponible en: <http://www.albasud.org> [30-09-2024].
- Moreno Alarcón, D. y Cole, S. (2021), 'No sustainability for tourism without gender equality', en: Boluk, K.A.; Cavaliere, C.T. y Higgins-Desbiolles, F. (ed.), *Activating Critical Thinking to Advance the Sustainable Development Goals in Tourism Systems*, 1st edition, Routledge, London, DOI: 10.4324/9781003140542-4.
- Moreno Alarcón, D.; Molina, C. y Romero, M. (2021), 'Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica', *Informe, Programa Mujeres, Economía Local y Territorios (MELYT)*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://elsalvador.unwomen.org> [24-03-2024].
- Moreno Alarcón, D. (2023), *Brechas de género en las Cadenas Globales de Valor de América Latina y el Caribe: nuevos y viejos desafíos en un contexto de incertidumbre* LC/TS. 2023/17, CEPAL, Santiago, pp. 199-238, en línea disponible en: <https://www.cepal.org> [30-09-2024].
- Moreno Alarcon, D. (2022), 'Ciudades inclusivas: perspectiva de género para la sostenibilidad turística' en: Mirallave Izquierdo, V., *Programa Internacional IS_LAB_v.2. Islas como laboratorios del antropoceno, el turismo y los límites ambientales*, Lanzarote, 17 y 18 noviembre, pp. 51–64, en línea disponible en: <https://accedacris.ulpgc.es> [23-07-2024].
- Moreno Alarcón, D. (2021), 'Turismo e gênero na agenda 2030: rumo ao trabalho digno', *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, volumen 12, junio 2021, pp. 109–130, en línea disponible en: <https://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br> [30-09-2024].
- Moreno Alarcón, D. (2017), 'Turismo y Género: un enfoque esencial en un contexto de desarrollo sostenible y responsable del turismo', MA Tesis, Universidad Complutense, Madrid, en línea disponible en: <https://www.docta.ucm.es> [24-03-2024].
- Murguialday, C. (2015), *¿El turismo rural comunitario contribuye al empoderamiento de las mujeres? La experiencia de la UCA "Tierra y Agua" en Nicaragua, ¿Equidad de género en el turismo? Muchas sombras y algunas luces*, en línea disponible en: https://biblioteca.hegoa.ehu.eus/downloads/20071/%2Fsystem%2Fpdf%2F3639%2F_Equidad_de_g_enero_en_el_turismo_.pdf [24-03-2024].
- Naciones Unidas Derechos Humanos (1999), *Protocolo Facultativo de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*, en línea disponible en: <https://www.ohchr.org> [02-05-2024].
- Naciones Unidas Derechos Humanos (1979), *Convención sobre la eliminación de todas a formas de discriminación contra la mujer*, ACNUDH, en línea disponible en: <https://www.ohchr.org> [02-05-2024].
- Naciones Unidas y Regional Collaborative Platform in Latin America and the Caribbean (2024), *Perfil Regional de Igualdad de Género para América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [20-03-2024].
- ONU Mujeres y CEPAL (2021), *Hacia la construcción de Sistemas Integrales de Cuidados en América Latina y el Caribe. Elementos para su implementación*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [23-07-2024].
- ONU Mujeres (2023/a), *Hoja de ruta: Las dimensiones de género en el turismo desde un enfoque de cadena del valor turismo – Región del Trifinio*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [02-05-2024].
- ONU Mujeres (2023/b), 'Las dimensiones de género en el turismo desde un enfoque de cadena de valor en la región Trifinio 2023', conferencia presentada el 23 de marzo 2023, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org/> [24-08-2024].

- ONU Mujeres (2023/c), *Progreso en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible: panorama de género 2023*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://www.unwomen.org> [02-03-2024].
- ONU Mujeres (2020), *Las mujeres en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas en América Latina y el Caribe*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [29-01-2024].
- ONU Mujeres (2018) *Maternidad y paternidad en el trabajo: ¿Cómo pueden las empresas promover la corresponsabilidad de género en los cuidados?*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://lac.unwomen.org> [23-07-2024].
- ONU Mujeres (2017/a), *Redistribuir el trabajo no remunerado*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://www.unwomen.org> [23-07-2024].
- ONU Mujeres (2017/b), *The power of procurement: How to source from women-owned businesses*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://www.unwomen.org> [02-05-2024].
- ONU Mujeres (s.f.), *Legislación con perspectiva de género*, ONU Mujeres, en línea disponible en: <https://publications.iadb.org> [16-07-2024].
- Organización de los Estados Americanos – Departamento de Derecho Internacional (1994), *Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la Mujer «Convención de Belém do Pará»*, OEA, en línea disponible en: <https://www.oas.org> [02-05-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2024/a), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de la OIT, abril 2024*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://ilostat.ilo.org> [22-04-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2024/b), *Empleo desagregado por sexo – estimaciones de OIT, marzo 2024*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://ilostat.ilo.org> [17-03-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2023/a), *Panorama Laboral de América Latina y el Caribe 2023*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2023/b), *What is informal employment?*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [30-09-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2022), 'Los cuidados en el trabajo: Invertir en licencias y servicios de cuidados para una mayor igualdad en el mundo del trabajo', *Informe regional complementario para América Latina y el Caribe*, OIT, Lima, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2021/a), *Hacia una recuperación sostenible del empleo en el sector del turismo en América Latina y el Caribe*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2021/b), *Migración laboral, movilidad en el mundo del trabajo ante la pandemia de la COVID-19 en América Latina y el Caribe*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2019/a), *C190 – Convenio sobre la violencia y el acoso – 2019 (núm. 190)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [30-09-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2019/b), *Ratificación del C190 – Convenio sobre la violencia y el acoso – 2019 (número 190)*, Fecha de entrada en vigor – 25 junio 2021, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [24-03-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2019/c), *R206 – Recomendación sobre la violencia y el acoso – 2019 (núm. 206)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [02-03-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2017), *Pautas de la OIT sobre trabajo decente y turismo socialmente*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [23-07-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2000/a), *C183 – Convenio sobre la protección de la maternidad – 2000 (núm. 183)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [02-05-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (2000/b), *R-191 Recomendación sobre la protección de la maternidad – 2000 (núm. 191)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [02-05-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (1981), *C156 – Convenio sobre los trabajadores con responsabilidades familiares – 1981 (núm. 156)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [02-05-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (1958), *C111 – Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación) – 1958 (núm. 111)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [30-09-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (1951), *C100 – Convenio sobre igualdad de remuneración – 1951 (núm. 100)*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://normlex.ilo.org> [30-09-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (s.f.), *Conceptos y definiciones*, ILOSTAT, Ginebra, en línea disponible en: <https://ilostat.ilo.org> [30-09-2024].
- Organización Internacional del Trabajo (s.f.), *Trabajo decente*, OIT, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ilo.org> [12-09-2024].
- Organización Mundial de la Salud (2024), *Embarazo en la adolescencia*, OMS, en línea disponible en: <https://www.who.int> [07-10-2024].
- Organización Mundial del Turismo y ONU Mujeres (2012), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284414789>.
- Organización Mundial del Turismo (2024/a), *Alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del turismo – Toolkit con indicadores para proyectos (TIPs)*, ONU Turismo, Madrid, <https://doi.org/10.18111/9789284425068>.
- Organización Mundial del Turismo (2024/b), *#8 Américas: Invertir en las mujeres – acelerar el progreso [Youtube]*, publicado el 7 de marzo 2024, en línea disponible en: <https://www.youtube.com> [24-03-2024].
- Organización Mundial del Turismo (2024/c), *Barómetro del turismo mundial, volumen 22, número 2*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>.
- Organización Mundial del Turismo (2024/d), *Dashboard de datos turísticos de ONU Turismo*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [20-03-2024].
- Organización Mundial del Turismo (2024/e), *Statistical Framework for Measuring the sustainability of Tourism (SF-MST): Final Draft*, en línea disponible en: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/statistical-framework-for-measuring-the-sustainability-of-tourism> [02-05-2024].

- Organización Mundial del Turismo (2023), *Encuesta sobre el impacto de la pandemia de COVID-19 en el empleo turístico en función del género*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424467>.
- Organización Mundial del Turismo (2022/a), *Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423286>.
- Organización Mundial del Turismo (2022/b), *Regional Report on Women in Tourism in Asia and the Pacific*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423569>.
- Organización Mundial del Turismo (2022/c), *Taller 'Empresarias que impactan el turismo costarricense'*, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [02-05-2024].
- Organización Mundial del Turismo, (2022/d), *Taller 'Emprendedoras que impactan el turismo dominicano'*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [02-05-2024].
- Organización Mundial del Turismo (2022/e), *Women tourism – Mujeres en Acción de las Galeras and the power of networks for a successful business* [YouTube], publicado 24 agosto 2022, en línea disponible en: <https://www.youtube.com> [24-09-2024].
- Organización Mundial del Turismo (2020/a), *AIUla Framework for Inclusive Community Development through Tourism*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422159>.
- Organización Mundial del Turismo (2020/b), *Regional Report on Women in Tourism in the Middle East*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422371>.
- Organización Mundial del Turismo (2019/a), *Desarrollo del talento humano para la mejora de la competitividad de los destinos – El caso de Perú*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420766>.
- Organización Mundial del Turismo (2019/b), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, ONU Turismo, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.
- Organización Mundial del Turismo (1999), *Código Ético Mundial para el Turismo*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [19-07-2024].
- Organización Mundial del Turismo (s.f.), *Primer Plano*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [30-09-2024].
- Organización Mundial del Turismo (s.f.), *Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism*, ONU Turismo, Madrid, en línea disponible en: <https://www.unwto.org> [30-09-2024].
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y el Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC) (2021), *Mujeres en la educación superior: ¿la ventaja femenina ha puesto fin a las desigualdades de género?*, IESALC, en línea disponible en: <https://www.iesalc.unesco.org> [25-01-2024].
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UIS), *UNESCO Institute for Statistics (UIS)*, UNESCO, París, en línea disponible en: <http://data.uis.unesco.org> [24-03-2024].
- Pacto Global de las Naciones Unidas y ONU Mujeres (2021), *La igualdad es un buen negocio*, ONU Mujeres, en línea disponible en: https://www.weps.org/sites/default/files/2021-08/WEPs%20BROCHURE_SPANISH.pdf [24-03-2024].
- Palm, S. y Le Roux, E. (2021), 'Exploring intersectional approaches to prevent violence against women and girls: lessons from civil society organizations funded by the United Nations Trust Fund to End Violence against Women (Explorar los enfoques interseccionales para prevenir la violencia contra las mujeres y las niñas: lecciones de las organizaciones de la sociedad civil financiadas por el Fondo Fiduciario de las Naciones Unidas para Eliminar la Violencia contra la Mujer)', *Serie de resúmenes Learning from Practice (Aprender de la práctica)*, volumen 1, Fondo Fiduciario de las Naciones Unidas para Eliminar la Violencia contra la Mujer, Nueva York, en línea disponible en: <https://unf.unwomen.org> [12-09-2024].
- Poulston, J. (2008), 'Metamorphosis in hospitality: a tradition of sexual harassment', *International Journal of Hospitality Management*, volumen 27, numero 2, pp.232–240, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.013>.
- Servicio de Ayuda del área de Responsabilidad de la Violencia de Género (Violencia de Género AoR) (2021), *Cambio climático y violencia de género: ¿Cuáles son los riesgos?*, UICN, en línea disponible en: <https://genderandenvironment.org/es/climate-change-and-gender-based-violence-what-are-the-risks/> [24-03-2024].
- Unión Interparlamentaria y ONU Mujeres (2021), *Legislación con perspectiva de género*, UIP, Ginebra, en línea disponible en: <https://www.ipu.org/file/13585/download> [24-08-2024].
- Vizcaino-Suárez, P.; Jeffrey, H. y Eger, C. (2020), *Tourism and gender-based violence: Challenging inequalities*, CABI Publishing, Wallingford.
- Women's Empowerment Principles (s.f.), *Signatarios de WEP*, WEP, en línea disponible en: <https://www.weps.org/companies> [24-03-2024].



ONU Turismo

La Organización Mundial del Turismo (ONU Turismo), organismo especializado de las Naciones Unidas, es una organización internacional con un papel central y decisivo en la promoción y el desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos en materia de turismo. En la actualidad está integrada por 160 países, 6 territorios, 2 observadores permanentes y más de 500 Miembros Afiliados.

www.unwto.org