EMAKUNDE-INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

LA EVALUACIÓN DE IMPACTO EN FUNCIÓN DEL GÉNERO EN EL

TURISMO

EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Erakunde autonomiaduna EUSKO JAURLARITZA
Organismo Autónomo del GOBIERNO VASCO

2024

Título: "La Evaluación de Impacto en función del género en el turismo"

Edita: EMAKUNDE- Instituto Vasco de la Mujer
Manuel Iradier, 36. 01005-Vitora-Gasteiz

Autoría: Red2Red: Cynthia Bartolomé Esteban; Anabel Suso Araico; Clara Inés Guilló Girard

Fecha: Abril 2024

ÍNDICE

1. CONTEXTUALIZACIÓN 4

2. ASPECTOS CLAVE A ANALIZAR PARA EVALUAR EL IMPACTO DE GÉNERO 6

2.1. PRESENCIA DE MUJERES Y HOMBRES EN EL SECTOR 6

2.2. DESIGUALDADES EN EL ACCESO A RECURSOS 9

2.3. DESIGUALDADES EN LA PARTICIPACIÓN DE MUJERES Y HOMBRES 19

2.4. INCIDENCIA DE LAS NORMAS SOCIALES Y VALORES 21

2.5. MANDATOS ESPECÍFICOS EN MATERIA DE IGUALDAD 24

3. LEGISLACIÓN 27

4. FUENTES DE DATOS 28

5. DOCUMENTOS DE REFERENCIA 30

1. CONTEXTUALIZACIÓN

La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera el turismo como un **fenómeno social, cultural y económico** que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

Según la OMT, el sector del turismo -donde hay una presencia mayoritaria de mujeres- representa oportunidades para alcanzar una situación de igualdad de género.

Sin embargo, este sector presenta muchas similitudes con el resto de las actividades o sectores económicos. Este documento pretende abordar el papel de las mujeres en un sector que en la actualidad se ha convertido en una de las actividades más importante para la economía. El análisis de la realidad en la industria turística constata que, si bien es un gran empleador para las mujeres, el **empleo generado reproduce un modelo patriarcal** muy marcado en los roles tradicionalmente asignados a mujeres y hombres. Se da una segregación horizontal y vertical y una precarización del empleo, sobre todo en los ámbitos más feminizados del sector turístico, con claros impactos en las mujeres.

La industria del turismo evidencia dos grandes cuestiones: por un lado, en términos de empleo, los datos disponibles indican que el sector del turismo es **un ámbito feminizado**; aspecto que ya se apunta desde la etapa formativa, especialmente en los estudios universitarios de turismo, donde las mujeres tienen **una presencia más elevada que los hombres entre el alumnado**. En el empleo turístico, las mujeres se concentran especialmente en la hostelería, uno de los ámbitos más precarios del conjunto de la economía y las trabajadoras del sector turístico presentan, en mayor medida que los hombres, contratos temporales y jornadas a tiempo parcial. Y, por otro lado, esta feminización del sector **no se traduce en una mayor presencia y participación de las mujeres en cargos de responsabilidad**.

Del mismo modo, el análisis desde la perspectiva de género sobre las personas turistas muestra algunas **diferencias en el comportamiento de mujeres y hombres en los viajes**, particularmente en cuanto a la frecuencia de los desplazamientos o la tipología de las actividades que se realizan en el destino.

Otro de los espacios que precisa de atención es la persistencia de **los roles de género,** especialmente en la actividad de promoción turística. El análisis de la publicidad del sector muestra que las mujeres son representadas de manera estereotipada, hecho que perjudica el avance hacia una sociedad justa e igualitaria. En el lado más extremo de la desigualdad de género nos encontramos con diferentes manifestaciones de **violencias machistas contra las mujeres,** con especial incidencia en el ámbito turístico de la violencia sexual en espacios festivos y de ocio.

En este contexto, y de cara a superar estos elementos de desigualdad, es fundamental dar cumplimiento no sólo a los mandatos legales en materia de igualdad sino también a los compromisos establecidos por los gobiernos. El

mandato de las Naciones Unidas para la implantación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU) lleva a considerar el turismo, por su importancia y contribución en el empleo femenino, parte importante para alcanzar los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y, en particular, el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 relativo a la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

La III. Estrategia Vasca de Turismo y Comercio 2030 y Planes de Acción 2023 – 2025 del Gobierno Vasco incorpora este mandato de Naciones Unidas mediante el compromiso de **lograr que Euskadi sea un "destino turístico seguro, sostenible y responsable".**

Asimismo, el Gobierno Vasco ha asumido el compromiso con la incentivación de la igualdad de género en el sector turístico en pasados Planes de Gobierno (como el de la XII Legislatura), incluyendo, entre otras, un *Programa de igualdad en las empresas turísticas*, así como la implantación de un *Código Ético del Turismo en Euskadi*, entre cuyos principios se encuentra la igualdad, la inclusión y la tolerancia a la diversidad, y señala, particularmente, que las **actividades turísticas respetarán la igualdad de género.**

Por último, señalar que al no contar con gran cantidad de datos y estudios que miden la situación de las mujeres en el sector del Turismo en Euskadi ha sido necesario consultar otras fuentes, en su gran mayoría del sistema estatal INE.

2. ASPECTOS CLAVE A ANALIZAR PARA EVALUAR EL IMPACTO DE GÉNERO

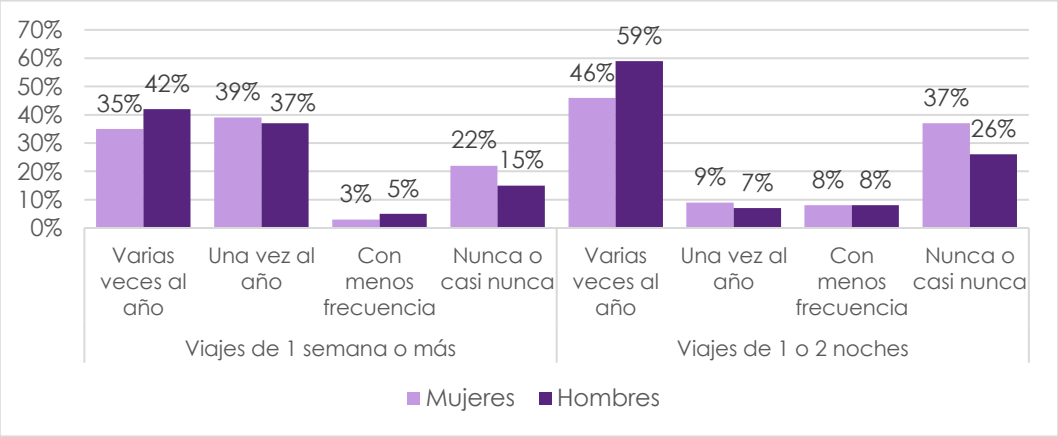
2.1. PRESENCIA DE MUJERES Y HOMBRES EN EL SECTOR

Turismo emisor vasco

La mayor parte de la sociedad vasca realiza varios viajes al año, especialmente de corta duración. Casi el 60% de la población de la CAE afirma hacer varias "escapadas" de 1 o 2 noches cada año. Además, el 39% hace varias salidas de una semana o más tiempo, y el 38% realiza viajes de esta duración al menos una vez al año (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023).

Sin embargo, se aprecia que **las mujeres de la CAE viajan con menos frecuencia que los hombres**. El porcentaje de mujeres que realiza varios viajes al año es inferior al porcentaje de hombres, 7 puntos en los viajes de una semana o más tiempo y 13 menos en los de corta duración. Además, el porcentaje de mujeres que afirma no viajar nunca o casi nunca es notablemente superior al de hombres en ambos casos.

Gráfico 1. *Hábito de viajar de la población de la CAE según duración del viaje, frecuencia y sexo (2023)*



Fuente: Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023)

- <u>Motivos principales del viaje:</u>

Si nos detenemos en los viajes o visitas a diferentes lugares dentro de Euskadi, entre los destinos preferentes de la población de la CAE destacan, en primer lugar, las visitas a la costa (el 71% de los viajes están muy o bastante motivados por este destino), seguido de las visitas a espacios naturales (63%), viajes para conocer el arte, patrimonio y la cultura (60%), y para disfrutar de la gastronomía (54%).

Las motivaciones para viajar por Euskadi presentan diferencias en las mujeres y los hombres. Si bien para mujeres y hombres la principal motivación se encuentra en visitar la costa vasca, las mujeres seguidamente señalan que tienen interés en los viajes cuyo objetivo consiste en conocer el arte, patrimonio y la cultura seguido

de las visitas a espacios naturales, mientras que para los hombres la segunda motivación para viajar está en visitar espacios naturales.

***Tabla 1**. Población de la CAE a las que le interesa mucho o bastante viajar según sexo y motivo para viajar por Euskadi (2023)*

	Total	Mujeres	Hombres
Visitar la costa vasca	71%	70%	71%
Conocer el arte, patrimonio y la cultura	60%	63%	56%
Visitar espacios naturales	63%	61%	65%
Disfrutar de la gastronomía	54%	51%	56%

Fuente: Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023)

En los viajes de Semana Santa, las actividades principales tanto de mujeres como de hombres fueron conocer el lugar y la naturaleza, con escasa diferencia por sexo. Sin embargo, entre las mujeres destacan en tercer lugar los desplazamientos orientados a **visitar a familiares o amistades** (con 11 puntos porcentuales de diferencia sobre los hombres), y entre los hombres el turismo gastronómico (9 puntos porcentuales por encima de las mujeres).

***Tabla 2.** Tipo de actividades en los viajes durante Semana Santa de la población de la CAE por sexo (2023)*

	Mujeres	Hombres
Conocer el lugar	55%	56%
Actividades en la naturaleza	31%	33%
Gastronomía	26%	35%
Visitar a familiares o amistades	28%	17%
Cultura (museos, exposiciones, etc.)	15%	11%

Fuente: Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023)

Durante el verano, entre los hombres es más frecuente el turismo costero (52% de los hombres que viajan y 46% de las mujeres) y los viajes de naturaleza y aventura (26% y 23% respectivamente). Las mujeres optan en cierta mayor medida por los viajes culturales y eventos (21% mujeres y 18% hombres) y el turismo rural (14% mujeres y 12% hombres).

***Tabla 3.** Tipo de viaje en las vacaciones de verano de la población de la CAE por sexo (2023)*

	Mujeres	Hombres
Turismo costero	46%	52%
Conocer ciudades	32%	32%
Naturaleza y aventura	23%	26%
Cultura y eventos	21%	18%
Turismo rural	14%	12%
Visitar familiares y/o amistades	4%	5%
Turismo gastronómico	2%	4%

Fuente: Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023)

Turismo receptor en la CAE

El turismo se ha convertido en una de las actividades más importante de Euskadi, ya que genera ingresos económicos significativos y empleo. El Observatorio Turístico de Euskadi (2023) ha estimado que la aportación económica de la actividad turística de Euskadi supuso el 5,5% del PIB del año 2022.

El **perfil de turista que visita la CAE** se corresponde (casi el 70% del total de visitantes) con el de una persona adulta con 40 años o más. La proporción de mujeres menores de 40 años que viaja a Euskadi es mayor que la de hombres, una relación que se invierte en el caso de los hombres, pues a partir de esa edad son proporcionalmente ellos los que más viajan.

Tabla 4.*Turistas que visitan la CAE por edad y sexo (2019)*

	Total	Mujeres	Hombres
18-24 años	3,1%	3,3%	2,9%
25-29 años	8,4%	10,5%	6,6%
30-39 años	19,5%	21,1%	18,1%
40-49 años	21,7%	20,1%	23,1%
50-59 años	17,2%	16,1%	18,1%
60 años o más	30,1%	28,9%	31,2%
Total	100%	100%	100%

Fuente: IBILTUR (Eustat, 2020).

Las principales motivaciones de elegir la CAE como destino turístico son la gastronomía, el turismo en la ciudad y el turismo cultural (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2020).

No se observan grandes diferencias por sexo en este sentido, no obstante, se aprecia un porcentaje mayor de mujeres que de hombres que optan por realizar turismo cultural, o turismo costero.

Tabla 5. *Actividades realizadas por las personas viajeras que visitan la CAE por sexo (2019)*

	Total	Mujeres	Hombres
Gastronomía	87,5%	87,9%	87,2%
Turismo en la ciudad	79,0%	81,3%	77,1%
Turismo cultural	62,9%	66,3%	60,0%
Rutas turísticas	60,8%	63,0%	58,9%
Turismo costero	58,9%	61,4%	56,7%
Otras actividades	35,5%	36,9%	34,2%

Fuente: Claves del comportamiento, análisis evolutivo y tipologías de turistas de ocio en Euskadi (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2020a).

Cabe destacar el hecho de que la CAE se sitúa en el tercer puesto del ranking de **destinos gastronómicos** a nivel estatal.

En la CAE, el perfil de las y los turistas asistentes a **congresos y convenciones** (más vinculado al ámbito laboral, por tanto) se identifica en mayor proporción con el de un hombre (57,2% del total de asistentes) que con el de una mujer (42,8%) -Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2020b-.

2.2. DESIGUALDADES EN EL ACCESO A RECURSOS

Educación y formación

En la CAE, la presencia de mujeres en los ciclos formativos de hostelería y turismo de **Formación Profesional** (FP) es significativamente inferior a la presencia de hombres, especialmente en la FP Básica (35,9% de mujeres sobre el total del alumnado) y FP de Grado medio (36,4%), siendo prácticamente igualitaria su distribución por sexo en la FP de Grado Superior (49,6%).

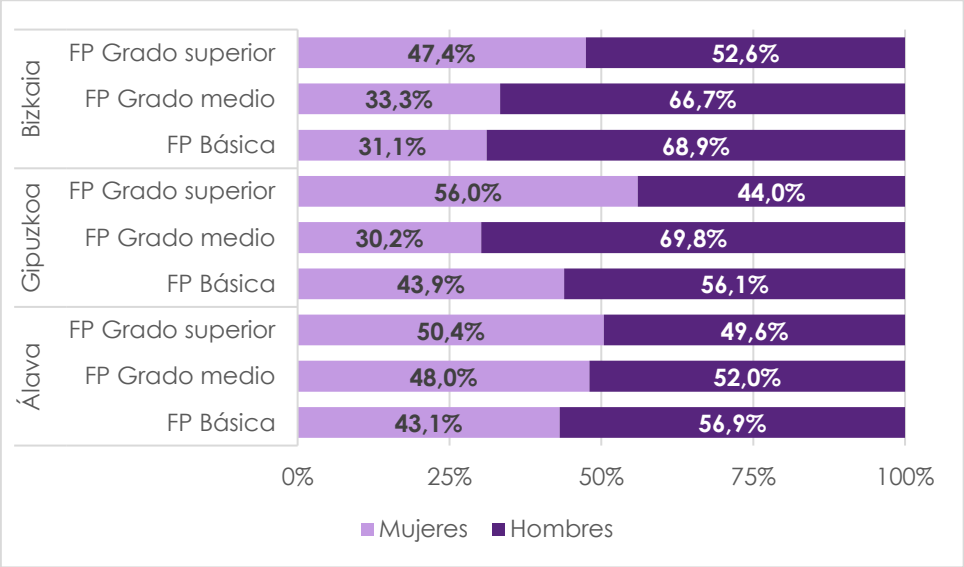
Tabla 6. *Alumnado matriculado en el ciclo formativo de hostelería y turismo, por sexo y nivel de FP en la CAE (curso 2021-2022)*

	Mujeres	Hombres	% Mujeres
FP Básica	271	483	35,9%
FP Grado Medio	276	482	36,4%
FP Grado superior	466	474	49,6%

Fuente: Estadística de las Enseñanzas no universitarias (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2023).

Estas diferencias se replican de diversa manera por territorio histórico. En Álava mujeres y hombres tienen una presencia equilibrada en todos los niveles de FP. De igual manera, en Gipuzkoa se observa una presencia equilibrada, salvo en la FP de Grado Medio, donde las mujeres suponen el 30,2% del alumnado. En Bizkaia, tanto en el ciclo de FP Básica como en el de FP de Grado Medio, las alumnas tienen una presencia menor a la de los hombres (31,1% y 33,3% de mujeres sobre el total del alumnado, respectivamente).

Gráfico 2. *Alumnado matriculado en el ciclo formativo de hostelería y turismo, por sexo y nivel de FP (curso 2021-2022)*



Fuente: Estadística de las Enseñanzas no universitarias (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2023)

En cualquier caso, se observa que **la presencia de mujeres entre el alumnado del ciclo formativo de hostelería y turismo de FP es más elevada en los niveles superiores** -FP de Grado superior- con independencia del territorio.

Una hipótesis podría ser que los jóvenes abandonan antes estos estudios, mientras que ellas continúan la formación hasta alcanzar el Grado Superior.

Esta tendencia se confirma en los estudios universitarios. Durante el curso 2021-2022, las mujeres suponen el 68,7% del alumnado matriculado en el grado de turismo en la CAE (Eustat, 2023).

La diferencia entre mujeres y hombres aumenta entre el alumnado egresado de estudios de turismo. En el curso 2021-2022 el 82,6% del alumnado que terminó el grado universitario de turismo en la CAE fueron mujeres.

Tabla 7. *Alumnado matriculado y egresado en el grado universitario de turismo por sexo en la CAE (curso 2021-2022)*

	Mujeres	Hombres	% Mujeres
Matriculado	193	88	68,7%
Egresado	57	12	82,6%

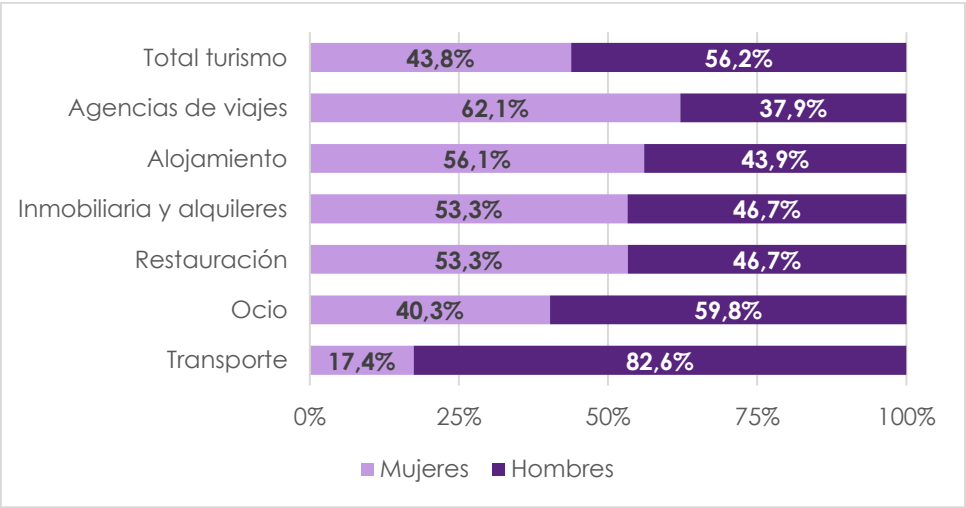
Fuente: Estadística universitaria (Eustat, 2023)

Empleo

Las **personas ocupadas en el sector del turismo** en la CAE sobrepasan las 90.000 personas, (99.450 personas en el III trimestre y 93.311 en el IV trimestre del 2023). De éstas, eran asalariadas alrededor del 80% (85% en el trimestre de la época estival) y el resto eran personas profesionales autónomas (INE, 2023b).

A nivel estatal, las mujeres suponen el 43,8% y los hombres el 56,2% de las **personas ocupadas** en el ámbito del turismo en 2023. A excepción del ocio y el transporte, donde apenas trabajan mujeres, en todas las demás **ocupaciones vinculadas al turismo las mujeres están sobrerrepresentadas.**

Gráfico 3. *Personas ocupadas en el turismo por sexo y actividad a nivel estatal (2023)*

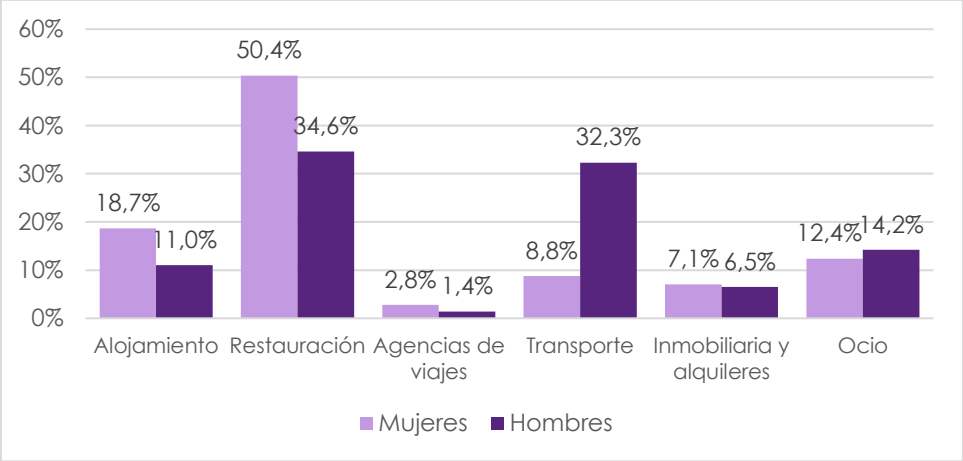


Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2023b)

El análisis de la **distribución de las personas empleadas en el ámbito del turismo según actividad** pone de relieve que la hostelería -restauración y alojamiento- es la actividad más importante del sector en términos de empleo. Ya que esta actividad concentra al 55,9% de las personas ocupadas dentro del ámbito turístico a nivel estatal.

Casi el 70% de las mujeres del ámbito turístico están empleadas en la hostelería (50,4% en restauración y 18,7% en alojamiento), lo que indica una **elevada segregación horizontal de las mujeres del sector** en esta actividad.

Gráfico 4. *Distribución de las personas ocupadas por sexo y actividad a nivel estatal. Segregación horizontal (2023)*



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2023b)

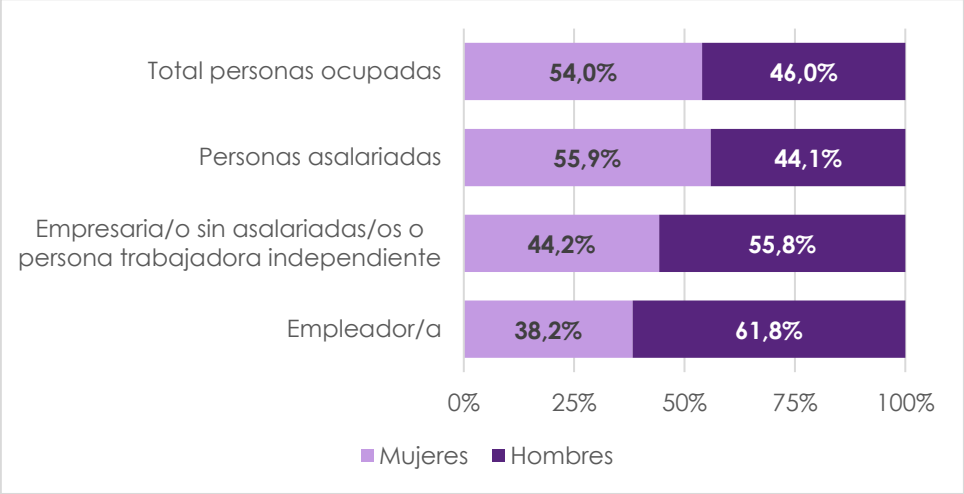
En cuanto a la **situación profesional**[1], a pesar de la feminización del sector servicios (54% mujeres sobre el total de personas ocupadas), las mujeres tienen menos presencia que los hombres entre las personas empleadoras[2] (23,5 puntos porcentuales de diferencia) y entre las personas empresarias sin personas asalariadas del sector[3] (11,5 puntos porcentuales). Esta situación apunta en cierta medida a la **segregación vertical de las mujeres en el sector servicios**.

[1] El INE distingue tres situaciones respecto a las personas ocupadas: (1) asalariadas o que trabajan por cuenta ajena -pueden ser personas asalariadas del sector público o del sector privado-; (2) personas por cuenta propia -entre las que distingue a personas empleadoras y personas empresarias sin asalariadas, entre otras-; (3) otra situación. Más información en "Trabajo. Notas metodológicas y explicativas" del INE.

[2] Con persona empleadora se hace referencia a las personas que tienen a terceras/os trabajando para ellas.

[3] Las personas empresarias sin asalariadas/os o personas trabajadoras independientes son personas propietarias de un negocio o empresa pero que no tienen personas empleadas a su cargo.

Gráfico 5. *Personas ocupadas en el sector servicios por sexo y situación profesional a nivel estatal (2023)*



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2023)

En cuanto a las **personas desempleadas** que han trabajado anteriormente en turismo, el porcentaje de mujeres paradas es ligeramente inferior al de hombres en el conjunto del sector. No obstante, si excluimos el transporte y el ocio, las mujeres suponen la mayoría de personas sin empleo en todo el resto de actividades turísticas. En concreto, las mujeres suponen el 85% de las personas paradas en agencias de viajes y el 63,5% en los servicios de alojamiento (Servicio Público de Empleo Estatal -SEPE-, 2023).

Tabla 8. *Personas paradas (miles) en el turismo por sexo y actividad a nivel estatal (2022T4)*

	Mujeres	Hombres	% Mujeres
Alojamiento	43,9	25,2	63,5%
Restauración	91,1	88,0	50,9%
Agencias de viajes	1,7	0,3	85,0%
Transporte	8,7	31,2	21,8%
Inmobiliaria y alquileres	4,2	3,3	56,0%
Ocio	23,4	27,0	46,4%
Total turismo	173,0	175,0	49,7%

Fuente: El empleo en el sector del turismo en España: situación y tendencia (SEPE, 2023).

Por su parte, los datos de afiliación de la Seguridad Social muestran que en la CAE las mujeres suponen el 48,5% de las **personas afiliadas en la Seguridad Social en las actividades turísticas**. El 51,0% entre las personas asalariadas y el 38,9% entre las personas autónomas del sector (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2022).

Las mujeres tienen, igualmente, una presencia notablemente más elevada que los hombres en las actividades vinculadas a la hostelería y las agencias de viajes y operadores turísticos. En cambio, están infrarrepresentadas en otras actividades turísticas, especialmente en las relacionadas con transporte.

Tabla 9. *Personas afiliadas en la Seguridad Social en actividades turísticas por sexo y rama en la CAE (2022)*

		Mujeres	Hombres
Hostelería	**Alojamiento**	60,1%	39,9%
	Restauración	56,2%	43,8%
	Total hostelería	56,6%	43,4%
Agencias de viajes y operadores turísticos		72,9%	27,1%
Otras actividades turísticas	**Transporte terrestre**	14,9%	85,1%
	Otro tipo de transporte	31,9%	68,1%
	Actividades anexas al transporte	32,1%	67,9%
	Alquiler de equipos de transporte	24,2%	75,8%
	Industria cultural	50,4%	49,6%
	Industria recreativa y deportiva	40,1%	59,9%
	Total otras actividades turísticas	32,6%	67,4%

Fuente: Diagnóstico sobre las desigualdades entre mujeres y hombres en las empresas turísticas (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2022)

Dentro del ámbito de la hostelería, un empleo altamente feminizado y con una elevada presencia de mujeres inmigrantes- es el trabajo de las **camareras de piso**. Aunque no se conocen datos ni estudios al respecto sobre la situación específica de estas trabajadoras en la CAE, a nivel estatal la reivindicación de las llamadas "kellys[4]" ha visibilizado la precariedad y la dureza de este empleo (Cañada, 2019).

La progresiva pérdida de los contratos fijos y fijos discontinuos y el incremento de las formas atípicas de empleo -temporal, a tiempo parcial y, especialmente, externalizado- han ido degradando la ocupación de camarera de piso, además de experimentarse un elevado incremento de las cargas de trabajo en los últimos años (Cañada, 2019).

El estudio de la situación de las camareras de piso refleja que "su caso es un claro ejemplo de la intersección entre la precariedad y la invisibilidad de unas tareas que han sido histórica y culturalmente asignadas a las mujeres y condenadas al menosprecio social". Sus reivindicaciones laborales señalan a "la visibilización de las tareas de cuidados y a que contribuye a la repolitización de dichos trabajos en el ámbito público" (López-González y Medina-Vicent, 2020).

Con relación al tipo de **contratación**, el ámbito de la hostelería -donde las mujeres están sobrerrepresentadas- es el que mayor porcentaje de **contratos a tiempo parcial** presenta (63,0% del total de contratos a tiempo parcial del sector turístico a nivel estatal).

[4] *Kellys* hace referencia a las camareras de piso, "las que limpian". Más información en Asociación las kellys

En el conjunto del sector[5], se aprecia que **los contratos parciales afectan a un porcentaje mayor de mujeres** (26,6% del total de las mujeres ocupadas en el sector) que de hombres (12,7% sobre el total de hombres ocupados en el sector).

Tabla 10. *Personas ocupadas en el ámbito del turismo por sexo y tipo de a nivel estatal (2023)*

	Mujeres	Hombres
Tiempo completo	73,4%	87,3%
Tiempo parcial	26,6%	12,7%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2023)

La mirada interseccional reclama poner el foco sobre la **situación de las mujeres migrantes empleadas en el sector**. La ausencia de estudios y estadísticas actualizadas al respecto no permiten profundizar en el análisis, sin embargo, algunas investigaciones indican que el género y el estatus migratorio en ocasiones pueden ser empleados como elementos de discriminación y segmentación del mercado laboral turístico. De esta forma, las mujeres, especialmente las migrantes, desempeñan los trabajos más precarios del sector, como camareras de piso, limpieza de apartamentos turísticos o camareras de sala (Salvador-Almela, Abellan-Calvet e Izcara, 2020).

En general, dentro del sector, en términos de **estabilidad en el empleo**, el 17,1% de los contratos del sector servicios en el cuarto trimestre de 2023 son temporales, siendo el segundo sector de actividad que presenta mayor temporalidad, tras agricultura, a nivel estatal (INE, 2023b).

En este sentido, conviene tener en cuenta que el 19,4% de las mujeres asalariadas en el sector servicios tiene contrato temporal, porcentaje más de 5 puntos porcentuales superior que en el caso de los hombres. Podemos afirmar, por tanto, que las mujeres están en una situación de precariedad mayor que los hombres.

Tabla 11. *Personas asalariadas en el sector servicios por tipo de contrato y sexo a nivel estatal (2023T4)*

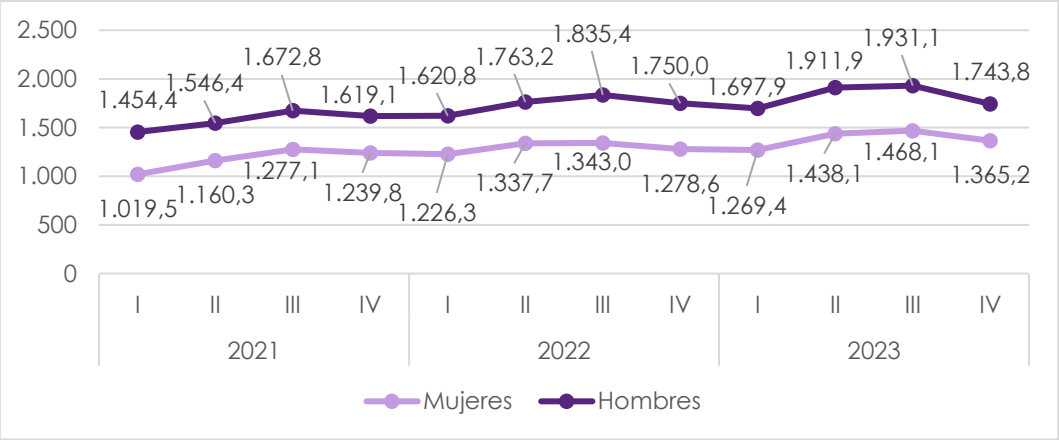
	Mujeres	Hombres
Temporal	19,4%	14,2%
Indefinido	80,6%	85,8%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2023b)

La temporalidad de los contratos se encuentra íntimamente relacionada con el **carácter estacional del empleo turístico**. La evolución trimestral del número de personas ocupadas en el conjunto del sector entre 2021 y 2023 apunta este fenómeno en cierta manera, al observarse un ligero incremento de las personas ocupadas en el tercer trimestre de cada año, coincidiendo con el periodo estival (INE, 2023).

[5] Las estadísticas disponibles no permiten desagregar por actividades, por lo que se presenta el conjunto de los datos de las secciones de actividad vinculadas al sector -transporte y almacenamiento, hostelería, actividades inmobiliarias y ocio-, que en algunos casos incluyen otras actividades no vinculadas al turismo -como ocurre en transporte y almacenamiento-.

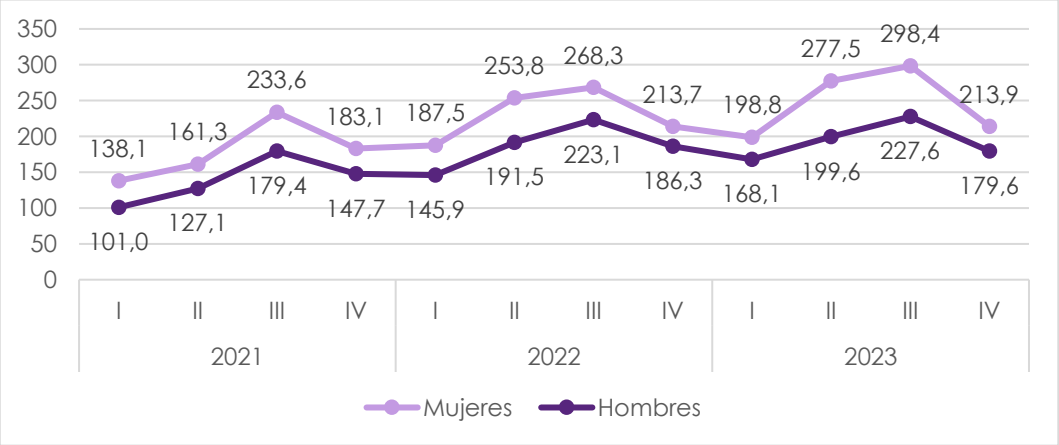
Gráfico 6. *Evolución de las personas ocupadas en el ámbito del turismo por sexo y trimestre a nivel estatal (2021-2023)*



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2023)

Sin embargo, si se compara la evolución del número de personas ocupadas en el ámbito específico del alojamiento -intensamente feminizado- se observa, primero, que los repuntes en el tercer trimestre son sensiblemente más acusados que en el conjunto del sector turístico y, segundo, que la reducción del número de personas empleadas en los trimestres siguientes es fuertemente perceptible.

Gráfico 7. *Evolución de las personas ocupadas en el ámbito del alojamiento por sexo y trimestre a nivel estatal (2021-2023)*



Fuente: Encuesta de Población Activa (INE, 2023)

Estas diferencias no sólo se reflejan en las características del empleo turístico, sino que la persistencia de las desigualdades se encuentra también en los sueldos. Si bien los salarios en un gran número de puestos de trabajo deberían de estar regulados por convenios colectivos que prohíben toda discriminación basada en el sexo de las personas, los sueldos están sometidos a otro tipo de variables en los que sí existe discriminación. La segregación horizontal y vertical, junto a las condiciones laborales de temporalidad y parcialidad del sector servicios que afectan en mayor medida a las mujeres influyen de manera directa sobre **las retribuciones**.

De esta forma, la hostelería, ámbito de empleo altamente feminizado -como ya se ha señalado-, presenta el **salario medio anual más bajo de todas las secciones de actividad** (14.632,81€/año) -INE, 2021-.

Dentro del sector turístico, la mayor **brecha salarial de género** que afecta negativamente a las mujeres se registra en las actividades administrativas y servicios auxiliares. Éste es el ámbito de actividad al que pertenecen las *agencias de viaje y operadores turísticos*. La Hostelería se sitúa en tercer lugar, con una brecha salarial de género del 17,5%, casi 1 punto porcentual por debajo de la brecha salarial de género del conjunto de la economía (18,4%).

Por el contrario, **la brecha salarial más baja se observa en el transporte** y almacenamiento, ámbito con mayor presencia de hombres. Además, es en este ámbito de actividad donde se encuentra el sueldo medio más elevado para las mujeres dentro del sector turístico.

Tabla 12. *Sueldo medio anual y brecha salarial de género en actividades vinculadas al sector turístico[6] a nivel estatal (2021)*

	Mujeres	Hombres	Diferencia	Brecha salarial[7]
Transporte y almacenamiento*	24.286,3 €	25.939,1 €	1.652,8 €	6,4%
Ocio	16.753,6 €	19.600,5 €	2.846,9 €	14,5%
Hostelería	13.388,6 €	16.229,9 €	2.841,3 €	17,5%
Actividades inmobiliarias	21.787,7 €	29.121,0 €	7.333,2 €	25,2%
Actividades administrativas y servicios auxiliares*	15.248,4 €	21.648,6 €	6.400,2 €	29,6%
Total secciones de actividad	23.176,0 €	28.388,7€	5.212,7€	18,4%

Fuente: Encuesta de Estructura Salarial (INE, 2021)

Entre las causas de la diferencia retributiva entre las mujeres y los hombres, los **complementos salariales** son responsables de la parte más importante. La discrecionalidad para la asignación de complementos salariales, definidos de acuerdo con requisitos tradicionalmente valorados como masculinos -peligrosidad, nocturnidad, responsabilidad, productividad, disponibilidad, etc.- penalizan el salario de las mujeres (Instituto de las Mujeres, 2024).

Con relación a los salarios, ha sido señalado de forma reiterada la presencia de pagos en "B" de parte de los salarios y bajo la noción de "propinas"; es decir, fuera de lo estipulado en el contrato, lo que implica que la cotización a la seguridad social es menor por parte del empresariado. Esto es un rasgo de la presencia de economía sumergida en el sector.

[6] Las estadísticas disponibles no permiten desagregar por actividades, por lo que se presentan datos por secciones de actividad, que en algunos casos (*) incluyen otras actividades no vinculadas al turismo -como ocurre en transporte y actividades administrativas y servicios auxiliares-.
[7] Cálculo de la brecha salarial: diferencia entre el salario medio mensual de los hombres y las mujeres, dividida entre el salario medio mensual de los hombres.

En general, en España se calcula que la economía sumergida representa el 17% del PIB (OECD, 2024). En la C.A. de Euskadi representaba un 8,7% del PIB en 2020; siendo el comercio y la hostelería el segundo y tercer sector con mayor informalidad (EUSTAT, 2023b)[8].

Por último, cabe mencionar que la expansión del turismo como sector económico ha traído consigo algunas consecuencias en las condiciones laborales de otros subsectores, como es la **liberalización de los horarios** comerciales.

Aunque no se ha podido acceder a datos desagregados por sexo sobre la cuestión, la hipótesis principal es que la liberalización de los horarios puede tener un impacto muy negativo sobre las personas empleadas en comercios, siendo mujeres la mayoría de trabajadoras. Entre las consecuencias para las personas empleadas del ámbito del comercio se encontrarían la ampliación de la jornada laboral y el consecuente incremento de la carga de trabajo; dificultades para la conciliación de la vida personal y laboral; reducción de la calidad de vida; o el aumento de la precarización del empleo -ya que habitualmente la liberalización de horarios se relaciona con la contratación temporal y la jornada a tiempo parcial-, entre otras.

Conciliación laboral

Una de las cuestiones fundamentales a tener en cuenta en el sector del Turismo tiene que ver con la conciliación laboral, o más bien con la falta de ella. Las características del empleo en el sector turístico -como las largas jornadas de trabajo, la eventualidad y la inestabilidad del empleo, la estacionalidad, o los turnos de trabajo- dificultan la conciliación con el trabajo reproductivo (trabajo en el hogar y de cuidados), del que se ocupan mayoritariamente las mujeres.

Esto mismo afectaría a las personas trabajadoras de comercios en zonas turísticas, cuyos horarios de apertura y cierre y periodos vacacionales se han visto transformados por el turismo.

A este respecto es importante destacar que existe una importante carencia de recursos públicos para el cuidado de personas dependientes que estén disponibles fines de semana, festivos o en periodos vacacionales, siendo la oferta privada de estos recursos, escasa y poco accesible económicamente.

Otros recursos

- <u>Prevención de riesgos laborales y salud</u>

Las personas empleadas en el ámbito del comercio y la hostelería, mayoritariamente mujeres, se encuentran expuestas a varios riesgos relacionados con la seguridad, la higiene industrial, la ergonomía y los factores de riesgo psicosocial -entre los que destacan la temporalidad, los horarios prolongados, el trabajo a turnos o el trato con clientes, entre otros- (Osalan, s.f).

[8] De acuerdo con EUSTAT, "por sectores, el sector en el que se estima un mayor volumen de economía sumergida es el sector de la Construcción, donde se ha estimado que supuso el 23,9% de su actividad en 2020. Por detrás, el sector que agrupa el Comercio (incluida la reparación de vehículos), la hostelería y el transporte, generó el 17,1% de su riqueza de forma oculta" (2023).

Según los datos de siniestralidad de la Dirección General de Estadística aportados por el Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo -INSST- (2019), en 2017 se registraron 4012 accidentes de trabajo con baja entre el personal de limpieza -ámbito en el que destaca la ocupación de camarera de piso- a nivel estatal, afectando el 87,4% a mujeres.

- Acceso a ayudas o subvenciones en el ámbito turístico

El diagnóstico sobre las empresas turísticas realizado por el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo (2022) señala la importancia de la formación subvencionada en este ámbito. En concreto, indica que una de las posibles acciones a desarrollar para reducir las desigualdades entre mujeres y hombres en las empresas y establecimientos de alojamiento turístico son las ayudas y subvenciones para la formación y capacitación de mujeres, con el objetivo de mejorar su desarrollo profesional y facilitar su ascenso a niveles superiores.

No obstante, no se han detectado información ni datos desagregados por sexo sobre ayudas o subvenciones en el ámbito del turismo.

- Razones para no poder viajar:

Entre las personas que no viajan en la CAE, las mujeres destacan porcentualmente sobre los hombres tanto en el periodo vacacional de Semana Santa (54,7% del total de personas que no viajan) como durante el verano (59,7%) -Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023-.

Al analizar las causas por las que estas personas **no pueden viajar,** se observan más diferencias por sexo entre los datos referidos al periodo de Semana Santa. Durante esta época, los motivos personales -**por enfermedad, cuidados de otra persona, etc.- son la primera razón para no viajar entre las mujeres** (30% del total de mujeres que no viajaron). Mientras que, en el caso de los hombres, la primera causa es la falta de tiempo o de días libres por trabajo o estudios (30% de los hombres que no viajaron). Los motivos económicos ocupan el tercer lugar en ambos casos, aunque el porcentaje de mujeres que no pudo viajar por esta razón (15%) es ligeramente superior al de hombres (13%).

***Tabla 13**. Personas de la CAE que no viajan en Semana Santa y verano por sexo y razón para no viajar (2023)*

	Semana Santa		Verano	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Motivos personales (enfermedad, cuidado de otra persona, etc.)	30%	24%	30%	30%
Motivos económicos	15%	13%	20%	20%
Por no tener tiempo o días libres	21%	30%	15%	21%
Porque no le gusta	6%	8%	10%	8%
Viajará en otra época del año	4%	3%	4%	4%
Otras razones	14%	22%	19%	17%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023)

2.3. DESIGUALDADES EN LA PARTICIPACIÓN DE MUJERES Y HOMBRES

A continuación, se detalla la **presencia, representación y participación de mujeres y hombres** en los órganos, instituciones y asociaciones de referencia en el ámbito del turismo en la CAE.

En la fecha de elaboración de este informe, en el **Departamento de Turismo, Comercio y Consumo** se observa una presencia equilibrada de mujeres y hombres en los puestos de dirección (3 en cada caso). No obstante, los dos puestos de mayor rango del Departamento -titular del departamento y Viceconsejería de Turismo y Comercio- están ostentados por hombres.

Tabla 14. *Organigrama del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo en la XII Legislatura del Gobierno Vasco por sexo (2024)*

	Mujeres	Hombres
Consejería de Turismo, Comercio y Consumo	0	1
Dirección de Gabinete	0	1
Dirección de Servicios	1	0
Viceconsejería de Turismo y Comercio	0	1
Dirección de Turismo y Hostelería	1	0
Dirección de Comercio	1	0
Total	3	3

Fuente: Estructura y funciones (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2024)

De acuerdo con el *Decreto 5/2015*[9], se debe procurar que en la composición de la **Mesa de Turismo de Euskadi** exista una presencia equilibrada de mujeres y hombres. Esta premisa se cumple (2 mujeres y 2 hombres), incluyendo los dos puestos de mayor nivel en la escala de decisión: la presidencia la ostenta un hombre -el Viceconsejero de Turismo y Comercio- y la vicepresidencia una mujer -la Directora de Turismo-.

La presencia de mujeres en el Consejo de Administración de la **Agencia Vasca de Turismo** es significativamente elevada (12 mujeres sobre el total de 16 personas que componen el Consejo). Sin embargo, la Dirección General la ostenta un hombre, y entre las tres direcciones del Consejo sólo una tiene al frente a una mujer, lo que supone una presencia femenina del 25% en los puestos de decisión más elevados.

[9] Decreto 5/2015, de 27 de enero, por el que se crea la Mesa de Turismo de Euskadi. Enlace

Tabla 15. *Organigrama del Consejo de Administración de la Agencia Vasca de Turismo por sexo (2024)*

	Mujeres	Hombres
Dirección General	0	1
Secretaría de Dirección	1	0
Servicios Corporativos	1	0
Administración	1	0
Comunicación	1	0
Dirección de Colaboración Público-Privada y Desarrollo Territorial	0	1
Dirección de Competitividad	1	0
Gestión, Formación y Profesionalización	1	0
Innovación	1	0
Dirección de Marketing	0	1
Producto	2	1
OTE	1	0
Promoción y Comercialización	2	0
Total	12	4

Fuente: Organigrama y plantilla (Basquetour, 2024)

En cuanto a la **dirección de empresas del sector** en la CAE, la presencia de hombres es ligeramente superior a la de mujeres en prácticamente todos los subsectores, especialmente en "turismo activo" (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2022). Por lo tanto, en las empresas hay una infrarrepresentación de las mujeres en los puestos de decisión en relación con su presencia en el sector.

Tabla 16. *Personas (%)[10] en la dirección de empresas de turismo por subsector y sexo en la CAE (2021)*

	Mujeres	Hombres
Agencias de viaje	0,6	0,7
Hoteles	0,6	0,6
Otro tipo de alojamientos	0,4	0,4
Guías de turismo	0,4	0,3
Turismo activo	0,2	1,0
Total	0,4	0,6

Fuente: Diagnóstico sobre las desigualdades entre mujeres y hombres en las empresas turísticas (Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2022)

En el **ámbito asociativo** de la CAE, la Asociación de Guías de Turismo -APIT- de Euskadi actualmente está integrada por 38 guías profesionales de los tres Territorios Históricos (TTHH). La presencia de mujeres en APIT es del 76,3%.

Tabla 17. *Guías profesionales de Turismo de APIT Euskadi por sexo y TTHH (2024)*

	Mujeres	Hombres	% Mujeres
Bizkaia	8	3	72,7%
Gipuzkoa	17	5	77,2%
Álava	4	1	80,0%
Total CAE	29	9	76,3%

Fuente: APIT Euskadi, 2024

[10] Promedio sobre el total de personas empleadas.

2.4. INCIDENCIA DE LAS NORMAS SOCIALES Y VALORES

Androcentrismo, estereotipos de género y representación de las mujeres en el turismo

El sector del turismo, al igual que el resto de ámbitos, está constantemente influenciado por los estereotipos de género, cuya raíz se encuentra en la cultura patriarcal. Por tanto, la adopción histórica del **androcentrismo como enfoque**, que supone considerar al hombre como medida de todas las cosas, también está presente en el turismo (Foro Turismo Responsable, 2015).

En el ámbito turístico, **las mujeres son representadas a menudo como objetos y no como sujetos de acción**, en contraposición a la imagen de aventura y dominio que se muestra de los hombres. La recurrencia a estos y otros estereotipos de género es justificada con frecuencia por razones comerciales, eludiendo las implicaciones éticas de los mensajes que se transmiten (Calderón y Rodríguez, 2024).

Los estereotipos de género no sólo refuerzan las desigualdades de género ya existentes, si no que pueden tener consecuencias en términos de bienestar y seguridad, tanto para las turistas, como para las mujeres que residen en los destinos turísticos (Calderón y Rodríguez, 2024).

El turismo ha representado el acceso a la actividad laboral para muchas mujeres, en este sentido, se ha considerado que la actividad puede tanto empoderar a las mujeres como perpetuar formas de subordinación existentes (Fuller, 2012). Para que el turismo realmente contribuya a la equidad de género, es esencial que se combine con otros factores que garanticen la transformación de las estructuras socioculturales existentes. La crítica feminista actual (Fuller, 2012) propone un análisis contextual de las relaciones de género, que considere cada sistema específico y las estrategias que las mujeres utilizan para mejorar sus vidas dentro del sector. Este enfoque puede ayudar a identificar y revertir las inequidades de género, étnicas y raciales sostenidas por el turismo en cada contexto específico.

En este sentido, la Organización Mundial del Turismo (OMT) insta a adoptar un **enfoque del turismo que sea responsable, sostenible con el medio ambiente e inclusivo** para todas las comunidades y personas (OMT, 2019).

Para ello, resulta clave que la igualdad y la perspectiva de género estén presentes en la formación del personal vinculado al ámbito del turismo, especialmente para las personas que trabajan en los medios de promoción y marketing turístico (Calderón y Rodríguez, 2024).

Violencia machista

- Fiestas y violencia:

Las **fiestas locales y otros espacios de ocio**, como los festivales de música, son eventos con una elevada capacidad de movilización de personas y que en muchos territorios suponen un gran atractivo turístico.

Según el informe sobre "Percepción social de la violencia sexual" (Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género -DGVG-, 2018) el 71,9% de las personas entrevistadas para el estudio señalaba que las fiestas y los festivales son los **espacios donde se producen con mayor frecuencia las agresiones sexuales**.

De acuerdo con la Macroencuesta de violencia contra la mujer (DGVG, 2019) el 17,8% de las mujeres que ha sido víctima de violencia sexual fuera de la pareja, fue violentada en espacios de ocio como discotecas, bares, cafeterías, pubs, restaurantes, etc., siendo el cuarto lugar más frecuente donde se producen estas agresiones.

El quinto informe anual "noctámbul@s" (Observatorio sobre la relación entre el consumo de drogas y las violencias sexuales en contextos de ocio nocturno, 2018) pone de relieve las diferentes formas de violencia machista que atentan contra las mujeres en los entornos de ocio nocturno. Entre las mujeres encuestadas, un 5% afirma haber sido víctima de una violación con fuerza física, un 17% relata haberla sufrido sin fuerza y hasta el 80% denuncia que ha sufrido algún tipo de tocamiento no consentido. Además, las mujeres se ven sometidas a otros comportamientos violentos como recibir comentarios incómodos (97% de las mujeres encuestadas), la insistencia de mantener relaciones sexuales (86%) o ser acorraladas por varios hombres (44%) -Observatorio sobre la relación entre el consumo de drogas y las violencias sexuales en contextos de ocio nocturno, 2018-.

Con el reto de eliminar las violencias machistas, especialmente la violencia sexual, de los espacios de ocio y de las fiestas, se han desarrollado distintas iniciativas en la CAE:

- Emakunde ha elaborado una "Guía para impulsar procesos locales de prevención de la violencia machista contra las mujeres durante las fiestas" dentro del programa Beldur Barik. El principal objetivo de la guía es brindar a los gobiernos locales las herramientas necesarias para identificar y prevenir las agresiones machistas en los espacios festivos.

- Los ayuntamientos vascos cuentan con protocolos de prevención, actuación y/o respuesta ante violencia machista en entornos festivos. Con el objetivo de evitar agresiones machistas durante las fiestas locales, han puesto en marcha campañas de sensibilización y concienciación de la población.

- En el marco de Berdinsarea, red de municipios vascos por la igualdad de hombres y mujeres y contra la violencia machista impulsada por Emakunde y Eudel, se ha puesto en marcha el Laboratorio de fiestas Igualitarias, uno de cuyos ejes de actuación es la prevención de la violencia sexual en los espacios festivos.

- Emakunde, en colaboración con las diputaciones forales desarrolla anualmente la campaña de sensibilización "Indarkeria sexistarik gabeko jaien alde".
- Diferentes agentes sociales y económicos han puesto en marcha actuaciones dirigidas a la sensibilización y prevención de la violencia machista en entornos festivos (BBK Live, Azkena Rock Festival…). El BBK Live dentro de la campaña "No es no" distribuye una guía en 4 idiomas –euskera, castellano, inglés y francés- con las pautas para identificar, actuar y responder ante agresiones sexistas. Además, en ambos festivales se habilita un espacio de información y de atención ante posibles casos de agresión sexual.

- Turismo sexual:

El turismo sexual es un fenómeno que va en aumento en el mundo. Se encuentra íntimamente ligado a la explotación sexual y a la trata de seres humanos con fines de explotación sexual. Algunos estudios apuntan a que el Estado español en su conjunto es un destino de turismo sexual y donde la prostitución forma parte de la oferta turística de muchos lugares (Guilló y Santiago, 2016).

No se dispone de datos ni estudios suficientes que permitan conocer su dimensión en Euskadi, pero es importante su visibilización debido a su impacto en las mujeres. De acuerdo con la Estrategia para la Igualdad de Mujeres y hombres 2030 en la CAE, se estima que entre un 10% y un 15% de las mujeres que ejercen la prostitución en la CAE en 2019 podrían ser víctimas de trata con fines de explotación sexual. El gobierno vasco ha incluido la lucha contra la trata y la explotación sexual en todos sus planes de igualdad y contra la violencia de género.

2.5. MANDATOS ESPECÍFICOS EN MATERIA DE IGUALDAD

A continuación, se recogen los mandatos específicos con incidencia en el ámbito del turismo pertenecientes a instrumentos jurídicos de igualdad con carácter transversal y a normas específicas sobre turismo del ámbito de la CAE:

MANDATOS EN MATERIA DE IGUALDAD	ARTÍCULOS/NORMAS
Esta ley tiene en cuenta lo preceptuado en la Ley 4/2005, de 18 de febrero, de Igualdad de Mujeres y Hombres. El turismo es una actividad económica de primer orden que debe contribuir eficazmente a **reducir la desigualdad** y promover sociedades pacíficas e inclusivas.	**Exposición de motivos** Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo
Fines de la ley. d) Impulsar la accesibilidad universal, entendida esta en los términos establecidos en la legislación vigente, a los recursos y servicios turísticos, así como el derecho a la información en **igualdad de condiciones**.	**Art. 3** Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo
Órganos consultivos o de asesoramiento. 4. En la composición de la Mesa de Turismo de Euskadi se procurará que exista una **presencia equilibrada de mujeres y hombres** con capacitación, competencia y preparación adecuada.	**Art. 6** Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo
Derecho de las personas usuarias turísticas d) Acceder a los establecimientos abiertos al público y tener **libre entrada y permanencia** en ellos para recibir los servicios prestados por estos o información relativa a los mismos, sin más limitaciones que las establecidas por la reglamentación específica de cada actividad y por el reglamento de régimen interior del establecimiento. También tienen derecho a un **trato correcto**, al respeto a su dignidad de personas, **sin que pueda haber discriminación alguna** por razón de nacimiento, raza, sexo, discapacidad, religión, opinión u otra circunstancia personal o social.	**Art. 14** Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo
Derecho de acceso a los establecimientos. 1. Los establecimientos tienen la consideración de local público, **sin que el acceso a los mismos pueda ser restringido** por razones de raza, sexo, religión, opinión, discapacidad o cualquier otra circunstancia personal o social que suponga discriminación. Las condiciones de accesibilidad serán las determinadas por la normativa aplicable a cada tipo de establecimiento.	**Art. 15** Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo
Deberes de las empresas turísticas j) Permitir el acceso libre y la permanencia a las personas usuarias de los servicios turísticos, sin más restricciones que las que vengan establecidas por el sometimiento a la ley, a las prescripciones específicas que regulen la actividad y, en su caso, al reglamento de régimen interior que establezcan estas mismas empresas. Este reglamento **no podrá contener preceptos discriminatorios** por razón de raza, sexo, religión y opinión	**Art. 31** Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo

Inclusión. Fomentar el desarrollo de un destino turístico plural, **igualitario e inclusivo** con el objetivo de impulsar la accesibilidad a las experiencias turísticas que ofrece el territorio.	**Principios de actuación** Estrategia 2030. Plan Estratégico de Turismo y Comercio
ODS 5. Igualdad de género La contribución de la Estrategia al ODS 5 se desarrollará por medio del impulso de la **igualdad de sexos** como prerrogativa indispensable en todas las actividades vinculadas al sector. Además, se contribuirá al **fomento del empoderamiento de la mujer** en actividades de visibilización del liderazgo empresarial y el propio emprendimiento, apoyando la igualdad de oportunidades para ambos géneros a todos los niveles de gestión.	**Contribución de la Estrategia a los ODS** Estrategia 2030. Plan Estratégico de Turismo y Comercio
Igualdad, inclusión y tolerancia a la diversidad 2. 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 personas con necesidades especiales, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.	**Principio 5.2.** Código Ético del Turismo de Euskadi

Además de los preceptos en la CAE, se recoge a modo de consulta el Plan de Acción elaborado por la OMT partiendo de las conclusiones clave y las recomendaciones del I Global Report on Women in Tourism – Second Edition (Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – segunda edición). Este plan recoge medidas concretas para ayudar a los agentes tanto del sector público como del sector privado a impulsar el potencial del turismo para empoderar a las mujeres.

OBJETIVO	MEDIDAS
Empleo	I. Tomar medidas para **abordar la brecha salarial** entre hombres y mujeres en el turismo. II. **Abordar la protección social y el trabajo no remunerado** de las mujeres en el turismo. III. Abordar de manera sistemática **el acoso sexual** de las trabajadoras en el sector turístico, así como los problemas de acoso en las comunidades turísticas a miembros de las comunidades y a viajeras. IV. **Desarrollar e institucionalizar estrategias de igualdad** de género para el sector turístico. V. **Desafiar los estereotipos de género** en las ocupaciones dependientes del turismo
Emprendimiento	I. Trabajar para garantizar que los negocios turísticos de las mujeres puedan formalizarse, si ellas lo desean, y contribuir a **la inclusión financiera** de las mujeres. II. Expandir y diversificar el acceso de las mujeres a los mercados y el comercio justo para sus productos y servicios.

	III. **Apoyar a las mujeres p**ara expandir y diversificar sus productos y servicios turísticos. IV. Introducir medidas para **mejorar la conciliación** de las mujeres entre vida laboral y personal en el turismo y alentar una división equitativa del trabajo de cuidados no remunerado en las comunidades turísticas. V. Expandir el acceso de las mujeres a **las tecnologías digitales**, incluidas las plataformas digitales de turismo
Liderazgo, políticas y toma de decisiones	I. Trabajar por el **equilibrio de género** en la alta dirección de las empresas turísticas. II. **Abordar la falta de liderazgo** de alto nivel de mujeres en los espacios decisorios del sector privado, en los órganos turísticos del sector público y en las agencias. III. Garantizar que se respeten las políticas de la OIT sobre **maternidad y responsabilidades de cuidado**. IV. Apoyar activamente la representación y el liderazgo de las mujeres en **los sindicatos**.
Educación y formación	I. Desarrollar **programas de formación** para las mujeres en el turismo, incluyendo en esa formación las aptitudes interpersonales, la creación de redes de contactos y la formación de alto nivel encaminada al progreso profesional. II. Proporcionar una **formación dirigida específicamente a las mujeres** a fin de garantizar que puedan utilizar las tecnologías digitales para innovar a través de las mismas en el turismo. III. Proporcionar **formación sobre igualdad de género** para responsables públicos, supervisores y empleados. IV. Alentar la **participación de mujeres** estudiantes y graduadas en titulaciones y estudios turísticos.
Comunidad y sociedad civil	I. Dar **mayor voz a las mujeres** en la toma de decisiones en la comunidad y en el hogar. II. Garantizar que los compromisos en materia de igualdad de género y derechos humanos a nivel nacional se cumplan y que se pongan en práctica de manera efectiva. III. **Apoyar a las redes turísticas, las ONG y las cooperativas turísticas de mujeres** para trabajar activamente con miras al empoderamiento de las mujeres en el sector.
Medición para unas mejores políticas	I. Recabar y comunicar con regularidad **datos desagregados por sexo** sobre el empleo del sector turístico y, cuando sea posible, sobre empleo turístico formal o informal, brechas salariales de género, emprendimiento, educación y formación, liderazgo y toma de decisiones, uso del tiempo y conciliación entre vida laboral y personal. II. Proporcionar con regularidad a la OMT datos desagregados por sexo sobre empleo en el sector turístico. III. Llevar a cabo **análisis de género**, consultar a los agentes de la sociedad civil, integrar una perspectiva de género en todas las fases del ciclo de políticas y programas de turismo

Nota. Además de los preceptos arriba señalados, sería conveniente consultar los mandatos que en materia de igualdad resultan de la aplicación con carácter general a todos los sectores y que se pueden encontrar recopilados en el documento sobre aspectos jurídicos que forma parte de los materiales de apoyo para la elaboración de Informes de impacto en función del género.

3. LEGISLACIÓN

ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTONÓMICA DE EUSKADI
Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo.
Estrategia 2030. Plan Estratégico de Turismo y Comercio.
Código Ético del Turismo en Euskadi
ÁMBITO ESTATAL
Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI
Estrategia Estatal para combatir las violencias machistas 2022-2025
Plan Operativo para la Protección de los Derechos Humanos de mujeres y niñas víctimas de trata, explotación sexual y mujeres en contextos de prostitución (2022-2026). Plan Camino
ÁMBITO EUROPEO
Resolución del Parlamento Europeo sobre la Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones "Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo" (COM (2001) 665 - C5-0077/2002 - 2002/2038(COS))
ÁMBITO INTERNACIONAL
Código Ético Mundial para el Turismo (GCET), Organización Mundial del Turismo 1999
Informe mundial sobre las mujeres en el turismo | Plan de acción, ONU Turismo 2020
Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo, ONU Turismo 2022
Estrategia de igualdad de género para las empresas turísticas, ONU Turismo 2022
Pautas de la OIT sobre trabajo decente y turismo socialmente responsable, Organización Internacional del Trabajo 2017

4. FUENTES DE DATOS

INDICADORES Y DATOS CLAVE	FUENTE	PERIOD.
• Hábito de viajar de la población de la CAE según duración del viaje, frecuencia y sexo	Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023 (Gabinete de Prospección Sociológica	Anual
• Motivaciones para viajar de la población de la CAE por sexo		
• Tipo de actividades en los viajes de la población de la CAE por sexo (Semana Santa y verano)		
• Turistas que visitan la CAE por edad y sexo	IBILTUR-Estudio del perfil y comportamiento de las y los turistas que visitan la CAE Eustat, 2020	Bienal
• Turistas del estado que visitan la CAE por edad y sexo	FAMILITUR-Turistas del estado que visitan Euskadi Departamento de Seguridad, 2022	Anual
• Actividades realizadas por las personas viajeras que visitan la CAE por sexo	Claves del comportamiento, análisis evolutivo y tipologías de turistas de ocio en Euskadi Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2020a	Sin periodicidad
• Alumnado matriculado en el ciclo formativo de hostelería y turismo, por sexo, nivel de FP y TTHH en la CAE	Estadística de las Enseñanzas no universitarias Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2023	Anual
• Alumnado matriculado y egresado en el grado universitario de turismo por sexo en la CAE	Estadística universitaria Eustat, 2023	Anual
• Personas activas en el ámbito del turismo por sexo a nivel estatal	Encuesta de Población Activa INE, 2023	Anual
• Personas paradas (miles) en el ámbito del turismo por sexo y actividad a nivel estatal		
• Personas ocupadas en el ámbito del turismo por sexo y actividad a nivel estatal		
• Personas ocupadas en el ámbito del turismo según tipo de jornada por sexo y actividad a nivel estatal		

INDICADORES Y DATOS CLAVE	FUENTE	PERIOD.
• Personas asalariadas en el sector servicios por tipo de contrato y sexo a nivel estatal		
• Personas ocupadas en el ámbito del turismo por sexo y actividad a nivel estatal. Segregación horizontal		
• Personas ocupadas en el sector servicios por sexo y situación profesional a nivel estatal. Segregación vertical		
• Sueldo medio anual y brecha salarial de género en actividades vinculadas al sector turístico a nivel estatal		
• Personas afiliadas en la Seguridad Social en actividades turísticas por sexo y rama en la CAE	Diagnóstico sobre las desigualdades entre mujeres y hombres en las empresas turísticas e identificación de líneas de trabajo e intervenciones a desarrollar por parte del Departamento de Turismo, y Consumo Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2022	Sin periodicidad
• Personas en la dirección de empresas de turismo por subsector y sexo en la CAE		
• Personas no viajeras por sexo y motivos para no viajar a nivel estatal	Encuesta de turismo de residentes INE, 2022	Anual
• Personas de la CAE que no viajan en Semana Santa y verano por sexo y razón para no viajar	Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023 (Gabinete de Prospección Sociológica)	Sin periodicidad
• Organigrama del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo en la XII Legislatura del Gobierno Vasco por sexo	Estructura y funciones Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2024a	Sin periodicidad
• Composición de la Mesa de Turismo de Euskadi por sexo	Mesa de Turismo de Euskadi Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2024a	Sin periodicidad
• Organigrama del Consejo de Administración de la Agencia Vasca de Turismo por sexo	Organigrama y plantilla Basquetour, 2024	Sin periodicidad

5. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

5.1 ESTUDIOS E INFORMES

- Calderón Fajardo, V. y Rodríguez-Rodríguez, I., 2024. El turismo como espejo sociocultural: Estereotipos y representaciones de género
- Cañada, E., 2019. El trabajo de las camareras de piso: un estado de la cuestión, Papers de Turisme, 62, pp. 67-84
- Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género (DGVG), 2018. Percepción social de la violencia sexual
- Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2020a. Claves del comportamiento, análisis evolutivo y tipologías de turistas de ocio en Euskadi
- Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2020b. Conocimiento del perfil y comportamiento de las y los turistas asistentes a congresos y convenciones en Euskadi
- Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, 2023. Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo
- Dinamiza, 2017. Estudio de la demanda de turismo gastronómico en España
- Emakunde, 2023. Estrategia para la Igualdad de Mujeres y hombres 2030 en la CAE
- Foro Turismo Responsable, 2015. ¿Equidad de género en el turismo? muchas sombras y algunas luces
- Fuller, N., 2012. Género y Turismo: Una relación ambigua, IV encuentro de Turismo Responsable realizado en Donostia/San Sebastián
- Guilló Girard, C. y Santiago Gordillo, P., 2016. Trata, prostitución y turismo sexual España en la intersección. En A. De Miguel (ed.), & L. Nuño (ed.), Elementos para una teoría crítica del sistema prostitucional. Granada: Comares. Enlace Trata, prostitución y turismo sexual
- Instituto de las mujeres, 2024. La brecha retributiva entre mujeres y hombres: análisis de sus causas y herramientas para combatirla
- López-González, J.L.; Medina-Vicent, M., 2020. Las Kellys y el turismo: de la invisibilidad del cuidado a la visibilidad política. Digithum, 25
- Observatorio de Turismo rural, 2022. Informe anual del turismo rural en 2022
- Observatorio Noctámbulas, 2018. 5ª Informe Anual entre el consumo de drogas y las violencias sexuales en los contextos de ocio nocturno.
- OECD, 2024., Breaking the Vicious Circles of Informal Employment and Low-Paying Work. Paris: OECD Publishing
- OMT, 2019. Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición
- Ranea Triviño, B., 2018. La prostitución: entre viejos privilegios masculinos y nuevos imaginarios neoliberales
- Salvador-Almela, M.; Abellan-Calvet, N; Izcara Conde, C, .2020. Feminización del empleo turístico y precariedad laboral, Turismo: Estudos & Práticas, 9, 1-13
- SEPE, 2023. El empleo en el sector del turismo en España

5.2 MANUALES Y GUÍAS

- Bilbao BBK Live, s.f. Protocolo de agresiones sexuales
- Azcárate T., Benayas J., Nerilli G. y Justel A., 2019. Guía para un turismo sostenible. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030
- Emakunde, 2022. Guía para impulsar procesos locales de prevención de la violencia machista contra las mujeres durante las fiestas
- Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo -INSST, 2019. Guía para la gestión y evaluación de los riesgos ergonómicos y psicosociales en el sector hotelero
- Organización Mundial del Turismo, 2022. Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo
- Plan de acción sobre las mujeres en el turismo, ONU Turismo 2020. Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Segunda edición.

5.3 RECURSOS WEB

- Departamento de Seguridad, 2022. FAMILITUR. Turistas del estado que visitan Euskadi
- Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, s.f. Estadísticas del departamento
- Eustat, 2020. IBILTUR. Estudio del perfil y comportamiento de las y los turistas que visitan la CAE
- Eustat, 2023. Cuenta satélite del turismo
- Eustat, 2023b. Medición de la economía no observada
- INE, 2021. Encuesta de Estructura Salarial
- INE, 2022. Encuesta de turismo de residentes
- INE, 2023. Cuenta satélite del turismo de España
- INE, 2023b. Encuesta de Población Activa
- Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2023. Estadística de las Enseñanzas no universitarias
- OMT, s.f. Género y turismo. El empoderamiento de las mujeres y el turismo:
    - Programa "Primer Plano"
    - Formación sobre la igualdad de género en el turismo
    - Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo
    - Estrategia de igualdad de género para las empresas turísticas
    - Plan de acción sobre las mujeres en el turismo
    - (…)
- Osalan, Instituto Vasco de Seguridad y Salud Laborales, s.f., Comercio y hostelería