

INFORME

Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica

Autoras: Daniela Moreno, Celeste Molina, Magaly Romero





Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica.

—

Autoras: Daniela Moreno, Celeste Molina, Magaly Romero

© RIMISP noviembre 2021

Todos los derechos reservados. El contenido y la información pueden ser utilizados siempre que se cite la fuente.

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

Este estudio surge de una colaboración de Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural y el programa Mujeres, Economía Local y Territorio (MELYT), implementado por ONU Mujeres –organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres– y el Ministerio de Asuntos Exteriores y de la Cooperación Internacional de Italia (MAECI), a través de la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo (AICS),



ÍNDICE GENERAL

SIGLAS Y ACRÓNICOS	5
INTRODUCCIÓN	6
LIMITACIONES Y FORTALEZAS DE LA INVESTIGACIÓN	7
I. EL TURISMO EN CENTRO AMÉRICA: RETOS Y OPORTUNIDADES.....	8
EL IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL TURISMO EN EL TRIÁNGULO NORTE DE CENTROAMÉRICA.....	10
II. EL ANÁLISIS DE GÉNERO EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO	16
IMPLICACIONES PARA LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO.....	19
III. LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES EN LA CVT DE CENTROAMÉRICA.....	23
PARTICIPACIÓN LABORAL DE LAS MUJERES EN LA CVT.....	23
IV. RECOMENDACIONES	37
V. CONCLUSIONES.....	42
BIBLIOGRAFÍA.....	44
ANEXO 1. PRINCIPALES STAKEHOLDERS EN EL TRIÁNGULO NORTE DE CENTROAMÉRICA.....	48
ANEXO 2. GUATEMALA: EJES ESTRATÉGICOS, OBJETIVOS Y PROGRAMAS ESTRATÉGICOS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN EL PLAN MAESTRO DE TURISMO SOSTENIBLE DE GUATEMALA 2015 – 2025.....	51

Tabla de cuadros

CUADRO 1. GASTO TURÍSTICO RECEPTOR SOBRE EL PRODUCTOR INTERNO BRUTO (PIB), REGIÓN SICA, PERÍODO 2015-2019.....	8
CUADRO 2. IMPACTO DE LA COVID EN EL TURISMO, TRIÁNGULO NORTE DE CENTROAMÉRICA (%)	11
CUADRO 3. SITUACIÓN DE LAS MUJERES EN CA	12
CUADRO 4. PROMEDIO DE AÑOS DE ESTUDIO DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 15 AÑOS Y MÁS SEGÚN SEXO, TRIÁNGULO NORTE DE CENTROAMÉRICA (2010-2019).....	13
CUADRO 5. DESAFÍOS QUE SUSTENTAN LAS DESIGUALDADES DE GÉNERO EN EL TURISMO EN CENTROAMÉRICA	14
CUADRO 6. ODS Y ANÁLISIS DE GÉNERO EN EL TURISMO	17
IMPPLICACIONES PARA LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO.....	19
CUADRO 7: INTERCONEXIONES ENTRE LAS DIMENSIONES DE GÉNERO Y LA CVT SOBRE LA BASE DE UN ESTUDIO EN KENIA.....	20
CUADRO 8: TRAYECTORIAS DE ESCALAMIENTO: ECONÓMICA, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	21
<u>CUADRO 9: MEDIDAS FRENTE AL COVID – 19 QUE BENEFICIEN AL SECTOR TURISMO EN TNCA</u>	<u>31</u>
<u>CUADRO 10: PRINCIPALES OBJETIVOS DE LA CARTA DE ENTENDIMIENTO ENTRE SITCA, COMMCA Y SICA</u>	<u>32</u>

Tabla de gráficos

GRÁFICO 1. TIEMPO PROMEDIO DESTINADO AL TRABAJO REMUNERADO Y NO REMUNERADO DE LA POBLACIÓN DE 15 AÑOS DE EDAD Y MÁS, POR SEXO, SEGÚN PAÍS, (PROMEDIO DE HORAS SEMANALES), TRIÁNGULO NORTE DE CENTROAMÉRICA	13
<u>GRÁFICO 2. PAÍSES DEL TNCA: EMPLEO EN EL SECTOR DE LAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS (ASOCIADAS AL TURISMO), SEGÚN SEXO, 2019.....</u>	<u>24</u>

Tabla de figura

FIGURA 1: REPRESENTACIÓN ADAPTADA DE LA CADENA DE VALOR EN EL TURISMO (CVT) CON PERSPECTIVA DE GÉNERO	19
---	----



SIGLAS Y ACRÓNICOS

SICA	Sistema de la Integración Centroamericana
TNCA	El Triángulo Norte de Centroamérica
PTCARL	El Programa Trinacional de Desarrollo Sostenible de la Cuenca Alta del Río Lempa
CTPT	Comisión Trinacional del Plan Trifinio
CTTS	Cámara Trinacional de Turismo Sostenible de la Región Trifinio
PROTUR	Programa de Ordenamiento y desarrollo del Turismo Sostenible en la Región Trifinio
CAM	Centros de Apoyo a la Mipyme

INTRODUCCIÓN

Centroamérica es reconocida internacionalmente por su enorme potencial turístico debido a su ubicación geográfica, su dotación de recursos naturales, su clima y su riqueza cultural, que combina culturas autóctonas, riqueza arqueológica y ruinas antiguas de las culturas mesoamericanas prehispánicas, así como ciudades coloniales de la América española.

El sector turístico ha sido, en la última década, un importante motor económico y generador de divisas para la región, con un peso en el empleo de entre 50-70% y alrededor de un 10% del PIB. Sin embargo, en 2020 debido a la pandemia de la COVID-19, el comercio mundial se vio significativamente afectado, con repercusiones negativas en las economías centroamericanas y caribeñas. La crisis ha significado una contracción económica, la caída de las remesas familiares, el desplome de los flujos de turismo hacia la subregión, la contracción de los flujos comerciales internacionales y una reducción de la inversión extranjera directa en el sector. Adicionalmente, los altos niveles de informalidad que caracterizan a los países centroamericanos significan la pérdida de ingresos para miles de personas dependientes del sector turismo.

El presente estudio tiene como objetivo analizar la situación actual de la participación de las mujeres en el sector turístico desde un enfoque de cadena de valor, los principales impactos de la COVID-19, así como los desafíos para impulsar el turismo sostenible con enfoque de género como estrategia para la recuperación del turismo, con énfasis en los países del Triángulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras) y en la Región del Trifinio. El estudio se basa en la revisión documental y entrevistas con actores clave a nivel nacional y local de los tres países, así como del sistema de integración centroamericana. En respuesta, se proponen una serie de recomendaciones para tomadores de decisión en el ámbito público y privado, enmarcadas en las trayectorias de escalamiento económico, social y ambiental para un sector turístico con igualdad de género.

Las recomendaciones que aporta la investigación, más que basarse en una caracterización pormenorizada de la participación de las mujeres en cada uno de los eslabones o de las brechas de género en las cadenas de valor en el turismo, instan a incluir el enfoque de género en las trayectorias de escalamiento para avanzar en la política turística desde un enfoque de género en las cadenas de valor del turismo.

LIMITACIONES Y FORTALEZAS DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se realizó con el objetivo de potenciar el análisis de género en el turismo, de cara al potencial del sector como parte de las estrategias de recuperación socioeconómica post COVID 19. La misma integra algunos de los hallazgos de los productos investigativos realizados con anterioridad en el marco de las actividades del nodo de género de la Red Académica del Trifinio, con el apoyo del Programa MELYT. La investigación busca aportar una visión más completa de lo que supone abordar el enfoque de género en el turismo en los países del Triángulo Norte de Centroamérica. Para ello ofrece ejemplos de Centroamérica y de la Región Trifinio para ilustrar los esfuerzos realizados en el marco de actuación del SICA. La investigación se realizó a partir de una revisión de literatura a nivel regional, latinoamericana e internacional, así como de doce entrevistas con informantes clave de instancias del sistema de integración regional (Banco Centroamericano de Integración Económica – BCIE; Secretaría de Integración Turística Centroamericana – STICA; Comisión Trinacional del Plan Trifinio – CTPT), la cooperación multilateral (CEPAL), agencias gremiales para la promoción del sector turismo, prestadores de servicios de desarrollo empresarial (Centros de Apoyo a la MIPYME de la región trifinio: UNICAES, PROMIPYME-CUNORI, CDMIPYME Región Lempa), redes de mujeres (Red Trinacional de Mujeres HOSAGUA, RECMURIC) y la mancomunidad El Güisayote en Honduras, disponibles en el contexto COVID-19.

No obstante, como toda investigación, ésta ha enfrentado una serie de limitaciones que se puntualizan a continuación:

- La investigación, a consecuencia de la COVID-19, se realizó en modalidad online por lo que no fue posible realizar un trabajo en terreno que permitiera caracterizar con mayor profundidad la situación de las mujeres en el turismo a lo largo de la cadena de valor. Esta situación delimitó los perfiles y extensión de las entrevistas a realizar ya que muchas personas, sobre todo pequeñas y medianas empresarias, no contaban con la infraestructura tecnológica adecuada para realizar la entrevista (acceso a internet, computadores, etc.). La información sobre MIPYMEs se tomó de los estudios de país realizados previamente por la Red Académica del Trifinio.
- La literatura existente sobre cadenas de valor en el turismo no es proporcional a la importancia que se le otorga a la temática en la Región y en Centroamérica. De hecho, la literatura relacionada es escasa a nivel latinoamericano. Esta situación se agudizada cuando se requiere de bibliografía que una las cadenas de valor en el turismo y el enfoque de género.
- El análisis del estudio sobre género en las cadenas de valor se nutre de las investigaciones sobre “la situación de las mujeres en el turismo” y del análisis teórico sobre las dimensiones de género en el turismo y la cadena de valor turística. La literatura consultada y las entrevistas realizadas se centran mayormente en las mujeres que participan en los eslabones de “restauración y alojamiento”. No se

identificó información sobre la participación de las mujeres en otros eslabones de la CVT. Por ello, Por lo tanto, el estudio utiliza el proxy “restauración y alojamiento”, utilizado por la Organización Internacional del Trabajo a nivel mundial para caracterizar la participación de las mujeres en el turismo.

I. EL TURISMO EN CENTRO AMÉRICA: RETOS Y OPORTUNIDADES

En las últimas tres décadas el turismo como actividad económica ha logrado un crecimiento en los países que actualmente conforman la región del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA): Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Belice y República Dominicana. La principal oferta turística que se promueve en la región se relaciona con la naturaleza, donde los espacios protegidos son fundamentales, al igual que la herencia cultural (cultura autóctona, riqueza arqueológica y ruinas antiguas de la cultura mesoamericana, así como ciudades coloniales de la América española) (Vargas, 2006 y Peralta, 2021). Gran parte de quienes visitan Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica provienen de Norteamérica, Europa y Centroamérica. La mayoría de los turistas en Panamá y República Dominicana provienen principalmente de Sudamérica, Norteamérica y Europa (SICA, 2021).

A continuación, en el Cuadro 1 puede observarse el peso que ha tenido el gasto turístico receptor¹ sobre el Producto Interno Bruto (PIB) de las economías de la región SICA para el período 2015-2019, donde se evidencia la relevancia que tienen las actividades turísticas en las estructuras productivas de los países:

Cuadro 1. Gasto turístico receptor sobre el Productor Interno Bruto (PIB), región SICA, período 2015-2019

País	2015	2016	2017	2018	2019
Belice	21.10 %	21.60 %	22.90 %	24.90 %	27.10 %
Guatemala	1.90 %	1.80 %	1.70 %	1.70 %	1.60 %
Honduras	3.20 %	2.70 %	2.60 %	2.50 %	2.20 %
El Salvador	5.10 %	4.80 %	4.90 %	5.20 %	6.20 %
Nicaragua	4.20 %	4.90 %	6.10 %	4.10 %	ND
Costa Rica	6.20 %	6.60 %	6.50 %	6.40 %	6.60 %
Panamá	10.60 %	10.80 %	11.00 %	11.00 %	10.60 %
República Dominicana	8.60 %	8.90 %	9.00 %	8.80 %	8.40 %

¹ El gasto turístico receptor se define como el gasto turístico realizado por visitantes no residentes en la economía de residencia (OMT, 2021).

Fuente: elaboración propia con datos de CEPALSTAT, 2021

Sin embargo, en 2020 debido a la pandemia de COVID-19, el comercio mundial se vio significativamente afectado, con repercusiones negativas en las economías centroamericanas y caribeñas. La crisis deterioró el comercio internacional de servicios, donde el sector más afectado fue el turismo; en los primeros cuatro meses del año 2020 el turismo disminuyó un 44% a nivel mundial (CEPAL, 2021).

En cuanto a los mercados laborales, es importante señalar que debido a la elevada tasa de informalidad que persiste en la región de Latinoamérica y el Caribe, la crisis colocó en una posición altamente vulnerable a muchas personas que se ocupan en dicho sector. Además, hubo un aumento en las tasas de desocupación, particularmente en los sectores del comercio y el turismo, lo cual golpeó significativamente a la fuerza de trabajo femenina, que estructuralmente presenta mayores tasas de desocupación (CEPAL, 2021).

La pandemia ha acelerado la transformación productiva impulsada por la revolución digital con el crecimiento del teletrabajo y el comercio electrónico. No obstante, los sectores que requieren del contacto físico y la movilización, como el turismo, se encuentran en crisis. La actividad digital del turismo decreció en 83 % y América recibió un 69 % menos de turistas entre 2019 y 2020 y se estiman pérdidas por 16.900 millones de dólares en la región SICA (OMT 2021 y CEPAL 2021 citado en Peralta, 2021).

La crisis implica afectaciones particulares para las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPIMES), unidades económicas que tienen poca resiliencia para responder a un shock de esta magnitud y duración. Muchas de estas empresas ya enfrentaban un rezago en su productividad, en su capacidad de innovar y en la digitalización de sus servicios debido a los bajos niveles de adopción de las TIC, donde la brecha digital de género tiene un rol relevante. Las MYPIMES dedicadas al comercio, hoteles y restaurantes se encuentran entre las más afectadas. Es importante mencionar que este tipo de empresas emplea a muchas mujeres y jóvenes, por lo que los efectos de la crisis no son neutros al género (Peralta, 2021).

El Triángulo Norte de Centroamérica (TNCA) se encuentra inserto en la dinámica turística mundial, donde el turismo realiza una significativa contribución al Producto Interno Bruto, a las exportaciones y al empleo. Por ello, ha constituido una prioridad de los planes de desarrollo del SICA. Un ejemplo de ello han sido las acciones impulsadas por el Plan Trifinio en la región transfronteriza entre Guatemala, El Salvador y Honduras².

² El Plan Trifinio surge en 1997, derivado de un tratado entre El Salvador, Guatemala y Honduras, como organismos de integración regional transfronterizo perteneciente al SICA, con el mandato de implementar proyectos y programas de desarrollo sostenible para la zona.

En materia de turismo, la Región Trifinio tiene un enorme potencial turístico, que abarca atractivos como el ecoturismo, las visitas culturales, el turismo arqueológico, la artesanía, entre otros. Por ello en el 2003 el Plan Trifinio ejecutó El Programa Trinacional de Desarrollo Sostenible de la Cuenca Alta del Río Lempa (PTCARL). Dicho programa dio énfasis al turismo sostenible como actividad con potencial de desarrollo económico para la región y promovió la creación y fortalecimiento de gremiales vinculadas a la actividad turística en los tres países, lo cual derivó en 2008 en la conformación de la Cámara Trinacional de Turismo Sostenible de la Región Trifinio (CTTS). Más adelante, en 2011, con el apoyo del BID-FOMIN, se impulsa el Programa de Ordenamiento y desarrollo del Turismo Sostenible en la Región Trifinio (PROTUR, 2016).

El PROTUR fue un esfuerzo trinacional de los gobiernos de El Salvador, Guatemala y Honduras para impulsar el turismo en la Región Trifinio. Su objetivo era contribuir a que las MIPYMES de la Región Trifinio lograran el acceso al mercado nacional, regional e internacional de turismo sostenible, por medio del mejoramiento de su competitividad y de la puesta en marcha de la Ruta Trinacional de Turismo Sostenible (UCA, 2020) que abarca 7,541 kms y que cuenta con siete polos turísticos y 184 destinos en 45 municipios, con potencial para el turismo sostenible en la región del trifinio. El trabajo de cara a la ruta se enfocó en fortalecer capacidades de formación al empresariado hotelero y sectores como guías turísticos.

En la actualidad, el Plan Trifinio lleva a cabo un proceso para la formulación de un “Plan Maestro de la Región Trifinio” como instrumento estratégico de planificación multianual, el cual se prevé que esté listo a mediados del año 2021 y que incluya algunas acciones en materia de desarrollo de turismo sostenible.

El impacto de la COVID-19 en el turismo en el Triángulo Norte de Centroamérica.

A raíz de la COVID- 19, las economías localizadas en Centroamérica y de los pequeños Estados insulares en desarrollo resultaron particularmente afectadas dado el peso que el turismo tiene en la actividad económica (CEPAL, 2020a). La pandemia ha acelerado la transformación productiva impulsada por la revolución digital con el crecimiento del teletrabajo y el comercio electrónico. No obstante, los sectores que requieren del contacto físico y la movilización, como el turismo, necesitan de apoyos dirigidos a sus particularidades y necesidades. La actividad digital del turismo decreció en 83 % y América recibió un 69 % menos de turistas entre 2019 y 2020 y se estiman pérdidas por 16.900 millones de dólares en la región SICA (OMT 2021 y CEPAL 2021 citado en Peralta, 2021).

La ralentización y suspensión de las actividades económicas debido a la pandemia se tradujo en una disminución en la oferta y demanda de servicios y en la demanda turística, donde el sector turismo fue uno de los primeros y más afectados, tal como se observa el siguiente cuadro para los países del Triángulo Norte.

Cuadro 2. Impacto de la COVID en el turismo, Triángulo Norte de Centroamérica (%)

País/indicador	Contribución de turismo al PIB		Contribución de turismo al empleo		Gasto al Internacional		Gasto doméstico	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Guatemala	5,8%	2,7%	6,1%	4,4%	36%	18%	64%	82%
Honduras	11%	6,1%	10,8%	8,3%	24%	13%	76%	87%
El Salvador	11,8%	5,3%	13%	9,5%	60%	44%	40%	56%

Fuente: WTTC

A nivel local hubo una caída en el nivel de ingreso de los hogares debido a que muchas unidades económicas se vieron obligadas a reducir salarios, suspender contratos o despedir a personas trabajadoras. Las personas ocupadas en el sector informal (un número importante en la economía de la Región) fueron las principales afectada ya que perdieron sus medios de vida de forma inmediata. La crisis también ha tenido profundos efectos en el tejido productivo de la región, muchos negocios y empresas tuvieron que cerrar de manera temporal o definitiva. Según las entrevistas realizadas a los Centros de Apoyo a la Mipyme (CAM), los emprendimientos, las micro y pequeñas empresas fueron las unidades económicas más impactadas, pues son altamente vulnerables ante acontecimientos adversos debido a su perfil de bajas utilidades, altos gastos fijos, alto nivel de endeudamiento, sin contar las limitaciones que enfrentan para el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Algunas Mipymes buscaron reconvertir su giro de actividad económica e incorporar las TIC, el caso más común son los establecimientos de alimentos y bebidas que comenzaron a ofrecer productos para llevar y a domicilio. Otra alternativa adoptada fue la venta de productos y servicios a través de las redes sociales. Según la misma fuente, la falta de liquidez de las unidades económicas y su limitada cuota en los mercados locales les está ocasionando dificultades para reconvertir sus actividades como respuesta a la crisis.

Desigualdades de género y turismo

Los países en Centroamérica registran tasas de pobreza que se sitúan entre las más alta de América Latina. Esto permite entrever los grandes desafíos en materia de género, ya que los índices de violencia sexual, psicológica y económica contra las mujeres son altos en

Centroamérica, sin contar las tasas altas de trabajo doméstico y de cuidado no remunerado que desempeñan las mujeres.

Cuadro 3. Situación de las mujeres en CA

Dato/País	Belice	Nicaragua	Guatemala	El Salvador	Honduras	Costa Rica	RD
Violencia física o sexual por parte de la pareja alguna vez	22,2%	23%	21,2%	14,3%	27,8%	35,9%	28,5%
Violencia física o sexual por parte de la pareja en los últimos 12 meses	na	8%	8,5%	5,9%	11%	7,8%	16%
Matrimonio infantil ³	25,9%	35%	29,5%	25,5%	33,6%	21,2%	35,9%
Índice de Desigualdad de género ⁴	81	103	113	85	101	63	107
El Índice Global de Brecha de Género ⁵	98	10 ⁶	105	64	78	32	97

Fuente: ONU Mujeres, Global Database on Violence against Women

³ Porcentaje de mujeres de 20 a 24 años que se casaron por primera vez o se unieron antes de los 18

⁴ El Índice de Desigualdad de Género es una medida compuesta que refleja la desigualdad entre mujeres y hombres en tres dimensiones diferentes: salud reproductiva (tasa de mortalidad materna y tasa de natalidad adolescente), empoderamiento (proporción de escaños parlamentarios ocupados por mujeres y proporción de la población con al menos algo de educación secundaria) y participación en el mercado laboral (tasa de participación en la fuerza laboral).

⁵ El Índice Global de Brecha de Género compara las brechas de género nacionales en criterios económicos, políticos, educativos y de salud.

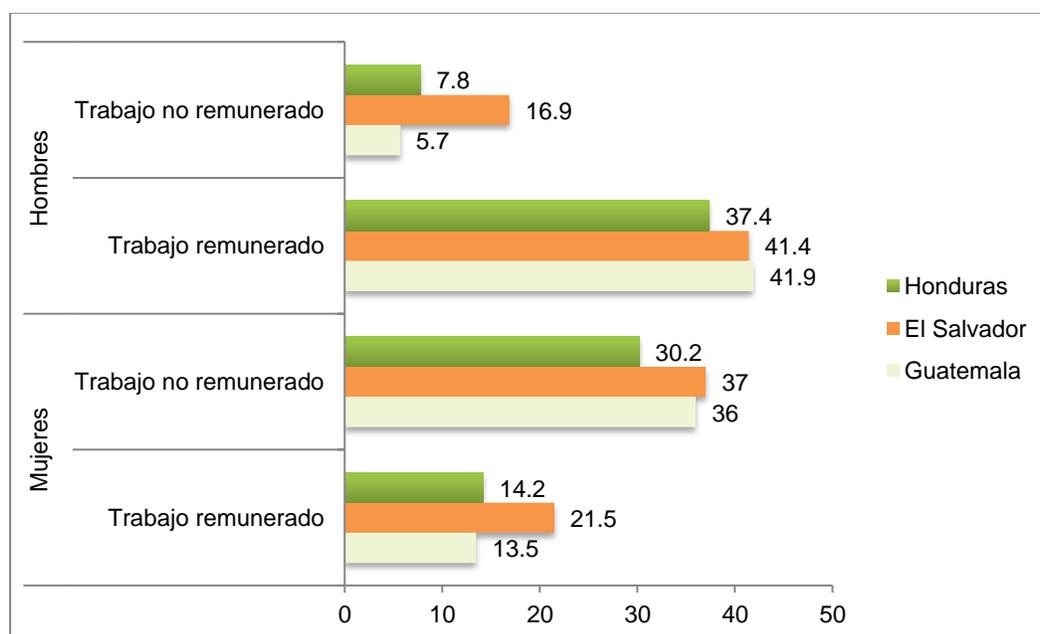
⁶ Para el caso de Nicaragua vale decir lo siguiente. El índice mide de manera concreta tres temas: las brechas de género en el acceso a los recursos y oportunidades; los resultados cuantitativos, no los medios; y clasifica a los países por el tema o de la brecha entre mujeres y hombres, pero no en relación con el empoderamiento de las mujeres (Montenegro, 2014). El índice, por tanto, contabiliza el número de mujeres que participaban en el parlamento, no así su calidad de participación ni la sensibilización en el parlamento en materia de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres. Por consiguiente, el índice no enseña el análisis de género en la política ni la política en el análisis de género. Entonces al medir las brechas de género en un contexto de pobreza severa como el caso de Nicaragua, lo que en realidad se está midiendo son las brechas de género en un contexto de desigualdad entre mujeres y hombres, a diferencia de Islandia o Noruega donde el punto de partida es mucho más favorable como demuestran los resultados que consideran sus políticas de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres un ejemplo a nivel mundial (Moreno 2017a).

Cuadro 4. Promedio de años de estudio de la población económicamente activa de 15 años y más según sexo, Triángulo Norte de Centroamérica (2010-2019)

País	2010		2014		2019	
Guatemala	ND	ND	6.3	5.9	ND	ND
El Salvador	7.9	7.3	8.4	7.9	8.8	8.3
Honduras	7.3	5.9	7.8	6.6	8.5	6.9

Fuente: elaboración propia con datos de CEPALSTAT, 2021

Gráfico 1. Tiempo promedio destinado al trabajo remunerado y no remunerado de la población de 15 años de edad y más, por sexo, según país, (promedio de horas semanales), Triángulo Norte de Centroamérica



Fuente: elaboración propia con datos de CEPALSTAT, 2021

Nota: último período disponible Guatemala (2017), El Salvador (2017), Honduras (2009)

La COVID- 19 ha agudizado los desafíos que el turismo tiene en materia de desarrollo sostenible y género. El turismo, entre todos los sectores económicos⁷, es el considerado como aquel con alta participación de mujeres y alto riesgo de pérdida de empleo (CEPAL,

⁷ Alrededor de un 56,9% de las mujeres en América Latina y un 54,3% en el Caribe trabajan en sectores altamente dañados por la COVID- 19, en términos de empleo e ingresos. Como consecuencia de esta situación, y según la misma fuente, el 61,6% del empleo femenino y el 38,7% del empleo masculino en Centroamérica se concentran en sectores de alto riesgo.

2021). De ahí, que las mujeres en la dinámica de los mercados laborales han resultado particularmente impactadas debido a que se concentran en los sectores económicos que han sido más afectados como los servicios, el comercio y el turismo (CEPAL, 2020). Para el caso de ALC también es importante destacar que la caída del engranaje empresarial turístico no es neutra en género dado que la mitad de los negocios turísticos están conformados por mujeres (CEPAL, 2020). Según ONU Mujeres (2021) “las empresas de mujeres” son más susceptibles a conmociones económicas, sobre todo aquellos negocios que se encuentran en sectores como el turismo, tan elástico y golpeado por la crisis. Según CEPAL (2021) los negocios del sector de alojamientos y de servicios de comidas de ALC están constituidos por microempresarias que presentan problemáticas para acceder al crédito y con una capacidad limitada de respuesta ante las actuales medidas fiscales y de estímulos que se están proporcionando en la región.

Cuadro 5. Desafíos que sustentan las desigualdades de género en el turismo en Centroamérica

El empleo que realizan las mujeres en el comercio (incluye hoteles y restaurantes) es el doble que el de los hombres.
El trabajo que realizan las mujeres en el turismo se compara con el nivel de explotación laboral que sufren las mujeres en las maquilas
La feminización del mercado laboral en el turismo ha incrementado los márgenes de utilidades de las empresas, al reducir sus costos por los salarios de menor monto que pagan a las mujeres.
En el transcurso de la última década se ha incrementado la inserción laboral de las mujeres en el turismo, sin abandonar, reducir o compartir la carga doméstica.
Si bien hay mujeres que son copropietarias de los negocios junto a sus maridos, los negocios que cuentan con mayores recursos y están formalmente inscritos suelen ser de propiedad de un hombre únicamente.
Existe una tendencia generalizada, que afecta a mujeres y hombres, de no ganar ni siquiera el salario mínimo con su trabajo turístico.
Son escasas las instituciones o empresas turísticas que ofrecen servicios de cuidado infantil para la trabajadoras y trabajadores.
Las jornadas de trabajo presentan características particulares: son superiores a las ocho horas por día, alternan los turnos diurnos y nocturnos o concentran la jornada en algunos días de la semana con doble turno, gozan de un día de descanso a la semana que, generalmente, no es el domingo.

Fuente: Torres (2009); Flores (2007); Moreno (2017a)

Tras la COVID-19 la violencia contra las mujeres y la carga de trabajo doméstico y de cuidado no remunerado ha aumentado y recaído considerablemente en las mujeres, a quienes socialmente se les han asignado dichas actividades. Esto intensifica las barreras que las mujeres enfrentan para acceder al mercado laboral, para mantenerse en él y para trabajar en el marco de condiciones laborales decentes. La COVID-19 ha exacerbado las cargas de cuidados que recaen sobre las mujeres (ONU Mujeres y CEPAL, 2020).

La pandemia también ha intensificado los vacíos que el turismo ya presentaba en un contexto pre-pandemia para afianzar el enfoque de género (Moreno y Ferguson, 2011; Ferguson y Moreno, 2013, 2015; Moreno, 2018b, OMT, 2019). Por ello, el turismo como motor económico tiene una gran responsabilidad para contrarrestar la actual situación actual de las mujeres en el turismo. Se debe evitar que las mujeres sean vistas como un factor ajustable e instrumentalizado para afrontar la crisis y los nuevos escenarios (Moreno, 2020). Hoy más que nunca, y más allá de disminuir las brechas de género en el actual turismo, se debe potenciar la recuperación del turismo desde un enfoque de género, de lo contrario, los esfuerzos para reconfigurar y restaurar el turismo tendrán grandes dificultades para hacer frente a las brechas de género que impactan a ese amplio número de mujeres que se relacionan con la cadena de valor del turismo.

II. EL ANÁLISIS DE GÉNERO EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO

El desarrollo del turismo con enfoque de género ha cobrado relevancia a escala global, sobre todo a raíz del Primer Informe Mundial de las Mujeres en el Turismo realizado por la OMT y ONU Mujeres. La importancia del análisis de género conlleva un entendimiento completo de las relaciones de poder que sustentan el turismo. Tomando como base el trabajo realizado por Swain (1995) el análisis de género en el turismo podría definirse como:

La comprensión del turismo a partir de una perspectiva de género impulsa un trabajo orientado para que el turismo sea un aliado teórico y práctico de la condición humana de las mujeres. Nos permite analizar cómo las mujeres y los hombres contribuyen, experimentan y se ven afectados, de forma individual y colectiva, por el desarrollo del turismo. Su análisis específico sobre la situación de las mujeres, tanto cuantitativo como cualitativo, permite abordar con mayor fiabilidad los errores y aciertos provenientes de este sector para con la disminución de las brechas de género (Moreno 2017a).

La causa más reconocida para poner en práctica el análisis de género en el turismo es debido al gran número de mujeres que constituyen la fuerza laboral turística (Baum, 2013; OMT, 2019). Por ello, el turismo se ha sido edificado como un aliado importante de cara al empoderamiento económico de las mujeres. Según la OMT (2019) el porcentaje de trabajadoras turísticas en América Latina y el Caribe (ALC) es de 60%. En países tales como Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Bolivia el porcentaje de personas empleadas en turismo que son mujeres es superior al 70%.

No obstante este dato, el gran número de trabajadoras turísticas no es lo más importante para validar la mirada del turismo desde un análisis de género. Se requiere mayor atención a la producción y al consumo del turismo, ya que ambas acciones per se no son neutras desde un punto de vista de género (Ferguson 2010a, 2010b). Asimismo, más allá de analizar cómo el turismo se ve desde un punto de vista de género, es justo agudizar en un análisis que permita comprender cómo la igualdad de género puede reestructurar y mejorar la aplicación de la sostenibilidad turística (Moreno, 2017b). De ahí la importancia de revalorizar las necesidades humanas y considerar aquellas prioritarias y fundamentales para las mujeres, y, a su vez, para que el turismo se desarrolle libre de desigualdades de género y en el marco de los derechos humanos y del desarrollo humano (Moreno y Cole, 2019, Moreno, 2021).

Si bien el empoderamiento económico de las mujeres en el turismo (EEMT) comprende la autonomía económica de las mujeres, este tipo de trabajo tiene que entrelazarse también con el empoderamiento político y social de las mujeres. Esto quiere decir que

cuando se crea empleo o se fortalece el engranaje empresarial turístico focalizado en las mujeres, debe ir acompañado de acciones justas en aras de disminuir la precarización laboral en el turismo (Moreno y Cañada, 2018). Esto es esencial para que el EEMT se establezca sobre el conocimiento y las capacidades de las mujeres, sobre la revalorización del saber de las mujeres, la dotación de condiciones para un trabajo decente y acciones contra cualquier tipo de violencia hacia las mujeres que pudiera afectar el desempeño del turismo en el ámbito de la sostenibilidad.

Las desigualdades de género son un obstáculo de cara a afianzar la sostenibilidad en el turismo. Por ello, el sector turístico debe tener un liderazgo significativo en el abordaje del enfoque de género en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En el siguiente cuadro se presenta un análisis de género de las potenciales contribuciones del turismo al cumplimiento de una selección de ODS.

Cuadro 6. ODS y análisis de género en el turismo

ODS 1. Fin de la pobreza	El fomento del crecimiento y del desarrollo económico del turismo y una alta participación de mujeres en el sector, no garantiza que la situación y las necesidades de las mujeres en un contexto de pobreza se estén analizando con una perspectiva de género. A ello hay que sumar las consecuencias de la Covid-19 en cuanto a la crisis de los cuidados y el aumento de la violencia de género que, junto con la baja participación laboral y la mayor participación en el trabajo informal, constituyen las principales causas de la feminización de la pobreza para el caso de América Latina.
ODS 2. Hambre Cero	El turismo puede tener un rol significativo en estimular la producción agrícola y el uso de productos locales en los destinos turísticos. Las mujeres frecuentemente tienen un rol preponderante en las actividades de producción, procesamiento y preparación de alimentos. Esto ofrece oportunidades para el desarrollo de negocios y emprendimientos liderados por mujeres y para fortalecer las cadenas de valor en estos contextos desde un enfoque de género.
ODS 4. Educación de Calidad	La educación turística tiene que priorizar las dimensiones de género en cada una de las materias relacionadas con un currículo educativo turístico incidirían significativamente en la calidad del currículo educativo turístico.
ODS 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	Trabajar el turismo desde una perspectiva de género implica, por tanto, realizar un análisis de género en todas las fases de la planificación turística, poner énfasis en las necesidades prácticas y estratégicas de las mujeres, visibilizar su participación en el turismo y fomentar medidas afirmativas que disminuyan o eliminen las brechas de género; por ejemplo impulsar la provisión de puestos de trabajo en todos los ámbitos y niveles de responsabilidad, generar oportunidades

	de generación de ingresos específicas para las mujeres, promover su participación y liderazgo en las MIPYMES vinculadas al sector turismo, teniendo en cuenta que es uno de los sectores con una alta participación de mujeres.
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	Desde una perspectiva de género el turismo tiene una gran responsabilidad para asegurar un trabajo decente y sensible al género. Gran parte de las mujeres que trabajan en el sector lo hacen de manera precaria y flexible (Moreno y Cañada, 2018). Es fundamental disminuir los factores causantes de la precariedad y la flexibilización laboral.
ODS 9: Industria, innovación e infraestructura	El sector turismo depende de infraestructuras públicas y privadas de calidad para su funcionamiento. Por lo tanto, tiene un rol significativo en incentivar a los gobiernos nacionales o promover alianzas público-privadas a modo de renovar, reforzar y modernizar la infraestructura turística, de forma sostenible. En estos esfuerzos, es clave tener en cuenta también la infraestructura necesaria para lograr una adecuada redistribución de las responsabilidades de cuidado, protección y bienestar social, lo cual incide directamente en las posibilidades de las mujeres para insertarse en la economía.
ODS 10. Reducir las desigualdades en y entre todos los países.	Promover una participación de la mujer en el sector en igualdad de condiciones puede generar mayores posibilidades para el desarrollo comunitario y rural, reduciendo por ende los desequilibrios regionales.
ODS 13. Combatir el cambio climático y sus impactos.	El turismo hace un uso importante de recursos naturales porque convierte en atractivos turísticos recursos fundamentales para el bienestar de la vida cotidiana de la población y, en especial, de las mujeres: áreas de ocio, agua, tierras para la obtención de alimentos, espacios donde de manera especial las mujeres generan y fortalecen sus activos sociales, etc. Es necesario analizar el impacto de género del deterioro del medioambiente acontecido en los destinos turísticos y promover sistemas de “ordenación territorial turística” (Moreno & Tovar, 2015) o fortalecer las implicaciones de género del uso del agua por parte del sector.
ODS 17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	El turismo, al ser un eje transversal en la mayoría de los países, fortalece las redes entre organizaciones y personas -a nivel internacional, regional y local. La sociedad civil, y en particular los grupos de mujeres y colectivos feministas deben ser considerados como <i>stakeholders</i> turísticos en cualquier programa promovido por grandes o pequeñas organizaciones.

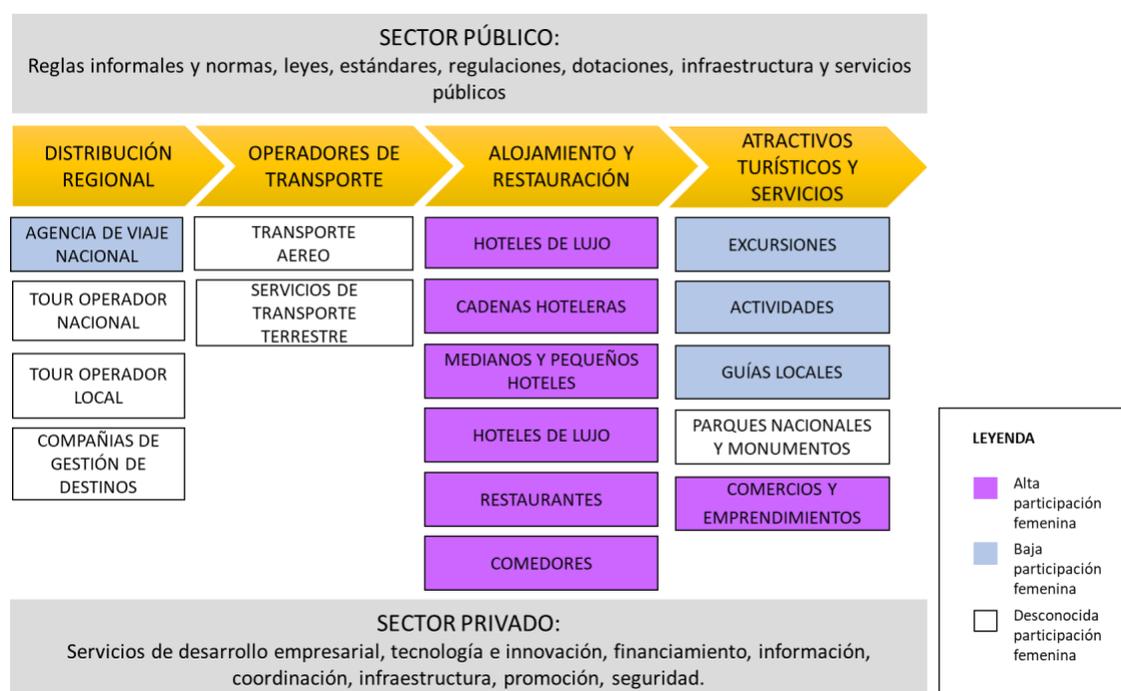
Elaboración propia a partir de Moreno (2017b), Moreno (2018a), Moreno y Cole, (2019), Moreno (2021).

Implicaciones para la cadena de valor del turismo

El enfoque de cadena de valor invita a ver en detalle la articulación turística de producción y, en menor medida, de consumo. La cadena de valor en el turismo (CVT) es el esqueleto de la producción turística y presenta rasgos particulares tales como (i) el producto turístico no se puede almacenar, (ii) la dinámica de producción y de consumo suelen ocurrir en el mismo lugar, (iii) la comercialización del producto turístico ocurre en las propias unidades productivas y, en ocasiones, lo que se consume es intangible, de ahí la llamada “experiencia turística” (Ventura, 2011).

La CVT está sujeta al tipo de turismo y a las capacidades instaladas en un destino turístico. Por consiguiente, el estudio de la CVT es útil para evidenciar todas sus posibilidades de organización, que son heterogéneas y van en consonancia con las prioridades de desarrollo turístico que existen en un destino determinado. El presente estudio se enfoca principalmente en el eslabón del alojamiento y restauración, donde se cuenta con evidencia de una mayor participación de las mujeres (Moreno, próximamente), así como en algunas funciones habilitadoras de actores clave del ecosistema, tales como el marco regulatorio promovido desde el sector público, así como algunas funciones de apoyo de actores del sector privado.

Figura 1: Representación adaptada de la cadena de valor en el turismo (CVT) con perspectiva de género



Fuente: elaboración propia con información a partir de Moreno (próximamente), OMT 2019 y SNV 2011.

La CVT no son neutras al género. Esto quiere decir que en toda su estructura (eslabones, elementos transversales) hay mecanismos que pueden contribuir o ir en detrimento de la igualdad de género. Si bien este estudio es una primera toma de conciencia sobre la importancia que conlleva potenciar la CVT con un impacto positivo en el empoderamiento económico de las mujeres, es importante tener en cuenta que la CVT requiere de apoyos para recuperarse de la pandemia.

De acuerdo con Barrientos (2019), las cadenas de valor tienen un impacto de doble entrada para las mujeres. Según la autora, los patrones de género de las cadenas de valor global suelen relegar a las mujeres a los trabajos con menos remuneración y donde sus habilidades adquiridas no son reconocidas y sí explotadas. La autora también indaga en que las mujeres pueden beneficiarse de mejores remuneraciones y condiciones laborales, sobre todo, cuando se les reconoce de manera formal su habilidad laboral y cuando las cadenas de valor son otra vía para la negociación de las mujeres en aras de mejorar sus condiciones y derechos laborales y, por ende, la consecución del empoderamiento económico de las mujeres.

El turismo debe priorizar el enfoque de género en su cadena de valor. De esta manera, es vital el entendimiento de la composición de los eslabones y de los elementos transversales que le constituyen para identificar dónde están las mujeres y así poder caracterizar su situación dentro de la CVT. Parafraseando a Flores y Lindo (2006), esto último más allá de revelar datos desagregados por sexo o de describir el grado de acceso que tienen mujeres y hombres, se debe profundizar en lo que hay detrás de la inserción de mujeres y hombres en los diferentes eslabones. Este tipo de ejercicio todavía suele ser incipiente; de hecho, se necesitan más estudios focalizados en el territorio que traten la unión entre la CVT y el enfoque de género (Moreno, próximamente). El siguiente cuadro resume las principales interconexiones entre las dimensiones de género y la CVT, identificadas por Staritz y Reis (2013), uno de los pocos estudios realizados en terreno.

Cuadro 7: interconexiones entre las dimensiones de género y la CVT sobre la base de un estudio en Kenia

Niveles	Principales hallazgos
Prácticas de empresas mundiales líderes	<ul style="list-style-type: none"> Las mujeres sufren con mayor intensidad la precarización laboral que se produce por la presión que hacen las operadoras turísticas en cuanto al abaratamiento de los costos de producción. Las empresas de turismo tienen una preconcepción de cuáles son los trabajos que una mujer puede realizar. Ciertos productos turísticos están segregados por sexo (como por ejemplo los safaris para el caso de Kenia, que están altamente masculinizados, mientras que el turismo cultural permite más

	<p>oportunidades para las mujeres que trabajan en roles artesanales tradicionales).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos turísticos vendidos por las empresas de distribución global determinan los trabajos disponibles para las mujeres y el acceso al mercado por parte de las empresarias.
Prácticas por parte de las empresas locales	<ul style="list-style-type: none"> • Las normas sociales y de género afectan los procesos de contratación. • Las decisiones de los proveedores, apoyadas por las operadoras turísticas y los hoteles nacionales pueden respaldar la división sexual del trabajo y perpetuar las redes comerciales centradas en los hombres.
Prácticas por parte de las instituciones turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • El marketing y la política turística tienen múltiples efectos en las trabajadoras turísticas y emprendedoras, sobre todo cuando es invisible una estrategia pro-mujer. • Las políticas financieras, de propiedad de la tierra, educativas y de corresponsabilidad entre la vida laboral y familiar son fundamentales para disminuir las barreras que las mujeres suelen enfrentar en la CVT.

Fuente: elaboración propia a partir de Staritz y Reis (2013)

Otro punto interesante que justifica la importancia del enfoque de género en la CVT es en relación con los procesos de escalamiento. El escalamiento en su conjunto hace posible la diversificación real y efectiva de la CVT sobre la base de tres trayectorias: económica, social y medioambiental, tal como lo enseña el cuadro de a continuación:

Cuadro 8: Trayectorias de escalamiento: económica, social y medioambiental

Trayectoria de escalamiento	Explicación en la CVT
El escalamiento económico	Hace referencia a cómo los destinos turísticos agregan valor a la producción para elevar las actividades turísticas a una de mayor calidad ajustada a las certificaciones o tendencias.
El escalamiento social	Hace referencia a la implementación de los sistemas de certificación y de regulación de los estándares que fomenten los derechos laborales. El escalamiento social, por tanto, debe trascender el mero perfeccionamiento de los sistemas de formación y capacitación para el recurso humano. Su razón de ser es el cumplimiento de las pautas que orientan el trabajo decente.
El escalamiento medioambiental	Hace referencia a la protección del medioambiente, teniendo en cuenta la relación entre el cambio climático y la sostenibilidad turística.

Fuente: elaboración propia a partir de Barrientos, Gereffi y Rossi, (2011); Daly y Gereffi, (2017) y Hendrickson y Skerrette (2020).

El escalamiento per se ofrece información sobre los mecanismos necesarios a impulsar

para el mejor desempeño de la CVT. En el turismo se suele relacionar el escalamiento social con el escalamiento económico, como si fuera algo directamente proporcional (Christian, et.al. 2011), así como que el valor añadido del producto turístico conduce a más y mejores trabajos, pero dicha relación no siempre ocurre (Christian, Evers y Barrientos, 2013; Barrientos et. al, 2016). Las dimensiones sociales y culturales, incluyendo las normas de género, juegan un rol determinante en los procesos de exclusión social e incorporación adversa en las cadenas de valor (Hickey y DuToit, 2013). Esto se debe a que el sesgo de género está presente en las trayectorias de escalamiento (Barrientos, 2019a; Barrientos, Bianchi y Berman, 2019).

El enfoque de género es esencial en cada trayectoria de escalamiento porque éstas conforman una puerta de entrada para analizar los términos de incorporación de las mujeres en la CVT. Esto quiere decir que las trayectorias de escalamiento deben ser propuestas desde una perspectiva de género para evitar un fortalecimiento - o la promoción - de desigualdades de género a lo largo de la CVT (Moreno, próximamente). Es importante saber si las iniciativas de cara al escalamiento económico presentan un impacto positivo en la reducción de las desigualdades de género; si las trayectorias de escalamiento social reducen la flexibilización laboral de las mujeres en el turismo; o si el escalamiento medioambiental es útil de cara a potenciar la igualdad de género que hoy por hoy se debate en los contextos vinculados con el cambio climático (Moreno, próximamente).

III. LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES EN LA CVT DE CENTROAMÉRICA.

En esta sección se presentan los desafíos identificados mediante la revisión bibliográfica y las entrevistas realizadas a informantes clave del sector público, privado, cooperación internacional y organizaciones de mujeres. Tal como se mencionó anteriormente, en el apartado de las limitaciones y fortalezas, existen pocos estudios sobre las CVT desde una perspectiva de género que sirvan como base para ordenar los hallazgos, considerando las dificultades que supone realizar un estudio en tiempos de pandemia. Por ello, se han priorizado dos puntos de entrada para el análisis:

Por un lado, se abordan cinco cuestiones relacionadas con los aspectos laborales: división sexual del trabajo, flexibilidad laboral, informalidad, gestión empresarial y el aprendizaje. Es importante tener en cuenta que los datos disponibles se refieren principalmente a mujeres que participan en el eslabón de la restauración y el hospedaje, utilizado por la OMT como proxy para caracterizar la participación de las mujeres en el turismo.

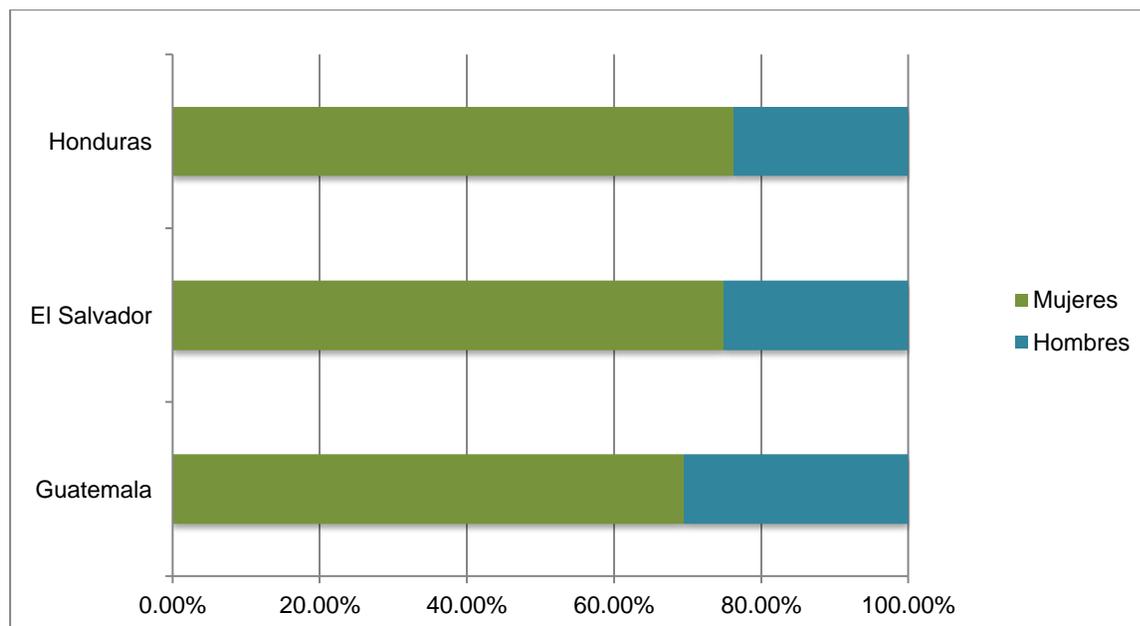
Por otro lado, se hace un análisis del enfoque de género en las políticas públicas y programas de apoyo al sector turístico, con énfasis en su potencial o sus limitaciones para impulsar un desarrollo sustentable del turismo con equidad de género, en el marco de los planes de reconstrucción post pandemia en la región SICA.

Participación laboral de las mujeres en la CVT

División sexual del trabajo

En la región de TNCA los eslabones de alojamiento y de servicio de comidas (asociadas al turismo) está altamente feminizado. En 2019 las mujeres representaron el 76.2% de personas empleadas en dicho eslabón en Honduras, 74.8 % en El Salvador y 69.53% en Guatemala.

Gráfico 2. Países del TNCA: empleo en el sector de las actividades de alojamiento y de servicio de comidas⁸ (asociadas al turismo), según sexo, 2019



Fuente: elaboración propia, con datos de ILOSTAT, 2021

Dado que las trabajadoras turísticas en CA están concentradas en los eslabones vinculados con la preparación de alimentos (restaurantes, comedores, cafeterías, panaderías, etc.), producción de artesanías y confección de ropa y bisutería. Los hombres están mayormente vinculados con el eslabón de la hostelería, así como con trabajos complementarios al turismo, tales como la construcción. A diferencia de las MIPYMEs, donde la mayoría son propiedad de mujeres, gran parte de los propietarios o titulares de las grandes empresas de alojamiento son hombres. Por ello, en los hoteles y hostales los hombres ocupan cargos directivos o gerenciales y las mujeres se dedican a actividades de cocina, mantenimiento, preparación de habitaciones, etc.

La participación de las mujeres en la CVT está muy vinculada a actividades de cuidado remuneradas. Si bien el turismo es considerado como una oportunidad, ocurre que gran parte de los trabajos que realizan las mujeres en los eslabones están marcados por la división sexual del trabajo lo que, incluso, en ocasiones, “ha lastrado las posibilidades de mayores cambios” en la comunidad dado que “el empleo turístico ha servido básicamente para mantener las estructuras familiares, y evitar que las mujeres salieran en mayor

⁸ Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), Revisión 4, Naciones Unidas, 2009.

medida de la comunidad para buscar un empleo remunerado (Cañada, 2019: pág. 46).

La participación laboral de las mujeres en la CVT está fuertemente marcada por los roles de género. Se podría decir que gran parte del trabajo que realizan las mujeres en los eslabones de alojamiento y restauración pasa por cuidar de los turistas y del turismo. Parafraseando a una de las entrevistadas, independiente de que las mujeres tengan o no un rol administrativo, el cuidado está en el núcleo de la CVT: cuidar las finanzas, cuidar al personal, cuidar la atención del cliente, etc. El acto de cuidar de por sí no es valorado, ni por la sociedad ni por el mercado, entonces, cuando esto se traslada a las dinámicas del mercado laboral se siguen considerando los mismos matices del no valor (Moreno y Cañada, 2018). Esto en el mercado se materializa en bajos salarios y en poco reconocimiento laboral, a pesar de que el trabajo realizado por las mujeres es un trabajo esencial, como ocurre con las camareras de piso (Cañada, 2018) o con aquellas que cocinan.

Según una de las entrevistadas, “dicho cuidar” cognitivamente debe tener un efecto que va más allá de “cuidar bien su trabajo”. Si bien el turismo se ha proclamado como un sector que permite a las mujeres gozar de un trabajo flexible (entendido como algo cómodo), esto puede ser un arma de doble filo. La flexibilidad conlleva a la precarización laboral, lo que a la larga puede conducir a otras desigualdades de género en el núcleo del quehacer turístico y de la CVT. Asumir la flexibilidad laboral turística como algo positivo para las mujeres implica no abordar las consecuencias de las altas cargas laborales que enfrentan en cuanto a trabajo doméstico y de cuidado no remunerado. Asimismo, dificulta comprender cómo dicha situación afecta el acceso y el desempeño laboral de las mujeres en la CVT, sobre todo de aquellas que son jefas de hogar, viudas o simplemente asumen la crianza íntegra de sus hijas e hijos o de otras personas.

Flexibilidad laboral

La flexibilidad laboral es una de las prácticas que socialmente se han normalizado a la hora de promover la participación de las mujeres en la CVT. Sin embargo, la flexibilidad conlleva un empobrecimiento de las condiciones laborales tales como un alto número de mujeres trabajando sin contrato o con un contrato parcial, la imposibilidad de participar en sindicatos, salarios bajos y la externalización de servicios. Además, según la OIT (2019), el eslabón de la hostelería es más propenso a la violencia y el abuso. Lo mismo puede ocurrir en eslabones donde a primera vista hay paridad. Por ejemplo, la mayoría de las empresas que se dedican al senderismo en la región son grupales, en este eslabón hay paridad en cuanto a la participación de mujeres y hombres, no obstante, las utilidades y los dividendos favorecen a los hombres, quienes tienen los cargos directivos.

Trabajo informal

Otro reto es en relación con el trabajo informal. Las iniciativas turísticas emprendidas por las mujeres en la región suelen ser de infra subsistencia o subsistencia y constituirse en la economía informal. Según una informante proveniente de la cooperación internacional, una empresa dinámica no tiene las mismas problemáticas y circunstancias que una micro o pequeña empresa, ya que esta última tiene una labor social marcada por la subsistencia familiar que es asumida frecuentemente por una jefa de hogar. A pesar de que la CVT se beneficia enormemente del trabajo que se realiza en la economía informal, son escasos los estudios sobre la informalidad incrustada en el sector del turismo o, tal como argumentó una de las entrevistadas, sobre los procesos de graduación de la informalidad a la formalidad.

El sistema de formalización de muchos países es complejo y no está adaptado a la realidad que enfrentan las trabajadoras y empresarias turísticas con respecto a la CVT (Codina y Moreno, 2021). Una de las personas entrevistadas refirió que la tramitología requerida para procesos de registro, licencias sanitarias, etc. son un obstáculo para la formalización de las empresas. Dicha situación afecta sobre todo a aquellas que desempeñan un trabajo fuera de la lógica de la producción de escala y con una fuerte estacionalidad, como podría ser el caso de las artesanas. Se podría decir que las artesanas sufren una doble estacionalidad: la que viene dada por su condición de artesana y la que de por sí ha tenido toda la vida el turismo.

Gestión empresarial

La promoción profesional está condicionada por el crecimiento de las empresas, tanto en la economía formal como informal. El poco acceso al crédito es uno de los grandes impedimentos que tienen las mujeres para crecer como empresarias en la CVT (Hess, 2020; Peralta, 2021). Se les descalifica o simplemente se les considera como empresarias sin garantía alguna para acceder al financiamiento. Abordar esto es esencial para fomentar empresas turísticas de calidad, que vayan más allá de ser una empresa de autoempleo y en tiempos de pandemia, dicha situación es urgente ya que han desaparecido iniciativas gubernamentales clave de cara al emprendimiento de la mujer en la Región tal como fue informado por una de las entrevistadas localizadas en El Salvador. También persiste la siguiente situación que según una de las entrevistadas se podría describir de la siguiente manera:

“Las mujeres le meten poco esfuerzo a las pymes porque tampoco tienen todo el tiempo del mundo para dedicarle a la empresa, debido al trabajo de cuidados no pagado. Aquí hay un techo (autocensura cognitiva) porque suele decir (la mujer): esto es lo que puedo hacer

y ya no más”.

También sucede que, según una de las entrevistadas, cuando se recibe una invitación para acceder, por ejemplo, a una capacitación vinculada con la tecnología para mejorar la gestión empresarial, llega a las altas esferas o simplemente no incluyen a los puestos que están fuera de los programas de capacitación, donde suelen estar un número importante de trabajadoras turísticas.

Suele ocurrir que las actividades productivas de las mujeres en el turismo son consideradas como pasatiempos o voluntariados, por lo que no reciben las herramientas de desarrollo empresarial para crecer económicamente. Por consiguiente, no es menor el número de trabajadoras turísticas que son consideradas trabajadoras familiares no remunerados (OMT, 2019). Así resulta que las trabajadoras turísticas requieren de habilidades y de ayuda que les sirva sobre todo para valorarse como trabajadoras activas del turismo, con poder de negociación e indispensables para el buen funcionamiento de la CVT.

En la Región acontece que las empresarias están en un proceso de reconversión de sus empresas. Están cambiando el giro de sus negocios a por ejemplo servicio de alimentos fuera de la lógica turística para llevar o a domicilio. Asimismo, están promoviendo con fuerza la venta del producto online, algo que también se ha visto con fuerza en otros países tales como Perú y Chile (Codina y Moreno, 2021). En la Región del Trifinio, los CAM comentan haber incurrido en costos extraordinarios para financiar actividades virtuales, plataformas y vías de comunicación con el personal y con las personas beneficiarias. El apoyo de los CAM para las emprendedoras y empresarias se mantiene activo a pesar de la pandemia, pues se han adaptado a la modalidad virtual, atención telefónica y visitas casa por casa, en las cuales se incentiva la participación de las mujeres.

El aprendizaje

En la región persisten bajos niveles de educación, situación que debe interiorizar la política turística para garantizar un aprendizaje integral que favorezca a la CVT. Según una de las entrevistadas, es común ver a los hombres desincentivar a las mujeres de participar en actividades de capacitación y emprendimiento lo que, puede afectar en la capacidad de autodeterminación de las mujeres para obtener un aprendizaje que les ayude a escalar en la CVT.

El acceso a la educación tiene que ver también con la calidad de las infraestructuras. Por ejemplo, si se quiere enfatizar la educación conectada con la digitalización turística, sobre todo en tiempos de pandemia, es necesario conocer si los territorios rezagados cuentan o no con servicios básicos o cobertura de servicio de telefonía e internet para recibir esa

formación (Peralta, 2021). El aprendizaje es importante, tanto para entender el turismo como para conectarlo con las necesidades de las mujeres desde un enfoque de cadena de valor. El aprendizaje también es fundamental para la seguridad económica y psicológica, dos requisitos fundamentales de cara al empoderamiento de las mujeres.

Políticas Públicas y Programas de Apoyo al Sector Turístico

La implementación de estrategias para la promoción del turismo a nivel SICA o de Región Trifinio requiere la coordinación de los entes rectores y de las políticas de cada uno de los países centroamericanos. El Anexo 1 resume los principales actores e instrumentos de política para Guatemala, El Salvador y Honduras. Es importante mencionar que en los instrumentos de planificación analizados, no se identifican acciones específicas o diferenciadas a favor de las mujeres (UCA, 2020).

Esta sección tiene que ver con el apoyo proporcionado por el sector público, sector privado y organizaciones no gubernamentales en el ámbito de la igualdad de género en el turismo. En la Región existen iniciativas desde el nivel central, pero éstas no necesariamente se traducen en apoyo local enmarcado en financiamiento, subsidio, negociación de deudas, y política fiscal que beneficie a las mujeres. Con la ayuda de las entrevistas se analiza a continuación el abordaje de género y la presencia de vínculos con el nivel territorial o local de: i) las estrategias y políticas nacionales y regionales; (ii) de los Planes de Reactivación Regional.

Medidas nacionales y regionales

A nivel nacional, los instrumentos de política de los entes turísticos de los tres países del Triángulo Norte, carecen de un enfoque de género o estrategias concretas para disminuir las brechas de género en el sector. Cabe señalar sin embargo que en los tres países existe un enfoque de turismo sostenible, con lo cual se establecen vinculaciones con la actividad turística a nivel territorial.

En el caso de Guatemala, el género se menciona únicamente en los principios que rigen el Plan Maestro de Turismo Sostenible, al afirmar que se fomentará la inclusión y la igualdad de oportunidades para los diversos sectores de la población pluricultural y multiétnica, con enfoque de género. Sin embargo, no se detallan acciones específicas que contribuyan a promover el enfoque de género en cadena de turismo de Guatemala. No se definen tampoco indicadores dentro de cada uno de los programas que contribuyan a lograr este fin, ni a disminuir las brechas de desigualdad territorial, cultural y de género que están presentes (UCA, 2020). Con respecto al turismo sostenible, se menciona que “El desarrollo sostenible del sector se desenvolverá dentro del marco del respeto a la diversidad cultural y la conservación del patrimonio natural. Asimismo se procurará el

desarrollo del turismo rural y comunitario, basado en los saberes y conocimientos ancestrales de los Pueblos Indígenas” (INGUAT, 2012). Es importante notar que los instrumentos de política turística en Guatemala reconocen la necesidad de integrar las necesidades del sector, ampliando la visión y dando participación a otros actores (de la sociedad civil, del sector privado y de la cooperación internacional), más allá de lo previsto en la normativa. Los ejes estratégicos de la política turística de Guatemala se resumen en el Anexo 2.

Respecto al manejo de la pandemia, si bien el Gobierno de Guatemala implementó programas para mitigar algunos efectos económicos negativos producto de esta crisis, no se han tratado de medidas específicas para el sector turismo. Aunque algunas de las familias de diversas personas empleadas en el sector turismo pudieron calificar como beneficiadas del “Fondo Bono Familia”, no se trató de un beneficio generalizado. De igual manera, para aquellas personas que producto de la pandemia quedaron sin empleo o bajo la modalidad de congelamiento de plaza pero sin retribución salarial alguna, el Gobierno de Guatemala implementó el “Fondo de Protección del Empleo”. El Fondo Bono Familia (implementado desde mayo hasta septiembre del 2020) consistía en “entregar un beneficio económico de Q75 diarios a los trabajadores del sector privado (recibido directamente a través de transferencias en sus cuentas bancarias), afectados por la suspensión laboral a causa del COVID- 19, mientras sus contratos de trabajo se mantienen suspendidos” (UCA, 2020).

Por otro lado, como parte de las medidas para disminuir los efectos económicos por la pandemia se implementaron el Fondo de Protección de Capitales y el Fondo de Crédito para Capital de Trabajo. El primero de estos dos fondos se creó para otorgar créditos a comerciantes individuales, profesionales y cooperativas de ahorro y crédito. El fondo de Crédito para Capital de trabajo se implementó con el objetivo de financiar capital de trabajo con condiciones blandas para mantener la capacidad productiva y continuidad de operaciones para comerciantes individuales o sociales. Ambos fondos han sido manejados por el Crédito Hipotecario Nacional (CHN). No obstante, las empresas del sector turismo no han logrado beneficiarse de estas oportunidades pues según lo manifiestan las asociaciones y gremios vinculados a la actividad turística en el país, por su mismo giro de negocio, considerado actualmente, de alto riesgo, no son personas sujetas al otorgamiento de créditos y además les solicitaban una serie de requisitos que no podían cumplirlos a cabalidad (UCA, 2020).

En el caso de El Salvador, como mencionado en la primera sección, la estrategia para el sector turístico se encuentra como uno de los ejes de trabajo del de gobierno, denominado, Plan Cuscatlán. Este a la vez funge como la hoja de ruta para la reactivación económica frente a la pandemia. El enfoque de género está prácticamente ausente de todo el planteamiento, ya que cuando se expone el conjunto de políticas con la que se espera

relacionar toda la dinámica que se genere en el sector turismo, no se expresa la necesidad de relacionar este componente con una política de género, cuando en cambio sí se hace en cuanto a las políticas de salud, medioambiental, deportiva, fiscal, de inclusión, entre otras. Sin embargo, el Plan Cuscatlán sí contiene un eje de género, que aborda aspectos económicos, los cuales se analizarán más adelante, en la sección sobre reactivación económica.

Respecto al turismo sostenible, el Plan Cuscatlán menciona que el abordaje de turismo en el país debe hacerse de forma articulada con las políticas de conservación del medio ambiente, de cultura, de inclusión, fiscal y de desarrollo local, entre otras. Ello abre el camino para la articulación con políticas territoriales; de hecho la estrategia habla del empoderamiento de los gobiernos y actores locales, para el desarrollo del turismo sostenible, propiciando la organización de los actores locales y la implementación de acciones con la participación activa de las comunidades (UCA, 2020). Las estrategias de este instrumento se detallan en el Anexo 3.

En lo que respecta a las medidas para el sector turístico frente a la pandemia, el Gobierno de El Salvador, además del establecimiento de medidas de bioseguridad y una vez se decidió realizar una reapertura gradual, implementó las siguientes medidas: prórrogas en el pago de los servicios de agua y energía eléctrica, coordinación con entidades financieras para identificar posibles apoyos financieros, entrega de paquetes de víveres a empleados de algunas empresas turísticas, excepción de pago a arrendatarias locales en los parques recreativos y periodo de gracia de dos meses una vez reiniciadas las actividades. Adicionalmente, a través de BANDESAL (Firempresa) se estableció un fideicomiso de 600 millones de dólares, que incluye un programa de subsidio de 50% del salario (hasta un máximo de 45 mil dólares por empleador, un programa de créditos a patronos con condiciones blandas y el programa de financiamiento productivo (UCA, 2020). Es de notar que la mayoría de estas medidas está orientada a aspectos relacionados con la formalización de las empresas, lo cual deja fuera a otras personas del sector turístico que no cumplen con las condiciones para acceder a las mismas.

En Honduras, la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible (ENTS) establece un modelo de desarrollo turístico orientado a “propiciar un mayor crecimiento económico, combatir la pobreza, distribuir equidad y realizar un aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales contribuyendo a su conservación” (Secretaría de Turismo, 2006, p. 7) que enfatiza el papel de las comunidades locales en la promoción de los recursos naturales, culturales y patrimoniales con los que cuentan. Sin embargo, en la ENTS no incluye ninguna acción específica orientada a la transformación de las relaciones de género, ni a las mujeres. En cuanto a las medidas implementadas para apoyar la reapertura del sector, en los documentos a los que se ha tenido acceso, únicamente se reporta la elaboración y difusión de distintos protocolos de bioseguridad (UCA, 2020). Un

resumen de los principales objetivos de la ENTS se detalla en el Anexo 4.

A continuación, el Cuadro 12 presenta un resumen de las principales medidas frente al COVID-19 adoptadas para el sector turismo por los estados centroamericanos. Como se puede apreciar, ninguna de las iniciativas para reactivar el turismo tiene una aproximación específica a la situación de las mujeres en el turismo, ni mucho menos un análisis de género.

Cuadro 9: Medidas frente al COVID – 19 que beneficien al sector turismo en TNCA

País	Acciones
El Salvador	<ul style="list-style-type: none"> Debido a las vacaciones de fin de año, el gobierno realizó un trabajo institucional coordinado con diferentes ministerios. El Ministerio de Turismo (MITUR) inició el 14 de diciembre del 2020 su recorrido por diferentes municipios para verificar que los establecimientos cumplieran con las medidas de bioseguridad para atender a los clientes. Con ello se pretendía centrarse en los lugares con mayor afluencia de personas. A partir de marzo hasta junio 2020, los empresarios turísticos salvadoreños no pagaron el aporte especial del 5% que sirve para promover el turismo. Asimismo, se concedió una prórroga de 30 días para realizar el pago del Impuesto a la Renta (ISR) correspondiente al año fiscal 2019, si el total a pagar era igual o menor a \$ 25 mil. Ambos beneficios estuvieron exentos de cualquier tipo de interés, multas o recargos.
Honduras	<ul style="list-style-type: none"> Se estableció un Fondo de Garantía de alrededor de 500 millones de lempiras para empresas y otras medidas con el fin de beneficiar a más de 150.000 empleados del sector turístico que hubieran dejado de percibir salario o ingresos por servicios, entre los que podrían recibir un aporte solidario de 6.000 lempiras mensuales durante la emergencia sanitaria.
Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> Se desarrollaron guías de buenas prácticas para la prevención del COVID-19. Estas guías tienen como objetivo promover el turismo y la protección de los visitantes nacionales y extranjeros en estos establecimientos. El Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) entregó 385 insignias para reconocer la voluntad de elevar a la industria con responsabilidad. La marca es un mensaje a los viajeros nacionales y extranjeros sobre la seguridad de los productos y servicios turísticos que ofrece el país. Además del distintivo antes mencionado, el INGUAT también entregó el Sello de Viaje Seguro (Sello de Viaje Seguro), que Guatemala obtuvo por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, al demostrar que cumple con los protocolos de higiene, lo que genera mayor confianza a los visitantes.

Fuente: CEPALSTAT, 2021

A nivel del SICA, recientemente se firmó una Carta de Entendimiento entre SITCA, COMMCA y SICA para afianzar el enfoque de género en el turismo que, si bien no conlleva implicación financiera para ninguna de las instituciones involucradas, es una situación positiva para reducir las brechas de género que las mujeres enfrentan a lo largo de la CVT.

Cuadro 10: Principales objetivos de la Carta de Entendimiento entre SITCA, COMMCA y SICA

Diagnosticar, diseñar e implementar medidas para el desarrollo del turismo que conduzcan a integrar los derechos humanos de las mujeres y los principios de igualdad y equidad entre hombres y mujeres en los procesos de formulación y ejecución de política, planes, programas, estrategias y proyectos en el ámbito regional y nacional.
Propiciar reuniones de intercambio entre equipos técnico y altas autoridades a fin de determinar líneas de trabajo conjunta y prioritarias, tales como la desagregación por sexo de las estadísticas. Procesos de investigación, formación y capacitación.
Asegurar una gestión conjunta de recursos técnicos y financieros para la ejecución de consultorías, asistencias técnicas, programa y proyectos de cooperación, planes de trabajo entre ambas instituciones.
Incorporar a SITCA en la arquitectura regional de la Política Regional de Igualdad y Equidad de género del SICA, específicamente en e Comité Técnico Sectorial Eje 1: Autonomía Económica de la Mujer.

Fuente: Carta de entendimiento entre SITCA, COMMCA y SICA

Este acuerdo es evidentemente positivo como paso incipiente para un trabajo en turismo y género. No obstante, presenta varios retos. Las ayudas que se han dado al sector turístico en la era COVID-19 no son suficientes ni van a la par con los estragos que supone enfrentar una de las peores crisis del turismo. Con la pandemia salió a la luz que la política turística sigue siendo entendida como una cuestión de cara al marketing y a la promoción, con un escaso impacto en la gestión y la planificación turística. Por ejemplo, según un entrevistado, en Honduras se diseñó para el sector agropecuario una respuesta rápida ante la crisis, al igual que para el sector del transporte, pero para el sector del turismo aún se está a la espera de las oportunidades que se generarán desde el gobierno central, a pesar de que se hizo un sondeo de cómo la pandemia está afectando al turismo.

Por ende, hoy más que nunca hay un desafío presente y constante por situar el empleo decente en el núcleo de la política turística (ILO, 2017). Esto supone ampliar las ayudas a la economía informal del turismo, que como ya se mencionó, constituye el gran grueso de personas, sobre todo mujeres, que trabajan en la región.

Las mujeres, como ya se ha mencionado, tienen una presencia significativa en el sector de

la MIPYME, sin embargo las brechas de acceso a crédito y otros servicios financieros sigue siendo un desafío importante para las empresas lideradas por mujeres. A nivel regional, el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), constituye un actor relevante para promover servicios a la MIPYME en varios sectores, incluyendo el turístico. El BCIE ejerce un rol de intermediación financiera y de triangulación con fuentes externas de recursos con interés en invertir en la región. Un ejemplo de este tipo de alianza estratégica es el acuerdo entre el BCIE y ONU Mujeres, para impulsar MIPYMEs lideradas por mujeres, que tiene como propósito reducir la brecha de acceso a crédito de las mujeres en la región, así como promover su inclusión financiera y empoderamiento. Los recursos aportados por ONU Mujeres, a través del Programa MELYT, se suman al Fondo de Garantías creado por el BCIE en 2020, como instrumento financiero complementario de cobertura de riesgo crediticio para las MIPYMEs, con el fin de garantizar el acceso a crédito a empresarias afectadas económicamente por la COVID-19. Se espera que este fondo, creado en el marco de la Facilidad de Apoyo al Sector Financiero como uno de los componentes del “Programa de Emergencia de Apoyo y Preparación ante el COVID-19 y de Reactivación Económica del BCIE” permita a empresas lideradas por mujeres restablecer sus capacidades productivas y generar empleo. El Fondo de Garantía asciende a USD 1 millón, mientras que el programa de emergencia cuenta con hasta USD 28.1 millones de dólares provenientes del BCIE y de la Unión Europea.

Específicamente en el sector turístico, el BCIE cuenta con el Programa Regional de Competitividad y Sostenibilidad para la MIPYME Turística (PROMITUR), orientado a promover el sector turismo mediante el acceso a crédito a través de instituciones financiera aliadas del BCIE en condiciones financieras favorables, con lo cual se busca propiciar emprendimientos innovadores, nuevos modelos de negocios, certificaciones, acceso a nuevos mercados y el desarrollo de productos turísticos. Los recursos disponibles ascienden hasta USD 30 millones. En el caso de PROMITUR, por ejemplo, la colocación a la fecha es de solo USD 1 millón, de lo cual 51.2% corresponde a empresas lideradas por mujeres.

En opinión de la funcionaria del BICE entrevistada, un elemento clave para el funcionamiento de estos esquemas es la colaboración estrecha y asistencia técnica con las Instituciones Financieras Intermediarias, a modo de que éstas identifiquen la potencial demanda en determinados sectores productivos y en determinados grupos de población - como las mujeres. De lo contrario, la colocación se mantiene en niveles bajos. Los aliados estratégicos del Banco también juegan un papel importante en dar a conocer estas oportunidades a través de acciones de difusión y capacitación, además de proporcionar asistencia técnica y hacer vinculaciones con otros prestadores de servicios que pueden fortalecer las condiciones de las mujeres para acceder a este tipo de programas.

El Banco también atiende al sector público en las áreas prioritarias para los gobiernos de

la región y que podrían ser susceptibles de financiamientos por parte del BCIE. Por ejemplo, Costa Rica cuenta con una cooperación técnica no reembolsable para el diagnóstico de determinadas zonas turísticas. Al momento de la realización de este estudio, no había acciones similares para los gobiernos de Guatemala, El Salvador y Honduras. Sin embargo, el BCIE y sus puntos focales de país para determinados temas realizan acciones en coordinación con actores de diversos gremios para promover el financiamiento intermediado para algún sector. Tal es el caso de acciones que el BCIE en Guatemala ha llevado a cabo con el INGUAT y el sector empresarial agremiado (CAMTUR) para promover esquemas de financiamiento o la implementación de una campaña promocionada por el INGUAT a través de Banrural.

Enfoque de género en los Planes de Reactivación regional

Respecto a los planes regionales de reactivación socioeconómica para hacer frente a los impactos de la pandemia, cabe señalar que tanto Guatemala como Honduras han delineado planes específicos: Plan para la Recuperación Económica de Guatemala (MINECO 2020) y Plan de Reconstrucción y Desarrollo Sostenible (PRDS) de Honduras (PRDS 2021), mientras que El Salvador toma como hoja de ruta los ejes estratégicos definidos en el Plan Cuscatlán (GOES 2020). De igual forma, el SICA ha elaborado el Plan para la Recuperación, Reconstrucción Social y Resiliencia de Centroamérica y República Dominicana (SISCA 2021). Todos estos planes hacen referencia al sector del turismo como un sector clave para la reactivación económica y como un instrumento para la generación de empleo y la reducción de la pobreza, si bien no contemplan en sus planes y estrategias, un análisis diferenciado por género del impacto de la pandemia en el sector.

Por otro lado, el enfoque de género o el énfasis en acciones dirigidas específicamente a mujeres en los planes de reactivación varía de país a país. El Plan de Reactivación del SICA y el Plan Cuscatlán contemplan el enfoque de género. El Plan de Guatemala carece completamente de un enfoque de género o menciones a acciones diferenciadas para las mujeres. El PRSD de Honduras plantea un enfoque transversal de género, pero no especifica estrategias y acciones que aborden las problemáticas diferenciadas de las mujeres.

El Cuadro presentado en el Anexo 5 hace un análisis de las acciones propuestas en los ámbitos socioeconómico y de género que podrían articularse para la generación concreta de planes de acción para la reactivación del sector turismo.

Es importante mencionar que el Plan del SICA se establece como una hoja de ruta regional con el potencial de articular los esfuerzos de los ocho países, en coordinación con una diversidad de actores nacionales y de la cooperación internacional. En su eje de protección social tiene el objetivo estratégico de impulsar procesos para la constitución de sistemas

de protección social universales, integrados y robustos para garantizar el derecho de la población centroamericana a una vida libre de pobreza y un desarrollo inclusivo y resiliente” (SISCA 2021). Ello podría contribuir tanto a articular esfuerzos entre los estados miembros del SICA, pero también a subsanar diferencias de enfoque y énfasis de las políticas nacionales.

Por ejemplo, resulta particularmente relevante que, a diferencia de los planes de Honduras y El Salvador, el Plan de Reconstrucción de Guatemala carece completamente de elementos de protección social. En particular, las acciones planteadas en el eje de inversión en infraestructura se centran en la reforma de los marcos normativos para favorecer la inversión y promover la relocalización de inversión extranjera. Solo el tercer eje de consumo menciona al turismo y la necesidad de promover la recuperación de la confianza en el consumo mediante la adopción de estándares y buenas prácticas sanitarias que permitan reducir el riesgo de contagios por COVID.

Gran parte de las ayudas en tiempos de pandemia se han articulado para la reactivación nacional del turismo, sin tomar en consideración la situación particular de los territorios o localidades. Según una de las entrevistadas, en la región de por sí existe una desconexión entre la política pública y la implementación práctica que se pone de manifiesto en el turismo. Se hace una apuesta por el turismo sin llevarlo al territorio, por ello existe una desconexión entre el discurso, la marca país y la puesta en práctica. Se observa que en las medidas analizadas no haya ninguna medida centrada en las necesidades de las mujeres, a pesar de que ellas conforman la mayoría del tejido empresarial y de la mano de obra en clave turística.

En lo que respecta a la Región Trifinio, se espera que las propuestas de proyectos enmarcadas en el Plan Maestro de la Región Trifinio, puedan incorporarlo. Asimismo, es importante mencionar que, con el apoyo del Proyecto Mujeres, Economía Local y Territorio (MELYT) de ONU Mujeres y financiado por la Cooperación Italiana, la CTPT ha desarrollado y lanzado una política de género. De igual forma, ha venido fortaleciendo el trabajo con la Red Trinacional de Mujeres HOSAGUA, cuyas representantes han participado en el proceso de formulación del Plan Maestro. Según la apreciación de la persona entrevistada, la participación de la mujer en el sector turismo en la Región Trifinio es importante. A la fecha, estas iniciativas de trabajo conjunto entre la CTPT y la Red HOSAGUA han derivado en la participación de la Red HOSAGUA en la Mesa del Café.

Se espera que con el fortalecimiento de la Cámara Trinacional de Turismo Sostenible se puedan abrir nuevos espacios próximamente para la participación de las mujeres. La CTPT considera, asimismo, que un énfasis en el turismo rural podría contribuir a las estrategias de disminución de la pobreza en el territorio, con el fin no solamente de ofrecer alternativas sino de mejorar el tema de la inclusión.

“En la región, por ejemplo, hay muchas fincas de café que se podrían promover turísticamente; en Metapán, la fabricación de hornos artesanales o las visitas a emprendimientos de ganadería en la zona, donde los visitantes ya pagan 1 ó 2 dólares para conocer y ver cómo se maneja la finca rural.”

La CTPT ve un potencial en articular rutas turísticas en línea con lo que preveía el PROTUR y esperan poder habilitar ese tipo de coordinación en el marco de las actividades de reactivación económica. Según el personal de la CTPT entrevistado, se mantienen reuniones con la CTTS y recientemente se está conformando una propuesta para búsqueda de recursos. El énfasis está en buscar estrategias de articulación para el desarrollo de los puntos identificados en la ruta trinacional.

Otros de los elementos fundamentales para ello es mejorar la infraestructura. Por ejemplo, se ha identificado la necesidad de una carretera entre Esquipulas y Copán; se trata de un trayecto de menos de 50kms, de los cuales casi la mitad ya existe, que podría reducir a una hora o menos el viaje para realizar vivistas en el transcurso del día. Actualmente ese recorrido es de aproximadamente dos horas y media.

En la actualidad la CPTP no cuenta con algún plan, estrategia, programa o proyecto que promueva la igualdad de género o una mayor y mejor participación de las mujeres en el sector turismo. En el contexto de la pandemia, las políticas de apoyo se han centrado en ofrecer equipamientos y adecuación para los eslabones de hotelería y alimentación, a modo de cumplir las condiciones mínimas de bioseguridad, como servicios sanitarios móviles, mascarillas y equipo de protección. Sin embargo, dichas medidas no tienen un énfasis específico en las problemáticas particulares afrontadas por las mujeres en el sector turístico. Tampoco la CTTS elaboró una estrategia conjunta para asumir las prácticas de bioseguridad y buscar colectivamente la reactivación del sector. Cada MIPYME ha tenido que ver qué acciones implementa (UCA 2020).

Frente a los impactos de la pandemia, un reto significativo a nivel nacional y local para la reactivación del turismo en general, más allá de las medidas de bioseguridad, será el avance de la vacunación masiva, tanto para restablecer la confianza en el turista nacional e internacional, como para garantizar la vacunación de las personas trabajadores en el sector. En este sentido, una de las personas entrevistadas mencionó como una buena práctica las zonas libres de COVID en áreas turística en Costa Rica. Este tipo de medidas han sido viables gracias a una estrecha colaboración público-privada, que van desde la exigencia de pruebas negativa de COVID para ingresar al país e incluso en los lugares turísticos, hasta estrictas medidas de bioseguridad en las zonas turísticas, que incluyen espacios aptos para el alojamiento del personal.

IV. RECOMENDACIONES

El análisis presentado anteriormente conlleva a una serie de recomendaciones para reactivar el turismo desde un enfoque de género. Si antes era importante esbozar propuestas para potenciar el turismo desde un enfoque de género, ahora, en tiempos de pandemia, resulta ser una obligación, dado su impacto negativo en la calidad de vida de las mujeres y del sector en su conjunto.

Si bien queda un trabajo considerable para aproximarnos a una mejor caracterización de las mujeres y de su situación a lo largo de la CVT, las siguientes recomendaciones tienen como fin fortalecer las trayectorias de escalamiento desde un enfoque de género. Esto se realiza para potenciar políticas turísticas (y de recuperación del turismo) focalizadas en la igualdad de género y para potenciar un trabajo holístico y articulado de las CVT con perspectiva de género.

A continuación, se plantean recomendaciones para cada trayectoria de escalamiento, las cuales pueden contribuir a materializar la praxis turística, desde un enfoque de igualdad de género, que contribuya al empoderamiento de las mujeres a lo largo de la CVT en la era COVID-19.

I. Trayectoria de escalamiento económico

La trayectoria de escalamiento económico debe encauzar mayores oportunidades para que las mujeres se integren en las CVT. El escalamiento económico turístico en clave de género tiene que ampliar sus horizontes de actuación para no quedar acotado a un puñado de certificaciones. Es imprescindible incorporar temas tales como la economía del cuidado y la prevención de la violencia contra las mujeres en la fase de diseño y en la puesta en marcha de las acciones vinculadas con esta trayectoria.

Para el ámbito concreto de los sistemas de certificación turística, se debe tener en cuenta las necesidades de las mujeres en el turismo, sobre todo de aquellas que tienen pequeñas o medianas empresas y que trabajan en la economía informal del turismo. En este ámbito, las estrategias para mejorar la inclusión financiera de las empresas y emprendimientos liderados por mujeres es un factor clave. Como mencionado en las políticas regionales, las alianzas multi-actor orientadas a fortalecer el ecosistema de los servicios financieros son una herramienta fundamental para acercar servicios y productos financieros a las mujeres, lo cual permitiría abordar las principales barreras que enfrentan las MIPYMES lideradas por mujeres para una integración beneficiosa en las CVT.

La transformación digital también ha cobrado mayor relevancia en el contexto de la pandemia. Un reto en este aspecto es contar con la formación y la infraestructura necesaria para permitir la digitalización de los servicios turísticos. Las mujeres suelen estar en mayor desventaja de cara a este tipo de capacidades, por lo que se requiere además de medidas afirmativas para una mayor inclusión de las mujeres en iniciativas de formación.

El análisis de género en la recuperación del turismo es indispensable y tiene que ser integrado por las nuevas iniciativas que van a dar forma a los planes de reactivación económica de la región.

Se recomiendan las siguientes acciones:

- Desarrollar servicios financieros turísticos sensibles al género.
- Impulsar la alfabetización digital entre las emprendedoras y las trabajadoras turísticas para acceder a los servicios financieros.
- Asegurar que las acreditaciones turísticas (sistemas de certificación, estandarización y mercadeo) adaptados a la pandemia o que surjan de ésta se emprendan a partir de un análisis de género.
- Fortalecer las redes de mujeres (enlaces colaborativos) de cara a afianzar mecanismos de representación en la CVT y una reactivación que tenga en cuenta sus necesidades e ideas de cara a la recuperación del turismo.
- Garantizar el desarrollo e implementación de presupuestos turísticos (a nivel regional, nacional y local) de reactivación sensibles al género, así como focalizados en las necesidades de las mujeres en cuanto a la calidad turística en la era COVID-19.
- Articular una mayor y mejor coordinación, tanto a nivel de las instituciones rectores del turismo a nivel nacional, como fomentada desde de las emprendedoras turísticas con miras a la articulación con tomadores de decisión e instituciones financieras a nivel territorial, nacional y regional. En el caso de la Región Trifinio, a partir de los esfuerzos ya realizados para la identificación de rutas trinacionales, existen las condiciones para dicha coordinación. Al respecto, es necesario también actualizar y profundizar los diagnósticos del potencial de rutas turísticas trinacionales con miras a promover la inversión en infraestructura turística y mejorar las capacidades de los actores principales de la CVT.

II. Trayectoria de escalamiento social

El escalamiento social está directamente vinculado con la situación laboral en el turismo. En particular, este escalamiento es relativamente nuevo en el turismo, sobre todo desde un enfoque de género. Su razón de ser es desarrollar un mercado laboral turístico sobre la base de condiciones laborales dignas para las trabajadoras y los trabajadores a lo largo de

la CVT. Su objetivo es mejorar la realidad de las trabajadoras turísticas que ocupan las bolsas laborales más precarias de la pirámide ocupacional.

Hoy más que nunca es importante profundizar en la relación capital- trabajo sustentada en las realidades de género de cada destino turístico. Esto se tiene que realizar visibilizando la desaparición de las fronteras entre el trabajo y la dinámica de vida de gran parte de los trabajos que realizan las mujeres en la CVT. Hay que recordar que el producto turístico se consume en las propias dinámicas productivas, tales como la casa o, incluso, la habitación.

Según Moreno (2020) es conveniente analizar cómo “la feminización laboral pre-COVID-19” está afectando en esa pérdida de trabajo de las mujeres en la era COVID-19. Esto es importante ya que se estaría incorporando en la reactivación del turismo la precarización y la flexibilización laboral. Por ejemplo, y según la misma autora, el historial de precarización de una trabajadora turística en la economía informal es totalmente diferente a la de una ejecutiva de un hotel, por lo que las medidas para entender y paliar las consecuencias de esa pérdida laboral (y posterior reincorporación) requieren de distintos esfuerzos, análisis y recursos.

En relación con la informalidad, se recomienda que los sistemas de formalización se adapten a las condiciones particulares que hay en el espectro turístico para potenciar la formalización (Codina y Moreno, 2021). Eso último también es algo positivo para disminuir las tensiones entre la economía formal e informal en el marco de la discusión sobre “la competencia desleal”. Según las mismas autoras, se teme que los requisitos empresariales post COVID-19, que van de la mano con los criterios de formalización, sean todavía más difíciles de lograr por parte de las trabajadoras y empresarias porque los sistemas de certificación COVID-free van a ser más exigentes y costosos.

En el contexto de la región centroamericana también es indispensable incluir en un mismo análisis la situación de violencia contra las mujeres y el turismo, ya que sin lugar a duda esto es un punto de inflexión que determina la participación laboral de las mujeres en la CVT, así como en la promoción de la estrategia de cara a un escalamiento sensible al género. Una de las personas entrevistadas refirió que el tema de seguridad integral -es decir tanto de las personas turistas y sus bienes, así como de las y los colaboradores es una preocupación primordial del sector. En particular, las mujeres se ven expuestas a riesgos de violencia durante la movilización hacia y desde sus trabajos, o a ser objeto de acoso sexual incluso en el desempeño de sus labores. La violencia contra las mujeres es vista por varias de las personas entrevistadas como un obstáculo para el empoderamiento de las mujeres y el desarrollo sostenible de turismo.

Se recomiendan las siguientes acciones:

- Desarrollar un plan de reactivación de la economía turística basado en el impacto de género de la COVID- 19 en el mercado laboral turístico.
- Realizar un análisis de género de los sistemas de estandarización y salarial laboral turísticos que incluye los principales estándares de violencia contra las mujeres.
- Ahondar en las implicaciones de género de la economía informal de la CVT para reactivar el turismo.
- Reactivar el sistema formativo/capacitación turística basado en las necesidades formativas de las trabajadoras formales o informales en la era COVID-19.
- Ahondar en las dimensiones de género del trabajo informal en la CVT para mejorar medidas de protección laboral y seguridad personal.
- Fomentar estrategias de reactivación turística para disminuir el acoso y violencia laboral en el sector turístico, incluido el acoso sexual.

III. Trayectoria de escalamiento medioambiental

El escalamiento ambiental es altamente importante para abordar las implicaciones de género del deterioro medioambiental y del cambio climático. Este hecho ha sido reconocido, por ejemplo, en la reunión de ministerios de turismo realizada en la G-20 (OMT, 2020). Es fundamental tener en cuenta a las mujeres en la respuesta del turismo al cambio climático. El cambio climático está íntimamente relacionado con múltiples formas de discriminación, incluida la desigualdad de género. Las brechas de género están en el centro de las cuestiones relacionadas con el acceso al agua y la energía, los impactos de los desastres naturales, la seguridad alimentaria y la contribución del turismo al cambio climático. Existe una gran necesidad de integrar la igualdad de género en las políticas de cambio climático y turismo tanto para promover la sostenibilidad de las CVT como la sostenibilidad del sector en su conjunto. Las mujeres son extremadamente activas en la lucha contra el cambio climático, aunque pocas mujeres tienen los recursos necesarios para participar de manera significativa en términos de liderazgo e inclusión. Incorporar la sostenibilidad con perspectiva de género en las políticas de turismo y las prácticas de la industria, así como priorizar los pilares ambientales y socioculturales de la sostenibilidad, permitirían apoyar mejor la inclusión y la transición a una economía turística verde y resiliente al clima.

El turismo debe actuar para no fortalecer o, incluso, crear a lo largo de su cadena de valor mecanismos violentos que atentan la vida de las mujeres y la del medio ambiente. Aquí es importante conocer si los instrumentos turísticos, tales como las certificaciones medioambientales, incluyen las voces de las mujeres, en cuanto a cuestiones vitales como la sostenibilidad medioambiental en las ciudades, y en la producción y el consumo responsable, la zonificación territorial y el uso de recursos naturales para fines turísticos.

Se recomiendan las siguientes acciones:

- Fomentar estándares de negocios turísticos amigables con el medio ambiente y focalizados en las necesidades u obstáculos que las mujeres tienen de cara a emprender en el turismo.
- Impulsar el emprendimiento de las mujeres en negocios que tengan un impacto positivo para el medio ambiente y que a su vez tengan en cuenta los criterios de empoderamiento de las mujeres.
- Garantizar el uso sostenible del agua a partir de una promoción consciente del turismo desde un enfoque de género.
- Promover el empoderamiento económico de las mujeres en el turismo a través del emprendimiento y garantizando la propiedad de la tierra.
- Promover la participación de las mujeres en los procesos de toma de decisión y de gobernanza de los recursos naturales.

V. CONCLUSIONES

Desde la óptica de las cadenas de valor en el turismo, la COVID- 19 ha afectado a la secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales para el rendimiento del sector turismo. La pandemia ha reconfigurado a las economías y el nivel de empleo de los países, y también ha tenido efectos profundos en muchos territorios y comunidades locales de Centroamérica, entre ellas la Región Trifinio. En la Región Trifinio, los diferentes eslabones de las cadenas de valor en el turismo que han sido afectados comprenden parques y reservas naturales, museos, hospedajes, operadoras turísticas, transporte, agencias de viajes, restaurantes, comedores, producción de artesanías, entre otros.

El enfoque de género es esencial para tener una comprensión veraz de dicho impacto en todas aquellas actividades que son parte de la cadena de suministro de los bienes y servicios que dinamizan el turismo interno, receptor y emisor. La crisis desatada por la pandemia ha revalorizado con creces la importancia del desarrollo sostenibles del turismo desde un enfoque de género para valorar las implicaciones en la CVT de la elevada tasa de informalidad femenina, el alto porcentaje de mujeres desocupadas y la escasa política turística operativa desde un enfoque de género. En la dinámica de los mercados laborales, las mujeres ocupadas han resultado particularmente afectadas debido a que se concentran en los sectores económicos que han sido más golpeados como los servicios, el comercio y el turismo, independiente de que sean más o menos mujeres

Al incluir el enfoque de género en la CVT acontece un resultado positivo en el empoderamiento económico de las mujeres. Se obtiene una información que desagrega la CVT en relación con la condición y posición de las mujeres. Al incluir un análisis de las dimensiones de género en la CVT se mejora la práctica turística en cada uno de los tipos de turismo. El trabajo minucioso que supone estudiar el turismo desde un enfoque de cadena de valor permite definir mejor las medidas a poner en práctica para potenciar las trayectorias de escalamiento al servicio del empoderamiento económico de las mujeres, en cada uno de los eslabones y en la CVT en su conjunto.

La recuperación del turismo requiere del análisis de género para su restablecimiento. El desarrollo sostenible del turismo post-COVID-19, de no tener un claro compromiso teórico y práctico con el enfoque de género en la CVT, afianzará prácticas nocivas de género. El presente estudio propone que las estrategias de recuperación socioeconómica post COVID pongan un foco en las trayectorias de escalamiento económico, social y medio ambiental, como punto de partida para comenzar a fortalecer el sector turismo con un enfoque de equidad de género. Este trabajo que es indispensable para que el sector

turístico no se convierta en aquel que recluta a un número considerable de trabajadoras, pero, al no implementar trayectorias sensibles al género, maximiza los contextos de pobreza y desigualdades de las mujeres a lo largo de su cadena de valor. Asimismo es fundamental para acercarnos a una contextualización detallada de las mujeres en el turismo desde el enfoque e cadena de valor y articulado en el territorio.

Por último, los temas de cuidado y de prevención de la violencia contra las mujeres deberían ser temas transversales para tener en cuenta en las trayectorias de escalamiento de las CVT ya que de esto depende la capacidad para liberar tiempo de las mujeres, garantizar su seguridad, y fortalecer su acceso y control sobre varios recursos. Como señalado por Cuadra Lira y Montenegro (2002), el empoderamiento de las mujeres supone un cambio de mentalidades que puede reconocerse en varias etapas que van desde la adquisición de nuevos conocimientos técnicos hasta la constitución de un nuevo sujeto, y esto, sin lugar a duda, sería interesante conocerlo y ponerlo en práctica gracias a las trayectorias de escalamiento de la CVT.

Finalmente, es importante señalar la urgente necesidad de generar más información y datos sobre la participación de las mujeres en la CVT -con énfasis en arrojar luz sobre su participación, desafíos y oportunidades en los eslabones menos estudiados, a modo de informar los procesos de toma de decisión, tanto en los ámbitos público como privado.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrientos, S. (2019). *Gender and work in global value chains: Capturing the gains?*. Cambridge University Press.
- Barrientos, S., Gereffi, G., y Rossi, A. (2011). Economic and social upgrading in global production networks: A new paradigm for a changing world. *International Labour Review*, 150(3-4), 319-340.
- Barrientos, S., Knorringa, P., Evers, B., Visser, M., & Opondo, M. (2016). Shifting regional dynamics of global value chains: Implications for economic and social upgrading in African horticulture. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 48(7), 1266-1283.
- Baum, T. (2013). *International perspectives on women and work in hotels, catering and tourism*. Geneva: ILO. Consultado 07/06/2021, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_209867.pdf
- Cañada, E. (2019). *Transformaciones en las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario en Centroamérica*. Barcelona: Alba Sud Editorial, *Informes en Contraste*, núm. 7. ISBN: 978-84-09-14360-3
- Cañada, E. (2018). Too precarious to be inclusive? Employment of hotel maids in Spain. *Tourism Geographies*, 20(4), 653-674
- CEPAL (2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación*. Recuperado 7 de junio de 2021, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf
- CEPAL (2021). *La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad*. Recuperado 7 junio de 2021, en <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46633-la-autonomia-economica-mujere-la-recuperacion-sostenible-igualdad>
- Christian, M., Evers, B., y Barrientos, S. (2013). *Women in value chains: Making a difference. Capturing the Gains, Revised Summit Briefing*, (6.3).
- Codina, R., and Moreno, D. (2021) *The impacts of the COVID-19 pandemic on female groups working in the Peruvian and Chilean informal tourism economy*. London: Creative Industries: Policy and Evidence Centre (PEC) and British Council.
- Cole, S., & Ferguson, L. (2015). Towards a gendered political economy of water and tourism. *Tourism Geographies*, 17(4), 511-528.
- Cuadra Lira, E y Montenegro, S (2002). *Las claves del empoderamiento Sistematización de diez años de experiencias de la organización de mujeres Xochilt Acalt*. Disponible en: http://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0785/6_XOC_CLA.pdf
- Daly, J., y Gereffi, G. (2017). Tourism global value chains and Africa. *Industries without Smokestacks*, 68, 1-25

- Durán y Zaclicever (2013). “América Latina Y El Caribe En Las Cadenas Internacionales De Valor”, <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35879/1/LCL3767.pdf> [fecha de consulta: agosto de 2020]
- Ferguson, L. (2010a), ‘Interrogating ‘gender’ in development policy and practice: The World Bank, tourism and microenterprise in Honduras’, *International Feminist Journal of Politics*, volume 12 (1), pp. 3–24.
- Ferguson, L. (2010b), ‘Tourism development and the restructuring of social reproduction in Central America’, *Review of International Political Economy*, volume 17 (5), pp. 860–888.
- Ferguson, L. & Moreno, D. (2015). Gender and sustainable tourism: reflections on theory and practice, *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 401-416.
- Ferguson, L., & Moreno, D. (2013). Integrating gender into sustainable tourism projects. *Equality in tourism: Creating change for women*.
- Flores, E. (2007). Estudio exploratorio sobre el sector turismo con enfoque de género en seis países de Centroamérica. El caso de Honduras. UNIFEM.
- Flores, S., & Lindo, P. (2006). Pautas conceptuales y metodológicas: Análisis de género en cadenas de valor.
- Hess, S. (2020), “Barreras sistémicas y discriminación en el acceso a financiamiento para la mujer: el caso de la cadena del turismo rural en Sacatepéquez (Guatemala)”, México, Naciones Unidas [Serie] https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45615/1/S2000352_es.pdf [fecha de consulta: agosto de 2020].
- Hickey, Sam & Toit, Andries. (2013). Adverse Incorporation, Social Exclusion, and Chronic Poverty. 10. 1057/9781137316707_7. https://www.researchgate.net/publication/304862483_Adverse_Incorporation_Social_Exclusion_and_Chronic_Poverty
- IUCN (2021). Gender-based Violence and Biodiversity: A briefing note on linkages to inform the post-2020 Global Biodiversity Framework process. IUCN. Gland: Switzerland.
- Marina, C. (2017), ‘La transversalización del enfoque de género en las políticas públicas frente al cambio climático en América Latina’, CEPAL., available at: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/41101-la-transversalizacion-enfoque-genero-politicas-publicas-frente-al-cambio>
- Moreno, D & Ferguson, L. (2011): Tourism as an opportunity: good practices in sustainable tourism from a gender perspective. International and Ibero-American Foundation for Administration and Public Policies (FIIAPP).
- Moreno, (2017a). Turismo y Género: un enfoque esencial en un contexto de desarrollo sostenible y responsable del turismo. Universidad Complutense, Madrid.
- Moreno, D. (2017b). ODS, Turismo y Género: fundamentos y recomendaciones para la educación y sensibilización. Córdoba: El Centro de Iniciativas para la Cooperación Batá.
- Torres, O. (2009). Explorando la ruta de la igualdad: trabajo, género y turismo en Centroamérica. Resultados de un estudio regional, México, 2009. México, DF: UNIFEM.



- Moreno, D. (2018a). Cómo elaborar un diagnóstico de género y turismo en un contexto rural. Disponible en: <http://www.albasud.org/publ/docs/84.pdf>
- Moreno, D. (2018b). Feminist Perspectives in the Development of Action Plans for Tourism. En: Stroma Cole (Ed.) Gender, Tourism and Empowerment: Women's Critical Voices. Wallingford: CABI.
- Moreno, D. (2020). El impacto de género de la covid-19 en el turismo. revista turismo: Estudios e Prácticas, 9 (Dossiê 2).
- Moreno, D. (2021a). Turismo e gênero na agenda 2030 para um trabalho digno. En Revista do Centro de Pesquisa e Formação-Edição Especial Turismo e Relações de Trabalho: Panoramas E Desafios. junho/2021. Disponible en: sescsp.org.br/revistacpf
- Moreno, D. (próximamente). Brechas de género en las cadenas de valor del turismo en América Latina y el Caribe. En Konrad Adenauer Stiftung PR ADELA y CEPAL, Brechas de género en las cadenas globales de valor en América Latina y el Caribe: nuevos y viejos retos en un escenario de incertidumbre. Panamá.
- Moreno, D. & Cañada, E. (2018). Dimensiones de género en el trabajo turístico. Barcelona: Alba Sud Editorial, Colección Informes en Contraste, núm. 4
- Moreno, D. y Tovar, N. (2015). Reflexiones y propuestas para un turismo responsable con enfoque de género. En Foro de Turismo Responsable (Ed.), ¿Equidad de género en el turismo? muchas sombras pocas luces (p. 65-104). Madrid: Foro de Turismo Responsable.
- Moreno, D., y Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. Journal of Sustainable Tourism, 27(7), 903-919.
- OIT (2019), "Recomendaciones sobre la violencia y el acoso, 2019 (núm. 206)", Ginebra, OIT [recomendación] [fecha de consulta: agosto de 2020]. https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:R206 [fecha de consulta: agosto de 2020].
- OMT (2020), ALUa Framework for Inclusive Community Development through Tourism, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422159>
- OMT (2019). Global Report on Women in Tourism – Second Edition. Recuperado 15 agosto de 2020, de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>
- OMT (2013). Guidebook: Sustainable Tourism for Development. Recuperado 6 julio 2016, de <http://icr.unwto.org/content/guidebook-sustainable-tourism-development>
- ONU Mujeres (2020). Spotlight on gender, COVID-19 and the SDGs: Will the pandemic derail hard-won progress on gender equality? Recuperado 7 de junio de 2021, de <https://data.unwomen.org/sites/default/files/documents/Publications/Spotlight-Gender-COVID-19-SDGs.pdf>
- ONU Mujeres (2021). Abordar las consecuencias económicas del COVID-19: Estrategias y políticas para una recuperación con perspectiva de género. Recuperado 7 de junio de 2021, de <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/policy-brief-addressing-the-economic-fallout-of-covid-19-es.pdf?la=es&vs=1354>
- ONU Mujeres y CEPAL. (2020). Cuidados en América Latina y el Caribe en tiempos de



- COVID-19: hacia sistemas integrales para fortalecer la respuesta y la recuperación. Recuperado 20 septiembre de 2020, <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45916-cuidados-america-latina-caribe-tiempos-covid-19-sistemas-integrales-fortalecer>
- Peralta, L. (2021). El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las mipymes.
- Pittaluga, L. (2013), “¿Qué son las cadenas globales de valor?” [artículo de prensa] https://www.academia.edu/6544845/Articulo_prensa_Qué_son_las_cadenas_globales_de_valor [fecha de consulta: agosto de 2020].
- PROTUR-Plan Trifinio (2016). Plan Trifinio promoviendo el turismo sostenible en la Región Trifinio, como una alternativa de desarrollo socioeconómico. Análisis y evaluación participativa sobre experiencias exitosas generadas en micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, con apoyo del Programa de Ordenamiento y Desarrollo del Turismo Sostenible en la Región Trifinio (PROTUR).
- Secretaría de Turismo. Instituto Hondureño de Turismo (2006). Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible del Sector Turismo en Honduras (ENTS-Honduras)
- Staritz, C., y Reis, J. G. (2013). Global value chains, economic upgrading, and gender: Case studies of the horticulture, tourism, and call center industries, Washington, Banco Mundial [Libro] https://gvcc.duke.edu/wp-content/uploads/GVC_Gender_Report_web_2013.pdf [fecha de consulta: agosto de 2020].
- Swain, M. (1995). Gender in tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 247-266.
- Moreno, D. (2017a). Turismo y Género: un enfoque esencial en un contexto de desarrollo sostenible y responsable del desarrollo del turismo. (Tesis doctoral no publicada). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA). (2020). El encadenamiento del turismo en la región del Trifinio con enfoque de género: políticas nacionales y trinacionales. Informe producido en el marco del Nodo de Género de la Red Académica del Trifinio.
- Ventura, V. (2011). El turismo, su cadena productiva y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México. *Serie de Comercio y Crecimiento Inclusivo Working Paper*, (138), 23-38.

ANEXO 1. PRINCIPALES STAKEHOLDERS EN EL TRIÁNGULO NORTE DE CENTROAMÉRICA.

País	Ente Rector	Instrumentos de Política	Otros actores relevantes
Guatemala	Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)	<p>Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022</p> <p>Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025</p> <p>Planes Estratégicos de Segmentos Turísticos: aventura, salud y bienestar, bodas de destino, cruceros, deportes, idiomático, industria de reuniones, voluntariado, gastronómico, naturaleza</p> <p>Planes de Desarrollo Turístico departamentales y municipales: a través de estos marcos la institucionalidad turística está representada en el Sistema de Consejos de Desarrollo.</p>	<p>Comités de Autogestión Turística</p> <p>Cámara de Turismo de Guatemala</p> <p>Comisión de Turismo Sostenible de la Asociación Guatemalteca de Exportadores – AGEXPORT</p> <p>Asociación Guatemalteca de Líneas Aéreas –AGLA</p> <p>Asociación de Guías de Turistas de Guatemala</p> <p>Asociación Guatemalteca de Agencias de Viajes</p> <p>Buró de Convenciones</p> <p>Fundación de Hoteleros de Guatemala</p> <p>Gremial de Tour Operadores de Turismo</p> <p>El Plan Maestro de Turismo Sostenible la formación de los Comités de Autogestión Turística (CAT) con el fin de coordinar la actividad turística en el ámbito local.</p> <p>ONGs, nacionales e internacionales, fundaciones, asociaciones cooperativas, entre otros.</p> <p>Mesa Multisectorial de Turismo Sostenible (MMTS) – conformada por representación de los órganos Ejecutivo y Legislativo, de los gobiernos</p>

			locales, de las ONGs vinculadas al turismo.
El Salvador	<p>Ministerio de Turismo (MITUR)</p> <p>Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)</p>	<p>Plan Cuscatlán de la Presidencia de El Salvador (2019) – eje Turismo</p>	<p>Corporación Salvadoreña de Turismo</p> <p>Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario</p> <p>FISDL</p> <p>Gremios de municipios: COMURES e ISDEM</p> <p>Asociación de Tour Operadores de El Salvador</p> <p>Cámara Salvadoreña de El Salvador</p> <p>Asociación Salvadoreña de Hoteles</p> <p>Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador</p> <p>Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador</p> <p>Asociación de Restaurante de El Salvador</p> <p>ONGs, fundaciones, cooperativas</p>
Honduras	<p>Instituto Hondureño de turismo (IHT)</p>	<p>Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2006-2021 (ENTS)</p>	<p>Cámara Nacional de Turismo de Honduras – CANATURH</p> <p>Observatorio de Turismo Sostenible y Cambio Climático</p> <p>Unidades Turísticas Municipales</p> <p>Asociación de Operadores de Turismo Receptivo de Honduras (OPTURH)</p> <p>Asociación de Hoteles Pequeños de Honduras (HOPEH)</p>

<p>SICA</p>	<p>Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT)</p>	<p>Plan de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS) 2021-2025</p> <p>Programa Regional de Competitividad y Sostenibilidad para las MIPYMES Turísticas (PROMITUR).</p>	<p>Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica</p> <p>(FEDECATUR)</p> <p>Cámara Trinacional de Turismo Sostenible de la Región Trifinio (CTTS)</p> <p>Centro Regional de Promoción de la MIPYME (CENPROMYPE)</p>
--------------------	---	--	--

Fuente: elaboración de las autoras con base en UCA, 2020.

ANEXO 2. GUATEMALA: EJES ESTRATÉGICOS, OBJETIVOS Y PROGRAMAS ESTRATÉGICOS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN EL PLAN MAESTRO DE TURISMO SOSTENIBLE DE GUATEMALA 2015 – 2025

Eje estratégico	Objetivo estratégico	Programas
Eje 1: Marco Institucional	Modernizar las estructuras institucionales del sector turístico a nivel público y privado para liderar coordinada y eficazmente el desarrollo turístico del país.	Programa de modernización y fortalecimiento institucional del sector turístico.
Eje 2: Desarrollo turístico sostenible	Fomentar el desarrollo sostenible de la actividad turística, a través de la aplicación de buenas prácticas socio-culturales, ambientales y económico-empresariales, en base a los Criterios Globales de Turismo Sostenible.	Programa de sostenibilidad turística. Programa de sostenibilidad ambiental. Programa de sostenibilidad sociocultural. Programa de sostenibilidad económica-empresarial. Programa turismo para todos.
Eje 3: Consolidación y diversificación de la oferta turística	Impulsar el fortalecimiento y diversificación de la oferta turística de acuerdo al ordenamiento del espacio turístico nacional, establecido en el Plan Maestro de Turismo.	Programa fomento a la inversión turística: puesta en valor del patrimonio cultural y natural, desarrollo sostenible de destinos turísticos. Programa ordenamiento del espacio turístico nacional.
Eje 4: Sistema de información turística	Sistematizar los mecanismos de investigación, medición, coordinación y divulgación de información estratégica para el sector turístico.	Programa sistema de información turística: sistema de estadísticas de turismo y oficinas de información turística.
Eje 5: Competitividad turística	Mejorar la experiencia del viajero a través del impulso de la competitividad e innovación de los destinos, atractivos y empresas, con servicios turísticos de calidad y capital humano capacitado; con el respaldo de un marco normativo eficaz.	Programa calidad en turismo: certificación de calidad. Programa de facilitación turística: facilitación migratoria; mantenimiento y señalización vial y turística en carreteras. Programa impulso de la conectividad aérea, acuática y terrestre. Programa fortalecimiento del marco legal. Programa encadenamiento

		productivo y asociatividad. Programa de cultura y formación turística: educación y formación en turismo, capacitación turística integral, cultura turística.
Eje 6: mercadeo turístico	Posicionar los destinos, segmentos y productos turísticos bajo la marca Guatemala Corazón del Mundo Maya a nivel nacional e internacional; que contribuya a la mejora de la imagen del país.	Programa de desarrollo y promoción de la oferta turística de Guatemala. Programa de relaciones públicas.
Eje 7: Programa nacional de seguridad turística	Fortalecer los mecanismos de prevención y asistencia al turista nacional y extranjero en rutas y destinos turísticos.	Programa nacional de protección y asistencia al turista.
Eje 8: Instancias nacionales y regionales	Potenciar las alianzas nacionales e internacionales para coadyuvar al logro de estrategias de desarrollo turístico del país	Aprovechamiento de alianzas y membresías en organizaciones nacionales e internacionales para la promoción del turismo.



www.rimisp.org

.....
Chile · Ecuador · Colombia · Centroamérica · México

