

El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales

Retos y oportunidades para las mipymes

Leda Peralta

Las mujeres en la transformación digital del sector turismo

Jennifer Alvarado
Leda Peralta

La transformación digital del sector turístico contempla aspectos más allá de la implementación de tecnología, tales como mejora en la gestión territorial del destino, la creación de capacidades en las empresas y la optimización e innovación de los procesos productivos. Al ser un sector altamente feminizado, donde las mujeres ocupan el 62% de los puestos, es necesario analizar la capacidad para emprender una transformación digital a la luz de las condiciones de su participación.

En este documento se analizan las condiciones del entorno y de la participación de las mujeres en el sector turístico de los países miembros del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) para determinar su capacidad para innovar y realizar una transformación digital de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) turísticas. En la primera sección se resumen algunos indicadores sobre participación en el empleo, brecha digital e inclusión financiera. En la segunda sección se exponen los hallazgos obtenidos en diversos estudios elaborados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre el estado de la transformación digital de las mipymes turísticas de la región SICA.

I. El entorno para innovar

- La participación femenina en el sector de las mipymes se concentra principalmente en los micronegocios (autoempleo), con un 79,8%, seguido de un 15% en microempresas y un 5,2% en pequeñas empresas. Las empresas que son propiedad de mujeres tienden a usar menos mano de obra y capital físico que las empresas propiedad de hombres y a concentrarse en menos sectores (CENPROMYPE, 2013). Esto podría deberse, entre otras razones, al peso del autoempleo en las mipymes, a la búsqueda de flexibilidad para compatibilizar las labores empresariales con labores de cuidado no remuneradas y a la falta de prácticas de inclusividad en empresas de mayor tamaño.

La pandemia por COVID-19 ha evidenciado mayor riesgo de pérdida de empleo e ingresos en sectores con alta presencia de mujeres. Específicamente, en alojamiento y alimentación se emplea al 9,2% de las mujeres de la región, es decir, el 62% del empleo total del sector. A esto se suma que solo el 26% está afiliado o cotiza al sistema de seguridad social y el 32% corresponde a trabajadoras por cuenta propia. El empleo de las mujeres en turismo se concentra en las microempresas: un 70% corresponde a empleadas en empresas de menos de cinco personas, que enfrentan dificultades de acceso al crédito, disponen de pocos activos y se prevé que se recuperarán de forma más lenta si no se ofrecen medidas fiscales y paquetes de estímulos para que enfrenten la crisis (CEPAL, 2021).

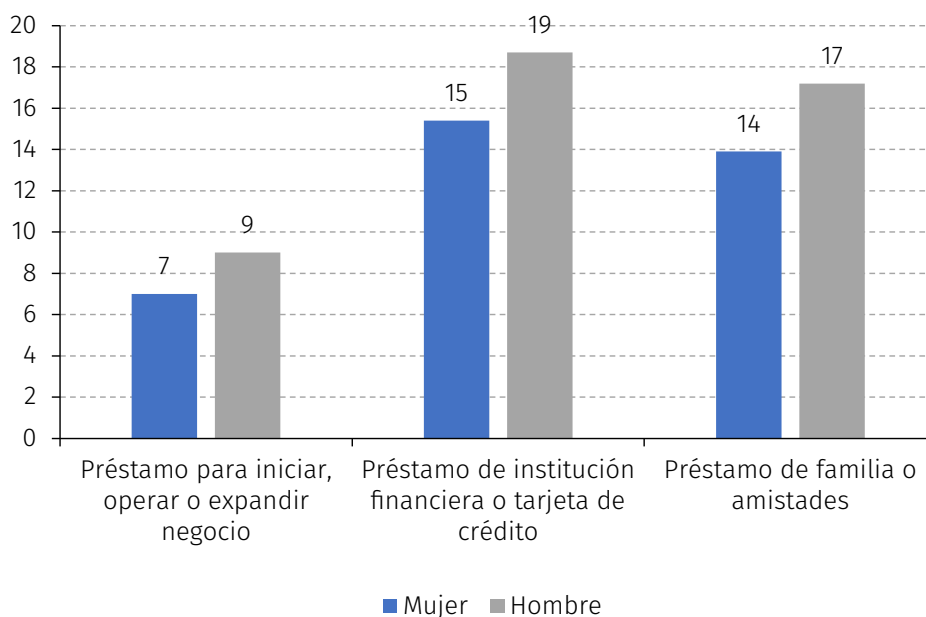
- El aprovechamiento de las herramientas digitales para la producción también requiere de soporte para realizar transacciones en línea. El acceso al financiamiento tiende a ser uno de los principales obstáculos enfrentados por las empresas latinoamericanas. El Banco Mundial encuentra que en América Latina y el Caribe el acceso a financiamiento es el principal obstáculo, enfrentado por el 27% de las empresas. Esta situación se repite en las empresas de la región SICA y afecta especialmente a las empresas de menor tamaño pues el análisis de encuestas a micro, pequeñas y medianas empresas evidenció que el 28% de las empresas pequeñas seleccionó el acceso al financiamiento como restricción mayor, así como el 22% de las medianas y el 15% de las grandes.

La encuesta de inclusión financiera del Banco Mundial confirma el bajo uso de inversiones y préstamos de instituciones financieras, así como la importancia de los recursos de familiares y amistades (véase el gráfico 1). Aunado a que el uso general es muy bajo, las mujeres tienden a acceder a estos productos en menor proporción que los hombres. En el gráfico 2 se muestra que esta tendencia se mantiene en áreas como tenencia de tarjetas de débito y crédito.

Gráfico 1

Países de la región SICA: uso de opciones de financiamiento según sexo, 2017

(En porcentajes de la población mayor de 15 años)

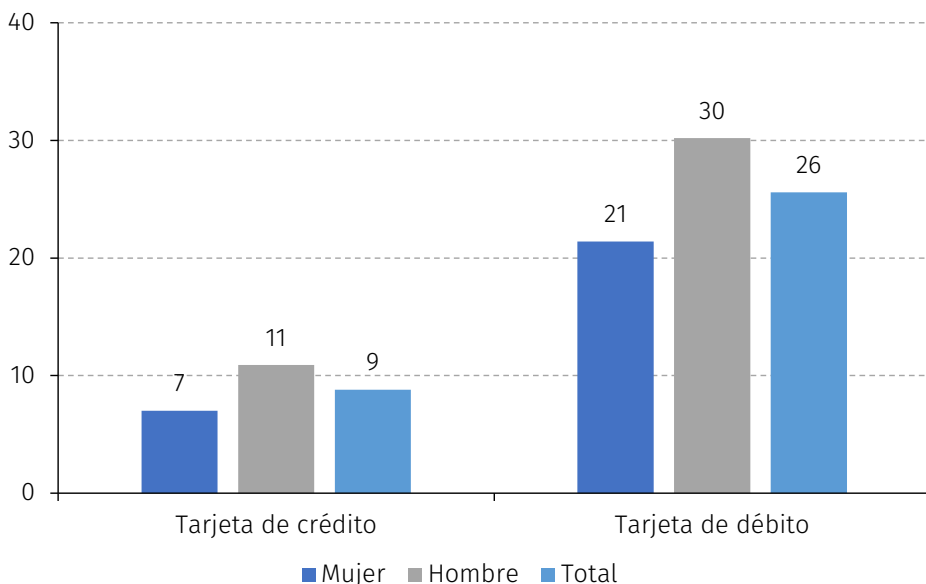


Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Banco Mundial, Base de datos sobre inclusión financiera global [base de datos en línea] <https://databank.bancomundial.org/Financial-Inclusion/id/7e9e6e6>.

Nota: Los datos para Belice corresponden a 2014.

Gráfico 2

Países de la región SICA: tenencia de tarjetas de crédito y débito según sexo, 2017



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Banco Mundial, Base de datos sobre inclusión financiera global [base de datos en línea] <https://databank.bancomundial.org/Financial-Inclusion/id/7e9e6e6>.

Nota: Los datos para Belice corresponden a 2014.

II. Resultados de la encuesta

En el marco del estudio se realizó una encuesta regional para medir el nivel de madurez en el uso del comercio electrónico de las mipymes turísticas de los ocho países del SICA. La encuesta incluyó preguntas con enfoque de género cuyos resultados se muestran en el cuadro 1.

Cuadro 1
Principales hallazgos del enfoque de género

Empleo	<ul style="list-style-type: none">▶ En las mipymes de alojamiento predominan las mujeres en la fuerza laboral El 51,6% de las personas empleadas son mujeres.
División de labores	<ul style="list-style-type: none">▶ Las mujeres representan la mayoría abrumadora de los puestos operativos y administrativos, encargadas del cuidado de la empresa y de los clientes Las mujeres ocupan más del 50% de los puestos de ventas, recursos humanos, atención al cliente, limpieza y mantenimiento, y atención de habitaciones. En contraste, las mujeres representan el 26,7% de las presidencias y el 40% de las gerencias generales, mientras que los hombres ocupan el 40% y el 48,3%, respectivamente.
Uso de tiempo	<ul style="list-style-type: none">▶ Las mujeres dedican más tiempo de su día a labores de cuidado de terceras personas La mayoría de las personas encuestadas dedica entre 8 y 12 horas al día a la atención de asuntos de la empresa. Asimismo, se dedican entre 2 y 5 horas labores al cuidado de terceras personas, actividades a las que se dedican en mayor medida las mujeres. Finalmente, en promedio, se dedican dos horas al día a las actividades de aprendizaje e innovación empresarial.
Barreras al uso de las tecnologías de información y comunicación	<ul style="list-style-type: none">▶ Las mujeres enfrentan brechas significativas en comparación con los hombres en temas de acceso a productos bancarios y disponibilidad de tiempo para usar las TIC El 60% de quienes buscaron financiamiento para adquirir herramientas digitales son hombres. Este género predomina en la mayoría de las opciones de financiamiento, con excepción de las instituciones financieras no bancarias y el internet o redes sociales, que tuvieron mayor participación de las mujeres. Ambos sexos enfrentan la misma falta de capacitación y desconocimiento de nuevas tecnologías; sin embargo, las mujeres tienden a ocupar puestos que normalmente no reciben capacitaciones en temas tecnológicos y tienen menos tiempo disponible para estas actividades.

Fuente: L. Peralta, *El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las mipymes* (LC/MEX/TS.2021/10), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.



Las diferentes condiciones enfrentadas por las mujeres para emprender procesos de transformación digital requieren que las políticas de fomento e innovación turísticas sean explícitas en su estrategia de inclusividad. La preponderancia de las mujeres en el turismo demanda que se aborden los principales retos enfrentados. Si bien el turismo facilita su empoderamiento económico, las mujeres continúan ocupando posiciones operativas y administrativas ligadas a roles tradicionales de género.

Es importante recordar que el empoderamiento comunitario y femenino deben ser objetivos específicos. Es decir, para que el turismo resulte en desarrollo comunitario inclusivo, debe planificarse. No todas las iniciativas de turismo local mejoran las condiciones de vida de la comunidad, ni una mayor participación de las mujeres en el empleo turístico significa mejores condiciones laborales. Por lo tanto, se deben planificar estos procesos partiendo de las necesidades particulares en el territorio de las distintas poblaciones interesadas.

Las mujeres también enfrentan dificultades para acceder a capacitación. Por una parte, se ofrece poca capacitación para los puestos que ocupan. Las capacitaciones específicas en temas TIC no alcanzan estos niveles, sino que se quedan en puestos gerenciales o departamentos de tecnología, ambos normalmente ocupados por hombres. Por otra parte, tienen menor disponibilidad de tiempo debido a que asumen una mayor proporción de labores de cuidado no remunerado que los hombres.



Finalmente, una estrategia de transformación digital en el sector turístico debe reconocer la automatización de puestos. Pese a que la revolución digital destruirá puestos de trabajo, su efecto en el turismo es heterogéneo. La hospitalidad es prioritaria, por lo que la mayoría de las empresas primero adoptaría herramientas como la inteligencia de datos (85%), el internet de las cosas (75%) y la computación en la nube (73%), antes que robots estacionarios (37%) o robots humanoides (23%) (OMT, 2019). Por lo tanto, es recomendable planificar la digitalización de los puestos operativos y administrativos ocupados por las mujeres y, en general, acelerar la capacitación de todo el sector mediante habilidades digitales, técnicas e interpersonales.

Bibliografía

- CENPROMYPE (Centro Regional de Promoción de la MIPYME) (2013), *Mujeres y mipyme: diagnóstico de la situación de la mipyme en Centroamérica y República Dominicana*.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2021), “La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad”, *Informe especial COVID-19*, N° 9, febrero.
- OMT (Organización Mundial del Turismo) (2019), “The future of work and skills development in tourism”, *Policy Paper*, Madrid.

Esta Síntesis temática contiene extractos del documento *El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las mipymes*, de Leda Peralta, publicado por la Sede subregional de la CEPAL en México.



Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)
www.cepal.org