



Lagunita de El Ciprés, Ensenada

## LAS MUJERES COMO PROTAGONISTAS DEL TURISMO EN BAJA CALIFORNIA

Número 7 Marzo 2014

### PRESENTACIÓN

Hoy en día las mujeres constituyen una parte esencial del capital humano que se desempeña en el sector turismo, que ofrece una amplia gama de oportunidades para incorporar a las mujeres al mercado de trabajo. Sin embargo, este grupo ocupa los puestos menos calificados y de menor remuneración, agudizando las desigualdades entre ambos sexos. Pese a lo antes dicho y sin pretender soslayarlo, el turismo es el sector que ofrece las mejores oportunidades de empleo para las mujeres, lo que lo convierte en una plataforma importante para promover la igualdad de género e impulsar el empoderamiento de las mujeres (OMT-ONU Mujeres, 2011).

El Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010-2012 (OMT-ONU Mujeres, 2011) muestra que en promedio el 49 % de los empleos en hoteles y restaurantes en el mundo son ocupados por mujeres, esta proporción es más alta en América Latina (58.5 %) y en el Caribe (55.4 %). Para el caso de México existen estimaciones que apuntan que las mujeres constituyen el 58 % de la fuerza laboral que se desempeña en el turismo (INEGI, 2013a).

Vistas las mujeres como consumidoras del turismo, históricamente han enfrentado una situación de desventaja para el uso de su tiempo libre en actividades de ocio, principalmente por las tareas del hogar, el cuidado de los niños, la subordinación en su relación

con los hombres, entre otros aspectos. Por fortuna esta situación ha ido cambiando en las últimas décadas y actualmente se observa una participación cada vez más activa de las mujeres como protagonistas de los viajes por turismo. En este sentido, se sabe que este grupo de visitantes en expansión tiene gustos y preferencias propias y demanda condiciones específicas al momento de realizar sus viajes (Chiang y Jogaratham, 2006), por lo que este mercado emergente representa una oportunidad para que el sector turístico se transforme e introduzca innovaciones atractivas para atraerlo.

A pesar de la importancia que representan las mujeres para el sector turístico, en pleno siglo XXI sigue existiendo un vacío de información que ayude a dimensionar su presencia en el mercado laboral del país, su jerarquía laboral y sus ingresos. Así mismo, sigue siendo también un misterio su participación en las corrientes de visitantes, sus prácticas turísticas, motivaciones de viaje y sus preferencias. Por ello, el **Observatorio Turístico de Baja California** en el marco del Día Internacional de la Mujer, presenta este número del boletín con el tema: **Las mujeres como protagonistas del turismo en Baja California**, con el objetivo de conocer un poco sobre quienes participan en la actividad turística en el estado como turistas y como trabajadoras.

\* Salvo que se indique lo contrario, los datos estadísticos presentados en este boletín provienen de los estudios realizados por el Observatorio Turístico de Baja California.

\*\* Las imágenes fotográficas provienen del archivo fotográfico del Observatorio Turístico y del banco de imágenes de la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California.

\*\*\* En las gráficas donde la suma de porcentajes no da como resultado 100 %, es debido al redondeo y/o a la proporción de respuestas "no sabe/ no contestó" o "no especificado".



# CONTENIDO

- Introducción.....3
- La perspectiva de género en el turismo.....5
- Las mujeres que trabajan en el turismo en Baja California .....7



Principales características de las mujeres y hombres en el turismo internacional.....	8
Características del viaje.....	11
Percepción de seguridad del destino turístico .....	13

# INTRODUCCIÓN

Desde hace varias décadas y hasta hoy en día los viajes y el turismo han sido un importante motor de las economías de muchos países. En el 2012, la contribución total de los viajes y el turismo al Producto Interno Bruto (PIB) mundial fue del 9.3 %, es decir, más de 6 mil millones de dólares, y se espera que en los próximos 10 años este sector crezca a una tasa del 4.4 % anual hasta sumar más de 10 mil millones de dólares. Su aportación total al empleo en el mismo año, incluyendo los empleos indirectos, fue del 8.7 % del total, y se anticipa que para el 2023 uno de cada 10 empleos del planeta será aportado por el turismo (WTTC, 2013).

Para las mujeres, el turismo puede llegar a ser un catalizador importante para su crecimiento y empoderamiento económico en países desarrollados como Estados Unidos, quienes se han desempeñado en este mercado han prosperado económicamente por encima de quienes se ocupan en otros sectores laborales (U.S. Travel Association, 2012). Lo mismo ocurre en los países menos desarrollados, en especial en las zonas rurales (OMT-ONU Mujeres, 2013); sin embargo, aún se observan inequidades marcadas por el género, como la diferencia en los ingresos que se perciben y la exclusión social dentro del trabajo (Guzmán, 2002).

Lo anterior trae como consecuencia que los sueldos obtenidos por las mujeres son menores que los que perciben los hombres; sin embargo, si se compara al turismo con otros sectores, en éste los salarios parecen estar más equilibrados entre ambos géneros (OMT-ONU Mujeres, 2013), pues de acuerdo con el *Informe mundial de la brecha de género 2012*, en 132 países evaluados, las disparidades económicas se sitúan en el 60 % entre mujeres y hombres (Hausmann, Tyson y Zahidi, 2012), y en el 16 % para los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD por sus siglas en inglés) (OECD, 2012). Contrariamente, en este sector las mujeres son dos veces más propensas a ser empleadoras y demuestran mayor tendencia a desarrollarse como empleadas independientes (OMT-ONU Mujeres, 2013).

El turismo no sólo representa un promotor del desarrollo, es también una actividad social que se construye por el interés de viajar y de vivir experiencias enriquecedoras en el tiempo libre de

quienes lo practican, por lo tanto, resulta importante reconocer también la participación de las mujeres como consumidoras turísticas, quienes se involucran de forma distinta a los hombres, lo que se refleja en sus necesidades, conductas y motivaciones. Debido a que las mujeres actualmente juegan un papel importante en la demanda turística, lo que seguramente está asociado a su creciente incorporación al mercado laboral, su acceso a mejores niveles educativos y mejores ingresos, Pennington-Gray y Kerstetter (2001) han destacado su creciente participación dentro de la familia respecto a la planificación de los viajes, pues su opinión ha cobrado mayor importancia en la toma de decisiones sobre este aspecto.

Por su parte, Chiang y Jogaratnam (2006) han encontrado que cada vez son más las mujeres que viajan por su cuenta; sin embargo, existen limitantes que las mujeres identifican al momento de realizar viajes de placer, siendo la principal su rol de género dentro de la familia su papel de madres y amas de casa, mientras que los hombres no conciben este aspecto como una restricción para ellos mismos (Khan, 2011). El género, a diferencia del sexo que es una categoría biológica, es más bien algo que se aprende, es decir, un conjunto de roles y relaciones socialmente construidas (OMT-ONU Mujeres, 2013) y forma parte esencial de las estructuras y jerarquías sociales y culturales de nuestra sociedad, afectando las relaciones que se dan entre hombres y mujeres tanto en el ámbito público como en la vida privada, lo que se expresa en las conductas, aspiraciones, percepciones y motivaciones de las personas (Swain, 2006).

Actualmente estamos viviendo en un contexto de cambios constantes donde la mujer ha generado espacios en sectores de tipo social y económico, y el turismo no ha sido la excepción, por lo que no es en vano que el género femenino se haya convertido en un objetivo importante para las campañas publicitarias de turismo en Estados Unidos (Pennington-Gray y Kerstetter, 2001), principalmente por la importancia económica que representan para los viajes de placer. Por lo tanto, resulta relevante para Baja California tomar en consideración este mercado en expansión tanto para campañas promocionales como para la toma de decisiones en el sector público. Bajo ese contexto el **Observatorio Turístico** realizó un estudio durante los meses de noviembre y diciembre de 2012 y enero de 2013, en el que se contabilizó un flujo cercano a los dos

millones de mujeres, quienes representaron el 33 % de los visitantes internacionales que arribaron a la entidad durante ese periodo y aportaron el 26 % de la derrama económica generada (Bringas, 2013a). Estos datos muestran la importancia de profundizar en estudios de la relación género y turismo, vista como una importante herramienta para planificar estrategias de mercado especializadas y dirigidas a mujeres que visitan nuestra entidad.

Por todo lo anterior, el **Observatorio Turístico de Baja California**, a partir del “Inventario de establecimientos turísticos de Baja California” realizado en el 2012 y de su estudio “Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja

California: Mexicali, Tecate y Tijuana (verano 2013)” realizado durante los meses de julio a septiembre de 2012, retoma aspectos básicos como la situación laboral de las mujeres que se desempeñan en el sector turístico en el estado, así como información específica acerca del perfil y las características de los visitantes, hombres y mujeres, que llegaron a la entidad en el periodo mencionado, con el objetivo de esclarecer el escenario sobre el que las mujeres se desarrollan en el turismo en Baja California. Cabe señalar que a partir de los resultados obtenidos por ambos estudios y considerando las diferencias entre mujeres y hombres fue posible realizar un acercamiento al enfoque de género en el análisis de la dinámica turística del estado.



# LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL TURISMO

La situación económica de las mujeres alrededor del mundo aún se encuentra en notable desventaja si se compara con la de los hombres, pues ellas son responsables del 66 % del trabajo realizado y producen la mitad de los alimentos y sin embargo, sólo reciben el 10 % del ingreso mundial y son dueñas del 1 % de la propiedad (Ex-Presidente Bill Clinton, 2009, citado por OECD-GENDERNET, 2011). El sector productivo del turismo no se encuentra exento de estas desigualdades, pues aún existen obstáculos vinculados a los roles tradicionales de género que ponen en situación de desventaja a las mujeres en cuanto a la participación y a la toma de decisiones.

Los impedimentos mencionados son conocidos como segregación ocupacional, es decir, hombres y mujeres empleados en diferentes ocupaciones en las que ellas por lo general sufren de exclusión social y se desempeñan en “trabajos femeninos”, haciendo labores de menor estatus y que se desarrollan en condiciones desfavorables (Guzmán, 2002). Esta segregación tiene dos vertientes: la segregación horizontal, en la que existen ocupaciones con una composición marcadamente masculina (trabajos técnicos y de mantenimiento) y otras con una composición marcadamente femenina (servicio de camarería); y la segregación vertical, que hace referencia a que la proporción de mujeres que ocupan puestos de mayor jerarquía es muy reducida (Ramos, Rey-Maqueira y Tugores, 2002).



Valle de Guadalupe, Ensenada

A pesar de lo anterior y reconociendo que el turismo no es la solución a todos los problemas de desigualdad, se ha visto que puede ser una herramienta para el empoderamiento económico, social y político de las mujeres, pues se ha demostrado que el sector tiene el potencial para crear oportunidades de empleo e ingreso, ofreciendo una opción viable para el desarrollo de los grupos minoritarios, como es el caso de las mujeres indígenas (Jucan y Jucan, 2013; OMT-ONU Mujeres, 2013); no obstante, todavía existe poca información que permita evaluar específicamente la situación de las mujeres en este sector y así promover la igualdad de género en todos los aspectos del desarrollo (OMT-ONU Mujeres, 2013).

De forma similar, las mujeres que viajan por turismo también tienen una historia basada en las desigualdades ligadas al género, pues desde sus orígenes el número de mujeres que viajaba era muy limitado en comparación con el de los hombres, quienes contaban con mayor libertad para desplazarse, mientras que las mujeres lo hacían más bien como compañía o apoyo (Khan, 2011). Tanto es así que el término “turista”, acuñado a mediados del siglo XVIII, inicialmente era utilizado para hacer referencia a jóvenes de sexo masculino participantes de “tours” o paseos educativos y de placer (Swain, 1995). Lo anterior ayuda a entender por qué por lo general las



Bona Bona! diseño, arte y café, Tijuana



Restaurante Laja, Ensenada



Vinícola Tres Mujeres, Valle de Guadalupe

mujeres no eran consideradas como protagonistas en los viajes de turismo, y quizá esa es la razón por la que en hoy en día una proporción menor de ellas es vista viajando en comparación con los hombres (Khan, 2011).

En la actualidad, el trabajo y las obligaciones relacionadas con el hogar y la familia pueden ser factores restrictivos para ciertos individuos, ya que determinan la cantidad y la calidad del tiempo disponible para los viajes de turismo; en ese sentido, los factores socioeconómicos relacionados con el género agudizan estas restricciones y afectan a las mujeres en mayor medida (Khan, 2011). Aunado a esto, los esquemas de género nos enseñan lo que las mujeres pueden o no hacer durante sus viajes por turismo, lo que ocasiona que los roles y expectativas que la sociedad y la cultura tienen de las esposas, madres y cuidadoras se expresen también durante los viajes y por ello muchos de sus desplazamientos motivados por el ocio están cargados de "trabajo doméstico" (Chiang y Jogaratnam, 2006; Khan, 2011).



La Casa de Doña Lupe, Valle de Guadalupe

La perspectiva de género es una herramienta que permite reducir la laguna de información existente acerca de las identidades, actividades y relaciones entre mujeres y hombres dentro del turismo, ya que generalmente se ha dejado de lado la experiencia femenina en este sector, lo que ha contribuido al desconocimiento de la situación de las mujeres como partícipes en el mercado en cuestión (Swain, 2005). Un enfoque de género nos permite reconocer realidades como desigualdades, discriminación y pobreza que afectan a las mujeres y evitan su empoderamiento (Pritchard *et al.*, 2007). Es por eso que la necesidad de estudios como éste se hace evidente, pues aportan al sector turístico herramientas para su desarrollo y el de sectores específicos de las comunidades.

# LAS MUJERES QUE TRABAJAN EN EL TURISMO EN BAJA CALIFORNIA

Como lo reporta la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), en el 2012 la Población Económicamente Activa (PEA) de México era de 51.5 millones de personas, de ésta el 95 % se encontraba ocupada y estaba conformada por 38 % mujeres y 62 % hombres (INEGI, 2013b). En Baja California, para el mismo periodo, la PEA era de 1.5 millones de personas, de las cuales el 94 % estaba ocupada y se conformaba por 40 % mujeres y 60 % hombres (INEGI, 2013b); durante el mismo periodo, el 62 % de la población ocupada en el estado se desempeñó en el sector de servicios como el comercio, restaurantes y servicios de alojamiento, siendo las mujeres el 46 % de la fuerza laboral en este sector (INEGI, 2013b).



Restaurante "Mama Espinoza" en el Rosario, Ensenada

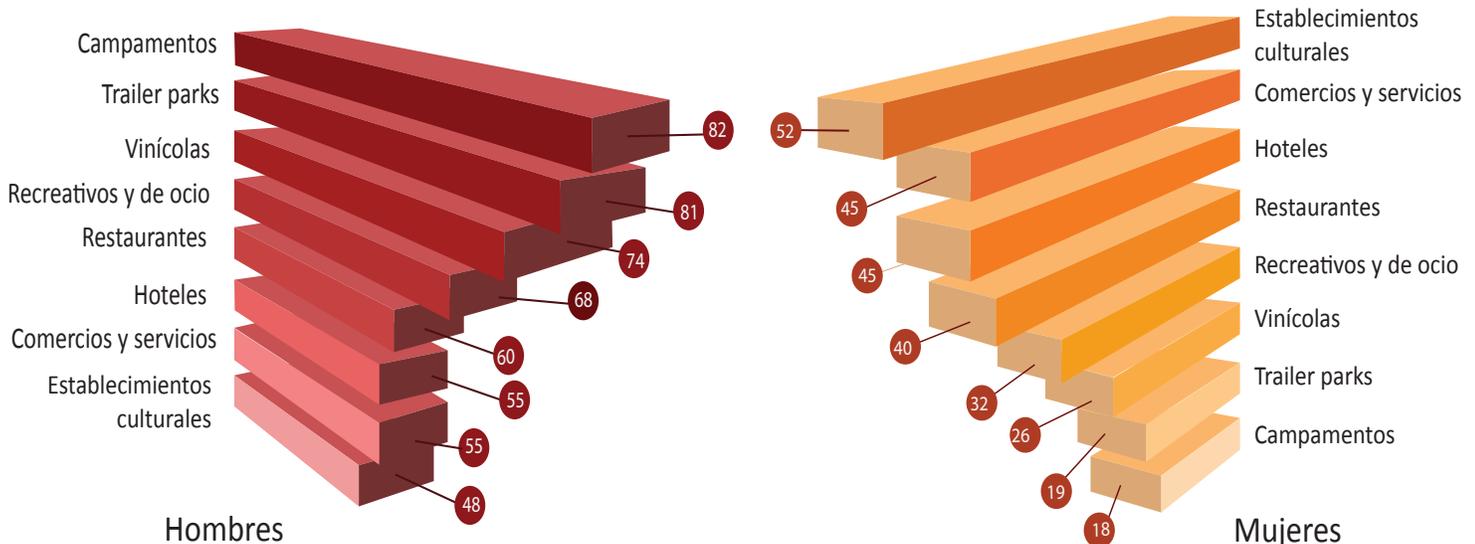
2012 se registró un total de 4 mil 512 personas laborando en los diferentes establecimiento de las zonas turísticas del estado, de éstos, el 42 % correspondía a puestos ocupados por mujeres (Bringas, 2012). La participación de las mujeres y los hombres en los puestos de trabajo en el estado se distribuye de manera similar.

El 42 % de las mujeres se encontraba laborando como encargada o responsables de los establecimientos registrados, al igual que el 40 % de los hombres.

Aunado a lo anterior, los datos recabados por el **Observatorio Turístico** muestran que en la entidad una proporción notable de las mujeres eran las propietarias de los establecimientos (35 %) (Bringas, 2012), lo que contrasta con las tendencias encontradas a nivel global que muestran que sólo entre uno y tres por ciento de las mujeres empleadas son propietarias de una compañía (PNUD, 2012). Sin embargo, al comparar estos cargos de manera agregada, fue posible observar que ningún puesto fue ocupado principalmente por mujeres.

A partir de la información generada por el Inventario de establecimientos turísticos de Baja California, durante el

## Ocupación masculina y femenina en los principales establecimientos turísticos de Baja California (porcentajes)



Dentro de los cargos administrativos sólo el 34 % era ocupado por mujeres, y dentro de los puestos gerenciales, únicamente el 22 % era del sexo femenino (Bringas, 2012).

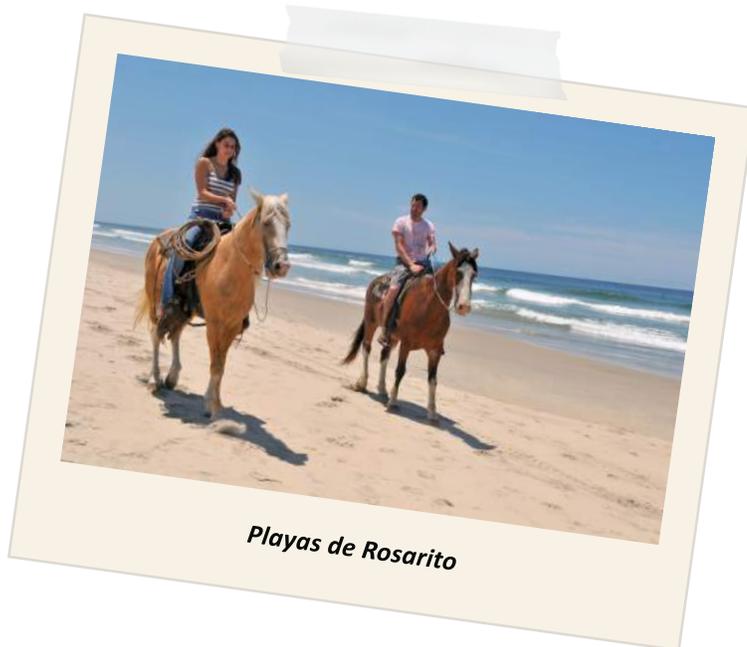
Considerando el giro de los establecimientos, se observa una participación muy similar por género ya que la distribución de mujeres y hombres es la siguiente: en comercios y servicios (45 % y 55 %), en hoteles (45 % y 55 %) y en restaurantes (40 % y 60 %); en comparación con otros giros en los que resultó evidente un sesgo hacia el género masculino, como en empresas vinícolas, en *trailer parks* y en campamentos, ya que en estos últimos la participación femenina fue del 26 %, el 19 % y el 18 %, respectivamente. Destaca que en las instalaciones de tipo cultural (como museos y casas de la cultura), las mujeres ocuparon el 52 % de los puestos de trabajo (Bringas, 2012).

Lo anterior indica que si bien la mujer tiene una participación destacada en el empleo dentro del sector turístico en Baja California, aún siguen existiendo diferencias de género en cuanto a los cargos directivos ocupados por las mujeres, lo que sugiere una segregación vertical en los puestos de trabajo dentro del sector. Asimismo, es posible observar que existen algunos campos en los que las mujeres se encuentran subrepresentadas, y aunque no es posible distinguir las actividades específicas que desempeñan dentro de cada giro, de forma general se alcanzan a distinguir diferencias relacionadas con el género que determinan las oportunidades de trabajo para las mujeres y los hombres que deciden desarrollarse en el sector turismo en el estado.

## PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MUJERES Y HOMBRES EN EL TURISMO INTERNACIONAL

Con el objetivo de conocer más a detalle las principales características de los visitantes internacionales en Baja California, a continuación se presentan algunos resultados obtenidos por la encuesta “Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali, Tecate y Tijuana (verano 2013)”, a través de la que se estimó un flujo de casi 9.5 millones de personas que viajaron a la entidad con fines turísticos durante los meses de julio, agosto y septiembre del 2013 (Bringas, 2013b).

Durante el periodo estudiado, casi dos terceras partes del flujo fueron visitantes hombres (65 %) y poco más de una tercera parte mujeres (35 %) (Bringas, 2013b). A pesar de que en el 2012 poco más de la mitad de la población de Estados Unidos eran mujeres (50.8 %) al igual que en el estado de California



*Playas de Rosarito*

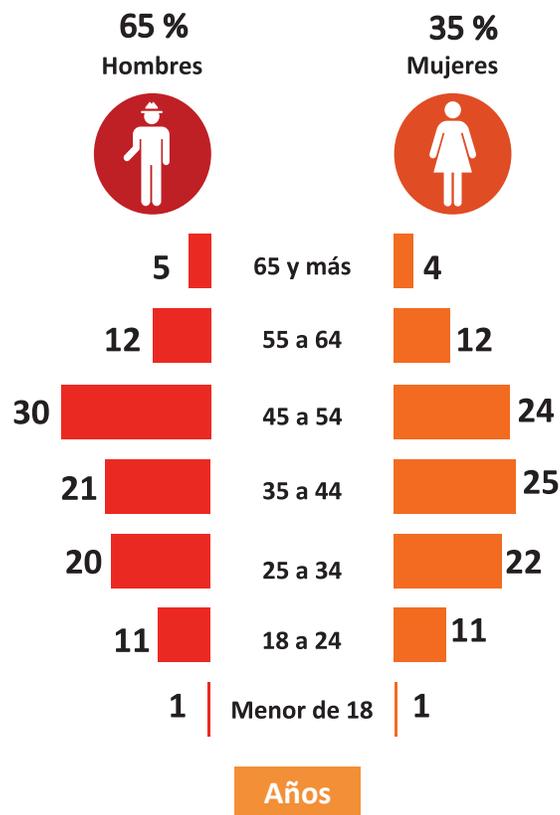
(50.3 %) (U.S. Census Bureau, 2013a), de donde provino el 98 % del flujo de visitantes, sin embargo la igualdad en proporciones en la población femenina y masculina no se vio reflejada en los viajes a la entidad. Lo anterior confirma lo ya encontrado por Chiang y Jogaratnam (2006) y Khan (2011), quienes señalan que las mujeres tienen mayores limitantes para viajar.

En general, los principales condados de origen de los visitantes internacionales fueron muy similares entre hombres y mujeres. Sin embargo, entre los visitantes procedentes de San Diego la proporción de mujeres fue 10 % mayor que la de hombres (64 % mujeres y 54 % hombres), en contraste, la proporción de las mujeres procedentes del condado de Orange fue menor en un cinco por ciento en comparación con la de los hombres (3 % mujeres y 8 % hombres) (Bringas, 2013b).

Destaca que el estado civil de la mayoría de los visitantes al estado fue casado/a (61 % hombres y 65% mujeres), seguido por los visitantes solteros (32 % hombres y 31 % de mujeres). Respecto a la edad edad de los visitantes a la entidad, se observa que los hombres se concentraron principalmente en el rango de los 45 y 54 años (30 %); mientras que la mayoría de las mujeres se ubicó en el rango de edad de los 35 y 44 años (25 %) (Bringas, 2013b).

Al analizar la escolaridad de los visitantes internacionales en Baja California, una proporción significativa cuenta con estudios de licenciatura o posgrado (13 a 20 años de estudio), sobre todo las mujeres (41 % contra el 35 % los hombres). Además, entre aquellos que contaron con nivel de bachillerato (de 10 a 12 años de escolaridad) la proporción de mujeres fue ligeramente menor que la de los hombres (23 % y 30 % respectivamente) (Bringas, 2013b). Lo anterior coincide con el nivel de educación de la población estadounidense, de acuerdo con los datos obtenidos por el U.S. Census Bureau de la población de 25 años y más en su mayoría han logrado un nivel educativo entre licenciatura y

### Grupos de edad de los visitantes internacionales según su género (porcentajes)



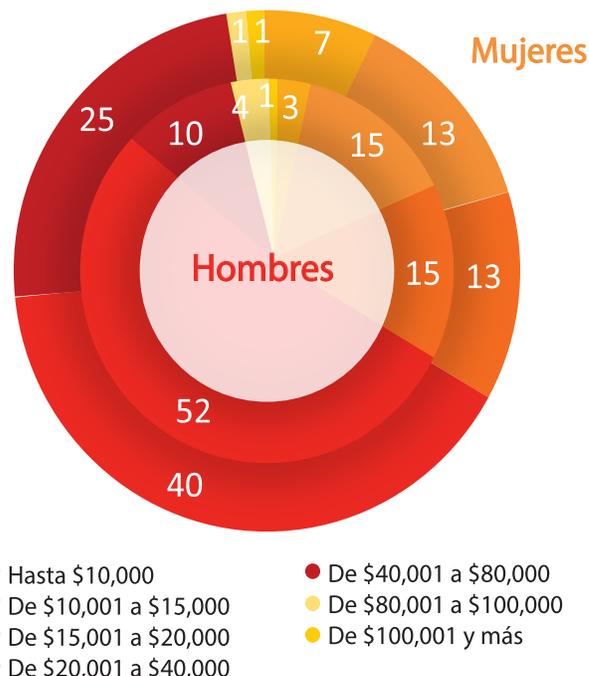
posgrado (de 13 a 20 años de estudios), de los cuales el 59.2 % son mujeres y el 57.4 % son hombres (U.S. Census Bureau, 2013b). Esto permite entender que la brecha entre géneros con respecto al nivel educativo se ha reducido.

En general, las mujeres han obtenido buena representación en el mercado laboral, en el presente estudio se identificó que las visitantes internacionales se insertan principalmente como empleadas de la iniciativa privada (44 %), al igual que los hombres (39 %). Estos datos confirman la creciente participación que ha tenido la mujer a nivel global, de acuerdo con la aportación que hace *International Labour Office* (ILO, 2010) en el periodo de 1980-2009 su tasa de participación aumentó del 50 % al 52 %, mientras que la de los hombres se redujo de 82 % a 78 %. También destaca que entre los visitantes internacionales que reportaron

empleos de mayor jerarquía las mujeres tuvieron una representación mayor, pues del total de visitantes empleados en puestos de dirección el 63 % es ocupado por este género. A pesar de ello, un segmento importante de las mujeres es proclive a desempeñarse en empleos precarios, pues el segundo porcentaje más alto de participación laboral fue trabajar por cuenta propia (13 %) (Bringas, 2013b), esto viene a confirmar lo ya expresado por el Informe de Naciones Unidas que han encontrado que para las mujeres es más difícil obtener puestos de alto rango (PNUD, 2012).

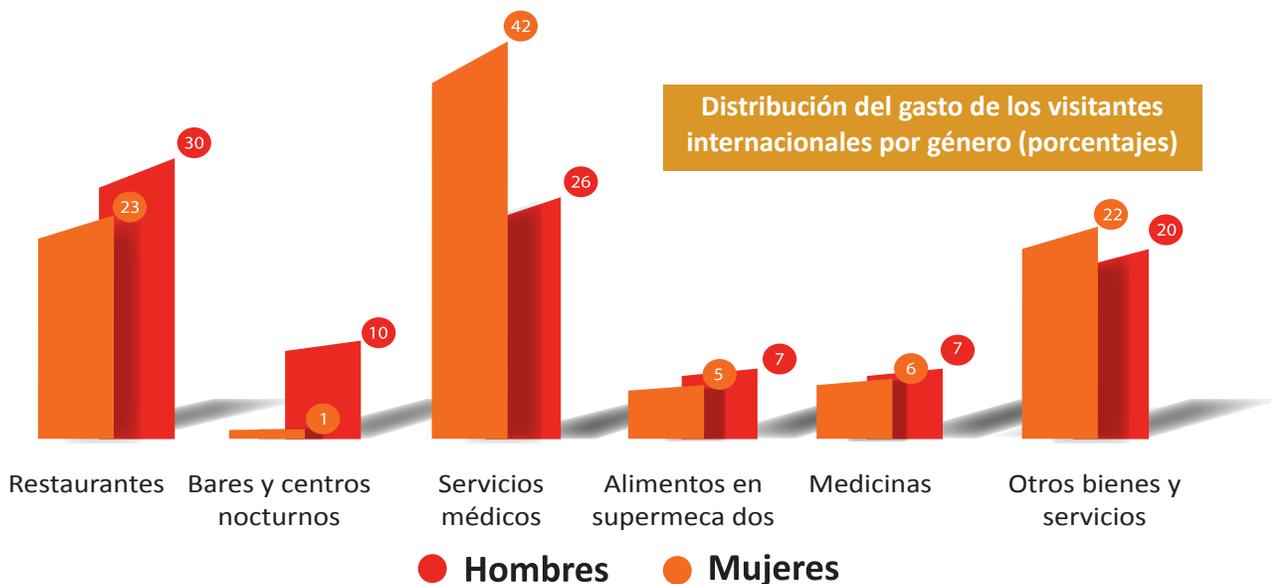
Al comparar los ingresos percibidos por género es evidente que las disparidades siguen siendo amplias. De los visitantes internacionales que visitaron Baja California, poco más de la mitad de las mujeres encuestadas percibe entre 20 mil y 40 mil dólares (52 %), de forma similar a los hombres (40 %); sin embargo, son estos últimos quienes tienen acceso a ingresos más altos, siendo que el 25 % de ellos percibe entre los 40 mil y 80 mil dólares anuales, en contraste, sólo el 10 % de las mujeres se encontró en este rango (Bringas, 2013b). Estos datos sustentan a otros estudios realizados, por ejemplo, la *International Labour Organization* ha evidenciado que en 83 países desarrollados y en desarrollo las mujeres ganan entre 10 % y 30 % menos que los hombres (ILO, 2010). Particularmente en Estados Unidos, que es el país de origen de la mayoría de los visitantes internacionales en Baja California, las mujeres reciben alrededor de 37 mil dólares anuales,

**Ingreso personal anual en dólares de los visitantes internacionales por género (porcentajes)**



mientras que los hombres perciben alrededor de 49 mil dólares (DeNavas-Walt, Proctor y Smith, 2013). Lo anterior invita a realizar un análisis sobre los ingresos obtenidos por el número de horas que trabajan cada uno, considerando la llamada “doble jornada femenina”<sup>1</sup> que desempeñan muchas mujeres.

**Distribución del gasto de los visitantes internacionales por género (porcentajes)**



<sup>1</sup>La doble jornada femenina hace referencia a la experiencia de las mujeres de conciliar el trabajo en el sector formal con sus responsabilidades de esposa, madre y encargada de las tareas domésticas (Enciso, 1997), partiendo de las reglas de género tradicionales que asumen que la carga doméstica y el cuidado infantil son responsabilidades femeninas (Vázquez, Cárcamo y Hernández, 2012).

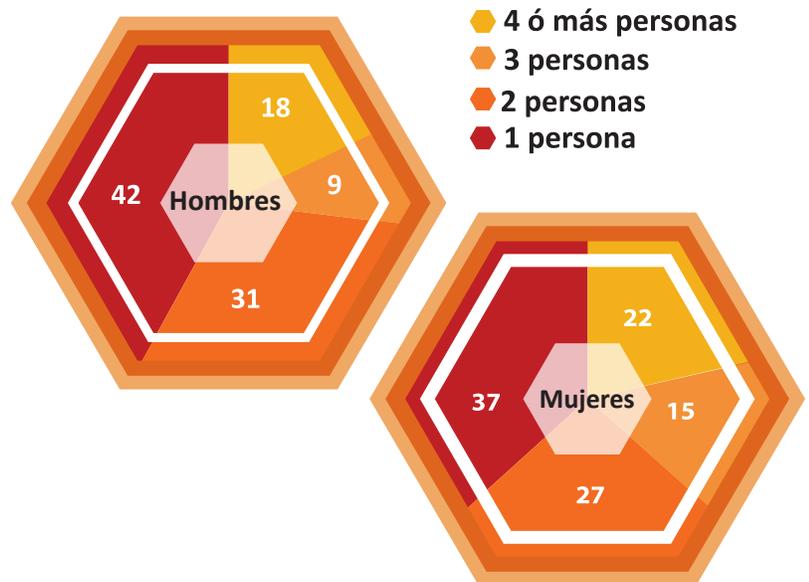
# CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

En general, las visitas a familiares y/o amigos fueron el principal motivo de viaje de los visitantes internacionales (32 %). Visto por género destaca que los viajes por tratamientos de salud (32%) fueron el principal motivo de la visita de las mujeres, mientras que entre los hombres permaneció el motivo de las visitas a familiares y/o amigos (32%) (Bringas, 2013b). Los resultados de la encuesta indican que entre los visitantes internacionales existe equidad de género al momento de decidir realizar el viaje, pues el 72 % de los hombres y el 71 % de las mujeres así lo afirmaron.

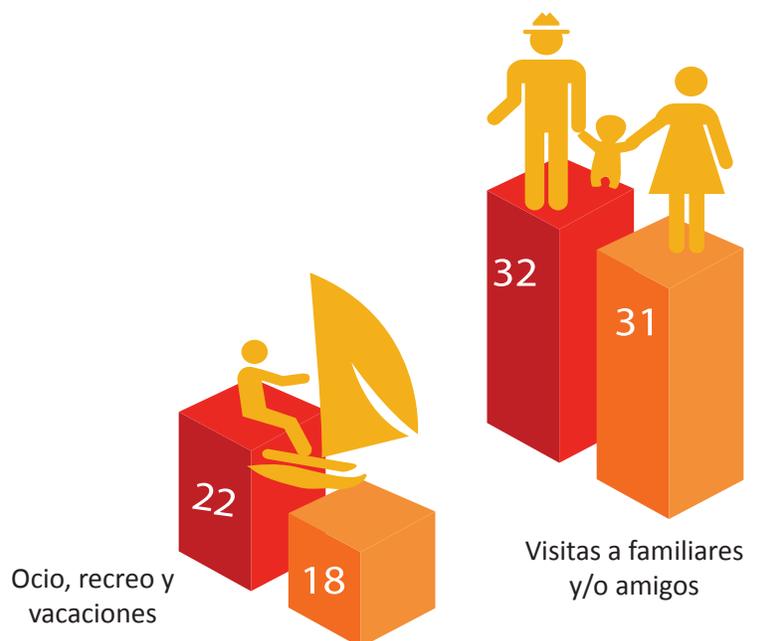
Otro aspecto importante acerca de las características del viaje es saber si éstos se realizan de forma individual o grupal. Durante el periodo estudiado se encontró que la mayoría de los visitantes viajó en grupos de dos o más personas (64 % mujeres y 68 % hombres); a pesar de ello, destaca que poco más de una tercera parte de las mujeres viajó por su cuenta (37 %), al igual que el 42 % de los hombres (Bringas, 2013b). Lo que coincide con lo encontrado por Chian y Jogaratnam (2006), quienes señalaron que tradicionalmente los desplazamientos por turismo se realizan en grupo.

Además, se destaca que el 17 % de los hombres viajaron al destino por decisión de su pareja, en comparación con el 9 % de las mujeres que viajó bajo la misma circunstancia (Bringas, 2013b). Sin duda, esta igualdad ha sido posible gracias a la inserción de las mujeres en el mercado laboral y de su capacidad para obtener ingresos, disminuyendo así las diferencias en las relaciones de poder con los hombres (Khan, 2011).

## Tamaño de grupo de los visitantes internacionales según su género (porcentajes)



## Principal motivo de viaje de los visitantes internacionales por género (porcentajes)

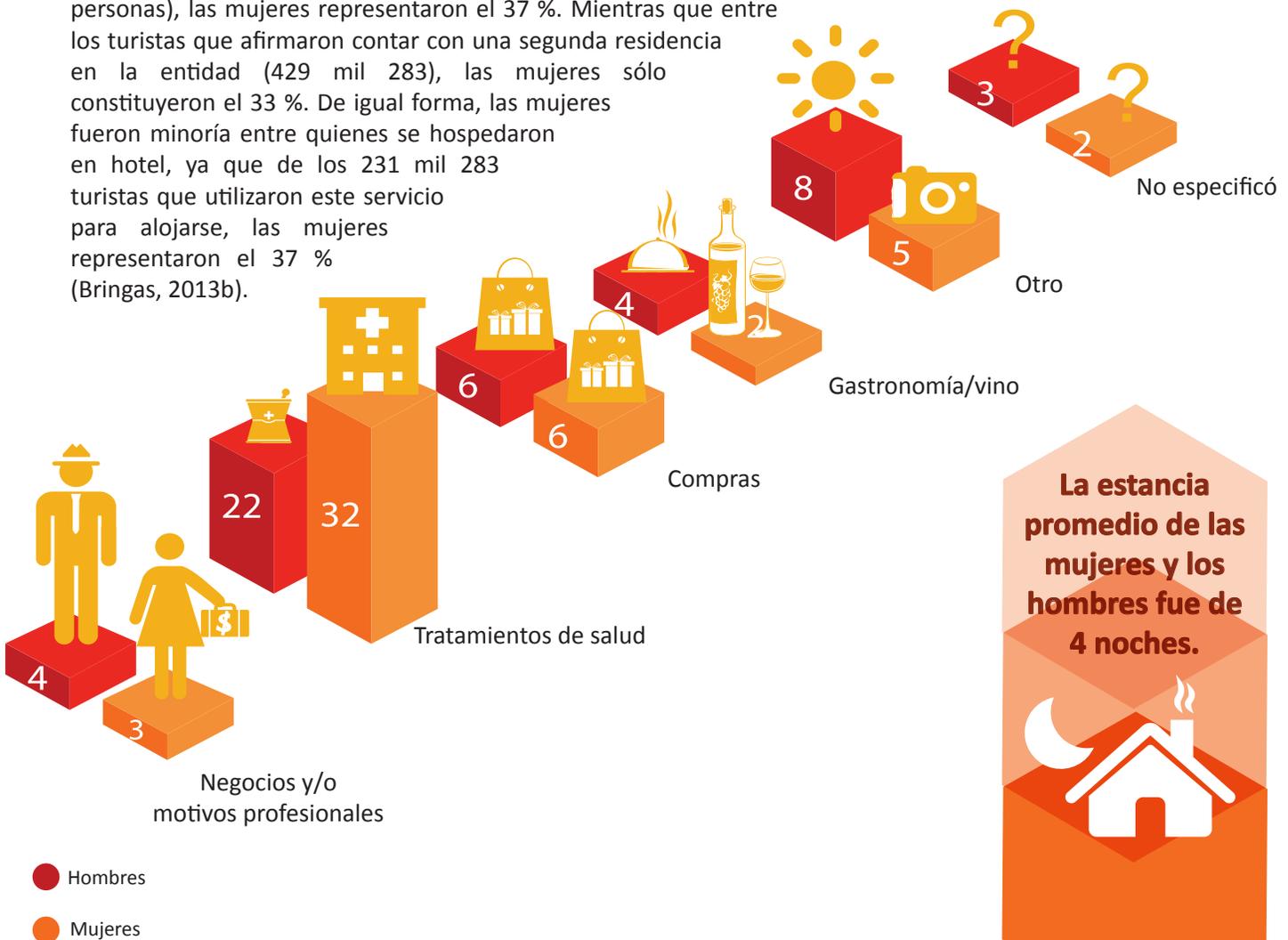


## GASTO GENERADO POR LOS VISITANTES INTERNACIONALES

Aunque las mujeres y los hombres tienen motivaciones similares para realizar sus viajes, una vez en el destino las necesidades de cada uno difieren de forma significativa, de la misma forma que difiere la cantidad y la distribución de su gasto, siendo las mujeres quienes generalmente gastan menos (Chiang y Jogaratman, 2006). En ese sentido, durante el periodo de estudio la actividad turística de los visitantes internacionales generó una derrama económica ligeramente superior a los \$ 1,300 millones de dólares, de ésta, las mujeres aportaron el 33 % (Bringas, 2013b).

Llama la atención que las mujeres destinaron principalmente su gasto a servicios médicos (42 %), lo que coincide con el principal motivo de su visita, pues una tercera parte de ellas viajó por tratamientos de salud. En contraste, el principal gasto realizado por los hombres se destinó al consumo en restaurantes (30 %), una proporción mayor a la registrada por las mujeres (23 %) (Bringas, 2013b).

Al analizar el tipo de alojamiento utilizado por los turistas que pernoctaron en el destino destaca que del total de turistas que mencionaron haberse hospedado en casa de familiares y/o amigos (1 millón 276 mil 685 personas), las mujeres representaron el 37 %. Mientras que entre los turistas que afirmaron contar con una segunda residencia en la entidad (429 mil 283), las mujeres sólo constituyeron el 33 %. De igual forma, las mujeres fueron minoría entre quienes se hospedaron en hotel, ya que de los 231 mil 283 turistas que utilizaron este servicio para alojarse, las mujeres representaron el 37 % (Bringas, 2013b).

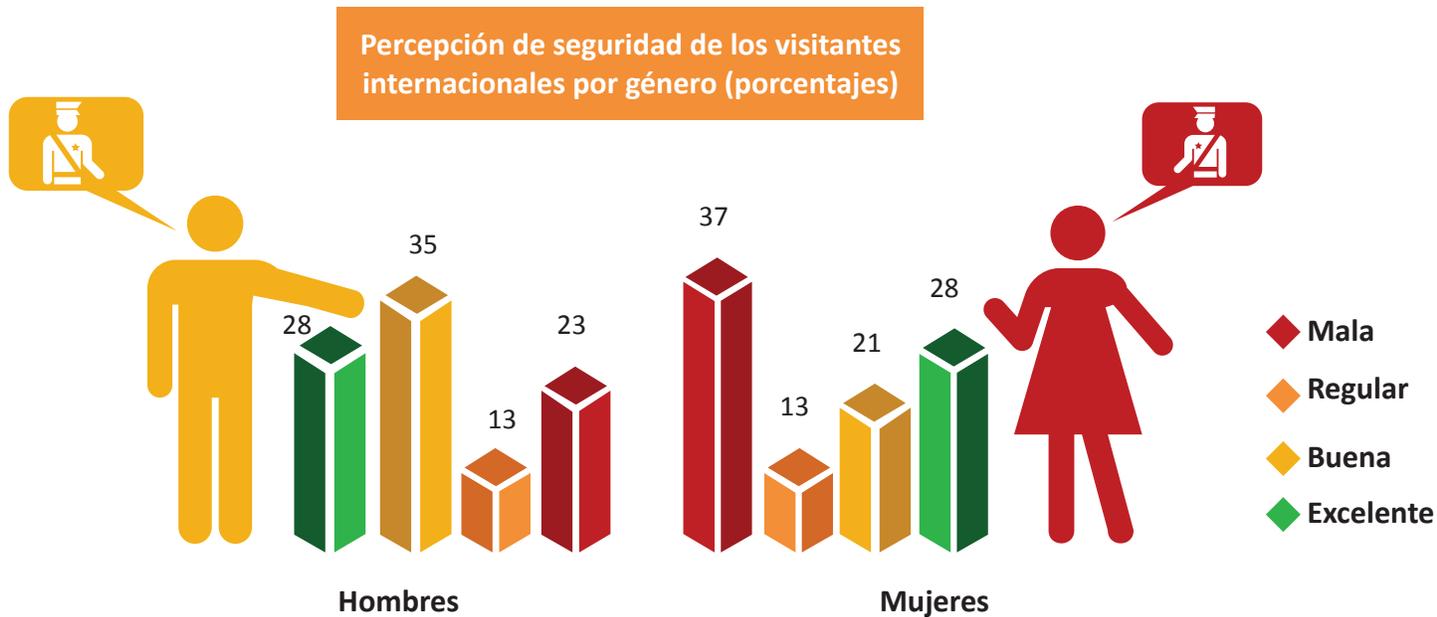


En promedio, por cada dólar que gastan las mujeres al día, los hombres gastan dos.

No especificó

La estancia promedio de las mujeres y los hombres fue de 4 noches.

# PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD EN EL DESTINO TURÍSTICO



La seguridad en el destino es uno de los principales factores que los visitantes toman en cuenta para viajar. Al respecto, muchas mujeres enfrentan obstáculos relacionados con este aspecto en mayor medida que los hombres, principalmente porque se consideran un grupo vulnerable y propenso a ser víctima de los factores que conforman un ambiente inseguro, como son los asaltos, el crimen y los robos (Chiang y Jogaratnam, 2006).

Datos del estudio “Dinámica del mercado potencial de turismo para Baja California: Encuestas telefónicas a residentes del sur de California (2011-2012)”, muestran que durante los periodos analizados la imagen que la población del sur de California tiene respecto a Baja California ha ido cambiando de forma favorable, pues mientras que en 2011 estos visitantes potenciales asociaban el estado principalmente con crimen e inseguridad, durante el 2012 en mayor medida se relacionó al destino con referentes turísticos como las playas y el clima. A pesar de lo anterior, las mujeres siguieron mostrándose

propensas a percibir ambientes de inseguridad, pues en mayor medida vincularon a Baja California con aspectos de inseguridad como el crimen y la violencia, especialmente aquellas residentes del condado de Riverside (Bringas, 2013c).

Así mismo, aunque la percepción de seguridad de los visitantes internacionales que arribaron al estado durante el verano de 2013 en general fue favorable, pues más de la mitad consideró este aspecto como bueno y excelente (58 %), destaca que casi una cuarta parte de las mujeres percibió de manera negativa la seguridad pública en el destino (37 %) (Bringas, 2013c). Lo anterior puede ser un indicador de que si bien los esfuerzos por mejorar la imagen del estado han surtido un efecto favorable entre los visitantes internacionales, aún falta trabajo por hacer, y resulta evidente que la población femenina no está siendo atendida en este aspecto, lo cual es un riesgo para el destino pues como ya se mencionó, con el paso del tiempo la mujer ha ido ganando mayor participación al momento de decidir los viajes por turismo.

A pesar de que la percepción de seguridad en el destino obtuvo una evaluación no del todo favorable por parte de las mujeres, a partir de la apreciación que tuvieron sobre su experiencia de viaje se identificaron algunas fortalezas acerca del destino. Además, se observó que algunos factores resultaron más favorables para las mujeres que para los hombres; en este sentido, los resultados explican que si bien la gastronomía fue el factor con el mayor número de menciones positivas por parte de ambos géneros, los servicios médicos fueron el segundo aspecto favorable mencionado por las mujeres, lo que se relaciona con que los viajes por tratamientos de salud fueron su principal motivo de la visita, mientras que los hombres consideraron que el segundo factor en importancia era la hospitalidad de la gente (Bringas, 2013c).



En suma, los resultados expuestos previamente ofrecen un panorama general sobre la importancia de la participación de las mujeres dentro de los viajes a la entidad, por lo tanto, se aprecia fundamental respaldar las recomendaciones internacionales y elaborar estudios posteriores con enfoque de género que profundicen en el análisis de la dinámica turística de la entidad, pues aún existe el reto de continuar sumando esfuerzos para contribuir con información a fin de lograr una mejor comprensión del papel de las mujeres en el turismo. Sin duda, el turismo representa una oportunidad para que el estado promueva el desarrollo de la comunidad con un enfoque incluyente, al mismo tiempo que se promueva el empoderamiento de las mujeres bajacalifornianas.

**Principales factores del destino identificados como positivos por los visitantes internacionales por género**





## Bibliografía

- Bureau of Labor Statistics-US Census Bureau (2013). "Annual Social and Economic (ASEC) Supplement: 2012 Person Income Table of Contents", en Current Population Survey, en, [http://www.census.gov/hhes/www/cpstables/032013/perinc/pinc01\\_000.htm](http://www.census.gov/hhes/www/cpstables/032013/perinc/pinc01_000.htm), consultado el 28 de enero de 2014.
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2012). "Inventario de establecimientos turísticos en Baja California", Tijuana, Reporte de investigación, El Colegio de la Frontera Norte (Colef)-Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (Sector).
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2013a). "Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (invierno 2012-2013)", Tijuana, Reporte de investigación, El Colegio de la Frontera Norte (Colef)-Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (Sector).
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2013b). "Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali, Tecate y Tijuana (verano 2013)", Tijuana, Reporte de investigación del Observatorio Turístico de Baja California, El Colegio de la Frontera Norte (Colef)-Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (Sector).
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2013c). "Dinámica del mercado potencial de turismo para Baja California: Encuestas telefónicas a residentes del sur de California (2011-2012)", Tijuana, Reporte de investigación del Observatorio Turístico de Baja California, El Colegio de la Frontera Norte (Colef)-Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (Sector).
- Chiang, Chu-Yin y Giri Jogaratnam (2006). "Why do women travel solo for purposes of leisure?", *Journal of Vacation Marketing*, vol. 12, núm. 1, pp. 59-70.
- DeNavas-Walt, Carmen, Bernadette D. Proctor, Jessica C. Smith (2013). "Income, Poverty, and Health Insurance Coverage in the United States: 2012", en U.S. Census Bureau, Current Population Reports, Washington, D.C., 77 pp.
- El Colegio de México (Colmex) (2011). *Análisis económico del mercado laboral en el sector turístico: hacia una política pública para la igualdad entre mujeres y hombres, México*, El Colegio de México (Colmex)-Secretaría de Turismo (Sector), 360 pp.
- Enciso Huerta, Virginia (1997). "Género y trabajo: la enfermería", en *La Ventana*, núm. 6, pp. 182-189.
- Guzmán Gallangos, Flérida (2002). "Segregación ocupacional por género", en *DemoS*, núm. 15, pp. 27-28
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2013a). Cuenta satélite del turismo (CST) de México, Sistema de Cuentas Nacionales de México, en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>, consultado el 27 de enero de 2014.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2013b). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/>, consultado el 27 de enero de 2014.
- International Labour Office (ILO) (2010). *Global Wage Report 2008/09: Minimum wages and collective bargaining, towards policy coherence*, ILO, Geneva, 106 pp.
- Jucan, Mihaela Sabina y Cornel Nicolae Jucan (2013). "Gender Trends in Tourism Destination", en *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, vol. 92, pp. 437-444.
- Khan, Sonia (2011). "Gendered Leisure: Are Women More More Constrained in Travel for Leisure?", en *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, vol. 6, núm. 1, pp. 105-121.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) (2012). *Closing the Gender Gap: Act Now*, OECD Publishing en <http://dx.doi.org/10.1787/9789264179370-en>, consultado el 20 de enero de 2014.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD)-DAC Network on Gender Equality (GENDERNET) (2012). *Women's Economic Empowerment*, Paris, OECD, 31 pp.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) (2013). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*, OMT-ONU Mujeres, Madrid, 111 pp.
- Pennington-Gray, Lory A., Deborah L. Kerstetter (2001). "What Do University-Educated Woman Want From Their Pleasure Travel Experiences?", en *Journal of Travel Research*, vol. 1, núm. 40, pp. 49-56.
- Pritchard, Annette, Nigel Morgan, Irena Ateljevic y Candice Harris (2007). "Editors' Introduction: Tourism, Gender, Embodiment and Experience" en Pritchard, Annette, Nigel Morgan, Irena Ateljevic y Candice Harris (eds.), *Tourism and Gender. Embodiment, Sensuality and Experience*, Cab International, Londres, pp. 1-12.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2012). *Objetivos de desarrollo del Milenio, Informe de 2012*, Naciones Unidas, Nueva York, Junio, 70 p.
- Ramos, Vicente, Javier Rey-Maqueira y María Tugores (2002). "Análisis empírico de discriminación por razón de género en una economía especializada en turismo", en *Annals of Tourism Research*, vol. 4, núm. 1, pp. 239-258.
- Swain, Margaret Byrne (1995). "Gender in tourism", en *Annals of Tourism Research*, vol. 22, núm. 2, pp. 247-266.
- Swain, Margaret Byrne (2005). "Las dimensiones de género en la investigación sobre turismo: Temas globales, perspectivas locales" en *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1, pp. 25-37.
- U.S. Census Bureau (2013a). "State & County QuickFacts" en <http://quickfacts.census.gov/qfd/states/00000.html>, consultado el 14 de enero de 2014.
- U.S. Census Bureau (2013b). "Educational Attainment in the United States: 2013" en <http://www.census.gov/hhes/socdemo/education/data/cps/2013/tables.html>, consultado el 14 de enero de 2014.
- U.S. Travel Association (2012). *Fast Forward. Travel Creates Opportunities and Launches Careers*, U.S. Travel Association, Estados Unidos, 16 pp.
- Vázquez García, Verónica, Naima Jazbí Cárcamo Toalá y Neftalí Hernández Martínez (2012). "Entre el cargo, la maternidad y la doble jornada. Presidentas municipales de Oaxaca", en *Perfiles Latinoamericanos*, México, Facultad latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), vol. 20, núm. 39, pp. 31-57.
- World Travel and Tourism Council (WTTTC) (2013). "Travel & Tourism Economic Impact 2013", en [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/world2013\\_1.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf), consultado el 15 de enero de 2014.

## ESCRÍBENOS

observatur.bajacalifornia@gmail.com

## VISÍTANOS

observaturbc.org

 /observatur.bc

 @ObservaturBC

**Coordinadora General**  
Dra. Nora L. Bringas Rábago

**Coordinador Adjunto**  
Dr. Djamel Toudert

## Participantes

Dr. Basilio Verduzco Chávez  
Mtra. Yessica Vicencio Murillo  
Mtra. María Teresa López Avedoy  
Mtro. Heber Huizar Contreras  
Mtra. Mariana Trejo Sánchez  
Lic. Mariana Argüello Escobedo  
Lic. Alan Ingram Campillo

## Apoyo técnico especializado

Lic. Carlos Vladimir Ruelas González  
Lic. Alberto Joaquín Acosta Rosales

## Coordinación de revisión y captura

Lic. Luis Francisco Lares Serrano

## Marco muestral

Mtro. Gilberto Hernández Olvera

## Diseño gráfico

Lic. Claudia Ramos Castillo

Secretaría de Turismo del Estado de Baja California

**Secretario de Turismo**  
C.P. Oscar Escobedo Carignan

**Subsecretario de Turismo**  
Lic. Ives Lelevier Ramos



Secretaría de Turismo del Estado  
de Baja California

Edificio Río, Tercer Piso  
Calle Juan Ruiz de Alarcón

#1572, Zona Río,  
C.P. 22320

Tijuana, Baja California, México  
Teléfono +52 664 682 3367



El Colegio de la Frontera Norte, A.C.  
Carretera escénica

Tijuana - Ensenada, km 18.5,  
San Antonio del Mar,  
C. P. 22560

Tijuana, Baja California, México  
Teléfono +52 664 631 6300