

Mónica Segovia Pérez  
 Universidad Rey Juan Carlos

Introducción

El sector turístico tiene una importancia considerable en la economía española, siendo uno de los sectores en los que se concentra una mayor proporción del empleo. España recibió 5,1 millones de turistas internacionales en enero de 2025, un 6,1 % más que en el mismo mes de 2024. Este volumen de turistas, según Exceltur, dio lugar a que el peso del turismo en la economía española superara el 13 % del PIB en 2024, suponiendo también el 13 % del total de ocupados en la economía nacional a finales del 2024 (INE, 2024).

Por tanto, la actividad turística genera crecimiento económico y se configura como un sector de actividad con grandes oportunidades laborales (OCDE, 2020). Pese a estas oportunidades y a que la mayor parte de la fuerza laboral del sector turístico son las mujeres, son muchas las desigualdades que se producen en él, siendo muy diferente el tipo de trabajo remunerado al que acceden hombres y mujeres. Las mujeres suelen enfrentar peores condiciones laborales en términos de tipos de contratos, temporalidad y salarios (Segovia-Pérez y Figueroa-Domecq, 2018).

En este contexto previo, el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el mercado laboral será uno de los grandes desafíos sociales para la igualdad de género y, en concreto, en la fuerza de trabajo del sector turístico. La creciente importancia de la tecnología y la inteli-

gencia artificial dentro del sector turístico implica no solo la necesidad de adaptación a las nuevas tendencias, sino que abre la posibilidad de plantear un enfoque más igualitario y sostenible que mejore la sostenibilidad y competitividad a largo plazo. En el marco de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas, se considera la igualdad de género como un derecho fundamental tanto a nivel general como en concreto en el mercado de trabajo (ODS 5). De este modo, tanto la Comisión Europea como la Organización Mundial del Turismo (OMT) consideran que garantizar la igualdad de género en el desarrollo de la inteligencia artificial constituye un elemento crítico para conseguir un turismo sostenible.

Las condiciones laborales de la mujer en el sector turismo

La Organización Mundial del Turismo señala que, a nivel mundial, las mujeres constituyen el 54 % de la fuerza laboral en este sector (OMT, 2021). En España, representaban el 57,83 % de los profesionales del sector en el año 2020, evidenciando la feminización del sector turismo y la hostelería (Turijobs, y RaizUp, 2021). Por actividad, en el año 2023, la mayor proporción de mujeres ocupadas se sitúa en Agencias de Viajes (62 %), Alojamiento (53 %) y Restauración (53 %).

Tabla 1. Distribución de las personas ocupadas por actividad y sexo

| Personas ocupadas                            | Alojamiento | %    | Restauración | %    | Agencias de viajes | %    | Transporte | %    | Total turismo |
|----------------------------------------------|-------------|------|--------------|------|--------------------|------|------------|------|---------------|
| Número absoluto y porcentajes sobre el total | 399,9       | 16,6 | 1.207        | 50,2 | 64,3               | 2,7  | 731,6      | 30,4 | 2.402,8       |
| Hombres                                      | 186,3       | 46,6 | 571,2        | 47,3 | 24,5               | 38,1 | 610,5      | 83,4 | 1.392,5       |
| Mujeres                                      | 213,7       | 53,4 | 635,7        | 52,7 | 39,8               | 61,9 | 121        | 16,5 | 1.010,2       |

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal. *El empleo en el sector turísticos en España: situaciones y tendencia, 2023.*

No obstante, las condiciones laborales de las mujeres en el sector distan de ser las ideales, existiendo diferencias en cuanto a sus tipos de contratos y duración, los salarios y la segregación laboral, tanto horizontal como vertical. Como se puede apreciar en la tabla 2, en España, las mujeres que trabajan en el sector turístico están representadas en mayor proporción en los contratos temporales en com-

paración con los hombres y, según la Encuesta de Población Activa (INE, 2024), presentan una tasa de trabajo a tiempo parcial del 25 %. Esta tendencia, además, no se observa solo en España, sino a nivel mundial, donde las mujeres realizan tareas de menor cualificación, estacionales o a tiempo parcial, tanto en grandes cadenas hoteleras como en pequeñas empresas turísticas (OMT, 2021).

Tabla 2. Comparativa por tipos de contrato por sexo en el sector turismo en el año 2022

| Contratación según modalidad | Hombres   | %    | Mujeres  | %    | Total     |
|------------------------------|-----------|------|----------|------|-----------|
| Contratación indefinida      | 1.083.264 | 54,2 | 916.444  | 45,8 | 1.999.708 |
| Contratación temporal        | 1.305.289 | 46,4 | 150.9110 | 53,6 | 2.814.399 |

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal. *El empleo en el sector turísticos en España: situaciones y tendencia 2023*.

Por lo que se refiere a los salarios, según la OMT (2021), a escala mundial, las mujeres ganan un 14,7 % menos que los hombres en el sector turístico en comparación con el 16,8 % en otros sectores. En España, la ganancia media anual por trabajador en 2022 fue de 26.948,87 euros, aunque los salarios medios en Hos-

telería y Otros servicios fueron un 39,6 % y un 32,2 % inferiores a esta media, respectivamente. Lo que sí es común en todos los sectores de actividades con significativa representación femenina, es que las mujeres ganan menos que los hombres, como ocurre en el sector de hostelería (tabla 3).

Tabla 3. Diferencia por sexo entre la ganancia media anual por trabajador en hostelería. Año 2022

|               | Mujeres   | Hombres   | Diferencia |
|---------------|-----------|-----------|------------|
| I. Hostelería | 15.022,32 | 17.921,24 | -2.898,92  |

Fuente: INE (2024). *Encuesta de Estructura Salarial* (EES).

A esta situación se une la segregación vertical y horizontal presente en el sector. La segregación laboral ocurre cuando hombres y mujeres se encuentran en diferentes trabajos, actividades y niveles jerárquicos debido a su sexo, lo que puede generar desigualdades en sus condiciones laborales y salariales. En el sector turístico, las mujeres suelen estar vinculadas a determinados estereotipos y roles específicos que las hace estar más presentes en ocupaciones que perpetúan dichos roles (Segovia-Pérez, M., *et al.*, 2021). Así, se encuentran principalmente en la atención al cliente, recepción, administración y finanzas, y pisos (por ejemplo, gobernanta) y limpieza (Turijobs y Rai-zUp, 2021), mientras que aparecen menos represen-

tadas en áreas como innovación, tecnología o mantenimiento, que siguen dominadas por los hombres (Segovia *et al.*, 2018).

Asimismo, y en relación con la segregación vertical, en España, en el año 2021, las mujeres ocupaban el 33 % de los puestos de alta responsabilidad, el 13 % de las direcciones de hoteles de 5 estrellas, el 5 % de las direcciones de cadenas hoteleras y apenas un 3 % de los cargos de CEO en estas cadenas (Segovia y Figueroa, 2021). Los datos del 2024 no muestran mejoras significativas en esta situación. Según el último informe de Atrevia, apenas el 4 % de las mujeres son presidentas y hay un 24 % de mujeres CEO. En

esta distribución se aprecia también una segregación horizontal por departamentos, dado que aquellas áreas con mayor proporción de mujeres en puestos directivos son los de comunicación (67 %), recursos humanos (63 %) y sostenibilidad (55 %). El único departamento con representación equilibrada es el del área de marketing. Por el contrario, en el departamento de tecnología los hombres son mayoría, representando el 86 %, lo que de cara al futuro desarrollo de la inteligencia artificial supone una posición de desventaja para las mujeres.

### Impacto de la inteligencia artificial en el mercado laboral del turismo

El sector turístico está implementando cada vez más la inteligencia artificial en todos sus subsectores y procesos por sus indudables ventajas competitivas. Su aplicación se está potenciando como una importante fuente de innovación, dado que aumenta la eficiencia operativa y reduce costes. Las empresas han utilizado la automatización especialmente para diversos procesos *front-of-house*, en la recepción, y para procesos *back-of-house*, que no requieren el contacto o la participación del cliente. En cuanto a las áreas de actividad, se estima que su utilización pueda estar dedicada a la gestión del viaje por parte del consumidor, que ganará en autonomía y personalización en la organización de

estos, ajustándolo en mayor medida a sus preferencias e intereses. Al mismo tiempo, facilitará la gestión y la optimización de las ofertas de viajes y estancias de una manera mucho más eficiente, permitirá predecir la demanda y, de esta forma, ajustar los precios y la ocupación tanto de servicios turísticos como de los alojamientos. También permitirá detectar patrones de comportamiento en los consumidores y hará posible una atención más personalizada, por ejemplo, con *chatbots* con *feedback* inmediato en tiempo real y/o traducciones automáticas (Imascono, s.f).

A tenor de las múltiples aplicaciones e implementaciones de la IA en el sector, esta tecnología cambiará el mercado laboral del sector, la naturaleza del trabajo, los puestos de trabajo y las habilidades requeridas por los empleados. En España, según el informe de Nextur (2024), se prevé que la generalización del uso de la IA implique un riesgo de automatización del 9,8 % de los empleos. No obstante, se espera también que el 5,9 % de los empleos actuales incremente su productividad y que tres de cada cuatro no note cambios significativos. Por su parte, el informe de Randstad Research señala que las actividades de hostelería, así como las comerciales y/o tareas administrativas, experimentarán una mayor destrucción de puestos de trabajo como consecuencia de la adopción de la IA. No obstante, se espera que surjan profesiones emergentes, que, según dicho informe, podría suponer 1,6 millones nuevas ocupaciones a nivel general.

**Tabla 4.** Total de ocupaciones con posibilidad de automatizarse y ocupaciones emergentes por actividad (en miles)

| Sector                      | Automatización | Creación de nuevos puestos | Diferencia |
|-----------------------------|----------------|----------------------------|------------|
| Comercio                    | 411.879        | 253.464                    | -158.415   |
| Hostelería                  | 225.540        | 112.770                    | -112.770   |
| Actividades Administrativas | 177.498        | 29.583                     | -147.915   |
| Transporte y almacenamiento | 142.320        | 94.880                     | -47.440    |

Fuente: Randstad Research, 2024.

Por otro lado, la inteligencia artificial traerá cambios en las habilidades y competencias necesarias en el ámbito laboral y generará la aparición de profesiones emergentes. Por ejemplo, en el ámbito de las agencias de viaje y los tour operadores, aparecen

nuevas profesiones como: especialista en experiencia del cliente, analista de datos de viajes, especialista en automatización de procesos de viaje, desarrollador de soluciones de IA y especialista de ética de IA (Hosteltur, 2024).

## ¿Cómo afectará a la mujer la implantación de la inteligencia artificial en el sector turístico?

Los distintos informes y la investigación internacional y nacional sobre el uso, aplicación e impacto de las tecnologías de la información han señalado reiteradamente la brecha existente en cuanto al uso y las habilidades tecnológicas en las mujeres, lo que podría generar y/o perpetuar desigualdades de género.

La base de estas diferencias se encuentra en los estereotipos y los roles de género que marcan las creencias en cuanto a las habilidades tecnológicas de hombres y mujeres. Los estereotipos y roles de género son ideas sociales sobre cómo las personas deben comportarse según su sexo. Se considera que los hombres tienen más habilidades tecnológicas y están asociados con trabajos en ese sector. Por otro lado, se cree que las mujeres tienen menos habilidades tecnológicas y se les vincula con profesiones relacionadas con las emociones, las relaciones y la comunicación. Estas creencias se forman en las primeras etapas de socialización, donde se anima a los niños a desarrollar habilidades y preferencias que apoyan la división del trabajo en la sociedad. Estas divisiones tienen su efecto en el nivel educativo en cuanto al tipo de carreras universitarias a elegir, pero también a la configuración de los sectores de actividad.

La segregación entre y dentro de los sectores hace que los entornos tecnológicos sean predominantemente masculinos, lo que aleja a las mujeres de estos campos. Por eso es crucial analizar su impacto. Por otra parte, dentro del sector tecnológico, la cuarta revolución tecnológica ha dividido las profesiones TIC en dos perfiles: técnico y no técnico con habilidades híbridas (Segovia-Pérez, M., *et al.*, 2019), y las mujeres suelen inclinarse hacia áreas menos técnicas. Esto lleva a que las mujeres queden relegadas a empleos con peores condiciones laborales, no por falta de habilidades o experiencia, sino por su menor capacidad de negociar en un mercado laboral desfavorable. Así, cabría preguntarse si la transición a la IA en el sector turístico podría expulsarlas de la industria o relegarlas a posiciones secundarias y reemplazables, no relacionadas con la tecnología o en tareas subsidiarias.

En este sentido, los cambios que introduzca la inteligencia artificial en los empleos ocurren y ocurrirán fundamentalmente en el nivel de la tarea y/o microtarea a realizar, no tanto en la ocupación, afectando primero a las tareas manuales, por ejemplo, en el registro

de entrada y salida de hoteles, servicio de alimentos y bebidas, asistencia en la cocina y algunas tareas de limpieza (OCDE, 2021) y también a las tareas de procesamiento de información.

En estas categorías se sitúan los trabajadores poco cualificados y peor remunerados, y son también donde se esperan más pérdidas de puestos de trabajo. La sobrerepresentación de mujeres en estos puestos las hace más vulnerables y podría significar expulsarlas de esta industria o relegarlas a un segundo puesto periférico y reemplazable. Se estima que la pérdida de puestos de trabajo de las mujeres en ocupaciones de servicios podría representar el 52 % (McKinsey, 2019).

De este modo, la IA podría ampliar la brecha de género en el sector turístico tanto en el nivel de empleo como en sus condiciones laborales, profundizando las desigualdades preexistentes (segregación horizontal, brecha salarial, temporalidad, parcialidad, etc.) (Segovia-Pérez, M., *et al.*, 2021, 2018). No obstante, teniendo en cuenta que las mujeres representan 63 % de los estudiantes de Turismo y Hotelería, las universidades, así como otras organizaciones educativas, tendrán un papel fundamental a la hora de revertir esta situación facilitando la formación adecuada para su integración en el campo de la inteligencia artificial.

## Conclusiones

El sector turístico está implementando e implementará en el futuro la inteligencia artificial en todos sus subsectores y procesos, dado que presenta indudables ventajas competitivas. La adopción de esta tecnología tendrá efectos significativos en los perfiles laborales, la jornada laboral en el lugar de trabajo, los modelos de remuneración, así como en las habilidades, competencias y capacidades digitales necesarias que deben tener los trabajadores para cubrir el empleo futuro en el sector.

Las mujeres parten de una situación desigual en el sector turístico, con peores condiciones laborales en tipos de contratos, temporalidad, salarios y segregación vertical y/o horizontal. Por tanto, se encuentran sobrerrepresentadas en puestos de trabajo, ocupaciones y/o realizando tareas que las hace más vulnerables a los cambios que puede producir la inteligencia artificial en el sector. Por ello, el futuro del sector turístico hacia una transición sostenible e igualitaria pasa por

fomentar la participación de las mujeres en empleos digitales emergentes y potenciar el desarrollo de capacidades digitales para reducir la brecha de género en este ámbito. ■

## Bibliografía

- Atrevia (2024). *La brecha de género en los puestos de liderazgo del sector turístico sigue siendo amplia*. ICEX España Exportación e Inversiones. [https://landing.atrevia.com/informe-alta-dirección-del-sector-turismo-en-los-medios?utm\\_campaign=Turismo&utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social](https://landing.atrevia.com/informe-alta-dirección-del-sector-turismo-en-los-medios?utm_campaign=Turismo&utm_source=facebook&utm_medium=social)
- Hosteltur (2024). *5 nuevos perfiles profesionales para trabajar con IA en agencias de viajes*. Hosteltur. [https://www.hosteltur.com/163305\\_5-nuevos-perfiles-profesionales-para-trabajar-con-ia-en-agencias-de-viajes.html](https://www.hosteltur.com/163305_5-nuevos-perfiles-profesionales-para-trabajar-con-ia-en-agencias-de-viajes.html)
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2024). *Encuesta de Población Activa (EPA), cuarto trimestre de 2024*.
- Imascono (s. f.). *Inteligencia artificial en el turismo: características y ejemplos*. Imascono. <https://imascono.com/inteligencia-artificial-turismo/>
- McKinsey & Company (2019). *The future of work in America: People and places, today and tomorrow*.
- Nextur. (2024). *El sector turístico no se verá tan afectado a nivel laboral por la adopción de la IA*. Nexotur. <https://www.nexotur.com/noticia/122417/nexotur/el-sector-turistico-no-se-vera-tan-afectado-a-nivel-laboral-por-la-adopcion-de-la-ia.html>
- OECD (2021). *Preparing the tourism workforce for the digital future* (OECD Tourism Papers No. 2021/02). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9258d999-en>
- Organización Mundial del Turismo (2021). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo* (2.ª ed.). <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422753>
- Randstad Research (2024). *La implantación de la IA pone en riesgo 2 millones de empleos en España en los próximos 10 años*. [https://dghqs88jwcgws.cloudfront.net/wp-content/uploads/2024/02/np\\_randstad\\_ia.pdf?x46175](https://dghqs88jwcgws.cloudfront.net/wp-content/uploads/2024/02/np_randstad_ia.pdf?x46175)
- Segovia-Pérez, M., Castro Núñez, R. B., Santero Sánchez, R. y Laguna Sánchez, P. (2019). «Being a woman in an ICT job: An analysis of the gender pay gap and discrimination in Spain». *New Technology, Work and Employment*, 35(1).
- Segovia-Pérez, M. y Figueroa-Domecq, C. (2018). *Turismo y género: Una perspectiva inclusiva en la gestión turística*. UOC.
- Segovia-Pérez, M., Rubio-Andrada, L., Figueroa-Domecq, C. y de la Fuente-Cabrero, C. (2021). «Facilitators and barriers to women's access to top management positions in the hospitality industry». *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 20(3), 442–471.
- Servicio Público de Empleo Estatal (2023). *El empleo en el sector turísticos en España: situaciones y tendencia 2023*. <https://www.sepe.es/HomeSepe/es/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/publicaciones/publicaciones-oficiales/listado-public-mercado-trabajo/El-empleo-en-el-sector-del-turismo-en-Espana-situacion-y-tendencia.html>
- Turijobs y RaizUp (2021). *Sombras y luces sobre la igualdad de género en el sector turístico. Visión general sobre el papel de la mujer en el sector*.
- UNWTO (2019). *The future of work and skills development in tourism*. World Tourism Organization.