



Representatividad de la mujer en el sector turístico. Análisis de la desigualdad de género en entidades públicas y privadas dedicadas al Turismo en España.

TATIANA ÍÑIGUEZ BERROZPE
ESCUELA DE TURISMO UNIVERSITARIA
UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
TATIANAI@UNIZAR.ES

MARTA PLUMED LASARTE
FACULTAD DE EMPRESA Y GESTIÓN PÚBLICA
UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
MPLUMED@UNIZAR.ES

MARÍA PILAR LATORRE MARTÍNEZ
ESCUELA DE TURISMO UNIVERSITARIA
UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
LATORREP@UNIZAR.ES

Resumen: El artículo parte de la idea de que a pesar de que las mujeres son un colectivo clave para el sector turístico, existiendo un mayor número de éstas tanto al hablar de formación superior (alrededor de un 80% del alumnado de turismo es

mujer – Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, “ANECA”, 2004-), como a nivel de ocupación laboral (con un 60% de personal femenino entre la población ocupada en el sector –Instituto Nacional de Estadística, “INE”, 2013-), continúan estando infrarrepresentadas en puestos de responsabilidad a nivel de dirección tanto en el sector público como en el privado. Para refrendar esta hipótesis se plantea un análisis a través de fuentes de datos estadísticos del ámbito público y privado del Turismo en España y, mediante una metodología cualitativa basada en el paradigma crítico-comunicativo, se realiza un trabajo de campo a través de grupos de discusión con profesionales del sector. El estudio concluye que el techo de cristal en esta actividad socioeconómica todavía continua siendo una realidad, pese a la feminización de sus estudios superiores. Para superar esta problemática se sugieren distintas líneas estratégicas de actuación que pasan tanto por una mayor visibilidad de las mujeres en puestos de responsabilidad como de una apuesta de empresas privadas y administraciones públicas por una responsabilidad social basada en la igualdad de género efectiva.

Palabras clave: turismo, trabajo, mujer, género, techo de cristal, formación superior

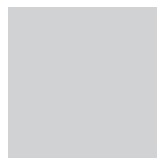
Representation of women in the tourist industry. Analysis of gender inequality in public and private organisations devoted to tourism in Spain.

Abstract: The main premise of this article is based on the idea that despite the fact that women form a key group for the tourist sector, since there are greater numbers of them in further education (where approximately 80% of students studying tourism are women – Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, “ANECA”, 2004), and also as far as employment is concerned (with 60% of the people employed in this sector being women – Instituto Nacional de Estadística, “INE”, 2013), they are still underrepresented in positions of responsibility at managerial level both in the public and private sector. To support this hypothesis, we have carried out an analysis with statistical data drawn from public and private sources of the tourist industry in Spain. Fieldwork was carried out, using qualitative methodology based on the critical communication paradigm, by discussing the issues with professionals working in this sector. The study concludes that the glass ceiling in this socio-economic activity

still remains intact despite the feminisation of undergraduate studies in this discipline. To overcome this problem, various strategic lines of action are proposed ranging from greater visibility of women in positions of responsibility to private companies and public authorities investing in social responsibility based on effective gender equality.

Key words: tourism, work, gender, glass ceiling, undergraduate studies

Representatividad de la mujer en el sector turístico. Análisis de la desigualdad de género en entidades públicas y privadas dedicadas al Turismo en España



Tatiana
Íñiguez Berrozpe
Marta
Plumed Lasarte
María Pilar
Latorre Martínez

Recibido: 16/04/2013
Aceptado: 03/03/2014

INTRODUCCIÓN

Desde la década de los sesenta el turismo se ha convertido en España en la fuente principal de desarrollo económico, superando a cualquier otra actividad tanto en capacidad productiva, ya que aporta en torno a un 11% al PIB, como en creación de empleo, ocupando a aproximadamente un 13% de la población activa en España (INE, 2013). Sin embargo, desde un punto de vista sociológico, se sigue considerando como un sector desprofesionalizado (Almeida et al., 2006; González y Talón, 2003), en el que existe una importante desigualdad de género en cuanto a salario y puestos de responsabilidad (Organización Mundial del Turismo, “OMT”, 2011). Estos datos contradictorios posicionan al turismo como un sector con un importante desequilibrio entre su potente peso en la economía nacional y su escasa base estratégica para su desarrollo a medio y largo plazo (Albacete y Fuentes, 2010; Hernández et al., 2011).

En relación con la situación de género en el sector, la OMT, en su informe “Global Report on Women in Tourism” (2011) alerta de que la discriminación por cuestiones de género es un problema latente en la actividad turística, a pesar de la importante presencia de las mujeres en el sector. A nivel internacional, el trabajo femenino en el ámbito turístico sufre de una mayor precariedad en cuanto a contratación y desigualdad salarial, ya que la retribución de las mujeres es un 15% menor que la de los hombres, además de que adolece de una importante segregación ocupacional, cubriendo éstas los puestos de menor cualificación, hecho que también han denunciado otros autores como Ramos et al. (2002), Hennessy (1994), Purcell (1997) o Sparrowe e Iverson (1999).

La situación en España no es mejor: Pese a que las mujeres representan el 80% del total de diplomados y diplomadas en turismo (ANECA, 2004) y el 60% de los empleados y empleadas del sector (INE, 2013), su presencia es casi inexistente en los Consejos de Administración, siendo también su porcentaje muy inferior al de los hombres en los puestos de responsabilidad (Canalis, 2011). Si tomamos como ejemplo una de las empresas turísticas más importantes en nuestro país, Meliá, vemos que el 53% de la plantilla de esta compañía en España está formada por mujeres, sin embargo, el 80% de sus puestos de director y subdirector de hotel están ocupados por hombres. Así, en Barcelona, por ejemplo, sólo el 31% de los hoteles de 3 a 5 estrellas están dirigidos por mujeres (Canalis, 2011). Por otro lado, en el sector de agencias de viajes, mientras que la dirección está ocupada por hombres en un 67%, las mujeres ocupan el puesto de agente de viajes en un 69% (Huete, 2013). En cuanto a la desigualdad salarial, resulta evidente si analizamos datos del INE (2013), donde se constata que en el sector turístico español las mujeres ganan un 11% menos que sus homólogos masculinos.

Otro aspecto destacable es que el 27% de los contratos en la industria turística durante el último trimestre de 2012 fueron a tiempo parcial (Instituto de Estudios Turísticos, “IET”), dato a tener en cuenta si consideramos que las mujeres predominan en este tipo de contratos con un 75,8% frente a un 24,2% de hombres, según datos del mismo trimestre de 2012 recogidos por el INE. Esto se debe, principalmente, a las dificultades que todavía encuentran las mujeres a la hora de conciliar su vida familiar con su vida laboral -lo cual se ha constatado como resultado del estudio

cuantitativo realizado para la presente investigación, que se expone más adelante- viéndose en muchas ocasiones obligadas a recurrir a un contrato a tiempo parcial. Este dato se vuelve más alarmante si tenemos en consideración la política de cálculo de pensiones española, cuyo cómputo depende exclusivamente de las horas trabajadas, haciendo prácticamente imposible que una persona con un contrato de este tipo alcance el período mínimo de cotización de quince años exigido para poder causar derecho a la pensión de jubilación. Dada la gran desigualdad de género en este tipo de contratos, el Tribunal Europeo de Justicia considera el actual sistema español de cálculo de pensiones discriminatorio para las mujeres, tal y como se publicó en prensa a finales de 2012 (Abellán, 2012).

Como vemos, la desigualdad de género parece ser una constante en el ámbito profesional del turismo, lo cual da lugar a que tanto la rentabilidad social como la económica del sector, así como su calidad, se verán afectadas negativamente, tal y como advierte la OMT (2011). Por otra parte, las empresas y organismos públicos pierden un recurso muy valioso cuando mujeres con formación y talento no pueden lograr sus ambiciones profesionales (Canalis, 2011). Por lo tanto, si la igualdad de género no se incorpora de manera efectiva al sector, la cohesión social y las posibilidades de desarrollo que puede favorecer el turismo en esta doble variable social y económica quedan gravemente coartadas (Lugo et al., 2011).

Así, teniendo en cuenta los argumentos anteriores, el fin de la presente investigación es, por un lado, analizar la situación del ámbito profesional del sector turístico en relación al género, evaluando su relevancia en los sectores público y privado para así refrendar nuestra idea de partida basada en que el desarrollo de acciones y buenas prácticas que aboguen por la igualdad de género por parte de empresas y organismos es fundamental en un sector tan relevante en este país como es el turístico, ya no sólo por la responsabilidad social que estas entidades poseen, sino porque las consideramos necesarias para el correcto y eficiente desarrollo de esta actividad.

MATERIAL Y MÉTODOS

Con el objetivo de realizar un análisis de la situación actual del sector turístico en España a nivel profesional, teniendo en cuenta tanto el sector público como el privado, el presente estudio apuesta por el análisis de fuentes secundarias de tipo cuantitativo y un trabajo de campo cualitativo para así obtener una visión global, consiguiendo una radiografía del sector desde una perspectiva de género.

En un primer paso, se ha realizado una revisión documental y estadística que ha permitido el desarrollo de un análisis estadístico descriptivo de la presencia de hombres y mujeres en los puestos de responsabilidad del ámbito turístico en España. En primer lugar, con el objetivo de tener una referencia de la situación a nivel académico, ya que éste es el precedente del mundo laboral en el sector, se ha tomado como ejemplo el Grado de Turismo de la Universidad de Zaragoza, en concreto los listados del alumnado matriculado en los cursos existentes hasta la fecha (primero, segundo y tercero, ya que el grado se implantó en 2010) de la Escuela Universitaria de Turismo. En segundo lugar, para analizar la situación profesional y con el objetivo de que el estudio fuese completo, se han tenido en consideración tanto el sector público como el privado, analizando el género de los altos cargos (principalmente Dirección General y Presidencia, según el caso) de empresas y organismos representativos del sector. Para el análisis del sector público a nivel estatal se ha tomado como referencia la información sobre Organismos Públicos Españoles que ofrece la web del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. De esta manera, se han recogido datos de las siguientes entidades: la Secretaría de Estado de Turismo, el Instituto de Turismo de España (Turespaña) que incluye el Instituto de Estudios Turísticos, Paradores de Turismo y SEGITTUR (Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas). Por otro lado, a nivel autonómico se han clasificado los altos cargos de las consejerías y departamentos de Turismo, analizando al mismo tiempo la situación de cada una de ellas y la existencia de posibles organismos turísticos dependientes. A través de este análisis no sólo se ha podido revisar la presencia de hombres y mujeres en los puestos de responsabilidad de cada Comunidad Autónoma, sino que además hemos podido constatar la inexistente

homogeneidad de la gestión turística en España, así como el alto porcentaje de Comunidades que no cuentan con una Consejería que gestione específicamente el Turismo, como veremos más adelante.

En relación al sector privado, para este estudio hemos partido de los rankings que cada año publica Hosteltur (Pielfort, 2011; De la Rosa, 2012), basándonos en este caso en los de “grandes agencias de viajes del mercado español” y “cadenas hoteleras españolas”, ambos de 2011. De dichos listados se han analizado las diez empresas más importantes en relación al nivel de facturación, averiguando el género del principal responsable de cada una de ellas.

Una vez realizado este análisis de fuentes secundarias, el cual nos permite tener una visión clara de la situación del sector turístico en España a nivel profesional, hemos pretendido completar el estudio a través de cuatro grupos de discusión con el objetivo de dar un enfoque cualitativo desde todas las perspectivas profesionales del sector, obteniendo así una visión comprensiva de la situación, más allá de la mera descripción. Para ello hemos seguido una metodología crítico-comunicativa (Flecha et al., 2006), basada en el diálogo entre investigador e investigado en un plano igualitario a tanto a la hora de realizar la entrevista, historia de vida o grupo de discusión, como en la fase posterior de análisis, donde se contrastan las conclusiones del estudio con los sujetos investigados. Esta metodología permite lograr así un conocimiento intersubjetivo con el fin último de transformar la situación de exclusión en la que se encuentran o participan las personas investigadas.

Así, en este segundo paso se han realizado un total de 4 grupos de discusión comunicativos que han contado con la participación de todos los agentes implicados con el objeto del estudio en un mismo plano científico: personal docente del Grado y Máster de Turismo de la Universidad de Zaragoza, profesionales del sector pertenecientes a empresas privadas e instituciones públicas, y egresados y egresadas de la Diplomatura y Máster de Turismo de la Universidad de Zaragoza, siendo su distribución la que se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Distribución de los participantes de los Grupos de Discusión

Grupo de Discusión	Participantes
GD1	<ul style="list-style-type: none"> - Docente Grado Turismo (mujer) - Docente Grado Turismo (hombre) - Trabajador del sector turístico (hombre) - Trabajadora del el sector turístico (mujer)
GD2	<ul style="list-style-type: none"> - Docente Grado Turismo (mujer) - Docente Grado Turismo (mujer) - Docente Grado Turismo (mujer) - Empresaria en el sector turístico (mujer)
GD3	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinador Grado Turismo (hombre) - Docente Grado Turismo (mujer) - Docente Grado Turismo (mujer) - Trabajadora del el sector turístico (mujer)
GD4	<ul style="list-style-type: none"> - Investigadora y docente en Turismo (mujer). Máster en Turismo - Investigadora en Turismo (mujer). Diplomatura y Máster en Turismo - Trabajador del sector turístico (hombre). Diplomatura y Máster en Turismo - Trabajadora del el sector turístico (mujer). Diplomatura y Máster en Turismo

Fuente: Elaboración propia (2013)

Los bloques temáticos para la focalización de los grupos han sido los siguientes¹:

- Formación e Investigación en Turismo
- Género y formación en Turismo
- Género y actividad profesional en Turismo

¹ Para mayor detalle sobre la focalización de los grupos: Ver ANEXO I “Guión de los Grupos de Discusión”

- Prospectiva futura sobre la situación de la mujer en el sector

Para su análisis hemos continuado con la metodología crítico-comunicativa (Flecha et al., 2006), la cual clasifica la información en factores exclusores (aquellos que contribuyen a la continuidad de las desigualdades existentes) y transformadores (los que pueden dar lugar a un cambio de los mismos en pro de unas relaciones más igualitarias). Dicho sistema nos ha permitido clasificar los resultados obtenidos en el estudio cualitativo de la siguiente manera:

Tabla 2. Cuadro-análisis de los grupos de discusión

	FORMACIÓN EN TURISMO Y GÉNERO	SITUACIÓN LABORAL EN TURISMO Y GÉNERO
Factores Exclucosores	1	3
Factores Transformadores	2	4

Fuente: *Elaboración propia (2013)*

A partir de este análisis se propone una radiografía de la representatividad de las mujeres a nivel profesional (y académico como referente) en el ámbito turístico en España, así como una serie de líneas estratégicas que abogan por concebir la igualdad efectiva entre hombres y mujeres como estrategia de rentabilidad tanto económica como social.

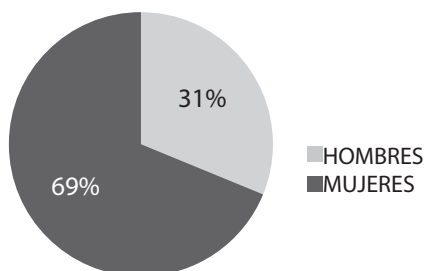
RESULTADOS

Análisis cuantitativo

Para comprender el precedente del ámbito laboral que encontramos en el sector turístico, como ya se ha descrito previamente, se ha llevado a cabo un análisis de la situación en España en relación con la formación en materia de Turismo respecto al

género de sus estudiantes. Así, constatamos el desnivel por género del alumnado, en este caso, en el Grado de Turismo de la Universidad de Zaragoza, como vemos en el siguiente gráfico realizado a partir de los datos de los tres primeros y únicos cursos de Grado existentes en la Universidad de Zaragoza, con un total de 87 alumnos y alumnas en primero, 63 en segundo y 54 en tercero. Se puede apreciar que las mujeres constituyen una amplia mayoría en el alumnado del grado, con un 69%, frente al 31% de hombres.

Figura 1. Distribución porcentual del alumnado del grado de Turismo de la Universidad de Zaragoza por género



*Fuente: Datos aportados por la Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza
Elaboración propia (2013)*

Pasando ya al tema en el que se centra nuestra investigación, el ámbito profesional del sector, hemos analizado por separado el nivel público y privado:

Ámbito público

Como ya se ha descrito previamente, a nivel estatal hemos considerado los cuatro organismos gubernamentales más importantes del sector, atendiendo en cada caso a los cargos de más alta responsabilidad. Así, la distribución por género queda de la siguiente manera:

Tabla 3. Distribución por género de los puestos de responsabilidad de los organismos públicos relacionados con el Turismo en España

	Hombres	Mujeres
Secretaría Eº Tur.	0	1
Turespaña	4	4
Paradores	2	1
SEGGITUR	4	0
TOTAL	10	6

Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Turespaña, Paradores, Seggitur.

Elaboración propia (2013)

Salvo en el caso de la Secretaría de Estado de Turismo que sí se puede concretar en una única persona, en el resto de los organismos se han considerado varios puestos de responsabilidad con el objetivo de tener un margen mayor a la hora de analizar el género en los altos cargos públicos a nivel estatal. Así, con la excepción de SEGGITUR, donde absolutamente todos los altos cargos están ocupados por hombres, en el resto se puede apreciar cierta equidad, lo cual puede responder a las acciones de igualdad de género que desde el Gobierno se tienden a considerar.

Por otro lado, a nivel autonómico, el análisis ha resultado más complejo dada la no homogeneidad en la gestión del turismo por parte de los diferentes territorios. Así, aunque la Consejería de Turismo se podría considerar como la figura administrativa de referencia, hemos constatado que sólo diez de las diecisiete Comunidades Autónomas españolas cuentan con una Consejería con referencia explícita al turismo, y ninguna de ellas cuenta con exclusividad, sino que comparten las funciones turísticas con otras muy diferentes, como se aprecia en la tabla 4. Sin embargo, hemos localizado un total de trece Comunidades que cuentan con una Dirección General de Turismo y siete con una Secretaría General de Turismo, además de tres casos en los que el turismo se gestiona desde una entidad aparte, como es el caso de

TURMADRID, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia y la Agencia Catalana de Turismo. Así, la gestión del turismo por parte de las Comunidades Autónomas en España se podría resumir en la siguiente tabla:

Tabla 4. Distribución de las entidades responsables de turismo en las Comunidades Autónomas españolas

ENTIDAD	CCAA	TOTAL
Consejerías de Turismo (compartidas con otras materias)	- Andalucía: C. de Turismo y Comercio - Baleares: C. de Turismo y Deportes - C. de Madrid: C. de Empleo, Turismo y Cultura - C. de Murcia: C. de Cultura y Turismo - C. Valenciana: C. de Economía, Industria, Turismo y Empleo - Castilla y León: C. de Cultura y Turismo - Cantabria: C. de Innovación, Industria, Turismo y Comercio - Extremadura: C. de Cultura y Turismo - La Rioja: C. de Educación, Cultura y Turismo - Navarra: C. de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales	10
Dirección General de Turismo	- Andalucía - Aragón - Baleares - C. de Madrid - Castilla La Mancha - C. Valenciana - Castilla y León - Canarias - Cantabria - Cataluña - Extremadura - La Rioja - Navarra	13

Secretaría General de Turismo	- Andalucía - Baleares - C. de Murcia - Castilla y León - Cantabria - Extremadura - Galicia	7
Otros organismos	- C. de Madrid: TURMADRID - C. de Murcia: Instituto de Turismo - Cataluña: Agencia Catalana de Turismo	3

Fuente: Páginas web de las diferentes CCAA
Elaboración propia (2013)

Una vez conocida la situación de la gestión del turismo a nivel autonómico, analizamos el género de los responsables de los diferentes organismos encontrados, resultando lo siguiente:

Tabla 5. Distribución por género de los puestos de responsabilidad de los organismos públicos encargados de la gestión turística a nivel autonómico

	Hombres	Mujeres
Consejería Turismo	9	3
Direc. Gral. Turismo	6	7
Secret. Gral. Turismo	5	2
Otros organismos	3	0
TOTAL	23	12

Fuente: Páginas web de las diferentes CCAA
Elaboración propia (2013)

En este caso no encontramos la igualdad de género que veíamos en los organismos públicos a nivel estatal, si bien hay que tener en consideración que la heterogeneidad de la gestión en materia de turismo a nivel autonómico hace que en algunos casos coexistan varios organismos y en otros existan sólo uno, por lo que el número de responsables considerado en cada comunidad varía de una a otra.

Ámbito privado

En cuanto a los cargos de responsabilidad en empresas privadas del sector, la situación es bien distinta. Al no existir ninguna política obligatoria de igualdad de género específica en las empresas privadas, la desigualdad está mucho más presente. En este caso ha resultado más sencillo resumir los altos cargos, siendo éstos la Presidencia en algunos casos y la Dirección General en otros, principalmente. Se ha tenido en cuenta para el análisis del sector privado en Turismo las principales grandes agencias de viajes y cadenas hoteleras españolas de acuerdo a su nivel de facturación en el año 2011, según Hosteltur (Pielfort, 2011; De la Rosa, 2012), como ya se ha indicado previamente. El resultado de ambos casos se resume en la siguiente tabla:

Tabla 6. Distribución por género de los puestos de responsabilidad de las empresas privadas relacionadas con el Turismo de mayor relevancia en España

RANKING AAVV	GÉNERO PRESIDENCIA/D.G.	RANKING CADENAS HOTELERAS	GÉNERO PRESIDENCIA/D.G.
1. V. El Corte Inglés	Hombre	1. NH Hoteles	Hombre
2. V. Halcón-Ecuador	Hombre	2. Meliá Hotels Int.	Hombre
3. eDreams	Hombre	3. RIU Hotels*	(2) Hombre y Mujer
4. Vibo (V. Iberia)	Hombre	4. Iberostar H. & R.	Hombre
5. Carlson Wagonlit	Hombre	5. Barceló Hoteles	Hombre
6. Rumbo	Hombre	6. Hotusa	Hombre
7. Barceló Viajes	Hombre	7. Grupo Piñero	Hombre
8. Logitravel	Hombre	8. H10 Hotels	Hombre
9. Atrapalo	Hombre	9. H. Catalonia**	Hombre
10. V. Eroski	Hombre	10. AC Hotels**	Hombre

*Dos personas se encargan de la Administración General

**En el ranking oficial ocupan un puesto inferior, ya que se ha eliminado "Paradores" al haberlo considerado previamente como organismo público.

Fuente: Pielfort, 2011; De la Rosa, 2012

Elaboración propia

Como se puede ver, salvo la particularidad del caso de la cadena hotelera RIU Hotels, en la que dos personas, los hermanos

Riu, comparten la Administración General siendo en este caso hombre y mujer, podríamos decir que el 100% de los altos cargos de las principales empresas turísticas en España están ostentados por hombres.

Análisis Cualitativo

En cuanto al trabajo de campo cualitativo previamente descrito, pueden establecerse las siguientes conclusiones.

A nivel de formación superior, se trata de unos estudios eminentemente femeninos, lo cual, a nivel social y según los y las participantes de los grupos de discusión, está asociado a un menor prestigio que las carreras eminentemente masculinas. Este razonamiento lleva a la conclusión de que una mayor igualdad de género entre el alumnado llevaría a un mayor prestigio de los estudios de turismo.

Yo creo que sí, que sin querer sí que asociamos unas áreas hacia chicas y más hacia chicos, sí que es verdad que lo mismo por nota de corte o por prestigio social es verdad que las que son más masculinas tienen más prestigio (GD4C: 43, 1)

Yo sí que creo que, por ejemplo, las carreras tradicionalmente masculinas son más prestigiosas y las carreras tradicionalmente femeninas son menos prestigiosas por lo tanto si hubiera más hombres sí que incidiría positivamente. (GD1A: 148, 1)

Sin embargo, esta representatividad mayoritaria de las mujeres en los estudios universitarios de Turismo no se ve reflejada en una igualdad efectiva de género a nivel profesional tanto en el ámbito público como en el privado, especialmente en puestos de responsabilidad o altamente meritorios en todo el sector, tal y como planteábamos en nuestra hipótesis de partida y hemos visto corroborado en la fase cuantitativa.

Pasa en todo, yo cuando hice la tesis también, hablaba de género y recuerdo la distribución de género, por ejemplo, en turismo había muchas más mujeres pero en el momento en que entrabas en puestos de dirección o responsabilidad el porcentaje era de risa, o sea, a mandos de dirección llegaban muy pocas mujeres. (GD1A: 108, 3)

En el mundo laboral esta desigualdad también es evidente para los y las participantes de los grupos de discusión, asociándose siempre los puestos de decisión y responsabilidad a los hombres, y los de atención al público para los que se exige una menor cualificación a las mujeres.

Que la chica es estupenda en recepción, pues oye que siga en recepción, que es fantástica vendiendo viajes, que venda viajes toda la vida. Y el que venga por aquí y es chico en seguida lo hacen comercial de viajes o jefe de recepción o no sé qué. O sea que hay una selección por sexo, vamos, esa selección por sexo la han tenido clarísima siempre. (GD3B: 101, 3)

Servicio público, mujer. Pero el turismo generalmente directivo, hombres. (GD1A: 78, 3)

Esta discriminación se hace patente incluso en la propia asociación que a nivel general hacen los propios turistas a la hora de requerir un servicio. Si se trata de atención al público éste servicio es asociado directamente con una profesional mujer, pero cuando los requerimientos son hacia una persona con mayores responsabilidades el usuario reclama directa o indirectamente la presencia masculina.

Sobre todo muchas veces los puestos cara al público, directamente la atención en una oficina de turismo, por ejemplo nosotras, o en la recepción es como que parece que siempre te va a atender una chica, sin embargo muchas veces dicen “que salga el director, el responsable”, y lo asocian con un hombre siempre (...) Y yo le decía “es que yo soy la responsable de la oficina, todo lo que tengan que hablar lo tienen que hablar conmigo” pero como que no se quedan tranquilos (GD4A: 61, 3)

La causalidad de esta desigualdad de género está clara para los y las participantes de la investigación cualitativa y es doble. Por un lado, se detecta todavía la permanencia de algunos estereotipos tradicionales, lo cual da lugar a una asociación de los puestos de poder y responsabilidad a lo masculino, y de los puestos de cara al público a lo femenino por parte de la sociedad.

Yo creo que sí que la sociedad tienen siempre establecidas unas pautas, un estereotipo. Igual las chicas digamos que

pegan más en determinados puestos, así de “decoración”. (GD2A: 48, 3)

Siendo, según los y las participantes de los grupos de discusión, la familia el principal agente educativo que lleva a estos estereotipos de género.

Yo creo que también puede ser una cuestión derivada del ámbito familiar. Es decir, si el chico vale por mucho que diga que tiene vocación turística en su casa intentan reconvertirlo obligatoriamente. Si es chica, bueno pues igual ceden un poquito más. Yo es lo que pienso. (GD3A: 92, 1)

Por otro lado, los participantes perciben que un reparto poco equitativo de las tareas relacionadas con la vida personal y familiar lleva a que la mujer asuma más estas responsabilidades, mientras que el hombre puede seguir escalando puestos a nivel profesional al poder concentrarse más en este ámbito.

El día que se repartan las tareas equitativamente, las mujeres podrán ser más ambiciosas y buscar otras metas. Por ejemplo - yo conozco más el mundo académico que el profesional-: una mujer prefiere quedarse de titular y no pasar a catedrática porque le va a suponer mucho sacrificio que va a ir en detrimento de su situación familiar. Al hombre no le importa tanto hacer ese sacrificio porque probablemente tenga una mujer a su lado que lo asume. (GD4D: 86, 3)

Exactamente, porque a veces los puestos de responsabilidad te exigen un determinado esfuerzo que a lo mejor los hombres sí que lo tienen más fácil para hacerlo, porque se desligan más familiarmente. Y por el contrario nosotras siempre tenemos otro componente familiar. (GD2A: 67, 3)

Entrando ya en factores de tipo transformador respecto a la igualdad efectiva de género en el sector, los entrevistados y las entrevistadas consideraban que esta mentalidad de ambición profesional asumida mayoritariamente por hombres, y las obligaciones personales y familiares asumidas por las mujeres, está cambiando. Las alumnas universitarias están abogando por un futuro profesional al mismo nivel que sus compañeros, incluso, en ocasiones, con mayor ambición.

Y las chicas yo creo que tienen las ideas más claras de lo que quieren hacer y adónde quieren llegar. Y si ahora no

hay trabajo pues saben que se tienen que ir a otros países a aprender el idioma y venir bien preparadas. (GD2B: 40, 2)

Además, se considera que la desigualdad de género en puestos de responsabilidad ha ido mejorando poco a poco.

Yo diría que de lo que yo conozco las mujeres, a ver, sí que tienen importancia pero lo que son cargos de responsabilidad total del director de empresa o así, poco, están empezando a llegar ahora y también les cuesta mucho trabajo llegar, entonces se lo toman muy en serio, van a por todas e intentan poder llegar como pueden. Poco a poco yo veo que se van involucrando más, van llegando a puestos elevados, pero que está costando. (GD4A: 72, 4)

En ello la labor del profesorado en estudios superiores es fundamental, tanto para introducir la visión científica de la disciplina y sus posibilidades futuras, como para que las alumnas asuman que pueden jugar un papel tan relevante como sus compañeros en el mundo académico, científico y profesional.

Pero es ya una acción así general concienciar a las chicas, a nuestras estudiantes, de que pueden llegar a puestos altos. Sobretudo enfocado a eso, que ellas están estudiando y tienen las mismas posibilidades y que se han de encontrar con una sociedad que las va a discriminar de entrada en algunos puestos y ellas son las que tienen que luchar por que eso no pase. (GD2B: 107, 2)

En este sentido la educación, por tanto, juega un importante papel, pero no sólo en el ámbito universitario, sino en relación a todos los agentes sociales, que a través de sus interacciones pueden potenciar unas relaciones más igualitarias, lo cual, según los y las participantes, tendrá resultados a largo plazo.

Yo creo que con lo del género tiene que haber concienciación social, entonces tampoco podemos aportar más que lo que aportemos cada uno en su familia y en su ambiente, y tiempo, yo creo. Tiempo de que las nuevas tendencias y estos cambios socioculturales que estamos viviendo, tengan resultados. Yo creo que cada uno lo que ve en su casa le afecta. Entonces yo creo que es tiempo y sobre todo cambio de manera de pensar, desde abajo digo ¿eh? (GD4C: 147, 4)

Como propuesta general, además de esta concienciación desde los distintos agentes sociales, la identificación de buenas prácticas que sirvan de ejemplo aplicable a las distintas esferas que componen el sector surge como medida estratégica fundamental para potenciar la presencia femenina en cualquier ámbito, incluyendo el científico.

Yo creo que lo fundamental para mejorar la igualdad entre hombres y mujeres es identificar buenas prácticas, es decir, coger buenas prácticas en empresas, en Administración Pública y tal, en cualquier campo. Identificar buenas prácticas que estén dando buenos resultados, por ejemplo en Europa, que hay muchos países pioneros en la igualdad, y trasladar el modelo aquí (...) (GD4D: 146, 4)

En este aspecto, la práctica llevada a cabo en ocasiones por parte de algunas entidades en relación a la discriminación positiva que obliga a la contratación de un porcentaje mínimo de mujeres no parece ser una solución efectiva y razonable. En definitiva, se trata de concebir la no discriminación de género por una apuesta decidida hacia la igualdad de oportunidades para todos y todas, donde las características personales o sociales no sean tenidas en cuenta para el acceso, promoción y retribución laborales.

En teoría tendría que llegar el mejor, sea quien sea. Si se abre a igualdad de oportunidades y que todos puedan aportar y que lo mejor salga adelante. (GD1C: 145, 4)

DISCUSIÓN

Las mujeres son el principal recurso humano motriz del sector turístico en España tanto a nivel de formación superior (ANECA, 2004; Iñiguez-Berrozpe et al., 2013) como en ocupación laboral (INE, 2013), fuerza que no se traduce en su representatividad en puestos de responsabilidad (OMT, 2011).

En la presente investigación se ha apreciado que, a nivel profesional, existen grandes diferencias entre los sectores público y privado, como ya habían constatado estudios anteriores (Canalis, 2011). Mientras que los organismos públicos mantienen una proporción de una mujer por cada dos hombres aproximadamente, en las empresas turísticas más relevantes del sector

privado encontramos que prácticamente el 100% de los puestos directivos son ocupados por hombres, lo cual que puede justificarse con una mayor implementación de los Planes de Igualdad por parte del sector público (Canalis, 2011).

En relación a las causas de esta desigualdad, en el estudio cualitativo se alude a que en el subconsciente colectivo se mantiene la idea de que el poder pertenece a los hombres (Shen, 2013), idea que se ve reforzada con la asunción todavía existente del rol de aceptación, sometimiento y pasividad que tradicionalmente se le ha asignado a las mujeres (Alizalde, 2007). En definitiva, pese a los avances sociales, la continuidad de unos valores socioculturales según los cuales las mujeres son todavía las que sacrifican parte o la totalidad de su carrera profesional por su vida personal y familiar, tal y como se ha percibido en los grupos de discusión desarrollados y como evidencian distintos estudios que desde la psicología, la filosofía y la sociología se han dedicado al tema (Person, 2007).

Por otro lado, en cuanto a las posibles líneas estratégicas a seguir, los y las participantes de los grupos de discusión proponían un empoderamiento del alumnado femenino universitario con el objetivo de equipararse a sus compañeros masculinos tanto en el contexto académico como en el profesional, como ya prevé la legislación española (Ley Orgánica 3/2007; Ley Orgánica 4/2007). En este sentido, además, otros estudios (Comisión Europea, 2010; UMyC, 2011; Vernos 2013) proponen que estos cambios se hagan evidentes también en las instituciones científicas y académicas.

Finalmente, consideramos que un sector tan relevante en términos cuantitativos como es el turístico en España no puede continuar sustentándose en una desigualdad de género tan manifiesta por la cual la mujer queda relegada a puestos de categorías profesionales medias y bajas cuando es mayoría tanto en las aulas de los estudios superiores como en el ámbito profesional turístico en general. Este sector debe apostar por premisas de responsabilidad social, entre las que se encuentra la visibilidad de las mujeres, si pretende seguir siendo un sector competitivo (OMT, 2011).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abellán, L. (2012). El Tribunal de la UE sentencia que España discrimina con las pensiones. *El País*. Recuperado el 16 de abril de 2013 de http://economia.elpais.com/economia/2012/11/22/actualidad/1353579939_970553.html
- Albacete, C. A. & Fuentes, M. M. (2010). Difusión de la Investigación Española Sobre Turismo en Revistas Internacionales. *Revista de Análisis Turístico*, vol. 9, pp.14-29.
- Alizalde, M. (2007). *El techo de cristal y el poder femenino. Perspectivas psicoanalíticas sobre las mujeres y el poder*. Buenos Aires: Lumen.
- Almeida, M., Redín, L. & Castilla, J. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid: Síntesis.
- Agencia Nacional de Evaluación de la calidad y Acreditación. (2004). *Título de Grado en Turismo*. Madrid: ANECA.
- Canalis X. (2011). Mujer y turismo: la igualdad no existe [Versión electrónica]. *Hosteltur*, 208, 6-15.
- Comisión Europea. (2010). *Cambio estructural en las instituciones científicas: Excelencia, igualdad y eficiencia en la investigación y la innovación*. European Commission.
- De la Rosa, J.M. (2012). Las grandes agencias del mercado español facturaron 8.000 M de [Versión electrónica]. *Hosteltur*, 217, 28-29.
- Flecha, R., Gómez, J., Sánchez, M. & Latorre, A. (2006). *Metodología Comunicativa Crítica*. Barcelona: Hipatia Editorial
- González L., & Talón, F. (2003). *Dirección hotelera*. Madrid: Síntesis
- Hennessy, S. (1994). Female employment in tourism development in South-west England. En Kinnard, V. & Hall, D. (Eds) *Tourism: a gender Analysis*. Chichester: Wiley
- Hernández, J.M., Folgado, J.A. & Campón, A.M. (2011). La investigación en turismo en España: una revisión de la literatura a través de las revistas de dirección de empresas. En *IV Jornadas de Investigación en Turismo*, pp. 100-120. Sevilla: 19 y 20 de mayo de 2011.

- Huete, R. (2013). El papel de la mujer en el turismo. En *XIII Jornadas sobre mujer, biología y salud*. Alicante: noviembre 2013.
- Instituto de Estudios Turísticos. (2012). *Asalariados según tipo de jornada por actividades de la industria turística*. Madrid: IET
- Instituto Nacional de Estadística. (2012). *Encuesta de población activa, cuarto trimestre de 2012*. Madrid: INE
- Instituto Nacional de Estadística. (2013). *Estadísticas sobre el mercado laboral*. Madrid: INE
- Íñiguez Berrozpe, T., Plumed Lasarte, M & Latorre Martínez, M.P. (2013, en prensa). Análisis Sociológico de la Formación e Investigación en Turismo en España como medida estratégica de competitividad para salir de la crisis desde una perspectiva de género. En *XI Congreso Español de Sociología*. Universidad Complutense de Madrid: 10, 11 y 12 de julio de 2013.
- España. LEY Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. *Boletín Oficial del Estado*, 23 de marzo de 2007, núm. 71, pp. 12611-12645
- España. LEY Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. *Boletín Oficial del Estado*, 13 de abril de 2007, núm. 89, pp. 16241-16260
- Lugo, G., Alberti, M.P., Figueroa, O.L. & Talavera, D. (2011). Patrimonio cultural y género como estrategia de desarrollo en Tepetlaoxtoc, Estado de México. En *Pasos*, vol. 9, n° 4, 599-612.
- Organización Mundial del Turismo. (2011). *Global Report on Women in Tourism*. UNESCO
- Person, E. S. (2007). *Sexo, género, jerarquía y poder. perspectivas psicoanalíticas sobre las mujeres y el poder*. Buenos Aires: Lumen.
- Pielfort, P. (2011). Ranking HOSTELTUR de cadenas 2011 [Versión electrónica]. *Hosteltur*, 208, 16-22.
- Purcell, K. (1997). Women's employment in UK tourism. Gender roles ad labour markets. En Sinclair, T. (Ed.) *Gender Work and Tourism*. Routledge: London
- Ramos, V., Rey-Maqueira, J. & Tugores M. (2002). Análisis empírico de discriminación por razón de género en una economía

- especializada en turismo. En *Annals of Tourism Research en Español* vol. 4, nº 1, 239-258
- Shen, H. (2013). Inequality quantified: Mind the gender gap. En *Nature*, vol. 495, nº 7439, 5-134.
- Sparrowe, R. T. & Iverson, K. M. (1999). Cracks in the glass ceiling? An empirical Study of gender differences in income in the hospitality industry. En *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 23, 4-20.
- Unidad de Mujeres y Ciencia. (2011). *Libro blanco: situación de las mujeres en la ciencia en España*. Madrid: Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Vernos, I. (2013). Research management: Quotas are questionable. En *Nature*, vol. 495, nº 7439, 39.

ANEXO I

Guión de los Grupos de Discusión

INTRODUCCIÓN

- Nombre y cargo:

FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN EN TURISMO

- ¿Cuál cree que es la situación actual de la formación en turismo en España? ¿Cómo la valoraría?
- ¿Considera que la actual situación de la formación en turismo cubre las necesidades del país en esta materia? ¿Cree que la formación universitaria en materia de Turismo es acorde al peso que recibe esta industria en nuestro país? ¿Por qué?
- ¿Cuál cree que es la situación actual de la investigación en turismo en España? ¿Cómo la valoraría?
- ¿Considera que la actual situación de la investigación en turismo cubre las necesidades del país en esta materia?
- ¿Cree que España está al nivel de otros países en cuanto a formación e investigación en Turismo?
- ¿Tiene alguna propuesta de mejora en este sentido? ¿Cuál/cuáles?

GÉNERO Y FORMACIÓN

- ¿Cómo es la representatividad de las mujeres en los grados y másteres en turismo?
- ¿Cómo explicaría esa igualdad/desigualdad de género? (preponderancia / igualdad/ escasa representatividad de la mujer)
- Desde su experiencia, ¿se perciben diferencias en los resultados según el género de los y las estudiantes?
- ¿Cree que hay estereotipos relacionados con el Turismo en relación al género?

GÉNERO Y ACTIVIDAD PROFESIONAL

- ¿Cree que existe igualdad de género en las actividades profesionales del sector turístico?
- ¿Cómo cree que es la representatividad de las mujeres en los puestos de responsabilidad del sector turístico?
- ¿Considera que es equiparable la representatividad de la mujer en la formación superior en turismo con su presencia en puestos medios y superiores del sector? En caso de que la respuesta sea negativa, ¿a qué cree que se debe?

PROSPECTIVA FUTURA

- ¿Cree que la formación y la investigación en turismo pueden ayudar a la situación actual de la economía española? ¿Cómo?
- ¿Cree que la igualdad de género puede influir en este sentido o no lo considera un factor determinante?
- ¿Qué acciones podrían llevarse a cabo para promover la formación e investigación en turismo?
- ¿Qué acciones podrían llevarse a cabo para lograr una igualdad de género efectiva en el sector?