

---

# **Mercat laboral i gènere en turisme**

---

PID\_00244544

Mónica Segovia Pérez  
Cristina Figueroa Domecq

**Mónica Segovia Pérez**

Universidad Rey Juan Carlos.

**Cristina Figueroa Domecq**

Universidad Rey Juan Carlos.

# Índex

<b>Introducció</b> .....	5
<b>Objectius</b> .....	6
<b>1. La situació de la dona en l'entorn laboral turístic: conceptes, dades existents i anàlisi estadística</b> .....	7
1.1. Conceptes necessaris per analitzar el mercat laboral des de la perspectiva de gènere .....	7
1.2. Quines dades necessitem per identificar la situació de la dona en l'entorn laboral en general i en el turístic en particular? .....	9
1.3. Estadístiques i situació de la dona en l'entorn laboral .....	11
1.3.1. Estadístiques a nivell mundial .....	11
1.3.2. Estadístiques a nivell europeu .....	14
1.3.3. Estadístiques a nivell nacional .....	26
<b>2. El mercat laboral turístic a Espanya: una anàlisi estadística des d'una perspectiva de gènere</b> .....	30
2.1. Taxa d'activitat i modalitats de contracte per gènere .....	31
2.2. Segregació vertical .....	34
2.3. Segregació horitzontal .....	35
2.4. Bretxa salarial .....	37
<b>3. Factors que influeixen en la segregació ocupacional i la bretxa salarial en el sector turístic espanyol</b> .....	40
3.1. Factors interns .....	41
3.2. Factors externs .....	41
<b>4. Recomanacions per a la igualtat de gènere en l'entorn laboral turístic</b> .....	43
<b>5. Conclusions</b> .....	45
<b>6. Casos d'èxit</b> .....	46
6.1. Cas d'estudi 1: Bodegas Maestro Sierra .....	46
6.2. Cas d'estudi 2. Agència de viatges Focus on Women .....	47
<b>Bibliografia</b> .....	49



## Introducció

Tal com apunta l'Organització Mundial del Turisme (OMT) a través del seu «Informe mundial sobre les dones en el Turisme, 2010-2012», el turisme ofereix un ampli ventall d'oportunitats tant a homes com a dones. A més, la complexa cadena de valor que genera el turisme al país de destinació és sinònim de moltes oportunitats d'ocupació.

Però les dones que treballen en el turisme també s'enfronten a desafiaments. Les dones solen ocupar llocs precaris, de baix nivell i de baixa remuneració (Santero i altres 2015). Els estereotips i la discriminació de gènere provoquen que les dones tendeixin a orientar principalment als llocs de treball relacionats amb la cuina, la neteja i l'hostalatge. Bona part de l'ocupació turística és estacional i fluctua en funció de la naturalesa volàtil d'aquest sector. En algunes destinacions s'han pogut establir vincles entre el turisme i la indústria del sexe, el que podria suposar una major vulnerabilitat de les dones davant l'explotació sexual (Organització Mundial del Turisme, 2010).

En el mòdul «Aproximacions teòriques i conceptuals a l'àrea de turisme i gènere» s'ha realitzat una aproximació teòrica i conceptual a l'àrea de turisme des d'una perspectiva de gènere, i s'ha pogut comprovar que l'entorn laboral és una de les àrees de recerca que més interessa destacar, potser perquè és un aspecte de màxima rellevància en la direcció d'organitzacions turístiques. Així, el present mòdul se centra a estudiar el mercat laboral turístic des d'una perspectiva de gènere. No és sobrer recordar aquí l'enorme pes que té el sector turístic a Espanya: al voltant del 10-11% dels llocs de treball al nostre país estan relacionats amb l'activitat turística.

En primer lloc s'exposen els conceptes bàsics relacionats amb mercat laboral i gènere, que permeten entendre i aplicar una perspectiva de gènere en aquest entorn. A continuació, es presenten les dades estadístiques a nivell internacional, europeu i nacional sobre la dona en l'entorn laboral general i turístic, que permeten contextualitzar la situació de la dona. Després de presentar les principals raons per a l'existència de discriminació per raons de gènere, el mòdul acaba amb un apartat de recomanacions i conclusions, fonamentals per a la lluita per un mercat més igualitari.

## Objectius

Els objectius d'aprenentatge d'aquest mòdul es detallen a continuació:

- 1.** Presentar els conceptes bàsics a l'hora d'avaluar la situació de les dones en l'entorn laboral turístic: segregació vertical, horitzontal i bretxa salarial.
- 2.** Identificar quins aspectes cal avaluar per determinar la situació de la dona en l'entorn laboral turístic.
- 3.** Identificar les principals fonts d'informació estadística que permetin analitzar la situació de la dona en l'entorn laboral i específicament en el sector turístic.
- 4.** Valorar les fortaleses i debilitats de les fonts d'informació disponibles per identificar necessitats d'investigació en àrees concretes sobre l'entorn laboral turístic i la situació de la dona.
- 5.** Exposar i analitzar la situació de la dona al mercat laboral internacional, europeu i espanyol.
- 6.** Exposar i analitzar la posició i condicions laborals de la dona al mercat laboral turístic espanyol.
- 7.** Plantejar recomanacions per a la millora de la situació de la dona al mercat laboral turístic.
- 8.** Exposar dos casos d'èxit de lideratge femení en dues empreses dirigides per dones.

## 1. La situació de la dona en l'entorn laboral turístic: conceptes, dades existents i anàlisi estadística

L'existència de desigualtat per raons de gènere en àmbits com l'educació, l'entorn laboral, la política, els mitjans de comunicació, etc., és un fet que cal demostrar a través de dades. Les dades faciliten la informació per poder comprendre les situacions i, a partir de la seva anàlisi, prendre les decisions o accions que es considerin necessàries. La no existència de dades impossibilita qualsevol acció. Alhora, resulta bàsic dominar els conceptes per poder dissenyar un procés de recerca d'informació efectiu i analitzar les dades estadístiques disponibles de forma correcta. Per tant, aquest apartat s'inicia amb l'exposició d'un conjunt de conceptes necessaris per a l'anàlisi de l'entorn laboral des de la perspectiva de gènere. Seguidament, es va a analitzar quina és la disponibilitat de dades segregades per gènere a nivell general i, posteriorment, els referits al sector turístic. A partir de l'exposició d'aquestes dades, s'analitzaran quines són les conclusions que se'n deriven en relació amb la situació de la dona al mercat laboral del sector turístic.

Posar de manifest els resultats és especialment rellevant en el sector turístic en el qual les investigacions han demostrat que la seva contribució ajuda a incrementar els beneficis empresarials, fomentar el desenvolupament local i/o rural, i tenen un impacte decisiu en el desenvolupament d'un turisme més sostenible.

### 1.1. Conceptes necessaris per analitzar el mercat laboral des de la perspectiva de gènere

Entendre la situació de la dona en l'entorn laboral suposa avaluar, com es veurà en els següents epígrafs, la seva situació des de tres punts de vista bàsics (Santero i altres, 2015):

- **Posicionament:**
  - Posicionament a nivell jeràrquic, o posicionament vertical.
  - Posicionament a nivell ocupacional, o posicionament horitzontal.
- **Salari:** condicions salarials de remuneració directa i indirecta.
- **Tipologia de contracte:** tipologia de contractes que sol tenir la dona; si són a temps parcial o complet i si és una relació laboral a llarg termini o són contractes temporals

El **posicionament** està relacionat amb el concepte de *segregació*. S'entén per *segregació laboral* aquella que es produeix quan homes i dones es distribueixen en diferents ocupacions, activitats i nivells jeràrquics per raó del seu sexe,

fet que pot provocar desigualtats en les seves condicions laborals i oportunitats. En principi, aquesta distribució per ocupacions/activitats no tindria per què suposar una discriminació del mercat laboral excepte si «com a resultat d'aquest procés de segmentació del mercat laboral, un col·lectiu acaba en una posició més desavantajosa de manera sistemàtica, i sense que això porti aparellat diferències de qualificació o diferents preferències a l'hora de buscar una feina» (Montero, Hernández i Camacho, 2013). Les dades assenyalen que és més freqüent que les dones se situïn en llocs de treball, ocupacions i activitats amb nivells més baixos pel que fa a la seva qualificació i remuneració.

La segregació pot donar-se en dos nivells:

- La **segregació vertical**, coneguda també com «sostre de vidre», es dona quan un grup, normalment els homes, es concentra en els nivells més elevats de la jerarquia organitzativa, el que implica millors condicions tant salarials com laborals. El concepte de *sostre de vidre* (SV) o segregació vertical va ser utilitzat per primera vegada en la dècada dels vuitanta com una metàfora per a descriure les barreres, invisibles i artificials, que no permeten que la dona assoleixi els nivells més alts de la jerarquia organitzativa de les empreses (Johns, 2013; Segovia i Figueroa, 2014). Altres autors s'han referit a aquest concepte com altres metàfores com «terra enganxós». Les barreres per a accedir a nivells jeràrquics més alts es podrien agrupar A: societat i cultura (oportunitats i desenvolupament, prejudicis i parcialitat, raça i gènere), administració pública, empreses i estructures empresarials (Segovia i Figueroa, 2014).
- La **segregació horitzontal** es produeix quan un dels gèneres està sobre-representat en determinades activitats i/o ocupacions, fet que implica l'aparició de sectors feminitzats o masculinitzats. A nivell general, les dones solen concentrar-se en llocs de treball en dues àrees fonamentals: en el sector secundari, la indústria, principalment en tèxtil, cuir i calçat, i en serveis com comerç, hoteleria, educació i serveis domèstics.

Per tant, si s'analitza la segregació laboral s'observa que, en termes generals i en tots els sectors d'activitat, normalment els llocs directius i les categories professionals de major rang jeràrquic són majoritàriament ocupats per homes, i és escassa la presència de dones en aquests càrrecs. En apartats posteriors s'analitzaran dades empíriques tant a nivell general com específic del sector turístic.

Pel que fa a les condicions salarials, l'anàlisi de la **bretxa salarial** entre el salari de dones i homes és un dels indicadors més importants per analitzar l'existència de desigualtats per gènere.

L'Institut de la Dona i per la Igualtat d'Oportunitats (2015: 7) defineix *desigualtat salarial entre homes i dones* com: «[...] la distància en la retribució mitjana (salari més complements) de dones i homes». Per la seva banda, Eurostat



anomena «bretxa salarial de gènere» a un indicador estructural que mesura les diferències salarials entre dones i homes. En concret, mesura la diferència entre «els ingressos bruts mitjans per hora dels homes i les dones ocupades, com a percentatge respecte als ingressos bruts mitjans per hora dels homes [i que] no queda justificada per una diferent aportació de valor a l'exercici d'un treball igual o d'igual valor, i que només pot ser explicada en funció del sexe de la persona que el realitza» (Institut de la Dona, 2014).

Segons es recull en el «Pla estratègic d'igualtat d'oportunitats» de l'Institut de la Dona (Institut de la Dona, 2014), les diferències salarials poden ser degudes a:

- Factors individuals o personals com el nivell de formació, l'experiència laboral, antiguitat, etc.
- Característiques relatives al lloc de treball ocupat (funcions realitzades, nivell de responsabilitat, tipus de contracte o jornada, etc.).
- A les característiques de l'empresa en la qual es treballa (mida, tipus d'activitat, etc.).

Les conseqüències del tipus de lloc ocupat estan relacionades amb la segregació horitzontal i vertical, ja que són les causants d'uns menors nivells de remuneració on, habitualment, es troben la major part de les dones (Groshen, 1991; Richter, 1995; Sorensen, 1989).

Un cop coneguts els conceptes bàsics, a continuació s'analitzarà quines són les dades necessàries per identificar la situació de la dona en l'entorn laboral.

## **1.2. Quines dades necessitem per identificar la situació de la dona en l'entorn laboral en general i en el turístic en particular?**

El mesurament de la desigualtat és un aspecte de màxima rellevància en la recerca en l'àrea de gènere, i comença a ser molt rellevant també en l'àrea de turisme i gènere.

En l'exemple que es mostra a continuació es pot apreciar com la disponibilitat de dades es torna fonamental a l'hora de comunicar un fet que, al seu torn, potencia la recerca en l'àrea.

### **La importància de les dades**

La 4a Conferència per a la Dona o Plataforma d'Acció de Beijing, organitzada en 1995 per Nacions Unides (United Nations Women) va identificar set esferes importants en les quals era urgent actuar: pobresa, educació, violència, salut, entorn laboral, política, mitjans de comunicació i conflictes armats. Les dades procedeixen d'UN Women (2015)

i posen de manifest que resulta fonamental un canvi social i polític que doni suport a la igualtat per raons de gènere. Així, per exemple:

- **Dona i pobresa:** Entre 1990 i 2010, 2.000 milions de persones han pogut accedir a l'aigua potable. No obstant això, les dones encara dediquen setze milions d'hores al dia a buscar aigua a vint països subsaharians, mentre que els homes dediquen sols sis milions d'hores diàries.
- **Educació de la dona:** Totes les regions en desenvolupament han aconseguit, o gairebé, la paritat de gènere en l'educació de primària. No obstant això, en molts països la disparitat entre sexes augmenta en l'educació secundària i superior. A l'àrea subsahariana, per cada 64 nenes que accedeixen a aquest tipus d'educació, ho fan 100 nens.
- **Dona en el treball:** Al voltant del 50% de les dones d'arreu del món té una feina remunerada, fet que suposa un increment respecte a la xifra del 40% de la dècada dels noranta. No obstant això, les dones guanyen entre un 10% i un 30% menys que els homes per fer la mateixa feina (basat en un estudi de 83 països).

La visibilitat de les dades afavoreix que els actors socials (polítics, administració, ciutadania) es facin conscients de la situació i prenguin accions per millorar-la. L'Institut Europeu de la Igualtat de Gènere fa diversos anys que fomenta la inclusió d'estadístiques per gènere i realitza indicadors específics, i realitza una tasca molt important en la conscienciació de la societat a través de la divulgació de les seves dades. A la figura 1 podem observar com la utilització de la infografia resulta molt útil en la comunicació de dades.

Figura 1. Infogràfics sobre la situació de la dona a nivell internacional



Font: <http://www.lne.es/sociedad-cultura/2015/03/08/los-8-datos-sobre-desigualdad/1723882.html>.

## Infografia

Una infografia és una representació visual o diagrama de textos escrits que resumeix o explica fets a través de dades. S'utilitzen diversos tipus de gràfics i signes no lingüístics i lingüístics (pictogrames, ideogrames i logogrames), formant descripcions, seqüències expositives, argumentatives o narratives, i fins i tot interpretacions, presentades de manera gràfica normalment figurativa, que poden o no coincidir amb seqüències animades i/o sons. La infografia va néixer com un mitjà de transmetre informació gràficament.

En l'anàlisi de l'entorn laboral des d'una perspectiva de gènere cal desenvolupar una anàlisi global i holística que tingui en compte factors socials, familiars, econòmics i polítics. En l'àmbit laboral tots aquests aspectes tenen un impacte directe i indirecte, però un dels que es considera més rellevant és el de la formació. El nivell de formació de les dones determina la seva escala jeràrquica,

el seu lloc i el seu salari; és la característica que determina la seva entrada i la seva evolució futura, i considerem que és un aspecte que cal tenir en compte. De la mateixa manera, identificar les diferències entre homes i dones a nivell d'ocupació i atur suposa una important font d'informació sobre la desigualtat per raons de gènere.

Per tant, les **dades que són rellevants a l'hora d'identificar la situació laboral de les dones en el sector turístic** són:

- Nivell de formació de les dones i àrees d'estudi (ciències, enginyeries, ciències socials, economia, turisme, etc.).
- Posicionament vertical:
  - Dones en consells d'administració.
  - Dones en llocs directius
  - Dones en llocs intermedis.
  - Dona en llocs operatius.
- Posicionament horitzontal: distribució de les dones al llarg dels diferents departaments presents en empreses turístiques.
- Tipologies de contractes: indefinits enfront de temporals; a temps complet enfront de temps parcial.
- Salari: relació de salaris bruts anuals i comparativa per tipus de contractes.
- Comparativa sobre nivell d'atur entre homes i dones.

Com es veurà en els següents apartats, si bé s'ha avançat molt en els últims anys, per tenir una disponibilitat de dades sobre la situació de la dona en l'entorn polític, econòmic i social a nivell mundial, el **sector turístic no té encara fonts i estadístiques concretes que permetin conèixer variables més específiques**.

### **1.3. Estadístiques i situació de la dona en l'entorn laboral**

#### **1.3.1. Estadístiques a nivell mundial**

A l'hora d'utilitzar qualsevol tipus de font estadística, cal considerar la rellevància de l'organització que la desenvolupa i la metodologia utilitzada a l'hora de dur-la a terme.

Com a fonts d'informació rellevants sobre la situació de la dona en l'entorn laboral mundial en destaquen les següents:

- «Global Gender Gap Report». World Economic Forum.
- «Índex de desigualtat de gènere». Nacions Unides.
- «Informe mundial sobre les dones en el turisme, 2010-2012». Organització Mundial del Turisme. Des d'un punt de vista internacional, a l'hora d'analitzar la situació de la dona en el sector turístic només es disposa de la informació aportada per aquest informe de l'OMT.

Tal com apunta Nacions Unides (ONU), hi ha una greu manca d'informació sobre el paper creixent del turisme en les economies nacionals del món. Per això, a través de l'ONU s'ha desenvolupat el concepte de Compte Satèl·lit del Turisme, per la seva aplicació a escala nacional. A Espanya s'ha fet i l'Institut Nacional d'Estadística publica dades a través del «Compte Satèl·lit del Turisme d'Espanya», però en cap cas hi ha una desagregació del dades per gènere a nivell de l'ocupació.

### Compte Satèl·lit del Turisme

Un Compte Satèl·lit és una noció desenvolupada per les Nacions Unides per a mesurar les dimensions dels sectors econòmics que no es defineixen com a indústries en els comptes nacionals. El turisme, per exemple, és una amalgama d'indústries com ara el transport, l'allotjament, els serveis d'alimentació i begudes, les activitats recreatives i l'entreteniment i les agències de viatges.

El turisme és un fenomen únic i es defineix pel consumidor o el visitant. Els visitants adquireixen béns i serveis tant turístics com no turístics. La clau, des del punt de vista de la quantificació, és associar seves compres amb el subministrament total d'aquests béns i serveis dins d'un país.

El Compte Satèl·lit del Turisme (CST) és un instrument estadístic dissenyat per mesurar aquests béns i serveis d'acord amb normes internacionals sobre conceptes, classificacions i definicions, que permetrà establir comparacions vàlides amb altres indústries i, arribat el cas, entre un país i un altre i entre grups de països. Aquestes mesures poden comparar-se també amb altres estadístiques econòmiques internacionalment reconegudes.

El CST:

- Proporciona dades creïbles sobre la incidència del turisme i de l'ocupació associat.
- Constitueix un marc unificat per organitzar les dades estadístiques sobre turisme.
- És una norma internacional nova recolzada per la Comissió d'Estadística de les Nacions Unides.
- És un instrument poderós per a dissenyar mesures de política econòmica destinades al desenvolupament turístic.
- Ofereix dades sobre la incidència del turisme en la balança de pagaments d'un país.
- Ofereix informació sobre les característiques dels recursos humans del turisme.

### Referència bibliogràfica

Per a més informació vegeu:

**World Tourism Organization.** «Conceptes bàsics del compte satèl·lit de turisme (CST)».

Per obtenir informació sobre el «Compte Satèl·lit del Turisme d'Espanya» vegeu: [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863).

### Webs recomanades

«Global Gender Gap Report». World Economic Forum: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2015/>.

«Índice de Desigualdad de Género». Nacions Unides: <http://hdr.undp.org/es/content/%C3%ADndice-de-desigualdad-de-género>.

«Informe mundial sobre les dones en el turisme, 2010-2012». Organització Mundial del Turisme: <http://ethics.unwto.org/content/global-report-women-tourism-2010>.

El «**Global Gender Gap Report**», elaborat pel World Economic Forum, classifica a 145 països segons el nivell de talent femení basant-se en indicadors econòmics, educatius, sanitaris i polítics. Amb dades des de l'any 2006, l'informe sobre la bretxa mundial de gènere mostra que, si bé el món ha progressat en general, persisteixen desigualtats difícils de superar. Aquest índex recull informació sobre:

- Participació econòmica i oportunitats de desenvolupament.
- Nivell d'educació.
- Salut i supervivència.
- Participació política.

Les primeres posicions d'aquest índex estan ocupades per Islàndia, Noruega, Finlàndia, Suècia, Irlanda, Rwanda, Filipines, Suïssa, Eslovènia i Nova Zelanda. La figura 2 mostra els valors de l'apartat «Participació econòmica i oportunitats de desenvolupament», que recull l'àmbit laboral, per a Espanya, que en l'índex general ocupa la posició número 25. En l'apartat esmentat, en canvi, el nostre país presenta una situació bastant desfavorable, com pot observar-se. Les dades mostren que Espanya ocupa la posició 67 en aquesta secció i que en termes d'igualtat salarial es troba en el lloc 106 d'un total de 145. És interessant destacar com el posicionament d'Espanya és molt millor en l'àmbit de participació política (posició 26).

Figura 2. Posicionament d'Espanya al «Global Gap Gender Report»

	Rang	Puntuació	Mitjana de la mostra	Dona	Home	Ràtio dona-home	0,00 = Desigualtat	= 1,00 Igualtat
<b>Participació econòmica i oportunitats</b>	<b>67</b>	<b>0.674</b>	<b>0.592</b>					
Taxa d'activitat	52	0.85	0.67	68	80	<b>0.85</b>		
Igualtat de salari per un treball similar (enquesta)	106	0.57	0.60	-	-	<b>0.57</b>		
Ingressos estimats (dòlars EUA, \$)	59	0.66	0.54	25.859	40.000	<b>0.65</b>		
Legisladors, alts funcionaris i directius	66	0.45	0.27	32	69	<b>0.45</b>		
Professionals i tècnics	72	0.96	0.64	49	51	<b>0.96</b>		

Font: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2015/economies/#economy=ESP>.

L'«**Índex de desigualtat de gènere**», elaborat per Nacions Unides, ofereix informació de 155 països amb dades disponibles des de 1980. Aquest índex mesura les desigualtats de gènere en tres aspectes importants del desenvolupament humà:

- Salut reproductiva, que es mesura per la taxa de mortalitat materna i la taxa de fecunditat entre les adolescents.
- Empoderament, que es mesura per la proporció d'escons parlamentaris ocupats per dones i la proporció de dones i homes adults de 25 anys o més que han cursat com a mínim l'ensenyament secundari.
- Situació econòmica, expressada com la participació en el mercat laboral i mesurada segons la taxa de participació en la força de treball de dones i homes de 15 anys o més.

Aquest índex es troba liderat per Noruega, Austràlia, Suïssa, Dinamarca, Països Baixos, Alemanya, Irlanda, Estats Units, Canadà i Nova Zelanda. En el cas d'Espanya, l'any 2015 ocupava el lloc 26 a l'«Índex general de gènere», amb una millora de dos llocs des de 2009. Espanya destaca negativament per l'alt percentatge d'atur jove (53%).

Finalment, l'Organització Mundial de Turisme no compta amb estadístiques específiques respecte de la desigualtat de gènere en el sector turístic a nivell mundial. No obstant això, l'any 2010 va elaborar una investigació centrada en països en vies de desenvolupament, l'«**Informe mundial sobre les dones en el turisme, 2010-2012**». Els resultats mostren que la dona ocupa un 49% del total de treballs en hotels i restaurants. Així mateix, les dones gaudeixen d'una bona representació en els llocs de serveis i administratius, encara que la seva presència és escassa en els nivells professionals més elevats, la qual cosa suposa, entre altres aspectes, que les dones del sector turístic solen guanyar entre un 10% i un 15% menys que els seus homòlegs masculins. Algunes dades positives són que el turisme compta amb gairebé el doble de dones empresàries que qualsevol altre sector (36% dels empresaris són dones), que el percentatge de dones que treballen per compte propi supera àmpliament el de qualsevol altre sector, i que un de cada cinc ministeris de turisme del món està dirigit per una dona. Pel que fa als comitès turístics a nivell nacional, un 20% està dirigit per dones, i pel que fa a les associacions de turisme, només un quart està presidit per una dona. Per últim, cal assenyalar que les dones executen gran part del treball no remunerat de les empreses familiars del sector.

Els països situats en els tres primers llocs pel que fa a la representació de la dona van ser Mali (81,8%), Etiòpia (80,1%) i Lesotho (79,5%), mentre que els més mal situats van ser Iemen (1,4%), Aràbia Saudita (1,8%) i Egipte (3,3%). Per regions, la mitjana de dones professionals del sector d'hostaleria va ser d'un 38,9% a Àsia, d'un 36,6% a l'Amèrica Llatina i d'un 34,9% a l'Àfrica.

Tot i la rellevància de les dades disponibles sobre desigualtat de gènere a nivell internacional, encara hi ha una manca important d'informació que estableixi una sèrie d'indicadors homogenis sobre el paper de la dona en el sector turístic.

### 1.3.2. Estadístiques a nivell europeu

En l'àmbit europeu hi ha importants fonts d'informació estadístiques sobre la situació de la dona en l'entorn laboral. En primer lloc destaca **Eurostat**. Eurostat és l'oficina estadística de la Comissió Europea. Produeix dades sobre la Unió Europea i promou l'harmonització dels mètodes estadístics dels estats membres. Dos dels seus papers particularment importants són la producció de dades macroeconòmiques que donen suport a les decisions del Banc Central

Europeu en la seva política monetària per a l'euro, i les seves dades regionals i classificació (NUTS), que orienten les polítiques estructurals de la Unió Europea.

Una altra font d'informació rellevant des d'un punt de vista de gènere és l'**Institut Europeu de la Igualtat de Gènere** (European Institute for Gender Equality). Aquest institut depèn de la Comissió Europea i va començar el seu camí el 2010. Entre les seves comeses està la d'ajudar les institucions europees i als estats membres a fomentar la igualtat de gènere en totes les polítiques comunitàries i en les polítiques nacionals resultants i a lluitar contra la discriminació per raó de sexe. Ofereix una àmplia relació d'estadístiques que van des d'aspectes de població i demografia, fins a poder, recerca i mercat laboral. Utilitza dades d'Eurostat i altres fonts nacionals. En l'àmbit del treball i del mercat laboral ofereix fins a 690 indicadors, que es distribueixen en les àrees d'ocupació i atur, salaris, segregació, temps de treball, conciliació vida familiar i laboral, entorn laboral, polítiques laborals, etc.

Finalment, també s'utilitzen estadístiques aportades per diferents organismes, públics i privats que analitzen la situació de la dona en els llocs de decisió com, per exemple, en els consells d'administració.

Des d'un punt de vista laboral, la taxa d'activitat de la dona a la UE dels 27 ha anat incrementant-se de manera gradual, com ho ha fet la corresponent a Espanya. La taula 2 mostra com la taxa d'ocupació de la dona està gairebé sis punts percentuals per sota de la mitjana de tots dos sexes, l'any 2014, si bé aquesta diferència s'ha escurçat de forma important des de 2004. A la figura 3 es pot apreciar com la taxa d'ocupació de la dona ha experimentat vaivens entre 2004 i 2014, però les últimes dades són negatives, ja que mostren un decreixement respecte 2004. Així, els efectes de la crisi han fet que el progrés de l'ocupació de la dona sigui més lent del que s'esperava.

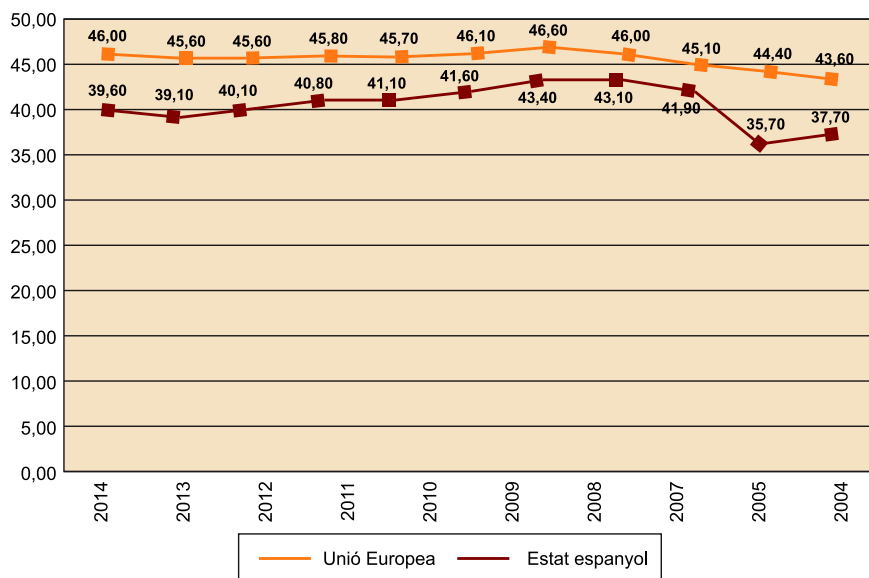
Taula 1. Taxa d'activitat de la dona a la UE i Espanya, 2004-2014

	Tots dos sexes		Dona		Home	
	UE	Espanya	UE	Espanya	UE	Espanya
2014	51,70	44,50	46,00	39,60	57,90	49,70
2013	51,40	43,90	45,60	39,10	57,60	48,00
2012	51,60	44,90	45,60	40,10	58,00	50,00
2011	52,00	46,50	45,80	40,80	58,60	52,60
2010	52,00	47,40	45,70	41,10	58,70	54,00
2009	52,60	48,60	46,10	41,60	59,50	55,80
2008	53,70	52,40	46,60	43,40	61,30	61,70
2007	53,30	53,40	46,00	43,10	61,10	64,10

	Tots dos sexes		Dona		Home	
	UE	Espanya	UE	Espanya	UE	Espanya
2006	52,60	52,70	45,10	41,90	60,60	64,00
2005	52,00	48,00	44,40	35,70	60,10	60,90
2004	51,30	49,40	43,60	37,70	59,60	61,60

Font: «Anuario de Estadísticas del Ministerio de Empleo y Seguridad Social». Más información a: <http://www.empleo.gob.es/es/estadisticas/contenidos/anuario.htm> .

Figura 3. Taxa d'activitat de la dona a la UE i Espanya, 2004-2014



Font: «Anuario de Estadísticas del Ministerio de Empleo y Seguridad Social». Más información en: <http://www.empleo.gob.es/es/estadisticas/contenidos/anuario.htm>.

Com passa amb les dades generals de l'atur, en el cas de la dona, les diferències en la taxa d'atur amb la UE són importants i arriben a 2014 a superar els 15 punts percentuals (taula 2). A la figura 4 es veuen les importants diferències entre la UE i Espanya, que s'han ampliat amb el temps.

Taula 2. Taxa d'atur de la dona a la UE i Espanya, 2004-2014

	Tots dos sexes		Dona		Home	
	UE	Espanya	UE	UE	Espanya	UE
2014	10,20	24,50	10,30	25,40	10,10	23,60
2013	10,80	26,10	10,90	26,70	10,80	25,60
2012	10,40	24,80	10,50	25,10	10,40	24,60
2011	9,70	21,70	9,80	22,20	9,60	21,20
2010	9,70	20,00	9,60	20,50	9,70	19,70
2009	8,90	18,00	8,80	18,40	9,00	17,70
2008	7,00	11,30	7,50	13,00	6,60	10,10

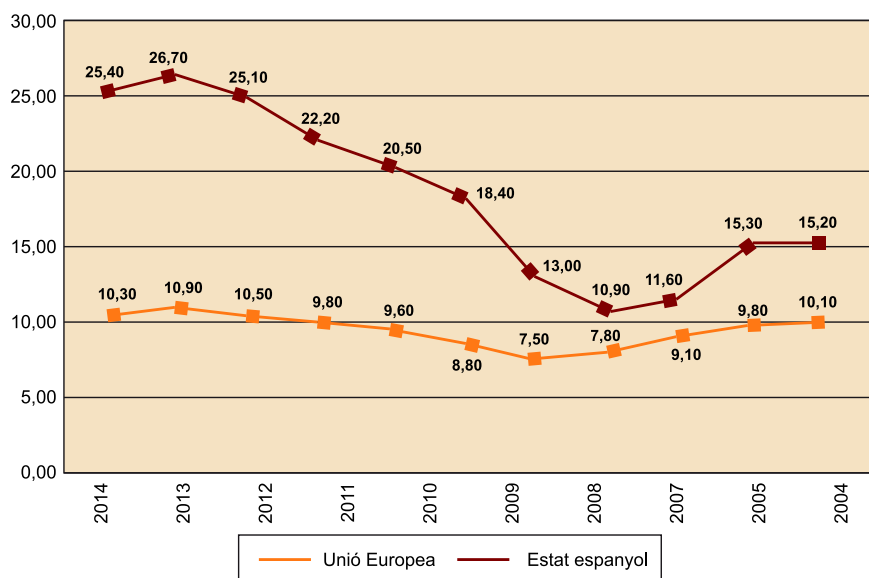
Font: «Anuario de Estadísticas del Ministerio de Empleo y Seguridad Social». Más información a: <http://www.empleo.gob.es/es/estadisticas/contenidos/anuario.htm>.



	Tots dos sexes		Dona		Home	
	UE	Espanya	UE	UE	Espanya	UE
2007	7,10	8,30	7,80	10,90	6,60	6,40
2006	8,20	8,50	9,10	11,60	7,50	6,30
2005	9,00	9,80	9,80	15,30	8,30	6,10
2004	9,30	11,10	10,10	15,20	8,60	8,20

Font: «Anuario de Estadísticas del Ministerio de Empleo y Seguridad Social». Més informació a: <http://www.empleo.gob.es/es/estadisticas/contenidos/anuario.htm>.

Figura 4. Taxa d'activitat de la dona a la UE i Espanya, 2004-2014



Font: «Anuari d'Estadístiques del Ministeri d'Ocupació i Seguretat Social». Més informació a: <http://www.empleo.gob.es/es/estadisticas/contenidos/anuario.htm>.

Un indicador de màxima rellevància utilitzat per caracteritzar la qualitat de l'ocupació és la bretxa salarial, com ja hem vist. A la taula 3 s'observa com aquesta bretxa s'ha mantingut estable en el 16,1% entre 2010 i 2016, mentre que a Espanya, lluny d'haver-se mantingut estable, s'ha incrementat, arribant al 18,8% el 2014.

Taula 3. Bretxa salarial entre homes i dones, 2010-2014

	2014	2013	2012	2011	2010
<b>Unió Europea (28)</b>	<b>16,1</b>	<b>16,4</b>	<b>16,6</b>	<b>16,5</b>	<b>16,1</b>
Alemanya	21,6	21,6	22,4	22,2	22,3
Àustria	22,9	23,0	23,4	23,7	24,0
Bèlgica	9,9	10,0	10,0	10,2	10,2
Bulgària	13,4	13,5	14,7	13,0	13,0
Xipre	15,4	15,8	16,2	16,4	16,8
Croàcia	10,4	9,0	2,9	3,4	5,7

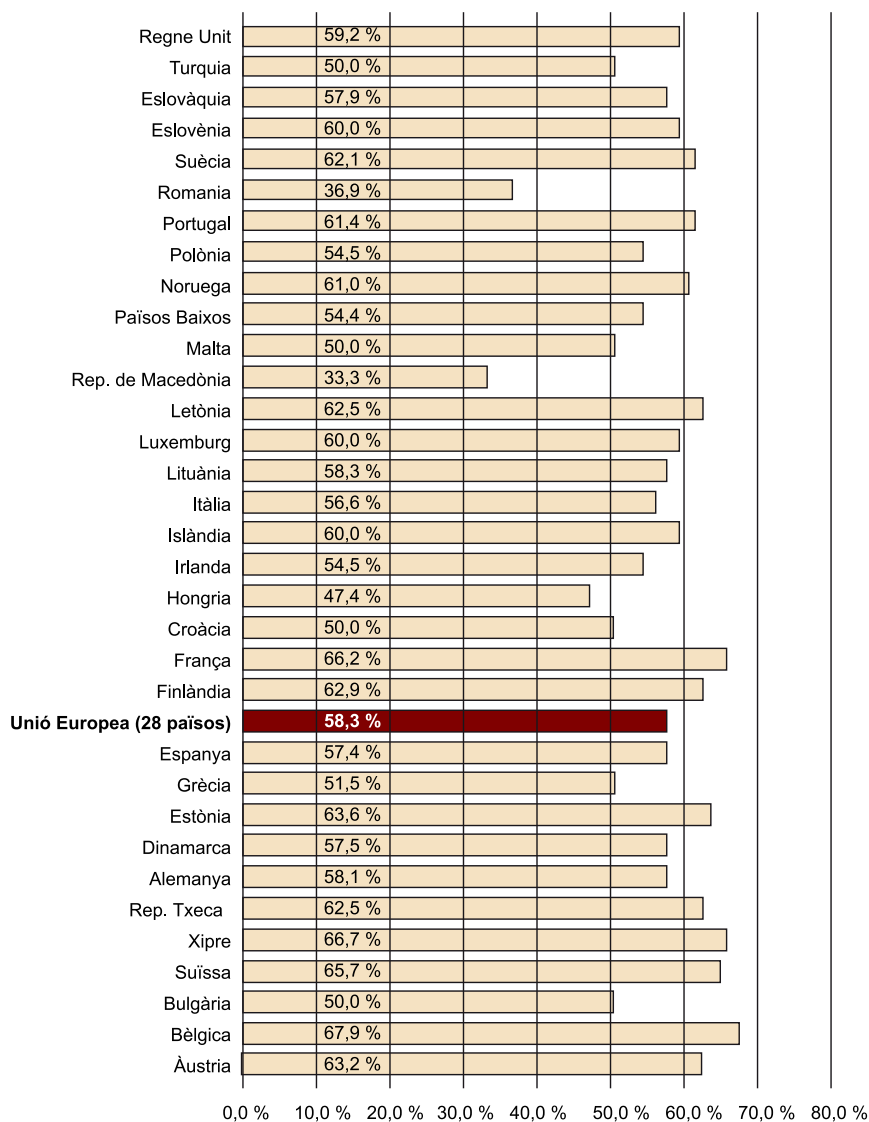
Font: Eurostat. Més informació a: <http://ec.europa.eu/eurostat>.

	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
Dinamarca	15,8	16,4	16,8	16,3	15,9
Eslovàquia	21,1	19,8	21,5	20,5	19,6
Eslovènia	2,9	3,2	2,5	2,3	0,9
<b>Espanya</b>	<b>18,8</b>	<b>18,8</b>	<b>19,3</b>	<b>17,9</b>	<b>16,2</b>
Estònia	28,3	29,9	30,0	27,3	27,7
Finlàndia	18,0	18,7	19,4	19,6	20,3
França	15,3	15,3	15,4	15,6	15,6
Grècia	-	-	-	-	15,0
Hongria	15,1	18,4	20,1	18,0	17,6
Irlanda	-	-	14,4	11,7	13,9
Itàlia	6,5	7,3	6,7	5,8	5,3
Letònia	15,2	14,4	13,8	13,6	15,5
Lituània	14,8	13,3	12,6	11,9	14,6
Luxemburg	8,6	8,6	8,6	8,7	8,7
Malta	4,5	5,1	6,5	6,2	7,2
Països Baixos	16,2	16,6	17,6	18,6	17,8
Polònia	7,7	7,1	6,4	5,5	4,5
Portugal	14,5	13,0	14,8	12,8	12,8
Regne Unit	18,3	19,7	19,1	20,1	19,5
Rep. Txeca	22,1	22,1	22,2	22,6	21,6
Romania	10,1	9,1	9,7	11,0	8,8
Suècia	14,6	15,2	15,9	15,8	15,4
<b>Altres països</b>					
Islàndia	18,7	20,5	18,7	18,3	17,7
Noruega	14,9	16,0	15,1	15,9	16,1
Suïssa	-	19,3	19,2	17,9	17,8

Font: Eurostat. Més informació a: <http://ec.europa.eu/eurostat>.

La taxa de temporalitat de l'ocupació de la dona a Espanya és lleugerament inferior a la mitjana de la UE28, encara que està clarament per sobre dels casos dels homes en l'entorn laboral, per a l'any 2015 (figura 5).

Figura 5. Percentatge de contractes a temps parcial de les dones respecte als homes, 2015 (%)



Font: <http://ec.europa.eu/eurostat>.

Quant als **llocs de responsabilitat ocupats per dones**, es disposa d'informació gràcies als informes de la Comissió Europea. Les conclusions per a l'any 2016 és que les dones representen només el 29% dels llocs en les càmeres altes i baixes dels països de la Unió Europea, i només el 23,3% dels llocs en els consells d'administració de les principals empreses que cotitzen en borsa europees.

Com es pot observar a la taula 4, el nombre de dones que presideixen consells d'administració en empreses europees és únicament el 7% per a l'any 2016. Aquest percentatge augmenta, com acabem de dir, si es consideren tots els membres de consell (23,3%), però segueix sent massa baix.

#### Dades

Cada vegada es disposa de més dades en l'àmbit de la presència de dones en llocs de decisió. La Comissió Europea els ofereix en el següent enllaç: [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/index_en.htm).

Taula 4. Percentatge d'homes i dones en consells d'administració de les principals empreses europees, cotitzades en Borsa, 2016

Països	President del consell d'administració		Membres del consell d'administració	
	Dones (%)	Homes (%)	Dones (%)	Homes (%)
<b>UE-28</b>	<b>7</b>	<b>93</b>	<b>23</b>	<b>77</b>
Bèlgica	11	89	27	73
Bulgària	7	93	18	82
República Txeca	0	100	9	91
Dinamarca	0	100	27	73
Alemanya	7	93	27	73
Estònia	0	100	8	92
Irlanda	5	95	16	84
Grècia	4	96	9	91
Espanya	9	91	20	80
França	6	94	37	63
Croàcia	9	91	22	78
Itàlia	11	89	30	70
Xipre	5	95	11	89
Letònia	12	88	28	72
Lituània	5	95	13	87
Luxemburg	0	100	13	87
Hongria	20	80	11	89
Malta	0	100	5	95
Països Baixos	0	100	28	72
Àustria	10	90	20	80
Polònia	25	75	20	80
Portugal	0	100	14	86
Romania	10	90	10	90
Eslovènia	10	90	24	76
Eslovàquia	30	70	14	86
Finlàndia	4	96	30	70
Suècia	8	92	36	64
Regne Unit	2	98	27	73

Font: Comissió Europea. Disponible en línia: [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/index_en.htm).

Països	President del consell d'administració		Membres del consell d'administració	
	Dones (%)	Homes (%)	Dones (%)	Homes (%)
Montenegro	0	100	18	82
Antiga Iugoslàvia - República de Macedònia	20	80	17	83
Sèrbia	23	77	20	80
Turquia	8	92	12	88
Islàndia	38	62	44	56
Liechtenstein	-	-	-	-
Noruega	11	89	41	59
<b>Tots els països</b>	<b>8</b>	<b>92</b>	<b>23</b>	<b>77</b>

Font: Comissió Europea. Disponible en línia: [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/index_en.htm).

La comparativa amb empreses americanes mostra una situació molt similar. El «Women in the Workplace 2016», desenvolupat per LeanIn.Org i McKinsey per a empreses nord-americanes, mostra que, tot i que el 45% de les dones poden ascendir a llocs de decisió, únicament el 19% accedeix als llocs de direcció general.

Pel que fa a dades sobre l'entorn laboral turístic europeu, segons Eurostat la indústria turística donava feina a Europa a 12 milions de persones l'any 2016 (vegeu taula 5). Aproximadament, 7 milions treballen en l'àrea d'aliments i begudes, 2 milions en transport de viatgers, 2,4 milions en allotjament i mig milió en agències de viatges i operadors turístics. Això suposa el 22% de les persones ocupades en el sector serveis. Malta és el país amb major percentatge d'empleats en turisme (16,6% del total), però els països amb més persones ocupades són el Regne Unit i Alemanya (2,1 milions de persones cada un), Itàlia (1,4 milions de persones) i Espanya i França (1,3 milions cada un). Aquesta indústria és una gran ocupadora de dones, amb un 58% de dones entre els seus empleats. La major proporció es troba en allotjament (60%) i agències de viatge i operadors turístics (64%). Fins i tot encara que una de cada tres dones tenen contractes a temps parcial, les dones encara tenen una representació alta en contractes a temps complet (40%). Per a més informació: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism\\_industries\\_-\\_employment](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_industries_-_employment).

Taula 5. Nombre de persones ocupades, per activitat econòmica, 2013

	Serveis no-financ. <sup>(1)</sup>	Serveis <sup>(2)</sup>	Indústria turística <sup>(3)</sup>	Transport <sup>(4)</sup>	Allotjament <sup>(5)</sup>	Aliments i begudes <sup>(6)</sup>	Lloguer de cotxes i altres lloguers <sup>(7)</sup>	Agències de viatges i operadors turístics <sup>(8)</sup>	Indústries turístiques seleccionades <sup>(9)</sup>
EU-28	133.076.972	55.244.131	12.043.560	1.988.400	2.364.233	6.960.025	199.664	492.426	3.252.701
Bèlgica	2.709.917	1.210.008	-	-	22.245	131.927	4.134	8.773	36.394
Bulgària	1.864.690	606.534	-	-	39.349	90.996	1.947	5.946	48.301
Rep. Txeca	3.486.702	1.071.154	186.473	27.288	30.074	115.165	2.060	11.885	47.486
Dinamarca	1.601.015	639.217	-	-	16.973	41.923	1.532	6.304	32.468
Alemanya	26.468.059	10.823.695	2.076.514	273.320	499.935	1.176.844	28.804	97.611	662.078
Estònia	400.718	150.405	-	-	6.090	13.060	698	1.766	8.160
Irlanda	1.097.444	543.723	-	-	54.145	91.445	1.727	4.602	66.624
Grècia	2.198.983	853.200	-	-	74.102	196.549	3.797	11.604	88.143
Espanya	10.574.716	4.748.975	1.324.118	-	241.857	841.933	14.863	50.277	325.378
França	15.295.948	6.825.778	1.323.076	398.351	193.283	662.794	27.476	41.172	302.761
Croàcia	996.631	347.568	112.055	14.343	30.936	59.714	1.311	5.751	-
Itàlia	14.407.907	5.545.722	1.404.906	157.048	256.365	932.266	13.535	45.692	325.172
Xipre	207.254	92.970	-	-	16.778	17.338	638	1.565	19.352
Letònia	584.281	229.221	36.939	6.598	6.089	20.793	1.339	2.120	9.563
Lituània	869.398	299.795	45.837	5.866	7.446	27.975	1.646	2.904	10.854
Luxemburg	243.372	116.843	-	-	3.437	12.391	404	-	-
Hongria	2.393.877	924.340	152.050	32.599	23.300	87.116	3.367	5.668	31.073
Malta	121.972	57.440	20.258	-	7.790	6.962	-	1.596	-
Països Baixos	5.343.971	2.677.890	-	-	75.937	279.782	9.035	22.356	123.379
Àustria	2.707.211	1.105.638	333.704	46.328	109.690	162.209	3.697	11.780	129.370
Polònia	8.205.480	2.436.109	334.938	100.377	66.066	143.465	7.260	17.770	89.731
Portugal	2.853.849	1.136.541	-	-	54.277	192.533	4.383	9.675	74.832
Romania	3.835.627	1.174.306	215.042	59.617	40.115	102.817	2.638	9.855	59.542
Eslovènia	573.850	190.031	-	-	10.135	21.186	359	1.944	13.204
Eslovàquia	1.401.847	435.793	66.943	12.734	11.976	37.098	1.989	3.146	18.819

Font: Eurostat, 2015.

<sup>(1)</sup> NACE sections: B-N\_S95\_X\_K (Total business economy; repair of computers, personal and household goods; except financial and insurance activities). IE, EL and FI: 2012 data.<sup>(2)</sup> NACE sections: H-J, L-N and NACE division S95.<sup>(3)</sup> NACE classes: H491, H4932, H4939, H501, H503, H511, I551, I552, I553, I561, I563, N771, N7721 and division N79.<sup>(4)</sup> NACE classes: H491, H4932, H4939, H501, H503 and H511. LT: 2012 data.<sup>(5)</sup> NACE classes: I551, I552 and I553. IE: 2012 data. EE, IE, LU and NL: including NACE class I559.<sup>(6)</sup> NACE classes: I561 and I563. IE: 2012 data.<sup>(7)</sup> NACE classes: N771 and N7721. EU-28 estimate not including MT. IE: 2012 data. DK, EE, IE, ES and CH: not including class N7721.<sup>(8)</sup> NACE division N79. EU-28 estimate not including LU. IE and FI: 2012 data.<sup>(9)</sup> NACE divisions: H51, I55 and N79. FR and SE: include class H511 instead of division H51.

	Serveis no-financ. <sup>(1)</sup>	Serveis <sup>(2)</sup>	Indústria turística <sup>(3)</sup>	Transport <sup>(4)</sup>	Allotjament <sup>(5)</sup>	Aliments i begudes <sup>(6)</sup>	Lloguer de cotxes i altres lloguers <sup>(7)</sup>	Agències de viatges i operadors turístics <sup>(8)</sup>	Indústries turístiques seleccionades <sup>(9)</sup>
Finlàndia	1.457.598	475.170	-	-	8.899	33.601	1.087	4.822	17.007
Suècia	3.027.838	1.326.564	249.989	60.109	45.959	128.391	2.978	12.550	68.139
Regne Unit	18.146.817	9.199.501	2.125.821	232.831	410.985	1.331.752	56.960	93.292	580.731
Noruega	1.540.190	625.508	135.389	45.461	29.190	53.238	1.538	5.962	42.804
Suïssa	2.744.454	1.102.948	-	-	66.611	124.138	1.348	15.957	95.189

Font: Eurostat, 2015.

<sup>(1)</sup> NACE sections: B-N\_S95\_X\_K (Total business economy; repair of computers, personal and household goods; except financial and insurance activities). IE, EL and FI: 2012 data.

<sup>(2)</sup> NACE sections: H-J, L-N and NACE division S95.

<sup>(3)</sup> NACE classes: H491, H4932, H4939, H501, H503, H511, I551, I552, I553, I561, I563, N771, N7721 and division N79.

<sup>(4)</sup> NACE classes: H491, H4932, H4939, H501, H503 and H511. LT: 2012 data.

<sup>(5)</sup> NACE classes: I551, I552 and I553. IE: 2012 data. EE, IE, LU and NL: including NACE class I559.

<sup>(6)</sup> NACE classes: I561 and I563. IE: 2012 data.

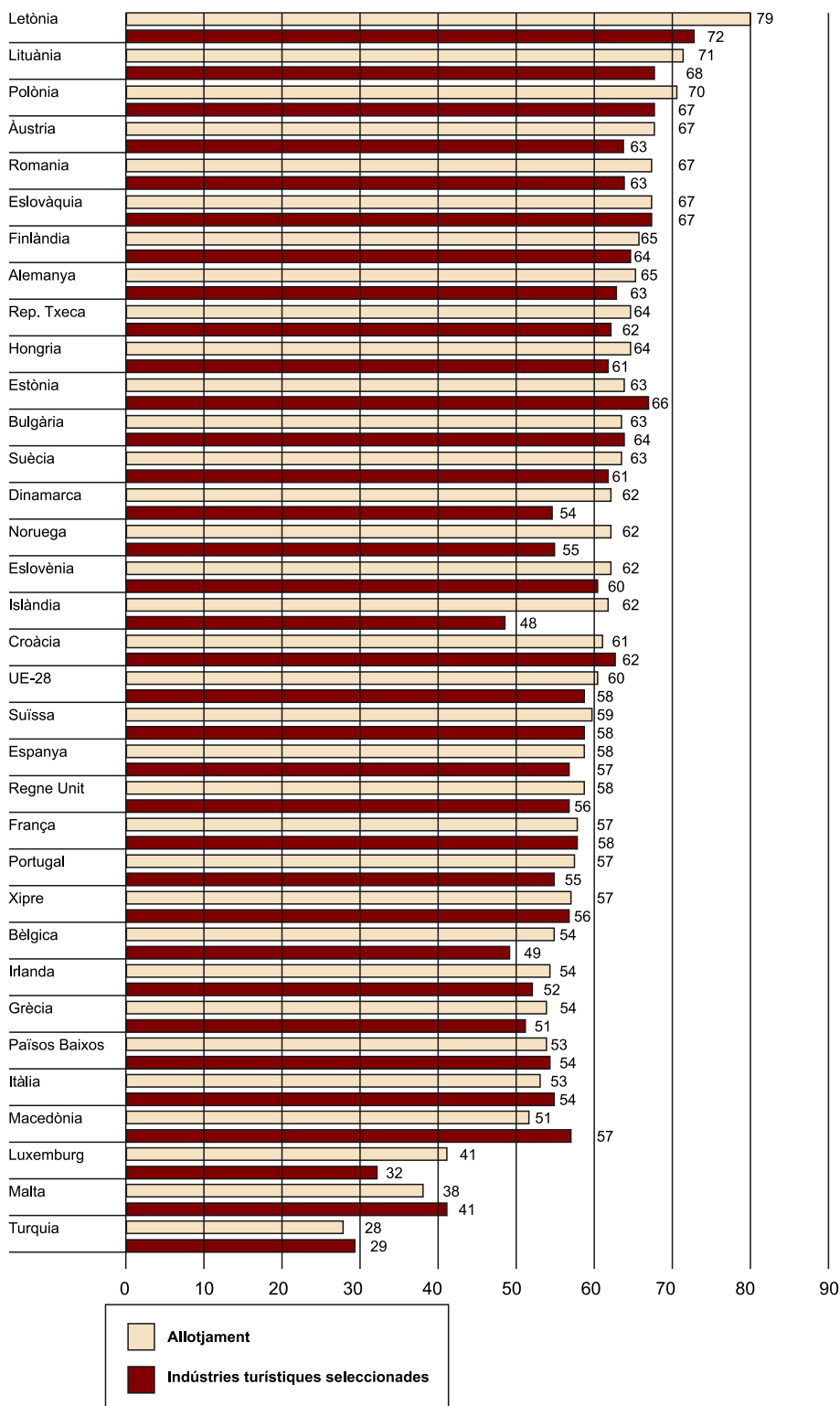
<sup>(7)</sup> NACE classes: N771 and N7721. EU-28 estimate not including MT. IE: 2012 data. DK, EE, IE, ES and CH: not including class N7721.

<sup>(8)</sup> NACE division N79. EU-28 estimate not including LU. IE and FI: 2012 data.

<sup>(9)</sup> NACE divisions: H51, I55 and N79. FR and SE: include class H511 instead of division H51.

En el cas del pes de les dones, la mitjana dels països del Grup UE-28 és d'un 60% de dones en allotjament i un 58% en altres indústries característiques del turisme. Com es pot veure a la figura 6, els països amb major percentatge de dones en l'entorn laboral turístic són Letònia, Lituània, Polònia, Àustria i Romania. Espanya es troba lleument per sota de la mitjana europea amb un 58% de dones en allotjament i un 57% en altres indústries turístiques. En qualsevol cas, les dones són majoria. No es disposa de dades a nivell de distribució horitzontal, per llocs a nivell directiu, llevat estudis de destinació concrets, que es presentaran més endavant.

Figura 6. Distribució de dones i homes en llocs de treball del sector turístic



Una mesura que integra la informació i les dades sobre la dona en l'entorn sociolaboral i social d'un país a Europa és l'Índex d'igualtat de gènere (vegeu la taula 6). En aquest índex, el 2012, la UE se situa en el 52,9, quan l'objectiu és 100. Els països líders en aquest àmbit són Suècia, Finlàndia, Dinamarca, els Països Baixos i Bèlgica. En aquest sentit, Espanya es troba per sobre de la mitjana amb un 53,6.



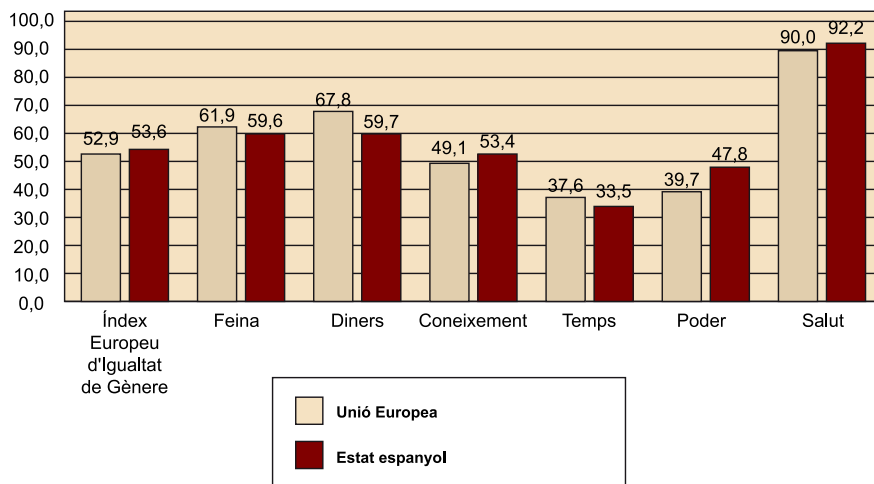
Taula 6. Índex Europeu d'Igualtat de Gènere, 2012

	<b>Índex Europeu d'Igualtat de Gènere</b>	<b>Feina</b>	<b>Diners</b>	<b>Coneixement</b>	<b>Temps</b>	<b>Poder</b>	<b>Salut</b>
<b>UE</b>	<b>52,9</b>	<b>61,9</b>	<b>67,8</b>	<b>49,1</b>	<b>37,6</b>	<b>39,7</b>	<b>90,0</b>
Suècia	74,2	81,0	80,6	67,6	61,9	71,7	93,3
Finlàndia	72,7	72,6	79,9	67,3	61,3	75,7	89,0
Dinamarca	70,9	76,8	76,4	73,2	64,5	55,7	91,4
Països Baixos	68,5	69,0	83,6	64,6	71,2	51,3	93,6
Bèlgica	58,2	59,5	79,6	51,0	44,1	49,5	93,6
Regne Unit	58,0	69,5	74,6	67,5	41,8	33,2	94,4
Eslovènia	57,3	63,6	71,3	49,4	46,6	47,2	90,1
Irlanda	56,5	65,8	79,0	54,3	52,0	31,4	95,2
França	55,7	61,3	76,9	50,7	34,5	48,8	90,6
Alemanya	55,3	62,2	78,4	46,7	39,7	45,1	90,0
Luxemburg	55,2	63,6	92,3	64,6	47,1	22,6	94,6
<b>Espanya</b>	<b>53,6</b>	<b>59,6</b>	<b>59,7</b>	<b>53,4</b>	<b>33,5</b>	<b>47,8</b>	<b>92,2</b>
Àustria	50,2	66,5	77,6	44,5	38,6	27,1	92,7
Estònia	49,8	62,0	48,4	55,4	49,8	27,9	82,0
Letònia	46,9	63,3	43,2	40,3	35,2	42,5	75,6
Malta	46,8	60,7	71,4	36,3	36,7	28,3	95,6
Xipre	44,9	74,0	74,6	51,5	24,4	16,9	92,4
Rep. Txeca	43,8	54,2	60,4	42,0	23,5	31,8	89,5
Polònia	43,7	55,5	54,2	41,8	20,8	38,5	83,6
Hongria	41,6	60,7	53,8	35,3	31,9	23,5	85,2
Itàlia	41,1	53,8	68,0	32,5	32,4	21,8	89,5
Lituània	40,2	55,6	45,6	47,6	22,8	22,8	82,3
Croàcia	39,8	53,6	52,0	31,0	25,9	29,7	85,3
Bulgària	38,5	58,7	40,3	31,8	17,0	36,8	86,0
Grècia	38,3	56,9	56,4	37,6	17,9	21,9	90,8
Portugal	37,9	59,1	56,0	37,8	22,4	17,6	83,3
Eslovàquia	36,5	52,8	56,7	34,0	17,7	21,1	86,7
Romania	33,7	61,6	38,4	28,2	17,4	20,7	84,4

Font: «Gender Equality Index 2015 - Measuring gender equality in the European Union 2005-2012».

A la figura 7 s'observa com en una comparativa entre la UE i Espanya, Espanya surt reforçada per la igualtat en l'àmbit de la salut, el poder i el coneixement, però no en el cas dels diners o el treball.

Figura 7. Índex Europeu d'Igualtat de Gènere, Espanya i UE, 2012



Font: «Gender Equality Index 2015 - Measuring gender equality in the European Union 2005-2012».

## Reflexió

És important identificar les raons socials, econòmiques i polítiques que porten a diferents nivells de desigualtat en diferents àmbits d'actuació (salut, educació, poder, etc.) dins d'un mateix país.

### 1.3.3. Estadístiques a nivell nacional

S'ha produït una entrada massiva de la dona al mercat laboral espanyol. No obstant això, també s'han posat de manifest una sèrie de desigualtats de gènere que, tot i millorar, encara hi són.

Com es pot observar a la taula 7, el **nivell d'activitat de les dones** ha millorat en 7,3 punts percentuals entre 2005 i 2015, però segueix molt per sota dels nivells d'activitat dels homes, amb una diferència de 12 punts percentuals. Aquest fet es repeteix en la taxa d'ocupació i en el nivell d'atur. Respecte de la taxa d'atur, es produeixen lleus decreixements, tant per a dones com per a homes fins a l'any 2007, quan aquesta comença a pujar en els dos casos. Així, les últimes dades de l'any 2015 mostren taxes d'atur en pràcticament els mateixos nivells per a homes i per a dones, encara que amb un marge negatiu per a les dones d'aproximadament un 2%. Aquesta informació indica que la crisi ha afectat de manera similar a les taxes d'atur; però, encara els homes mantenen unes taxes d'activitat i ocupació majors. El repte, en aquest cas, és analitzar les característiques dels llocs de treball a cada cas, així com el lloc ocupat per cada un dels sexes.

Taula 7. Situació del mercat laboral Espanya per sexes

	Tots dos sexes			Dona			Home		
	taxa d'activitat	taxa d'ocupació	taxa d'atur	taxa d'activitat	taxa d'ocupació	taxa d'atur	taxa d'activitat	taxa d'ocupació	taxa d'atur
2015	59,54	46,41	22,06	53,70	41,05	23,55	65,69	52,05	20,77
2014	59,60	45,03	24,44	53,67	40,03	25,43	65,83	50,30	23,60
2013	60,02	44,36	26,09	53,94	39,56	26,67	66,39	49,39	25,60
2012	60,40	45,43	24,79	53,98	40,47	25,03	67,10	50,61	24,58
2011	60,33	47,43	21,39	53,39	41,74	21,81	67,56	53,34	21,04
2010	60,28	48,31	19,86	52,70	42,04	20,22	68,15	54,82	19,57
2009	60,18	49,43	17,86	52,01	42,58	18,13	68,64	56,53	17,64
2008	60,08	53,32	11,25	50,93	44,39	12,84	69,54	62,55	10,05
2007	59,28	54,40	8,23	49,51	44,21	10,70	69,40	64,95	6,41
2006	58,64	53,68	8,45	48,45	42,96	11,34	69,22	64,83	6,35
2055	57,35	52,10	9,16	46,41	40,77	12,16	68,78	63,94	7,04

Font: Enquesta de Població Activa. Institut Nacional d'Estadística. Més informació a: [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595).

Pel que fa a la **distribució de les dones al llarg de l'estructura vertical empresarial**, com es pot observar a la taula 8, tot i que la participació total de les dones entre 2011 i 2015 s'ha incrementat en un 1% aproximadament, no s'observa la mateixa situació en tots els nivells jeràrquics. Les bones notícies són que el nombre de directores i gerents s'ha incrementat en un 4,5%, tot i que amb 31,4% de dones en aquests llocs, seguim lluny de la igualtat.

Taula 8. Distribució de les dones al llarg de l'estructura vertical empresarial

	2015	2014	2013	2012	2011	Taxa de variació (%)
<b>Total</b>	<b>45,37</b>	<b>45,56</b>	<b>45,65</b>	<b>45,51</b>	<b>44,89</b>	<b>1,06%</b>
Directores i gerents	31,37	30,88	30,76	30,21	29,95	4,54%
Tècniques i professionals científiques i intel·lectuals	56,01	54,88	55,40	55,11	54,55	2,60%
Tècniques; professionals de suport	37,42	38,33	38,10	37,49	37,87	-1,19%
Empleades comptables, administratives i altres empleades d'oficina	65,92	66,04	65,18	65,54	65,05	1,31%
Treballadores dels serveis de restauració, personals, protecció i venedores	58,33	58,52	59,19	59,88	60,94	-4,47%
Treballadores qualificades en el sector agrícola, ramader, forestal i pesquer	19,02	18,79	19,60	22,96	23,03	-21,14%

Font: Enquesta de Població Activa (EPA). Institut Nacional d'Estadística. Més informació a: [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595).

	2015	2014	2013	2012	2011	Taxa de variació (%)
Artesanes i treballadores qualificades de les indústries manufactureres i la construcció (excepte operadors d'instal·lacions i maquinària)	7,90	7,97	7,54	7,68	7,38	6,66%
Operadores d'instal·lacions i maquinària, i muntadores	12,15	12,51	13,12	13,08	12,67	-4,29%
Ocupacions elementals	60,55	62,08	62,38	62,77	61,41	-1,43%
Ocupacions militars	11,25	13,70	8,26	10,30	12,10	-7,61%

Font: Enquesta de Població Activa (EPA). Institut Nacional d'Estadística. Més informació a: [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595).

Pel que fa a la dona en llocs directius, en l'informe «Present i futur de les dones en els consells d'administració» d'Addtalentia (2015), s'observa com l'any 2014 va tancar amb un total de 79 conselleres per a les 35 empreses que integraven l'Ibex i amb un 17,34% dels 467 consellers, fet que suposa un increment de l'11% respecte al 2013.

La Llei 2007 per a la igualtat efectiva de dones i homes fixava vuit anys per aconseguir la paritat en els consells d'administració, és a dir, en 2015. Per a les empreses de l'IBEX-35, que partien del 6%, l'objectiu suposava incrementar la presència femenina 34 punts percentuals –un creixement mitjà anual per sobre de 4 punts–, per arribar al 40% el 2015. La comparació entre objectius i resultats mostra que al ritme actual s'assolirà la paritat el 2032. Una altra generació més de talent femení desaprofitada.

Taula 9. Dones als Consells d'Administració de l'IBEX-35, 2006-2014 (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Núm. dones en consells	26	30	44	50	53	61	65	76	79
% dones en consells	5,1	6	8,7	10,2	10,6	12,1	13,2	16	17,34
Núm. societats amb dones	19	21	26	27	29	32	31	32	32
% societats amb dones	54,3	60	74,3	79,4	82,9	91,4	88,6	91,4	91,4
Núm. total consellers (homes i dones)	505	502	507	490	502	505	490	476	467
<b>Tipologia conselleres</b>									
% executius (sobre total conselleres)	15,4	6,7	4,5	4	3,8	3,3	6	4	2,6
% dominicals (sobre total conselleres)	42,3	36,6	29,6	32	26,4	27,9	26	22	23,4
% independents (sobre total conselleres)	42,3	56,7	63,6	64	67,9	65,6	66	72,5	68,8
% altres (sobre total conselleres)	0	0	2,3	0	1,9	3,2	2	1,5	5,2

Font: CNMV i Add Talentia - \*2014 (elaboració pròpia amb dades de les empreses a 31-12-2014).

Pel que fa a la **bretxa salarial**, ja s'ha observat a la taula 3 que a Espanya, lluny d'haver-se mantingut estable, s'ha incrementat, arribant al 18,8% el 2014. A la taula 10 es pot observar que encara hi ha una bretxa salarial, ja que tot i que el percentatge del salari de les dones respecte als homes el 2013 (83,24%) ha millorat respecte al 2004 (80,18%), encara és un 26,5% més baix; i la situació és pràcticament la mateixa en el cas del sector serveis.

Taula 10. Guany per hora normal de treball, per sectors, 2004-2013 (€)

		2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	Taxa de variació (%)
% salari de dones respecte a salari d'homes	<b>Total</b>	<b>83,24</b>	<b>82,75</b>	<b>83,67</b>	<b>85,09</b>	<b>84,13</b>	<b>84,27</b>	<b>80,91</b>	<b>81,23</b>	<b>81,22</b>	<b>80,18</b>	<b>3,82%</b>
	In-dústria	79,82	78,69	78,22	80,2	78,74	77,51	75,77	74,61	73	72,62	9,91%
	Construcció	97,36	101,48	99,4	99,46	96,27	101,83	75,77	74,61	73	72,62	34,07%
	Serveis	83,41	82,42	82,97	83,22	82,24	82,06	77,83	77,69	78,24	77,53	7,58%
Tots dos sexes (€)	<b>Total</b>	<b>14,64</b>	<b>14,57</b>	<b>14,53</b>	<b>14,52</b>	<b>14,08</b>	<b>13,53</b>	<b>12,41</b>	<b>12,1</b>	<b>11,35</b>	<b>11,22</b>	<b>30,48%</b>
	In-dústria	16,14	15,86	15,6	15,28	14,71	14,35	13,64	13,31	12,69	12,41	30,06%
	Construcció	13,6	13,5	13,23	12,93	12,81	12,08	10,81	10,35	9,89	9,91	37,24%
	Serveis	14,4	14,38	14,43	14,55	14,1	13,57	12,41	12,15	11,34	11,18	28,80%
Dones (€)	<b>Total</b>	<b>13,21</b>	<b>13,1</b>	<b>13,12</b>	<b>13,24</b>	<b>12,72</b>	<b>12,21</b>	<b>10,85</b>	<b>10,6</b>	<b>9,95</b>	<b>9,71</b>	<b>36,05%</b>
	In-dústria	13,57	13,18	12,89	12,88	12,22	11,79	11,01	10,58	9,95	9,68	40,19%
	Construcció	13,29	13,67	13,16	12,87	12,4	12,27	10,35	10,07	9,49	9,27	43,37%
	Serveis	13,17	13,08	13,15	13,29	12,78	12,26	10,85	10,62	9,96	9,73	35,35%
Homes (€)	<b>Total</b>	<b>15,87</b>	<b>15,83</b>	<b>15,68</b>	<b>15,56</b>	<b>15,12</b>	<b>14,49</b>	<b>13,41</b>	<b>13,05</b>	<b>12,25</b>	<b>12,11</b>	<b>31,05%</b>
	In-dústria	17	16,75	16,48	16,06	15,52	15,21	14,53	14,18	13,63	13,33	27,53%
	Construcció	13,65	13,47	13,24	12,94	12,88	12,05	10,86	10,38	9,92	9,96	37,05%
	Serveis	15,79	15,87	15,85	15,97	15,54	14,94	13,94	13,67	12,73	12,55	25,82%

## 2. El mercat laboral turístic a Espanya: una anàlisi estadística des d'una perspectiva de gènere

En general, el sector turístic s'associa a nivells salarials i condicions laborals molt pobres en comparació amb altres sectors d'activitat (Santero, Segovia, Castro, Figueroa i Talón, 2015; Lacher i Oh, 2012; Muñoz, 2009; Skalpe, 2007; García i altres 2012; Blake, Arbache, Sinclair i Teles, 2008), i presenta un índex de rotació superior (Lawson i altres, 2012). En aquest context, i a nivell internacional, són nombrosos els estudis que demostren que la situació de la dona al mercat laboral turístic (Tugores, 2009) és encara pitjor que la de l'home, ja que presenten una major nivell d'inestabilitat laboral (Purcell, 1997), salaris més baixos (Lawson i altres, 2012; Thrane, 2008; Tugores, 2008; Ramos i altres, 2002, entre altres) i una segregació ocupacional (Breathnach i altres, 1994; Jordan, 1997; Sinclair, 1997; ILO, 2001). Aquestes dades resulten preocupants quan, segons la investigació de McKinsey (2012), aquelles empreses que tenen més talent femení obtenen de mitjana uns rendiments de capital un 41% superiors i un increment del 56% de resultat operatiu respecte d'aquelles que prescindixen del talent femení, qüestió que també ha estat confirmada per altres investigacions (Robinson i Dechant, 1997; Adler, 2001; Carter i altres, 2003; Redondo i Jimeno, 2005). D'aquí la importància d'analitzar el mercat laboral des d'una perspectiva de gènere.

A nivell espanyol, les fonts d'informació estadística en el sector turístic provenen de dos indicadors bàsics. En primer lloc, l'Enquesta de Població Activa (EPA) i, en segon lloc, les dades sobre afiliació a la Seguretat Social. D'altra banda, ens trobem amb el Compte Satèl·lit del Turisme, que ofereix dades unificades per al turisme. Aquestes tres fonts d'informació tenen els següents limitacions:

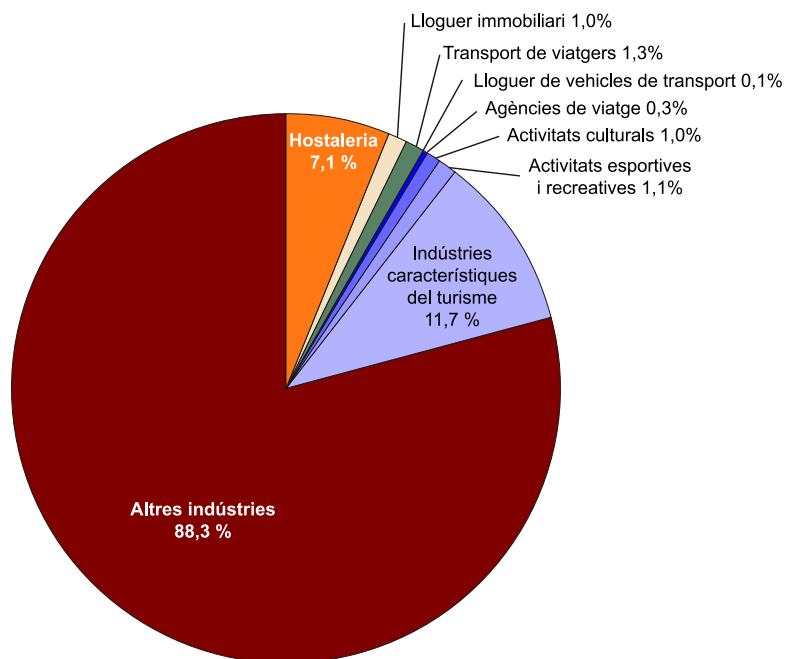
- L'EPA i l'afiliació a la Seguretat Social ofereixen dades desagregades segons la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE) i no identifiquen el sector del turisme. Per aquesta raó, no podem donar una idea general de la situació del turisme a través d'aquestes estadístiques, encara que si d'activitats econòmiques com allotjament, aliments i begudes o agències de viatges i operadors turístics.
- El Compte Satèl·lit del Turisme ofereix informació agregada a nivell turístic, però amb anys de retard. A causa de la complexitat de la tasca, es triguin diversos anys a tenir disponible aquesta informació. Així mateix, no ofereix informació desagregada a nivell de gènere.

### Vegeu també

Hem parlat amb més detall del Compte Satèl·lit del Turisme en el subapartat «Estadístiques a nivell mundial».

Segons dades provisionals del Compte Satèl·lit del Turisme, el 2014 el turisme recollia el 12,7% del total de llocs de treball a Espanya, amb un valor de 2,36 milions d'euros. Els resultats detallats estan disponibles fins 2012 i mostren com l'activitat turística més important és l'hostaleria, amb el 7,1% dels llocs de treball.

Figura 8. Distribució de l'ocupació a través d'indústria turística, 2012



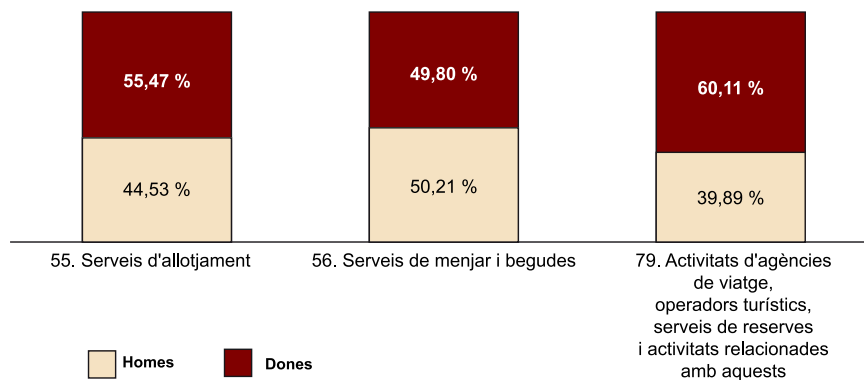
Font: Compte Satèl·lit del Turisme, 2010-2014.

## 2.1. Taxa d'activitat i modalitats de contracte per gènere

Respecte de les últimes dades disponible per sexes, únicament es disposa de dades per activitats turístiques, ja que els proporciona l'EPA a través d'activitats de la CNAE. En aquest cas s'analitzaran «Serveis d'Allotjament», «Menjars i Begudes» i «Agències de Viatges».

Segons dades de l'EPA, el 2015 el nombre total d'ocupats en «Servei d'Allotjaments» va ser de 344.300 persones, a «Serveis de menjar i begudes» de 1.160.800 persones i en «Agències de Viatges i operadors turístics» de 74.700 persones. La figura 9 mostra com la distribució entre sexes és més o menys equitativa, i fins i tot a favor de la dona, sobretot en el cas de «Agències de Viatge».

Figura 9. Distribució d'ocupació per sexes en activitat turística, 2015



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'EPA.

En turisme, una característica repetitiva és el predomini de la **jornada laboral** a temps complet. Mentre que el 2015 el percentatge de contractes a temps complet és de 84,3% (15.53), en el cas de l'hostaleria és del 73,3% (1.103 contractes). En el cas de les dones, són elles les que posseeixen, clarament, la major part dels contractes a temps parcial, amb el 64% el 2015, tal com es pot veure a la taula 11.

Taula 11. Ocupats per tipus de jornada, sexe i branca d'activitat. Valors absoluts i percentatges respecte del total de cada branca

	<b>Total</b>	<b>Jornada a temps complet</b>	<b>Jornada a temps parcial</b>
	<b>Valor absolut</b>	<b>Valor absolut</b>	<b>Valor absolut</b>
Tots dos sexes	1.505,2	1.103,6	401,6
Homes	736,1	591,5	144,6
Dones	769,0	512,1	257,0
% dones / Total	<b>51,09%</b>	<b>46,40%</b>	<b>63,99%</b>

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'EPA.

Les dones representen un percentatge sobre el total molt més alt en les jornades a temps parcial. Encara que efectivament no són la majoria, sí que dupliquen en volum el cas dels homes. Així, l'any 2011 un 49,4% de les dones tenia jornada laboral completa i del total d'empleats amb jornada laboral temporal un 70,1% eren també dones. Tot i que les xifres de temporalitat s'han vist augmentades des del 2008 tant per a dones com per a homes, el percentatge de dones ha baixat de 2008, quan se situava un 75%, al 2011, quan, com acabem de dir, representa un 70,1%.

La modalitat de **contractació temporal** facilita afrontar les temporades turístiques amb el volum adequat de personal a la situació de la demanda esperada. Per tant, la taxa de temporalitat del sector turístic és superior habitualment a la de l'economia nacional.



Segons dades de l'Institut d'Estudis Turístics, la taxa de temporalitat de l'ocupació -proporció d'assalariats amb contracte temporal sobre el total d'assalariats- en el sector turístic va ser del 29,5% en el primer trimestre de 2012, disminuint-se la temporalitat respecte al mateix període de l'any anterior en un 2,3%. En l'economia nacional la taxa de temporalitat a la fi de 2011 va ser del 26,0%.

El 2011, per **branques d'activitat turística**, va ser destacable la branca de serveis d'allotjament, en la qual es van incrementar interanualment tant els contractats indefinits com els temporals, un 2,6% i 29,5% respectivament. Els indefinits van baixar a la resta de branques turístiques. D'altra banda, els contractats temporals van créixer en totes les branques a excepció d'agències de viatges.

Com mostra la taula 12, el volum de dones assalariades en hostaleria amb contracte temporal és superior al dels homes. Tot i això, les xifres assenyalen que en el primer trimestre del 2012 aquest valor ha disminuït des del quart trimestre del 2008. Això no voldria dir que el volum de contractes temporals ha baixat, sinó que seria un efecte de la pujada de l'atur generalitzada en els últims anys, la qual ha eliminat contractes tant temporals com permanents.

Taula 12. Assalariats amb contracte o relació laboral temporal hostaleria (milers de persones)

	2012 TI	2011 TIV	2010 TIV	2009 TIV	2008 TIV
Homes	130,1	148,6	124,7	131,7	134
Dones	178,8	199,6	204,3	202,9	255,1

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'EPA (INE).

Finalment, la taula 13 mostra el volum d'**aturats** en el sector de l'hostaleria per sexes. Com es pot observar, el volum de dones aturades en molt més alt que el d'homes i en els últims anys i des de 2008 aquest percentatge amb prou feines ha baixat un punt el 2012, per la qual cosa es manté una majoria d'aturats en el sector d'hostaleria de dones.

Taula 13. Aturats per sexe hostaleria (milers de persones i percentatge)

	Home		Dona		Total	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
2012 (IT)	147,6	40,2%	219,2	59,8%	366,8	100%
2011	140,5	43,6%	181,3	56,4%	321,8	100%
2010	124	41,8%	172,2	58,2%	296,2	100%
2009	123	43,5%	159,2	56,4%	282,2	100%
2008	91,6	39,6	139,3	60,4%	230,9	100%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'EPA (INE).

## 2.2. Segregació vertical

En tots els sectors ja s'ha comprovat que es produeix la segregació vertical. En el cas del sector turístic i a nivell europeu, la investigació de Cave i Kilic (2010) va descobrir que la majoria dels directors generals del sector de l'hostaleria eren homes, dominant també llocs directius en àrees com ara màrqueting, finances, alimentació i begudes. En contraposició, les dones solen treballar com a cambreres i recepcionistes, i en els casos en què arriben a ocupar càrrecs d'alta direcció, es limita a determinats llocs (Figuerola i Segovia, 2016).

Com ja s'ha vist, a nivell general a Espanya, el 2004, les dones espanyoles ocupaven només el 5,41% de les presidències dels consells d'administració de les empreses de l'IBEX 35, sent el 2,5% llocs de vicepresidència i només el 2,88% llocs de consellers. Al sector turístic, hi ha quatre empreses que cotitzen en borsa (Iberia, Sol Meliá, NH hotels i Amadeus), en les que d'un total de 50 llocs de conseller només el 6% (3 conselleres) és ocupat per dones (M<sup>a</sup> Antonia Escarrer a Sol Meliá i Rosalía Casiraghi i Núria Iturriagoitia a NH hotels) (Segovia i altres, 2014).

A Espanya es compta amb molt poques dades i investigacions sobre el **pes de la dona en la direcció** («sostre de vidre») i **en la creació d'empreses turístiques** (Segovia i altres, 2014; Marce i Milan, 2011; Muñoz, 2009). A continuació s'analitzaran els existents. Quina és la presència de la dona en llocs directius en el sector turístic?

L'estudi de Muñoz l'any 2009, assenyala que solament un 13,78% de dones ocupen llocs de responsabilitat davant del 26,61% dels homes. Les dades revelades per Marce i Milan (Hosteltur, 2011) mostren que, a la ciutat de Barcelona, amb un total de 220 hotels de 5, 4 i 3 estrelles, únicament 69 estan dirigits per dones; és a dir, el 31%.

La investigació duta a terme des de la Universitat Rei Joan Carles en 2014 sobre «Dona i Sostre de Cristall en el Sector Turístic» (Segovia i Figuerola, 2014), ofereix dades complementàries als anteriors i permet establir un mapa de la situació més actualitzada. La investigació va ser duta a terme en hotels de 3, 4 i 5 estrelles de la Comunitat de Madrid, tant independents com pertanyents a cadenes, i es van incloure també les seues centrals de les principals cadenes hoteleres.

En l'anàlisi de la situació als hotels, es descobreix una tendència general: conforme s'incrementa la responsabilitat en els llocs de treball, s'assisteix a una major masculinització d'aquests. Aquesta tendència és coincident amb investigacions anteriors (Marce, Mila, 2011). En hotels pertanyents a cadenes, es va descobrir que:

### Lectura recomanada

Per a una anàlisi en profunditat de la segregació vertical i horitzontal es recomana la lectura de:

**M. Segovia; C. Figuerola** (coords.) (2014). *Mujer y Alta Dirección en el Sector Turístico*. Madrid: Síntesis.

- En el cas d'hotels de menys de 200 habitacions, el percentatge de dones ocupant llocs directius gairebé s'equipara al dels homes (47,5% de dones).
- Però en hotels de més de 200 habitacions aquest percentatge baixa al 10%.

Per tant, la dona té més possibilitats en hotels de menor grandària. En el cas d'hotels independents, un 32,8% estan dirigits per dones. Com es pot veure, són percentatges molt baixos, especialment en el cas dels hotels grans (Segovia i Figueroa, 2014, Figueroa i Segovia, 2016).

I què passa a les seus centrals de les cadenes hoteleres? La situació de la dona en aquest tipus d'empreses és molt similar. Hi ha una nul·la presència a llocs corresponents al nucli dur de l'administració de la cadena com podria ser subdirecció, adreça d'expansió, direcció estratègica o adreça de negoci. No obstant això, sí que estan presents en àrees que han estat tradicionalment liderades per dones com direcció de màrqueting (69,2%), formació (77,8%), direcció de comunicació (75%) i *community manager* (71,4%). Cal destacar que dos dels llocs amb més projecció futura estan liderats per dones: els de *revenue managers* (60%) i *community managers* (71,4%). Per contra, la seva presència és inexistent en llocs tecnològics com direcció d'informàtica, direcció de tecnologia, direcció d'innovació o direcció de TIC. Segovia i Figueroa (2014) expliquen aquesta tendència per la influència dels estereotips de gènere: *Community* i *revenue management* solen ser funcions que encaixen bé amb els estereotips de comunicació associats a la dona, al contrari que els tecnològics, que són considerats més racionals i encaixen millor amb l'estereotip masculí (Segovia i Figueroa, 2014, Figueroa, Segovia, 2016).

En conclusió, les investigacions realitzades fins a la data demostren que la segregació vertical és un fet en el sector turístic espanyol.

### 2.3. Segregació horitzontal

Com ja s'ha vist anteriorment, per activitats la dona està més present en el sector serveis en comerç, hoteleria, educació i serveis domèstics que en altres sectors econòmics. Així mateix, les dades de estadístiques d'ocupació analitzats han evidenciat que la dona supera en presència a l'home en activitats de «Agències de viatges i operadors turístics» i gairebé la iguala en «Servei d'allotjaments» i en «Serveis de menjars i begudes». Però dins d'aquestes activitats, en quins llocs és més comú trobar-les?

La investigació de Santos i altres (2006) assenyala que les dones tendeixen a estar relacionades amb tasques de càtering i restauració. En aquest sentit, Vázquez (2008) ja descriu una segregació horitzontal cap a determinats llocs

de treball com a organització, recursos humans, qualitat i auditoria. Gentry (2007) va trobar una «*housewifcation of labor*» on determinades tasques s'han associat amb el rol tradicional de la dona a la llar.

Campos, Marchante i Roperó (2011) descobreixen que, per activitats, la segregació horitzontal és més elevada que la vertical a la indústria hotelera, però és similar als restaurants (segregació horitzontal i vertical). Així, els treballs de neteja, atenció al client o els treballs de menor responsabilitat en l'àrea d'administració, estan dominats per dones, mentre que les tasques de manteniment o els treballs amb un alt nivell de responsabilitat en les àrees de cuina, restauració i administració, estan ocupats per homes.

La investigació duta a terme des de la Universitat Rei Joan Carles en 2014 sobre «Dona i Sostre de Vidre en el Sector Turístic» (Segovia i Figueroa, 2014) ofereix dades més detallats però coincidents als anteriors per a l'anàlisi de la segregació horitzontal.

### **La doble bretxa de gènere: turisme i tecnologia**

Ja s'ha demostrat com la discriminació de la dona en l'accés a llocs directius en el sector turístic es dona tant a nivell vertical com horitzontal. La segregació horitzontal implica que certs llocs es trobin estigmatitzats; és el cas dels caps de pisos o governants, llocs ocupats pràcticament en el 100% dels casos per dones.

La segregació horitzontal o ocupacional és encara més important en el cas de la tecnologia i la innovació, ja que a la discriminació que es dona en el sector turístic, s'uneix la bretxa digital, per la qual hi ha diferències en l'ús i desenvolupament de tecnologia entre homes i dones. Aquesta bretxa digital, anomenada «doble bretxa de gènere», té conseqüències en la societat en general i, per tant, en les seves empreses, entre elles les turístiques.

La tecnologia no és neutral des del punt de vista del gènere. Els ordinadors s'associen habitualment al gènere masculí i les dones estableixen relacions diferents als homes en referència a la tecnologia (Kelan, 2007). L'impacte de les diferències de gènere de la tecnologia s'observa des de dos punts de vista. En primer lloc, quant a l'ús de tecnologia (Solevmani i altres, 2011; Broos, 2005; Koppi i altres, 2010), i, en segon lloc, pel que fa a la posició de la dona com a productora, emprada i directiva en la indústria tecnològica (Koppi, 2010; Wickramasigle, 2009; Kelan, 2009). La proporció de dones que treballen com a professionals de la informàtica és considerablement menor (Cataño, 2008) i el percentatge d'aquelles que arriben a llocs directius és encara més petit.

El futur determinarà el paper de la dona en llocs directius tecnològics i això vindrà determinat, al seu torn, pels valors i estereotips de la societat i les tendències en el mercat turístic. Sense cap mena de dubte, la dona hauria d'ocupar un lloc important en el desenvolupament tecnològic turístic per la seva capacitat de combinar tecnologia i relacions interpersonals.

Els resultats de la investigació són concloents: hi ha una **estereotipació de determinats llocs de treball en els hotels**. La direcció de pisos/governant està ocupada únicament per dones (100%), igual que el de segona cap de pisos, però també són majoria en cap de recepció (75%), recursos humans (61,7%), qualitat (100%), esdeveniments (84,2%) i formació (100%). Per contra, és pràcticament inexistent la seva presència en àrees d'aliments i begudes, responsable

de manteniment, segona direcció de manteniment, direcció d'informàtica i/o tecnologia, cap de seguretat, que són àmbits originàriament masculins (Segovia i Figueroa, 2014, Figueroa i Segovia, 2016).

### L'associació de governantes

Les dades han revelat que la majoria de les professions vinculades a la neteja i les tasques domèstiques està associat a les dones. Per exemple, el de les governantes és un col·lectiu netament femení. Les condicions laborals no tan desitjables d'aquest grup ha motivat que sorgeixin de manera informal una associació en defensa dels seus interessos: Las Kellys.

En conclusió, totes les investigacions assenyalen que hi ha una segregació horitzontal en el sector turístic.

## 2.4. Bretxa salarial

En anteriors apartats ja s'ha vist que la bretxa salarial a Espanya l'any 2014 se situa al voltant del 18%, sent el salari de les dones 26,5% més baix que el dels homes, confirmant-se aquesta tendència en el sector serveis.

Una mirada més detallada en el sector turístic a través de les investigacions publicades en les principals revistes especialitzades a nivell mundial, mostra una conclusió evident: es confirma una bretxa salarial per motius de gènere en aquest sector (Figueroa, Segovia, 2016). En el cas espanyol, tots els estudis realitzats confirmen aquesta tendència.

L'estudi de Muñoz (2009) revela que el salari mitjà dels homes en el sector turístic és un 6,7% superior al de les seves companyes en llocs similars. Aquest autor explica aquesta diferència per la segregació ocupacional, el tipus de contracte i el nivell de formació necessària. No obstant això, també considera que hi ha un 12% (és a dir, un 0,8% del total) que no es pot explicar per aquestes variables i que en la literatura s'ha atribuït a la bretxa salarial per raons de gènere.

En l'Informe de desigualtat salarial d'UGT (2011: 4) per a Espanya, s'evidencia que, per ocupacions, el salari més baix el reben les dones que treballen en l'hostaleria, i el salari més elevat, si escau, correspon a l'ocupació denominada «intermediació financera». Però és destacable també una altra dada aportada en l'informe: excepte per al cas del sector de l'hostaleria, on les dones són majoria, en altres sectors la diferència salarial es redueix a mesura que s'incrementa la presència de les dones. Així, en el sector turístic el guany mitjà anual femení era de un 73,7% respecte a la masculina en l'any 2006, mentre que l'any 2008, va millorar fins a assolir un 78,1% (UGT, 2011), el que demostra un descens de la diferència dels salaris que perceben dones i homes.

### Lectura recomanada

Per a una anàlisi en profunditat del fenomen es recomana la lectura de:

C. Figueroa; M. Segovia (coords.) (2016). *Brecha salarial e igualdad de género en las empresas turísticas-hoteleras*. Madrid: Fundamentos.

L'estudi realitzat per García, Campos, Sánchez i Marchante (2012) aporta dades sobre el subsector de l'allotjament turístic del 2006 a Espanya. En la seva anàlisi comparada per comunitats autònomes, es revela que els millors salaris es troben a les illes Canàries. No obstant això, la bretxa salarial per raons de gènere es dona en totes les comunitats, sent més pronunciada a les illes Balears (22,53%), Catalunya (20,15%) i la Comunitat Valenciana (19,18%). A la banda oposada hi ha la comunitat de Madrid amb la menor bretxa de gènere d'Espanya (7,30%).

La Universitat Rei Joan Carles ha dut a terme recentment un estudi sobre aquest tema, «Bretxa Salarial i Igualtat de Gènere a les Empreses Turístico-Hoteles» (Figuerola i Segovia, 2016). La seva anàlisi es basa en les dades ofertes per la «Mostra Contínua de Vides Laborals» realitzada per la Direcció General d'Ordenació de la Seguretat Social (Ministeri d'Ocupació i Seguretat Social, 2012).

Les dades de la investigació revelen que en el sector turístic, comparat amb altres sectors i amb les dades generals analitzats per a tot Espanya, la bretxa salarial és una mica superior. D'aquesta manera, el salari mitjà del sector en l'any 2012 va ser de 14.220 euros i la bretxa salarial entre homes i dones era del 23%, ja sigui per al salari anual com per al diari equivalent a jornada completa. Recordem que la bretxa en general és de 18% (any 2104). Les dades de l'estudi permeten descobrir altres característiques de la diferències salarials entre homes i dones:

- Per trams salarials, el 64% de les dones es troba en el tram inferior de salaris, i la seva presència disminueix a mesura que s'avança en els trams salarials, és a dir, en trams amb salaris més alts.
- Pel que fa a l'edat, hi ha una menor bretxa salarial entre homes i dones en els trams inferiors d'edat, aconseguint només el 9,5% en el cas de menors de 35 anys.
- Per nivell educatiu i qualificació del lloc de treball, com més gran és el nivell educatiu, s'observa una disminució de la bretxa salarial: en el cas de l'educació superior la bretxa és del 12,3%. No obstant això, no es dona una situació igual si s'analitza segons qualificació del lloc de treball ja que, de fet, en alta qualificació la bretxa salarial és d'un 16,8%. L'Indicador Sintètic de Qualitat Laboral (ISCL) realitzat en la investigació assenyala que les dones tenen una pitjor qualitat en les característiques dels llocs laborals que els seus col·legues masculins.
- Per comunitat autònoma, Andalusia és la que major bretxa salarial presenta (32,5%) en el salari anual brut, i és a La Rioja on s'observa una major bretxa salarial en relació amb el salari diari brut equivalent a jornada completa (33, 1%). I aquesta última dada és rellevant ja que és la comunitat

amb el major grau de feminització dels seus llocs de treball (superior al 70%).

En definitiva, existeix bretxa salarial entre homes i dones per raons de gènere en el sector turístic i aquesta bretxa afecta negativament les dones.

### 3. Factors que influeixen en la segregació ocupacional i la bretxa salarial en el sector turístic espanyol

En apartats anteriors, s'ha evidenciat tant a partir de les estadístiques com de les investigacions realitzades la desigualtat de les condicions laborals i la bretxa salarial de la dona en el sector turístic. Els factors que contribueixen a aquesta situació són múltiples i de naturalesa variada.

La sociologia, la psicologia, l'economia i els estudis feministes han intentat explicar les causes que produeixen tant la segregació ocupacional (vertical i horitzontal) com la bretxa salarial. En moltes d'aquestes teories apareixen factors coincidents amb el paper hegemònic de la dona en la societat i l'estructura patriarcal d'algunes organitzacions. En aquest sentit, s'ha vinculat la seva aparició amb aspectes relacionats amb la socialització del rol de gènere, com l'elecció d'un determinat perfil professional i l'educació, així com la tradicional divisió del treball domèstic i la influència dels entorns institucionals sobre les preferències individuals i col·lectives (Meulders i altres, 2005). Vázquez (2008) explica les diferències per la dificultat de conciliació de la vida familiar-laboral de les dones, així com pels estereotips socials i les cultures organitzatives masculinitzades.

Per a l'anàlisi de les barreres en el sector turístic cal tenir en compte que bona part d'aquestes barreres es relacionen amb factors socials estructurals relacionats amb el gènere (processos de socialització, educació, el que s'espera d'un en la nostra interacció amb els altres, valors culturals respecte a la dona) i altres que estan presents únicament en aquest sector.

El model desenvolupat per Segovia, Figueroa i Fuentes (2014), divideix els factors en:

- **Factors interns.** Són aquells sobre els quals la dona pot decidir, com el nivell o el tipus de formació, i també els relacionats amb la família i el rol que assumeix en aquesta esfera. També s'inclou l'edat, perquè és una característica individual i determina l'experiència laboral.
- **Factors externs.** Són aquells que influeixen de manera directa en la carrera professional de la dona, però sobre els quals es té una menor capacitat de decisió. Inclourien els factors socioculturals, la cultura corporativa i les polítiques d'empresa.

Vegem més en profunditat quins són els que més influeixen en el sector turístic.

#### Lectura recomanada

Per a entendre els factors que influeixen en la segregació i la bretxa salarial convé recordar el model presentat en l'apartat «Model conceptual: El gènere com a factor estructurador» del primer mòdul d'aquesta assignatura, ja que tots els obstacles presents en aquests factors estan relacionats amb els tres nivells d'anàlisi (nivell individual, interaccional i organitzatiu). Així mateix, per a una millor anàlisi es recomana la lectura de:

C. Figueroa; M. Segovia (coords.) (2016). *Brecha salarial e igualdad de género en las empresas turísticas-hoteleras*. Madrid: Fundamentos.



### 3.1. Factors interns

Des d'un punt de vista individual, el nivell educatiu (capital humà) és un factor clau que influeix en el tipus de treball i el nivell jeràrquic que es pot assolir. En el sector turístic i en línies generals, s'ha demostrat que els seus empleats tenen menors nivells educatius que els d'altres sectors econòmics. I més concretament, els empleats que treballen en el camp de les operacions de viatges i de les companyies de viatges tenen nivells més alts de formació que els que treballen en el sector d'allotjament i hoteleria (Sandybayev, 2015: 25-26). No obstant això, diferents estudis (Segovia i Figueroa, 2014; Marco, 2012; Rodríguez, Rubio, Esteban i Alonso, 2009) han assenyalat que aquest factor és irrelevant en el cas espanyol ja que les dones representen gairebé el 70% dels estudiants de titulació universitària en l'àmbit del turisme.

Per contra, sí que s'ha descobert que les variables relacionades amb la conciliació de la vida familiar i professional són la clau per entendre la segregació ocupacional i la bretxa salarial (Segovia i Figueroa, 2014). Bona part de les raons estan relacionades amb els horaris de feina en el sector. El sector necessita tenir una disponibilitat absoluta (24 hores / 7 dies a la setmana). D'aquesta manera, l'empleat ideal és aquell que no té dificultats per compatibilitzar vida familiar i personal i, com ja s'ha vist en el mòdul «Aproximacions teòriques i conceptuals a l'àrea de turisme i gènere», la dona és la que normalment té més dificultats per a això, pel seu rol predominant en l'esfera privada. Així mateix, la necessitat de viatjar en determinades cadenes hoteleres, companyies aèries o agències de viatges, limiten el desenvolupament professional de les dones per les càrregues familiars que assumeixen. Aquesta situació, segons McGehee i altres (2007), fa que les dones estiguin en desavantatge respecte als homes i que disminueixin les seves oportunitats de progressió laboral cap a posicions amb major responsabilitat i salari.

### 3.2. Factors externs

Pel que fa a les variables externes, els factors culturals i organitzatius són la clau per entendre la segregació i la bretxa salarial. El sector turístic pot considerar-se com un sector familiar, amb valors tradicionals i convencionals (Segovia i Figueroa, 2014), on la majoria de les empreses hoteleres porten al sector 50 o 60 anys (González i Talón, 1999) i la cultura organitzativa imperant és principalment masculina.

Així, alguns autors han assenyalat que el turisme ha perpetuat i reforçat la divisió del treball per raons de gènere i la generació d'estereotips (Sinclair, 1997; Segovia i Figueroa, 2014). Per aquest motiu la dona es troba en llocs de nivell inferior que podrien ser una extensió dels seus rols domèstics tradicionals, com ara recepcionistes, *chambermaids*, cambreres o cuineres (Campos, Marchante i Roperó, 2010; Segovia, Figueroa i Fuentes, 2014). A més, el turisme és una

activitat on l'estil de direcció segueix sent el masculí, i l'accés de la dona a llocs directius amb la consegüent transformació dels estils de lideratge, no és desitjada.

En definitiva, la cultura organitzativa present a les empreses del sector funciona com a barrera d'entrada a tot tipus de canvis que impliquin donar un paper diferent del tradicional a la dona. Només un canvi cultural propiciaria un avanç en aquest sentit, però portarà anys aconseguir transformar els factors organitzatius.

## 4. Recomanacions per a la igualtat de gènere en l'entorn laboral turístic

L'anàlisi de les dades estadístiques i de les investigacions dutes a terme fins a la data ha evidenciat la dificultat de trencar les barreres per evitar la segregació laboral i la bretxa salarial en el sector turístic. No obstant això, en els últims anys han sorgit estudis i investigacions que han ofert un seguit d'accions i recomanacions per fomentar la igualtat en el sector. De fet, McKinsey (2012) conclou que les empreses estan fent un esforç important per aconseguir-ho a través de mesures específiques, encara que els seus èxits siguin encara limitats.

Johns (2013) assenyala que per tenir èxit és fonamental el suport de la direcció de l'empresa, a més de comptar amb programes específics, assumir que poden existir idees preconcebudes i estereotips, i, per descomptat, fer un seguiment de les accions. D'aquesta manera, Burke (1997) considera fonamental fomentar un canvi d'actitud en els empleats cap a la igualtat en l'ocupació a través d'un augment en la participació dels empleats en l'elaboració dels plans d'equitat, no només en la seva definició, sinó també en les seves accions i criteris de compliment.

Per la seva banda, Myerson i Fletcher (2000) proposen implantar una estratègia de petits èxits i un pla de canvis incrementals. No obstant això, consideren que per fomentar un autèntic canvi cal abordar les arrels del problema modificant els factors culturals de l'organització. Per tant, proposen que l'organització ha de contestar les següents qüestions (Segovia i Figueroa, 2014:137):

- Com es desenvolupa el treball en aquesta organització?
- Qui té èxit en l'organització i qui no?
- Com s'interactua? Qui participa i qui no?
- Quins tipus de treballs i estils estan més valorats?
- Què s'espera dels líders de l'organització?
- Quines normes sobre horaris hi ha?
- Quin tipus de resultat individual es valora més?
- Com s'identifiquen les competències d'una persona quan se la contracta o es la promociona internament?

Per la seva banda, Dreher (2003) confirma la importància de les polítiques internes de recursos humans. D'aquesta manera, considera important que les empreses ofereixin als seus treballadores una major flexibilitat horària, la possibilitat de teletreballar i programes específics per a tenir cura de fills o gent gran.

Finalment, Segovia i Figuerola (2014) ofereixen una sèrie de recomanacions fruit dels resultats de la seva investigació, que s'estructuren en tres àmbits: el privat, el de les organitzacions i empreses i el de l'Administració:

- En el cas de l'**àmbit privat** de la dona destaquen les següents:
  - Cal que la dona tingui un objectiu clar sobre el futur de la seva carrera professional i que no desestimi llocs directius. En aquest sentit, Baumgartner i Schneider (2010) suggereixen la superació d'estereotips i que les dones no pressuposin que la vida familiar limitarà les seves carreres professionals, sinó que han de trobar la forma de compatibilitzar i fins i tot treure profit de les habilitats que li proporcionen la gestió de la llar familiar.
  - S'ha de buscar el suport i crear xarxes de dones que fomentin el seu ascens professional.
  - És fonamental el suport de la parella. Aquest suport es tradueix en coresponsabilitat i suposa una aportació tant en temps com psicològica. Alhora, les dones han d'involucrar més les seves parelles en les tasques de la llar i la cura dels fills.
- Les recomanacions per a les **empreses** són:
  - Fomentar programes de *mentoring* com a mètode per al desenvolupament de la dona. Baumgartner i Schneider (2010) recomanen l'elecció d'un mentor per facilitar l'aprenentatge de la dona. Aquesta persona triada com a mentor ha de ser algú que ja ha estat en llocs similars amb anterioritat.
  - Afavorir la formació específica per a la dona en aspectes com el lideratge, la gestió d'equips i l'estratègia, és quelcom àmpliament recomanat.
  - Complir amb els plans d'igualtat plantejats.
  - Conscienciar tota la plantilla sobre la importància de la igualtat per a l'èxit empresarial.
- Des del punt de vista institucional o d'**Administracions Públiques**:
  - S'ha de fomentar el canvi de cultura amb la conscienciació i la formació de tota la societat i de les empreses.
  - Donar impuls a la Llei de quotes, tot i que és una llei controvertida.

## 5. Conclusions

El sector turístic es presenta com un mercat laboral amb pitjors condicions laborals i una situació desfavorable per a la dona, encara que aquesta situació està generalitzada en l'entorn laboral internacional. D'altra banda, és un fet que la disponibilitat de dades estadístiques sobre la situació de la dona en l'entorn laboral és creixent i molt important. Tanmateix, en el cas del sector turístic hi ha una manca clara d'aquestes dades, fet que fa necessari haver de recórrer a fonts d'informació secundàries per intentar aclarir la situació de la dona en el sector turístic.

Les dades estadístiques i les investigacions existents en aquesta àrea han posat en evidència que les condicions laborals de la dona són pitjors que les dels homes, amb l'aparició de segregació horitzontal, vertical i bretxa salarial. Aquests resultats són preocupants si es té en compte la importància que la dona té en el desenvolupament del sector. Així mateix, impliquen una pèrdua de talent atès el gran volum de titulades universitàries existents en l'actualitat. El cas espanyol és especialment rellevant pel seu pes mundial com a destinació turística i per la importància d'aquest sector per a l'economia espanyola.

Pel que fa a les recomanacions, cal l'intercanvi de coneixement entre els agents polítics, els directius i els propis implicats en l'empresa perquè hi hagi un canvi en l'estructura política i organitzativa i les dones i els homes puguin accedir als mateixos llocs directius en igualtat de condicions.

## 6. Casos d'èxit

### 6.1. Cas d'estudi 1: Bodegas Maestro Sierra

El món del vi és un món masculí, però les dones no paren de guanyar protagonisme com a professionals i com a consumidores (Lara, 2016). La dona està present en totes les fases del procés de producció del vi: viticultura, elaboració, direcció, comercialització, i la majoria dels enòlegs del món són dones, igual que passa amb les sommeliers (Lara, 2016). Així mateix, la dona va augmentat la seva participació com a consumidora: actualment, a Espanya, les dones es fan càrrec de comprar vi en un 43% dels casos, i en un 23% es tracta d'una tasca compartida amb un home, dins de les famílies (Observatori Espanyol del Mercat del Vi, 2015).

D'altra banda, el vi s'ha convertit en un veritable recurs turístic. Getz i Brown (2006), defineixen el turisme del vi com una estratègia per desenvolupar l'àrea geogràfica i el mercat del vi d'una determinada zona, i com una oportunitat de promoció dels cellers per vendre els seus propis productes directament als consumidors. Un dels destins enoturístics més importants a Espanya és el Marco del Jerez, el segon més important d'Espanya amb 444.427 visites el 2014 (Asociación Española de Rutas del Vino, 2015). El Marco del Jerez, denominació d'origen Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda i Vinagre de Jerez, inclou vuit municipis de la província de Cadis (Jerez de la Frontera, Puerto de Santa Maria, Sanlúcar de Barrameda, Chiclana, Chipiona, Puerto Real, Rota i Trebujena) i un municipi en la província de Sevilla (Lebrija). Tal com apunten García, Guzmán, Ruiz i García (2010: 224), els vins de Jerez estan criats i envellits amb un procés d'elaboració genuí i singular, conegut com el sistema de *criaderas y soleras*, el que fa que els vins més joves d'aquesta zona tinguin una vellesa mínima de tres anys, una cosa inèdita en altres denominacions d'origen. Els vins de Jerez presenten una àmplia tipologia. Així, l'elenc va des dels més pàl·lids i secs (com el fi o la camamilla) fins als més foscos i dolços (on destaca el moscatell i el Pedro Ximénez). Aquesta àmplia varietat de gustos, sabors i aromes ha permès que històricament Jerez presenti una gran vocació exportadora, ja que els seus principals mercats es troben fora d'Espanya, fonamentalment al Regne Unit, Holanda i Alemanya.

En aquest context destaca la Bodega Maestro Sierra, fundada el 1830 pel mestre boter Sierra, aliè a les famílies cellereres de Jerez i amb la qualitat i la tradició com a màxim estendard. Una altra de les singularitats d'aquest celler és que és l'únic celler de Jerez que es troba dirigit per una dona, Pilar Plá Pechovierto, i que ho fa des de 1976, quan va quedar vídua d'Antonio Borrego Casa. Amb una fortalesa d'esperit encomiable, va saber posar-se al capdavant d'un negoci

fins aleshores desconegut per a ella i elevar-lo a la categoria del que és en l'actualitat: un celler de prestigi universal, guardonat el 2011 com un dels cent cellers més importants del món per la prestigiosa revista *Wine & Spirits*.

Però és que aquest celler podria considerar un celler «de dones», ja que els principals llocs de direcció estan ocupats per elles. En aquest cas, es poden analitzar les barreres culturals i socials a què s'ha hagut d'enfrontar una dona dirigint un negoci tan tradicional com és el dels vins, dins d'una societat com l'andalusa, amb una cultura també tradicional. Aquest cas és l'exemple de la força i la personalitat d'una dona amb un estil de lideratge concret, que ha aconseguit establir i conservar una tradició vinatera per convertir aquest celler en una referència.

## 6.2. Cas d'estudi 2. Agència de viatges Focus on Women

A continuació es presenta un altre cas d'èxit d'una empresa dirigida per una dona. L'empresa és Focus on Women, una agència de viatges especialitzada en viatges exclusivament per a dones que va sorgir l'any 2009 de la mà d'Alice Fauveau, economista i cantant d'òpera. Aquesta agència pretén canviar el concepte d'agència amb «un nou model turístic enfocat a visibilitzar la cultura de la dona al món» (Focus on Women, 2016). En concret:

«El nostre objectiu és visibilitzar a la dona i connectar a dones increïbles al llarg del planeta, a través dels viatges. Cada un dels viatges de Focus on Women és una font d'inspiració en si mateixa perquè, entre totes, creiem un turisme positiu i canviem el món.»

Aquesta agència reuneix tres components fonamentals que ajuden a aplicar la perspectiva de gènere al turisme:

- Trencar la segregació vertical i il·lustra l'emprenedoria femenina. Està dirigida per una dona que ha liderat aquest nou concepte de viatges aplicant una nova filosofia més social, obrint-se pas en un sector masculinitzat i en el qual la competència és ferotge
- Els seus viatges tenen un component de desenvolupament local i turisme sostenible. Les seves propostes a més d'incloure les visites a la ciutat o el patrimoni històric de cada país, ofereixen la participació en activitats amb dones locals per conèixer més en profunditat la seva visió sobre la cultura, la ciutat i el país. També s'ofereix la possibilitat de visitar projectes de cooperació i acció social dirigits per dones. El 7% del benefici net dels seus viatges els destinen a projectes de gènere i infància al Marroc, Perú, Madagascar, Etiòpia i Vietnam. A la seva pàgina web es pregunta: «T'imagines el que pots veure en una perruqueria per a dones a l'Iran?; què li preguntaries a una directora de cinema a Marràqueix?; vols passejar amb unes valentes emprenedores per les espectaculars muntanyes de Vietnam?».
- És la primera agència dirigida a les dones. Aquest és un nou nínxol de mercat que, encara que a Espanya estigui encara molt poc desenvolupat,

ha tingut una gran expansió en països com Estats Units (Segovia, 2011). Ofereix un lloc de trobada acollidor per a dones que en un moment donat vulguin viatjar però que no tenen amb qui (viatge en solitari però sense connotacions sexuals), o per viatjar amb un grup d'amigues o familiars.



## Bibliografia

**Adler, R. D.** (2001). «Women in the executive suite: correlate to high profits». [http://www.csripraktiken.se/wp-content/uploads/adler\\_web.pdf](http://www.csripraktiken.se/wp-content/uploads/adler_web.pdf).

**Asociación Española de Rutas del Vino** (2015). «Las Rutas del Vino». [http://www.hosteltur.com/119162\\_acevin-entrega-premios-enoturismo-rutas-vino-espana.html](http://www.hosteltur.com/119162_acevin-entrega-premios-enoturismo-rutas-vino-espana.html).

**Baker, S.; Green, H.** (2005). «Blogs will change your business». *Business Week*, May 2 (pàg. 57-67).

**Baumgartner, M. S.; Schneider, D. E.** (2010). «Perceptions of Women in Management: A Thematic Analysis of Razing the Glass Ceiling». *Journal of Career Development*, 37(2) (pàg. 559-576).

**Blake, A.; Arbache, J. S.; Sinclair, M. T.; Teles, V.** (2008). «Tourism And Poverty Relief». *Annals Of Tourism Research*, 35 (1) (pàg. 107-126).

**Breathnach, P.; Henry, M. D.; O'Flaherty, M.** (1994). «Gender in British tourism employment». A: V. Kinnaird; D. Hall (eds.). *Gender: A tourism analysis* (pàg. 52-73). Chichester: Wiley.

**Burke, R. J.; McKeen, C. A.** (1996). «Do Women at the Top Make a Difference? Gender Proportions and the Experiences of Managerial and Professional Women». *Human Relations*, 49(8) (pàg. 1093-1104).

**Campos, A.; Marchante, A.; M. A. Ropero** (2011). «Patterns of occupational segregation by gender in the hospitality industry». *International Journal of Hospitality Management*.

**Carter, D. A.; Simkins, B. J.; Simpson, W. G.** (2002). «Corporate Governance, Board Diversity, and Firm Performance (March 2002)». *Oklahoma State University Working Paper*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=304499](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=304499).

**Cave, P.; Kilic, S.** (2010). «The Role Of Women In Tourism Employment With Special Reference To Antalya, Turkey». *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), (pàg. 280-292). Doi:10.1080/19368621003591400.

**CC. OO.** (2008). «La (des)igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el caso de la hostelería: El caso español». III Conferencia de Sindicatos de Turismo del Sur de Europa. Malta, junio 2008.

**Comissió Europea** (2011). «Report on Progress on Equality between Women and Men in 2010: The gender balance in business leadership». Luxemburg.

**Comissió Europea** (2012). «Women in Decision-Making Positions». [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm).

**Dreher, G. F.** (2003). «Breaking the glass ceiling: The effects of sex ratios and work-life programs on female leadership at the top». *Human Relations*, 56(5) (pàg. 541-562).

**Eurostat** (2012). Base de dades en línia. <http://ec.europa.eu/eurostat>.

**Figueroa, C.; Segovia, M.** (2014). «La Brecha Digital y La Mujer en Puestos Tecnológicos de Alta Dirección en el Sector Hotelero». A: M. Segovia; C. Figueroa (coords.). *Mujer y Alta Dirección en el Sector Turístico*. Madrid: Síntesis.

**Figueroa, C.; Segovia, M.** (2016). *Brecha salarial e igualdad de género en las empresas turísticas-hoteleras*. Madrid: Fundamentos.

**Figueroa, C.** (2011). «Mujer y tecnología». A: J. M. Rodríguez Antón; M. M. Alonso (coords.). *Turismo y Género*. Madrid: Síntesis.

**Figueroa, C.; Segovia, M.; Talón, P.** (2010). «La perspectiva de género y el uso de Internet en la comercialización turística». VI Congreso Nacional de Turismo y Tecnologías de la información y las Comunicaciones. Universidad de Málaga, octubre 2010.

**García, J. R.; Guzmán, T. L.; Ruiz, Cañizález, S. M.; García, M. J.** (2010). «Turismo del vino en el marco de Jerez. Un análisis desde la perspectiva de la oferta». *Cuadernos de Turismo*, (26) (pàg. 217-234).

- García, A.; Campos, J. A.; Sánchez, J. L.; Marchante, M.** (2012). «The Regional Wage Gap In The Spanish Hospitality Sector Based On A Gender Perspective». *International Journal Of Hospitality Management*, 31 (pàg. 266-275).
- Gentry, K. M.** (2007). «Belizean Women And Tourism Work: Opportunity Or Impediment?». *Annals Of Tourism Research*, 34(2) (pàg. 477-496).
- González, L.; Talón, P.** (1999). *Dirección hotelera: Operaciones y procesos*. Madrid: Pirámide.
- Getz, D.; Brown, G.** (2006). «Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis». *Tourism Management*, 27 (pàg. 46-158).
- Groshen, E. L.** (1991). «The Structure Of The Female/Malewage Differential: Is It Who You Are, What You Do, Or Where You Work?». *Journal Of Human Resources*, 26, (pàg. 457-473). <http://www.josanders.com/pdf/gendertech0705.pdf>.
- Institut d'Estudis Turístics** (2016). Base de dades en línia. <http://www.iet.tourspain.es/>.
- Institut de la Dona** (2014). «Plan estratégico de Igualdad de Oportunidades 2014-2016», Institut de la Dona i per la Igualtat d'Oportunitats Ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat. <http://www.inmujer.gob.es/actualidad/PEIO/docs/PEIO2014-2016.pdf>.
- Institut de la Dona** (2015). Base de datos en línea. <http://www.inmujer.es/>.
- Institut de la Dona** (2015). «Recomendaciones para actuar frente a la brecha salarial de género en una organización». <http://www.igualdadenaempresa.es/>.
- Institut Nacional d'Estadística** (2016). Base de dades de l'Enquesta de Població Activa (EPA). <http://www.ine.es/>.
- Institut Nacional d'Estadística** (2016). Base de dades de l'Enquesta d'Estructura Salarial. <http://www.ine.es/>.
- Johns, M. L.** (2013). «Breaking the Glass ceiling: structural, cultural, and organizational Barriers Preventing Women from achieving senior and executive Positions». *Perspectives in Health Information Management*, Winter 2013, (pàg. 1-11).
- Jordan, F.** (1997). «An occupational hazard? Sex segregation in tourism employment». *Tourism Management*, 18(8) (pàg. 525-534).
- Kelan, E. K.** (2007). «Tools and toys: Communicating gendered positions towards technology. Information». *Communication & Society*, 10(3) (pàg. 358-383).
- Kelan, E. K.** (2009). «Gender fatigue: The ideological dilemma of gender neutrality and discrimination in organizations». *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 26(3), (pàg. 197-210).
- Koppi, T.; Sheard, J.; Naghdy, F.; Edwards, S. L.; Brookes, W.** (2010). «Towards a gender inclusive information and communications technology curriculum: A perspective from graduates in the workforce». *Computer Science Education*, 20(4) (pàg. 265-282).
- Lara, L.** (2016). «El vino ya es cosa de mujeres». *El Mundo*. <http://www.elmundo.es/papel/gastro/2016/08/31/57c6b56046163f44178b4596.html>.
- Lacher, R. G.; Oh, C-O.** (2012). «Is Tourism A Low-Income Industry? Evidence From Three Coastal Regions». *Journal Of Travel Research*, 51(4) (pàg. 464-472).
- Lawson, K.D.; Crouter, A. C.; O'neill, J. W.** (2012). «Understanding work-family spillover in hotel managers». *International Journal of Hospitality Management*, 33 (pàg. 273-281).
- LeanIn.Org y McKinsey** (2016). «Women in the Workplace 2016». <https://womenintheworkplace.com/>.
- Marcé, R.; Milan, N.** (2011). «Mujer y turismo: la igualdad no existe». *Hosteltur*. [http://www.hosteltur.com/132250\\_mujer-turismo-igualdad-no-existe.html](http://www.hosteltur.com/132250_mujer-turismo-igualdad-no-existe.html).
- Marco, R.** (2012). «Gender And Economic Performance: Evidence From The Spanish Hotel Industry». *International Journal of Hospitality Management*, 31 (pàg. 981-989).
- McGehee, N.; Kim, K.; Jennings, G. R.** (2007). «Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship». *Tourism Management*, 28 (pàg. 280-289).

**McKinsey & Company** (2012). «Women Matter: Making the breakthrough». <http://www.mckinsey.com/>.

**Meulders, D.; Plasman, R.; Rycx, F.** (2005). «Les inegalités salariales de genre: expliquer l'injustifiable ou justifier l'inexplicable». *Reflets et perspectives*, XLIII(2) (pàg. 95-107).

**Meyerson, D.; Fletcher, J. K.** (2000). «A Modest Manifesto for Shattering the Glass Ceiling». <https://hbr.org/2000/01/a-modest-manifesto-for-shattering-the-glass-ceiling>.

**Montero, B.; Hernández, M.; Camacho, J. A.** (2013). «Mercado de trabajo y juventud: análisis de la segregación laboral». X Jornadas de Economía Laboral Madrid, 11 i 12 de juliol de 2013.

**Muñoz, F.** (2009). «The gap between male and female pay in the spanish tourism industry». *Tourism Management*, 30(5) (pàg. 638-649).

**Nacions Unides** (2011). «Informe Desarrollo Humano 2011. Sostenibilidad y Equidad: un mejor futuro para todos». Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <http://hdr.undp.org/>.

**Nacions Unides.** «Índice de Desigualdad de Género». <http://hdr.undp.org/es/content/%C3%ADndice-de-desigualdad-de-género>.

**Observatori Espanyol del Mercat del Vi.** «La mujer y el vino en España». <http://www.oemv.es/esp/la-mujer-y-el-vino-en-espana-36k.php>.

**Organització Mundial del Turisme** (2011). «Global Report on Women in Tourism 2010». United Nations World Tourism Organizations and United Nations Entity for Gender Equality and the Employment of Women.

«Pacte Europeu per la Igualtat de Gènere (2011-2020)». <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:155:0010:0013:ES:PDF>.

**Purcell, K.** (1997). «Women's employment in UK tourism: Gender roles and labour markets». A: M. T. Sinclair (ed.) *Gender, Work and Tourism* (pàg. 33-56). Londres: Routledge.

**Ramos, V.; Rey-Maqueira, J.; Tugores, M.** (2002). «Análisis empírico de discriminación por razón de género en una economía especializada en turismo». *Annals Of Tourism Research En España*, vol. 4(1) (pàg. 239-258).

**Redondo, M.; Jimeno, J.** (2005). «Sobre el techo de cristal empresarial». *Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 71 (pàg. 42-46).

**Sandström, U.** (2009). «Combining Curriculum Vitae And Bibliometric Analysis: Mobility, Gender And Research Performance». *Research Evaluation*, 18(2) (pàg. 135-142).

**Sandybayev, A.** (2015). «Generating Factors for Female Managers in the Tourism Sector of Northern Cyprus». *International Journal of Research in Tourism and Hospitality* (vol. 1, núm. 1, pàg. 23-28).

**Santero, R.; Segovia, M.; Castro, B.; Figueroa, C.; Talón, P.** (2015). «Gender differences in the hospitality industry: a Job quality index». *Tourism Management*, 51 (pàg. 234-246).

**Santos, J. D.; Verajao, J.** (2006). «Employment, Pay And Discrimination In The Tourism Industry». *Working Paper*. Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

**Segovia, M.** (2011). «Los Productos Turísticos desde la perspectiva de género». A: M. Rodríguez; M. M. Alonso. *Turismo y Género*. Madrid: Síntesis.

**Segovia, M.; Figueroa, C.; Fuentes, L.** (2014). «Mujer y Alta Dirección en el Sector Turístico: Definición del Techo de Cristal y sus Factores». A: M. Segovia; C. Figueroa (coords.). *Mujer y Alta Dirección en el Sector Turístico* (pàg. 5-15). Madrid: Síntesis.

**Segovia, M.; Figueroa, C.** (2009). «La perspectiva de género como nuevo elemento de diferenciación en el turismo». XIV Congreso AECIT. Retos para el turismo español. Cambio de paradigma. 18 y 19 de noviembre de 2009. Gijón.

**Segovia, M.; Figueroa, C.** (coords.) (2014). *Mujer y Alta Dirección en el Sector Turístico*. Madrid: Síntesis.

**Sinclair, M. T.** (1997). «Issues And Theories Of Gender And Work In Tourism». A: M. T. Sinclair (ed.) *Gender, Work And Tourism* (pàg. 1-15). Londres: Routledge.

**Skalpe, O.** (2007). «The CEO Gender Pay Gap In The Tourism Industry—Evidence From Norway». *Tourism Management*, 28 (pàg. 845-853).

**Solevmani, S.; Mosavi, S. Y.; Parirokh, M.** (2011). «The relationship between usage rate of information and communication technology and demographic features of faculty members of Ferdowsi University of Mashhad». *Information Sciences and Technology*, 26(2) (pàg. 335-354).

**Sorensen, E.** (1989). «Measuring Pay Disparity Between Typically Female Occupations And Other Jobs: A Bivariate Selectivity Approach». *Industrial And Labour Relations Review*, 42 (pàg. 624-639).

**Thrane, C.** (2008). «Earnings differentiation in the tourism industry: Gender, human capital and socio-demographic effects». *Tourism Management*, 29(3) (pàg. 514-524).

Tractat d'Amsterdam. <http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-es.pdf>.

**Tugores, M.** (2008). «Reconciling work and family from a gender perspective: an application to the Balearic Hotel industry». *Tourism Economics*, 14(1) (pàg. 223-239).

**UGT** (2011). «Informe de Desigualdad Salarial». [http://www.democraciapartitaria.com/administracion/cuotas\\_participacion/ficheros/21022011151359UGT%20informe%20igualdad%20salarios.pdf](http://www.democraciapartitaria.com/administracion/cuotas_participacion/ficheros/21022011151359UGT%20informe%20igualdad%20salarios.pdf).

**UN Women** (2015). «Infografía: Igualdad de género – ¿Dónde nos encontramos hoy?». <http://www.unwomen.org/en/digital-library/multimedia/2015/9/infographic-gender-equality-where-are-we-today>.

**Wickramasinghe, V.** (2009). «Predictors of job satisfaction among IT graduates in offshore outsourced IT firms». *Personnel Review* (vol. 38, núm. 4, pàg. 413-431).

**World Economic Forum** (2015). «Global Gender Gap Report». <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2015/>.