

Las mujeres en el sector turístico en la región del Norte de África y Oriente Medio

Azzurra Rinaldi

El 54% de las personas empleadas en turismo son mujeres, un porcentaje muy superior a la media de otros sectores, donde solo representan el 39%

El turismo puede ofrecer oportunidades de trabajo a las mujeres, contribuyendo a su empoderamiento económico y, a través de éste, a una mayor autonomía

Es necesario integrar los objetivos de igualdad de género en las políticas nacionales de turismo, lo que redundaría en una mayor riqueza

El turismo es un sector que tradicionalmente ofrece un enorme potencial para la igualdad de género. Al mismo tiempo, es un sector que todavía presenta numerosos desafíos. Por ejemplo, desde la perspectiva del empleo, encontramos una profunda diversificación vertical y horizontal entre micro, pequeñas y medianas empresas de todo mundo.

Como es sabido, el empleo en el sector turístico está doblemente ligado a la estacionalidad y obliga en cierto modo a la contratación a tiempo parcial, lo que no favorece la estabilidad. Por esta razón, en muchos casos, se trata de empleos que se caracterizan por un alto grado de incertidumbre.

En los últimos años, el sector turístico ha crecido de forma casi constante a nivel mundial, proporcionando trabajo a una de cada 10 personas. Esto era así hasta el año pasado, cuando la pandemia y la crisis resultante produjeron una brusca contracción del volumen de los flujos turísticos internacionales. Como consecuencia, se ha registrado una significativa reducción de empleo en el sector, afectando sobre todo a la fuerza laboral femenina, tanto en los países emergentes como en los avanzados.

De hecho, incluso en los años de la rápida expansión del sector turístico,

que es notoriamente intensivo en mano de obra, la creación de puestos de trabajo ha ido adoptando características cualitativas y cuantitativas diferentes para hombres y mujeres, como, por otra parte, ocurre en otros sectores productivos.

En el mundo, solo una sobre dos mujeres está empleada (del total de mujeres en edad de trabajar, es decir entre 15 y 64 años) y, sin embargo, las que tienen empleo ganan menos que los hombres: según los últimos datos del Banco Mundial (BM), por cada dólar que gana un hombre, una mujer consigue entre 65 y 75 céntimos. Incluso en la Unión Europea, la remuneración de las mujeres es alrededor de un 16% inferior a la de los hombres y, como en el resto del mundo, enfrentan mayores dificultades en diversos aspectos de su vida laboral y empresarial, como por ejemplo, en el acceso al crédito, con enormes consecuencias en el proceso de desarrollo de los países emergentes, pero también, obviamente, en el de empoderamiento de las mujeres mismas: la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés) calcula que, precisamente en los países en desarrollo, el 70% de las pequeñas y medianas empresas (pymes) propiedad de mujeres no son atendidas, o están infraatendidas, por las institu-

ciones financieras, con un déficit de crédito que asciende a 285.000 millones de dólares.

Estas no son las únicas formas en las que se configura la brecha de género. Incluso las inversiones en capital humano o la creación de redes sociales se ven afectadas por el género, determinadas por las prácticas comunes relativas al género, que animan a los hombres a construir estrategias más eficaces y, en consecuencia, a obtener mejores rendimientos de las inversiones realizadas en su capital humano. Sin contar el ya bien sabido sesgo del mismo sexo: por ejemplo, los responsables de recursos humanos tienden a seleccionar candidatos del mismo género, ya que los perciben más similares a ellos mismos.

Es una oportunidad perdida. El turismo, de hecho, puede ofrecer posibilidades de trabajo también a las mujeres, contribuyendo a su empoderamiento económico y, a través de éste, al incremento de su poder de negociación dentro de las familias.

Empecemos con algún dato a nivel mundial: el 54% de las personas empleadas en el turismo son mujeres, un porcentaje muy superior a la media de los demás sectores, en los que solo representan el 39% de los empleados. Las mujeres están sobrerre-

Azzurra Rinaldi es directora de la Escuela de Economía de Género, investigadora principal de Economía, Economía de los Países Emergentes y Economía del Turismo, Università degli Studi di Roma-Unitelma Sapienza.

presentadas no solo en el turismo, sino también en los ministerios correspondientes donde ocupan el 23% de los puestos (frente al 20,7% del total de los ministerios). Si, además, observamos los datos sobre las remuneraciones, vemos que en el sector turístico las mujeres ganan un 14,7% menos que los hombres. Por tanto, también existe una brecha salarial de género en este ámbito. Sin embargo, de la misma manera, podemos apreciar que es inferior a la media de los demás sectores productivos, en los que la brecha salarial alcanza el 16,8%.

Estos datos alentadores no están distribuidos de forma homogénea en todo el mundo. En algunas zonas, el porcentaje de mujeres empleadas en el sector turístico es de hecho muy bajo, como ocurre en algunos países del continente africano y en Oriente Medio.

En líneas generales, podemos afirmar que el sector turístico ofrece más oportunidades de empoderamiento a las mujeres, en comparación con otros sectores. Sin embargo, no podemos olvidar que también en el sector turístico podemos encontrar focos de discriminación de género, vinculados, por ejemplo, al hecho de que las mujeres tienden a ocupar puestos de trabajo mal remunerados o inestables. Asimismo, como sucede en otros sectores, observamos fenómenos de segregación tanto verticales como horizontales en el mercado del trabajo.

Asistimos a una segregación horizontal en el momento en que las mujeres encuentran empleo en sectores diferentes a los de los hombres, mientras que incurrimos en la segregación vertical según la típica pirámide de género, en la que prácticamente solo hombres acceden a los cargos superiores.

En algunos países, tales diferencias se atribuyen al hecho de que el turismo requiere unos horarios de trabajo que perjudican más a las mujeres que a los hombres. A esto se añade que el sector turístico también se caracteriza por la presencia de brechas salariales de género. Asimismo,

Número y porcentaje de personas empleadas por género en actividades de servicios de alojamiento y comidas, 2009-2018

	Nº de países incluidos en la muestra	Nº de personas empleadas (x 1.000)	Nº de mujeres empleadas (x 1.000)	Mujeres trabajadoras (%)
Américas	33	28.040	16.034	57
África	37	6.602	4.881	69
Asia-Pacífico	29	58.669	31.047	53
Europa	45	16.264	8.580	53
Oriente Medio	13	2.897	310	9
Mundo	157	112.500	60.887	54

Nota: debido a la falta de datos desagregados en el sector turismo, los datos sobre las actividades de alojamiento y servicios de alimentación se han utilizado como indicador del empleo turístico.
Fuente: Organización Internacional del Trabajo ILOSTAT (2018B).

como señala la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se observa una divergencia estructural entre cualificaciones y competencias de las mujeres y su empleo real en el sector. Las investigaciones que analizan las diferencias de género en términos de organización empresarial señalan la presencia del denominado “techo de cristal” que bloquea a las mujeres en lo que concierne el acceso a puestos directivos y mejor remunerados, evidenciando que el género tiene un impacto negativo en los ingresos de las mujeres. Esta evidencia se ve igualmente confirmada por otras publicaciones sobre la infrarrepresentación de las mujeres en puestos de liderazgo dentro de la industria del turismo.

Si bien las mujeres constituyen la cuota más elevada dentro de la fuerza laboral empleada en el sector turístico, sus condiciones laborales están lejos de ser favorables y son, sin duda, peores que las de sus homólogos masculinos. Emerge, así, la necesidad de abrir nuevas perspectivas en la gestión de la promoción profesional de las mujeres.

A pesar de todo, como ya hemos adelantado, es importante seguir subrayando las potencialidades que residen en el sector turístico, también desde el punto de vista del avance cultural de las mujeres y de su proceso de empoderamiento económico. Si, por ejemplo, tomamos en consideración el sector hotelero, las

mujeres representan alrededor del 70% de la fuerza laboral (OIT, 2020).

Potencialidades

La participación en el mercado laboral del sector turístico puede representar una herramienta de empoderamiento eficaz, tanto por el incremento de autoestima como por la creación de nuevos modelos de liderazgo, más allá de la generación de ingresos. De hecho, cuando las mujeres empiezan a trabajar en el sector turístico, a parte de ganar un ingreso que pueden gestionar de forma independiente, empiezan a ser más conscientes de cuestiones de enorme importancia como las relacionadas con la salud o la carga de trabajo de cuidados no remunerados. Se han publicado numerosos estudios que atribuyen al sector turístico un papel clave en el desarrollo económico. Esto es cierto también para los países emergentes, en los que este sector productivo se puede gestionar con el fin de apoyar a las mujeres en un proceso de crecimiento profesional y social y, al mismo tiempo, obtener los mejores resultados económicos para el país.

Pero ¿por qué es tan oportuno y urgente analizar la contribución del sector turístico en el proceso de empoderamiento de las mujeres, sobre todo en los países emergentes?

Brecha salarial de género en el turismo, 2014-2018 (%)

Países con datos disponibles

	Ingresos de las mujeres como porcentaje de los ingresos de los hombres		
	Economía en general	Actividades de alojamiento y comidas	Diferencia
Arabia Saudí	93,64	126,14	32,50
Catar	86,16	139,57	53,41
EAU	70,11	95,29	25,19
Egipto	83,96	74,82	-9,14
Jordania	90,34	111,73	21,40

Nota: se utilizan datos sobre las actividades de alojamiento y servicios de alimentación como indicador del empleo turístico.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo, ILOSTAT (2018B).

En primer lugar, porque son todavía demasiado pocas las acciones orientadas a eliminar las barreras que impiden el pleno empleo de las mujeres en el sector. En particular, en los países emergentes, como es sabido, las mujeres no suelen tener muchas oportunidades de competir en igualdad de condiciones con sus homólogos masculinos, precisamente a causa de numerosas barreras, tanto visibles como invisibles.

En los países emergentes la condición de las mujeres es, en algunos casos, incluso más delicada que en los países avanzados. Un reciente estudio del Banco Mundial afirma que en la región de Oriente Medio y Norte de África (MENA), las mujeres están considerablemente infrarrepresentadas en el sector turístico: solo el 5% de las empresas tiene una directora y solo el 4% de esas empresas es propiedad de una mujer. Según datos de la OMT, en Oriente Medio las mujeres empleadas en el sector turístico representan solo el 8% de la fuerza laboral del sector, aunque cubren alrededor del 17% del empleo total.

Si profundizamos en algunos países, por ejemplo una investigación sobre Irán realizada en 2017 demostró que, aunque estén más cualificadas que los hombres, las iraníes no pueden aceptar puestos de trabajo acordes con sus competencias porque una normativa gubernamental impide a los hoteles contratar a mujeres en puestos de responsabilidad senior.

En el sector de la hostelería en Turquía, las mujeres ganan menos porque

estructuralmente están empleadas en posiciones laborales menos prestigiosas y peor remuneradas.

En Namibia, aunque en líneas generales los hogares encabezados por hombres tienen una mayor seguridad económica, ese nivel también lo alcanzan los hogares encabezados por aquellas mujeres empleadas en la industria turística.

Algunas investigaciones han destacado que en Uganda, entre la población Bakiga involucrada en los proyectos de ecoturismo, los papeles tradicionales vinculados a las mujeres han cambiado, contribuyendo a una mayor autonomía, determinada también por su capacidad de conseguir ingresos.

En Sudáfrica, la contribución directa e indirecta del sector turístico al PIB nacional asciende al 2,8% y al 8,2% respectivamente (NDP, 2019). El turismo se configura en este país como una fuente de ingresos relevante para muchas micro y pequeñas empresas en las zonas remotas y rurales, gracias a su potencial de creación de empleo. Según datos publicados en el Plan de Desarrollo de 2019, las mujeres representan el 70% de las personas empleadas en el sector turístico. A pesar de esto, ocupan menos del 40% de los puestos directivos, menos del 20% de los de dirección general y menos del 8% de los puestos en los consejos de administración. Con la Covid-19, la situación no ha mejorado. Análisis recientes demuestran que las mujeres sudafricanas experimentan una mayor incertidum-

bre sobre su futuro laboral y que no podrán encontrar un nuevo empleo en el sector turístico (aunque sea uno de los sectores en los que la cuota de empleo femenino es más elevada).

Conclusiones

Debido al crecimiento constante del sector turístico de las últimas décadas (a excepción del último año, en el que la pandemia de la Covid-19 ha causado una brusca contracción), las oportunidades que ese sector puede ofrecer a las mujeres aumentan, tanto en los países emergentes, como en los países avanzados. Para que esto se produzca, es necesario que el proceso espontáneo se vea reforzado por un sistema de políticas gubernamentales de apoyo no solo al empleo femenino, sino también al emprendimiento promovido por las mujeres, partiendo de las barreras estructurales ahora conocidas como por ejemplo, el acceso al crédito.

Ni que decir tiene que aumentar la autonomía e independencia de las mujeres en los países emergentes podría convertirse en una herramienta de desarrollo para todo el país. Por tanto, es necesario partir de una colaboración más estrecha entre las instituciones que ofrecen formación en el sector turístico y el sector privado con el fin de promover la transición de las mujeres de la fase formativa a la fase laboral. En Oriente Medio, por ejemplo, los logros de las mujeres en materia de formación no se han traducido en una mejora de su posición en el mercado laboral (aunque también en esa región —como a menudo pasa— las mujeres obtienen mejores resultados que los hombres en términos de formación).

En conclusión, es necesario integrar los objetivos de igualdad de género dentro de las políticas nacionales de turismo en una perspectiva estratégica, abriendo de esta forma la posibilidad de obtener beneficios en términos de creación de una mayor riqueza no solo para las mujeres, sino para todo el sistema económico en su conjunto. ■