

## Tourism education and research in Spain from a gender perspective

Tatiana Iñiguez Berrozpe  
*Universidad de Zaragoza*  
[tatianai@unizar.es](mailto:tatianai@unizar.es)

Marta Plumed Lasarte  
*Universidad de Zaragoza*  
[mplumed@unizar.es](mailto:mplumed@unizar.es)

María Pilar Latorre Martínez  
*Universidad de Zaragoza*  
[latorrep@unizar.es](mailto:latorrep@unizar.es)

Recibido: 17-04-2013  
Aceptado: 21-06-2013

*Keywords:* tourism; gender; research; education; crisis

*Palabras clave:* turismo; género; investigación; formación; crisis

### ABSTRACT

Despite women are a very relevant collective for the Tourism sector in Spain, as they nourish in higher percentage than men both professional and academic fields, they keep on being under-represented in positions of responsibility in the academic and scientific areas. The purpose of this work is to analyze the percentage of women's participation in those two aspects of tourist sector at a national level with the aim of elucidating the causes. Derivative of these empirical data it is concluded that it is necessary a greater commitment to education, research and innovation in the field of tourism as a competitive tool to overcome the economic crisis, considering criteria of social responsibility and effective gender equality, and purposing strategic steps to achieve that goal.

### RESUMEN

Formación e investigación en turismo en España desde una perspectiva de género. A pesar de que las mujeres son un colectivo relevante para el sector turístico en España, existiendo un mayor número de éstas tanto al hablar de formación superior, como a nivel de ocupación laboral, continúan estando infrarrepresentadas en puestos de responsabilidad en el entorno científico-académico. El fin del presente trabajo es analizar la participación de las mujeres en estos dos ámbitos del sector turístico en el territorio nacional, tratando de dilucidar sus causas. El estudio concluye que el turismo debe posicionarse como principal fuente competitiva para salir de la crisis económica, a través de la formación, la investigación y la innovación, apostando por la igualdad efectiva entre hombres y mujeres como estrategia de rentabilidad tanto económica como social, especificando una serie de medidas estratégicas para lograr este objetivo.

## 1. INTRODUCCIÓN

La investigación empírica que presentamos desde una perspectiva sociológica parte de dos hipótesis principales: En primer lugar se plantea el turismo como actividad económica fundamental en España para salir de la actual coyuntura económica de recesión, siendo un sector prioritario para apostar por la formación y la investigación. Por otra parte se considera que, a pesar de que las mujeres son un colectivo clave para este sector, existiendo un mayor número de éstas tanto al hablar de formación superior (alrededor de un 80% del alumnado de turismo es mujer – Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, "ANECA", 2004-), como a nivel de ocupación laboral (con un 60% de personal femenino entre la población ocupada en el sector – Instituto Nacional de Estadística, "INE", 2013-) continúan estando infrarrepresentadas en puestos de responsabilidad a nivel de dirección tanto en el sector público como en el privado, innovación e investigación, como se verá más adelante a partir de la investigación empírica que se propone en este estudio. Debido a ello creemos que es necesaria una mayor apuesta por la formación y la investigación en el ámbito turístico que, además, se base en criterios de responsabilidad social y apuesta por la igualdad efectiva de género.

De esta forma, el artículo que presentamos parte del análisis de tres variables fundamentales: formación, investigación e igualdad de género en el sector turístico como premisas estratégicas básicas a la hora de plantear esta actividad socioeconómica como herramienta indispensable para revertir la actual coyuntura económica de recesión.

## 2. MARCO TEÓRICO

Desde la década de los sesenta el turismo se ha convertido en España en la fuente principal de desarrollo económico, aportando en torno a un 11% al PIB y ocupando a aproximadamente un 13% de la población activa en España (INE, 2013), superando así a cualquier otra actividad económica en cuanto a capacidad productiva y fuente de empleo. Sin embargo, desde un punto de vista sociológico el turismo se sigue considerando como un sector desprofesionalizado (Almeida et al., 2006; González y Talón, 2003), en el que apenas se invierte para mejorar la formación de las personas que lo integran, en el que existe una importante desigualdad de género en cuanto a salario y puestos de responsabilidad (Organización Mundial del Turismo, "OMT", 2011), y donde no caben apenas acciones decididas de investigación y desarrollo (Hernández et al. 2011). Esta paradoja posiciona al turismo como un sector con un importante desequilibrio entre su potente peso en la economía nacional y su escasa base estratégica para su desarrollo a medio y largo plazo (Albacete y Fuentes, 2010; Hernández et al., 2011). Un desarrollo que, en la actual situación de grave recesión, pasa por asentarse en la investigación y formación como clave para una innovación que permita la sostenibilidad socioeconómica que el sector puede aportar, convirtiéndose además en principal punta de lanza de la estrategia de recuperación que precisa nuestro país (Hernández et al., 2011).

Centrándonos en la primera de las variables, la *investigación* turística, podemos afirmar que una de las principales causas de su escaso desarrollo es su prácticamente inexistente tradición académica (Vargas et al., 2011). No es hasta la década de los setenta cuando aparecen los primeros artículos dedicados íntegramente a la actividad turística en nuestro país, iniciando una actividad investigadora que despegará de manera definitiva a partir del año 2000, siendo 2009 el año con mayor producción científica en esta materia (Hernández et al., 2011). No obstante, aunque la investigación científica en el ámbito turístico se está consolidando a nivel nacional e internacional (Albacete y Fuentes, 2010), la mayoría de estas publicaciones siguen concibiendo esta actividad más como un campo de estudio, normalmente asociado a otras materias (Marketing, Recursos Humanos, Organización de Empresas,

Ordenación del Territorio, etc.) que como una disciplina en sí misma (Moreno y Picazo, 2012). En este sentido, varios autores y autoras (Jafari, 2000; Weaver y Oppermann, 2000; Serra, 2002) vienen exigiendo durante la última década un cambio paradigmático en la investigación turística hacia un enfoque holístico que contemple esta actividad como un todo, como un sistema con entidad propia. Autoras como Moesh (2002) han destacado que la consabida visión interdisciplinar del turismo, considerándolo normalmente como un subsistema, ha provocado que se aborde esta actividad desde un punto de vista reduccionista, percibiéndolo exclusivamente desde el punto de vista económico y obviando, por tanto, las importantes implicaciones sociales que éste tiene. Esta misma postura ha recibido el apoyo de la comunidad científica internacional abogando por la imposibilidad de concebir un desarrollo turístico que posibilite a su vez un desarrollo económico y social, sin partir de la base de una investigación científica integral e integradora (Vargas, 2011; Law y Chon, 2007; Zhao y Ritchie, 2007; Xiao y Smith, 2008; Racherla y Hu, 2010; Moreno y Picazo, 2012).

En el caso específico de España la relevancia de la investigación en el sector turístico se ha puesto de manifiesto en el Libro Blanco Título de Grado en Turismo (ANECA, 2004), en el VI Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica para el periodo 2008-2011, o en el Plan de Turismo Español Horizonte 2020, entre otros. En estos documentos se destaca la necesidad de la investigación como soporte fundamental para las estrategias de innovación, desarrollo y sostenibilidad que precisa el sector para incrementar su competitividad y aprovechar su importancia como sector clave de reactivación económica.

En este ámbito es donde podemos incorporar la importancia de la segunda de las variables consideradas en este estudio: la *formación* turística, en especial la que se desarrolla en los estudios superiores, ya que son las carreras y posgrados en Turismo donde podemos encontrar un espacio privilegiado para fomentar una actividad científica de calidad (Capellano et al. 2010). Sin embargo, al igual que ocurre con la investigación, el desarrollo del turismo en el ámbito académico también adolece de una escasa tradición que provoca que todavía éste no se haya desarrollado totalmente como una ciencia en sí mismo como se ha comentado previamente, y sea visto socialmente como una actividad pragmática en la que es más aplicable una formación profesional que una universitaria.

A diferencia de otros países europeos, en España no se impulsaron los estudios en turismo paralelamente al desarrollo del sector. No fue hasta la década de los 70 cuando comenzaron a proliferar las Escuelas de Hostelería y las Escuelas de Turismo, aunque con una visión más bien orientada a la formación profesional. No obstante, el sector seguía adoleciendo de la tan mencionada desprofesionalización que le afecta de manera endémica desde sus inicios, ocasionando que la calidad percibida del producto turístico español fuera mínima (García Artiles, 1994).

Este panorama comenzará a cambiar en la década de los 90 con la celebración del III Congreso de la Asociación de Expertos Turísticos en Turismo (AECIT) en 1995, en el que se abogó por la necesidad de implementar la formación superior en materia turística con la Diplomatura en Turismo. Sin embargo, al no existir una Licenciatura en Turismo las posibilidades de crear grupos de investigación sobre este ámbito en las universidades se reducía al mínimo, quedando esta disciplina como ámbito estudiado de manera tangencial desde otras disciplinas como Sociología, Economía, Administración de Empresas o Geografía (Mariscal, 2003). Todo ello provocó que España se quedara a la cola de la formación turística en el ámbito europeo (García et al., 1998).

En fechas recientes la incorporación de nuestro país al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha provocado un cambio sustancial en esta situación, debido a la transformación de la antigua Diplomatura de Turismo en Grado a partir de 2010 y a la aparición de Postgrados y programas de Doctorado específicos orientados

al turismo. Ello ha otorgado la posibilidad a los estudiantes de Turismo de obtener un título de mayor relevancia académica que el anterior, además de poder realizar estudios de segundo y tercer ciclo que les permitan desarrollar una carrera investigadora en este ámbito (Majó i Fernández, 2010; García, 2011).

No obstante, aunque el panorama que abren estos nuevos estudios de grado es más esperanzador en materia formativa para lograr la competitividad antedicha, su implantación todavía es muy reciente para poder evaluar resultados. Por otra parte, la desprofesionalización sigue siendo una problemática vigente en el turismo: siguiendo estadísticas a nivel nacional, el 50% de los trabajadores del sector se concentran en los dos niveles de estudios más bajos, primarios y secundarios, un 10% más que lo observado para el conjunto de la economía, y los titulados universitarios en el ámbito turístico tienen un peso que supone prácticamente la mitad que el existente para el total de actividades económicas (26,6%) (Lillo-Bañuls y Casado-Díaz, 2011).

Así, si la desigualdad de género es una constante tanto en el denominado "Multiconjugado Académico" del turismo (Delgado, 2010), que comprende la formación, la investigación y la proyección social de ambas, la rentabilidad tanto social como económica del sector y su calidad se verán afectadas negativamente, tal y como advierte la OMT (2011). Por otra parte, las empresas y organismos públicos, a su vez, pierden un recurso muy valioso cuando mujeres con formación y talento no pueden lograr sus ambiciones profesionales (Canalis, 2011). Así la cohesión social y las posibilidades de desarrollo que puede favorecer el turismo en esta doble variable social y económica quedan gravemente coartadas si la igualdad de género no se incorpora de manera efectiva al sector (Lugo et al., 2011).

Teniendo en cuenta los argumentos anteriores, el fin del presente trabajo es analizar el porcentaje de participación de las mujeres en las acciones de formación e investigación en turismo en el territorio nacional, evaluando su relevancia para refrendar nuestra idea de partida basada en que el papel estratégico a nivel social que se le otorga a la actividad turística en el desarrollo económico de España es insuficiente, siendo esta situación especialmente desfavorable para las mujeres.

### 3. MÉTODO

Con el objetivo de realizar un análisis de la situación actual del sector turístico en España a nivel académico (formativo y de investigación), el presente estudio apuesta por la triangulación de enfoques analíticos, empleando técnicas cuantitativas y cualitativas con el fin de obtener un enfoque global y conseguir así una radiografía completa del sector desde una perspectiva de género.

En un primer paso, se ha realizado una revisión documental y estadística que ha permitido el desarrollo de un análisis estadístico descriptivo de la presencia de hombres y mujeres en las acciones formativas y de I+D+i que, en el ámbito turístico, se desarrollan en España. Así, a nivel académico, para tener una referencia del género del alumnado de estudios superiores de Turismo se ha tomado como ejemplo el Grado de Turismo de la Universidad de Zaragoza, en concreto los listados del alumnado matriculado en los cursos existentes hasta la fecha (primero, segundo y tercero, ya que el grado se implantó en 2010) de la Escuela Universitaria de Turismo. Además, se ha realizado un recuento de todos los estudios superiores oficiales de Turismo existentes actualmente en España, incluyendo Grados y Posgrados (a través de la información ofrecida por ANECA), y Programas de Doctorado (con la recopilación realizada por la Red Interuniversitaria de Posgrados de Turismo INTUR) para reflejar así las opciones formativas que ofrece un país que depende en gran medida de este sector.

Por otro lado, para el análisis de la situación de la investigación turística en España, se ha seguido el listado que ofrece Journal Citation Reports<sup>1</sup> (JCR) de revistas científicas de Turismo, tomando como referencia las tres únicas que poseen un factor de impacto mayor de uno: *Annals of Tourism Research*, *Tourism Management* y *Journal of Sustainable Tourism*, de las cuales se han analizado todos los artículos publicados por investigadores de universidades españolas en los diez últimos años, consiguiendo así una perspectiva tanto de la evolución como de la situación actual de la participación de hombres y mujeres en artículos de investigación turística publicados en las revistas científicas de mayor impacto del sector.

Una vez realizado este análisis cuantitativo, el cual nos permite tener una visión clara de la situación del sector turístico en España a nivel académico, hemos pretendido completar el estudio a través de cuatro grupos de discusión con el objetivo de dar un enfoque cualitativo desde todas las perspectivas del sector y obtener una visión comprensiva de la situación, más allá de la mera descripción. Para ello hemos seguido una metodología crítico-comunicativa (Flecha y Gómez, 2004), basada en que los agentes sociales que contribuyen a la creación del conocimiento son las personas. Así, se han realizado un total de 4 grupos de discusión comunicativos que han contado con la participación de los agentes implicados con el objeto del estudio en un mismo plano científico: personal docente e investigador del Grado y Máster de Turismo de la Universidad de Zaragoza, profesionales del sector pertenecientes a empresas privadas e instituciones públicas, y egresados y egresadas de la Diplomatura y Máster de Turismo de la Universidad de Zaragoza

Para su análisis hemos continuado con la metodología crítico-comunicativa (Flecha et al., 2006), la cual clasifica la información en factores excluyentes (aquellos que contribuyen a la continuidad de las desigualdades existentes) y transformadores (los que pueden dar lugar a un cambio de los mismos en pro de unas relaciones más igualitarias).

A partir de este análisis se propone una radiografía de la representatividad de las mujeres a nivel académico y científico en el ámbito turístico en España, así como una serie de líneas estratégicas que abogan por concebir la innovación e investigación en turismo como principal fuente competitiva para salir de la crisis económica, apostando por la igualdad efectiva entre hombres y mujeres como estrategia de rentabilidad tanto económica como social.

## **4. RESULTADOS**

### **4.1. Análisis cuantitativo**

#### **4.1.1. Formación**

Para el análisis de la situación que encontramos en España en relación con la formación en materia de Turismo hemos tomado, como ya se ha descrito previamente, dos perspectivas: las diferentes posibilidades de estudios superiores oficiales de turismo y el género de sus estudiantes.

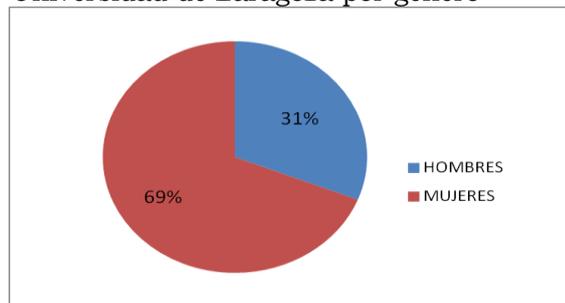
En lo que respecta a la primera parte, según ANECA<sup>2</sup>, actualmente se ofertan en España 49 Grados relacionados con el turismo: 46 Grados en Turismo, un Grado en Dirección Internacional de Empresas de Turismo y Ocio, un Grado en Turismo y Gestión del Ocio, y un Grado en Turismo – Administración de Organizaciones y Recursos Turísticos. En cuanto a los posgrados, según la misma web hay un total de 28 Másteres, de los cuales 13 son Máster en Dirección y Planificación de Turismo. Si atendemos a los Programas de Doctorado, vemos que la Red INTUR recoge un total de 14 Doctorados en materia de Turismo.

<sup>1</sup> [http://admin-apps.webofknowledge.com/JCR/JCR?RQ=LIST\\_SUMMARY\\_JOURNAL](http://admin-apps.webofknowledge.com/JCR/JCR?RQ=LIST_SUMMARY_JOURNAL) (Acceso el 23 de enero de 2013)

<sup>2</sup> <http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/busqueda-titulaciones> (visto el 30 de enero de 2013)

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

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



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

#### 4.1.2. Investigación

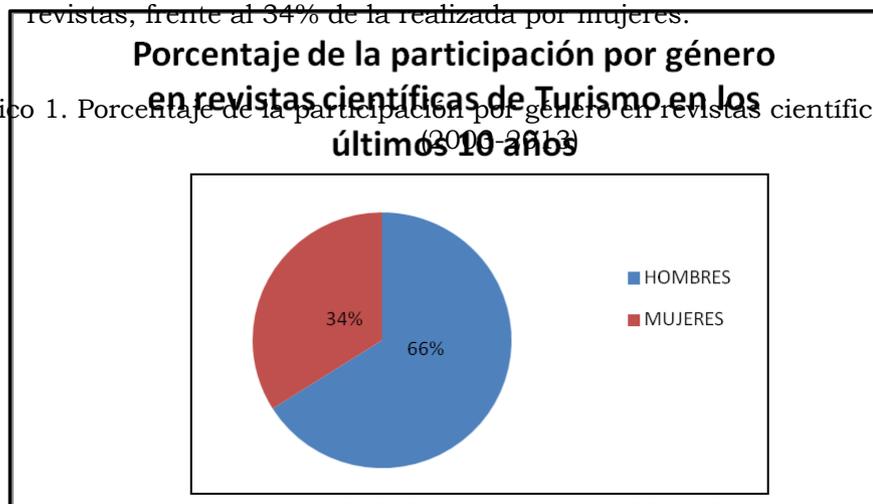
Como ya se ha adelantado, las revistas científicas de Turismo en las que nos hemos basado para estudiar la participación de investigadores e investigadoras españoles en los últimos diez años han sido:

- Annals of Tourism Research, con un factor de impacto de 3,259 y cuatro volúmenes al año.
- Tourism Management, con un factor de impacto de 2,597 y seis volúmenes al año.
- Journal of Sustainable Tourism, con un factor de impacto de 1,929 y seis volúmenes también al año.

Se han revisado todos los artículos publicados en cada una de las revistas en los últimos diez años (2003-2013), haciendo un recuento de cuántos españoles y españolas han participado en cada una de ellas, obteniendo los siguientes resultados:

- Analizando estas publicaciones podemos apreciar que los artículos realizados por hombres suponen el 66% de la producción de estas revistas, frente al 34% de la realizada por mujeres.

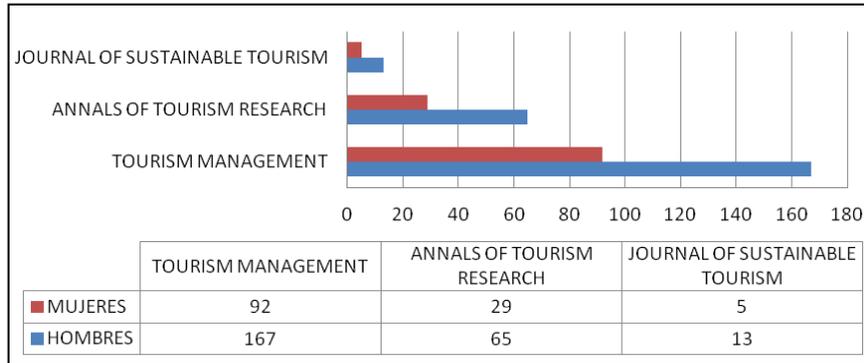
Gráfico 1. Porcentaje de la participación por género en revistas científicas de Turismo en los últimos 10 años (2003-2013)



Fuente: Journal Citation Reports (2013). Elaboración propia

- En las tres revistas la participación de hombres supera a la de las mujeres, siendo en Tourism Management en la que más se acentúa esta diferencia (72% de artículos publicados por hombres), revista que, además, es en la que la producción de artículos es mayor.

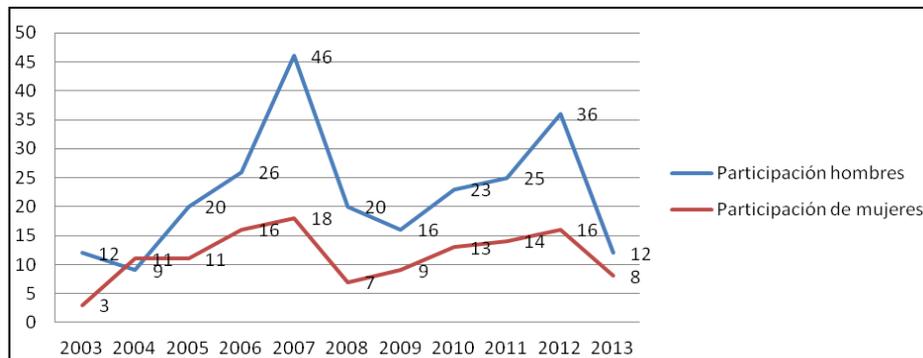
Gráfico 2. Número de mujeres y hombres que participaron en cada revista (2003-2013)



Fuente: Journal Citation Reports (2013) Elaboración propia

- Si atendemos a la evolución temporal, se aprecia que en prácticamente todo momento desde 2003 hasta ahora la participación masculina ha sido mayor a la femenina, existiendo momentos temporales en los que la diferencia estaba especialmente acentuada, como en 2007 con el 72% de los artículos escritos por hombres, o el pasado 2012, con el 69%.

Gráfico 3. Evolución temporal de la participación por género en revistas científicas de Turismo (2003-2013)



Fuente: Journal Citation Reports (2013) Elaboración propia

#### 4.2. Análisis cualitativo

En cuanto al trabajo de campo cualitativo previamente descrito, pueden establecerse las siguientes conclusiones, teniendo en cuenta el “Multiconjugado académico” (Delgado, 2010), que comprende la formación, la investigación y la proyección de ambas en el aspecto socioprofesional del Turismo al que hemos aludido previamente:

En primer lugar, en cuanto a la formación, se aprecia que hasta fechas muy recientes la educación superior en turismo ha sido menospreciada por parte de la sociedad, pese al gran peso del sector en la economía nacional.

*Y los estudios en turismo en general son considerados de tercera regional por la sociedad en general, yo creo que no se les da la importancia que tienen, y eso es una herencia de escuelas privadas, de reválidas, de que no hubiera estudios digamos "serios" universitarios o de otra manera... eso es así. (GD1A: 4, 1)*

Como se desprende de la cita anterior, la causalidad de esta escasa valoración social de los estudios del turismo viene derivada de no estar equiparados a otros estudios universitarios, cuestión que con la reconversión de la Diplomatura en Grado ha cambiado de manera positiva.

*Sí que hay cambio porque hemos pasado de Técnico en Empresas Turísticas a Diplomado, y luego ha habido que hacer bastante hasta llegar a Grado. Ha habido muchos pasos. Yo creo que sí que vamos en el buen camino, y en equiparnos y en que se reconozca tanto el trabajo de los docentes como el trabajo de algunos estudiantes que quieren ser algo en la vida. (GD2C: 14, 2)*

Por otra parte, también puede apreciarse un consenso general en la escasa presencia de la investigación científica en turismo en España.

*Vamos, yo creo que hay un muy pocos doctores que hayan estudiado turismo desde la base y por lo tanto la investigación en turismo siempre va a ser desde otras áreas, con lo cual, yo creo que siempre va a haber muy poca investigación en turismo en España. (GD4C: 12, 1)*

Los entrevistados y entrevistadas coinciden en que una de las causas fundamentales de que la investigación en Turismo como disciplina científica con entidad propia se encuentre en un estado semi-embrionario es la ausencia, hasta fechas muy recientes, de estudios de doctorado focalizados en este área.

*Entonces faltaría un poquito más que se desarrolle la investigación en universidades, que como ya he dicho antes, como no existían los grados y no había la misma exigencia a profesores de escuelas de turismo en cuanto a la investigación, ésta no estaba equiparada con otras áreas. (GD3A: 25, 1)*

No obstante, y aludiendo ya a factores transformadores, se percibe también a nivel general que cada vez hay un mayor interés por la investigación en Turismo que, además, se verá incrementada con las nuevas posibilidades que abre la incorporación de España al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y la reciente transformación de la Diplomatura de Turismo en Grado.

*En España, pues yo creo que con el grado se dará un salto cualitativo porque ya las personas que sean graduadas en turismo, ya tienen la oportunidad de hacer el doctorado, de hacer un máster y de ya el que quiera dedicarse a la investigación, que era un sector marginal en el turismo (GD4D: 13, 1, 2)*

Todos y todas los y las participantes de la investigación cualitativa coincidían en la necesidad de prestigiar el ámbito científico y académico del Turismo como estrategia de mejora socioeconómica del país, teniendo en cuenta la absoluta relevancia del sector.

*Yo sí que creo que habría que prestigiar los estudios de turismo, ponerlos en su sitio, recordarle a la gente que mucha gente de este país vive del turismo, que es necesario... aprender también de los errores...es decir, cambiar, poner gente formada en Turismo puede cambiar mucho y ayudar a resolver la nefasta situación económica. (GD1A: 60, 2)*

Un nuevo reconocimiento en el ámbito científico y académico del Turismo que debe partir fundamentalmente del sector público para incrementar tanto sus posibilidades dentro del ámbito universitario, como su puesta en valor por parte de la sociedad, sin olvidar su carácter transferible a las empresas.

*Yo creo que es una puesta en valor por parte del sector público, porque al final, eso se transmite, si desde el sector público se da importancia al turismo,*

*aunque sea de palabrería, pero sí que es verdad que luego eso se transmite a la sociedad de que el turismo lo necesitamos, es importante y si es importante hay que hacer esto, esto y esto. Y luego aparte, en el nivel universitario, también creo que debería haber, pues eso grados, postgrados y doctorados en turismo, y por lo tanto, habría una masa crítica más grande en la universidad, se podría crear departamentos, formar grupos de investigación dedicados al turismo, y al final todo eso crece (GD4C: 29, 2)*

Sin embargo, y adentrándonos en el núcleo fundamental de nuestro estudio, la tradicional escasa relevancia de la formación e investigación en Turismo en España adolece, además, de una desigualdad de género endémica que afecta a todos los ámbitos del sector (Iñiguez-Berrozpe, et al. 2013), siendo el científico y académico el que menor atención ha recibido hasta ahora por parte de los estudios que han identificado dichas desigualdades.

A nivel de formación superior, se trata, como hemos apreciado en la fase cuantitativa, de unos estudios eminentemente femeninos, lo cual, a nivel social y según los y las participantes de los grupos de discusión, está asociado a un menor prestigio que las carreras eminentemente masculinas.

*Yo creo sí, que sin querer sí que asociamos unas áreas hacia chicas y más hacia chicos, sí que es verdad que lo mismo por nota de corte o por prestigio social es verdad que las que son más masculinas tienen más prestigio (GD4C: 43, 3)*

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

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

Específicamente en el ámbito académico y de investigación, ejemplificado en la universidad como máxima institución de impulso científico, se asocia la más alta posición meritoria al puesto de Catedrático o Catedrática, reconocimiento al que se le presupone una intensa actividad científica en términos cuantitativos y cualitativos. En esta posición los entrevistados y entrevistadas perciben una gran desigualdad de género.

*A nivel de Catedrático cuidado con lo que estás diciendo, que yo lo tengo muy claro: a nivel de catedrático seguro que no. Son excepciones las mujeres que son catedráticas (GD3A: 45, 3)*

Percepción de desigualdad que se traduce también a los eventos de divulgación científica sobre turismo (congresos, jornadas, workshops), donde los y las participantes de los grupos de discusión admitían encontrar a más hombres asociados a la máxima calidad científica que a mujeres.

*Sí que es verdad, ahora que has nombrado el Workshop, que en los congresos la mayoría de ponentes importantes, esos que se guardan para el final, son hombres también, siempre. Los ponentes que pagan millonadas para que hablen suelen ser hombres (GD4C: 78, 3)*

Todo ello no significa en absoluto que la mujer no forme parte importante de la universidad como organización, de hecho se percibe que una parte importante del profesorado pertenece a este género, si bien se siguen asociando los puestos de coordinación y decisión a los hombres.

*Sí que veo que por ejemplo los cargos altos siempre han sido los hombres tanto en la universidad... se llama coordinador, directores y demás siempre o casi siempre han sido hombres, aunque en el profesorado hubiera bastantes mujeres,* (GD4A: 36, 3)

Todo ello se traduce, finalmente, a la hipótesis de la que partíamos inicialmente, un androcentrismo en la ciencia que se ejemplifica en la menor presencia de las mujeres

*Está claro, sólo hay que ver las publicaciones en revistas de impacto, o los autores que se citan más en la literatura científica, por cada mujer tienes a 10 hombres.* (GD4D: 84, 3)

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

*Sobre todo muchas veces los puestos cara al público, directamente la atención en una oficina de turismo, por ejemplo nosotras, o en la recepción es como que parece que siempre te va a atender una chica, sin embargo muchas veces dicen "que salga el director, el responsable", y lo asocian con un hombre siempre (...) Y yo le decía "es que yo soy la responsable de la oficina, todo lo que tengan que hablar lo tienen que hablar conmigo" pero como que no se quedan tranquilos* (GD4A: 61, 5)

*Que la chica es estupenda en recepción, pues oye que siga en recepción, que es fantástica vendiendo viajes, que venda viajes toda la vida. Y el que venga por aquí y es chico en seguida lo hacen comercial de viajes o jefe de recepción o no sé qué. O sea que hay una selección por sexo, vamos, esa selección por sexo la han tenido clarísima siempre.* (GD3B: 101, 5)

La causalidad de esta desigualdad de género está clara para los y las participantes de la investigación cualitativa: Una asociación del poder a lo masculino por parte de la sociedad que se traduce en un reparto poco equitativo de las tareas relacionadas con la vida personal y familiar, en el cual la mujer asume más estas responsabilidades, mientras que el hombre puede seguir escalando puestos a nivel profesional al poder concentrarse más en este ámbito.

*Da la sensación de que el poder, el mandato o la autoridad es más masculina.* (GD4C: 90, 3)

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

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

*Y las chicas yo creo que tienen las ideas más claras de lo que quieren hacer y adónde quieren llegar. Y si ahora no hay trabajo pues saben que se tienen que ir a otros países a aprender el idioma y venir bien preparadas.* (GD2B: 40, 4)

En ello la labor del profesorado en estudios superiores es fundamental, tanto para introducir la visión científica de la disciplina y sus posibilidades futuras, como

para que las alumnas asuman que pueden jugar un papel tan relevante como sus compañeros en el mundo académico, científico y profesional.

*Pero es ya una acción así general concienciar a las chicas, a nuestras estudiantes, de que pueden llegar a puestos altos. Sobre todo enfocado a eso, que ellas están estudiando y tienen las mismas posibilidades y que se han de encontrar con una sociedad que las va a discriminar de entrada en algunos puestos y ellas son las que tienen que luchar por que eso no pase. (GD2B: 107, 4)*

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

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

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

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

En definitiva concebir la no discriminación de género por una apuesta decidida hacia la igualdad de oportunidades para todos y todas, donde las características personales o sociales no sean tenidas en cuenta para el acceso, promoción y retribución laborales.

*Yo creo que eso, que mientras haya igualdad de oportunidades el género es... No es ya por género sino por méritos, por valer o no valer, pero siempre con esa igualdad de oportunidades que te ha permitido llegar hasta ahí. (GD4C: 124, 6)*

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Una primera conclusión general que se desprende de nuestro estudio es que la titulada superior en Turismo en España parte de una situación doblemente desfavorable: Por un lado, por el escaso impulso formativo y científico que el ámbito turístico ha sufrido en nuestro país hasta fechas muy recientes, propiciado principalmente por una infravaloración social sobre la necesidad de innovación y desarrollo en este campo (Vargas, 2011; Moreno y Picazo, 2012). Por otro lado, por la escasa visibilidad del género femenino tanto a nivel científico (Shen, 2013) como a nivel profesional, relativa a las posibilidades salariales y promocionales (OMT, 2011).

En cuanto al primer aspecto, el carácter semi-embrionario de la investigación y formación en Turismo en España se justifica en nuestro trabajo de campo por el escaso valor a nivel social e institucional que se le atribuye a la necesidad de innovar e investigar en este sector (García, 2011). Si bien es cierto que en los últimos años la situación del sector está evolucionando favorablemente (Albacete y Fuentes, 2010), el escaso desarrollo del campo académico-científico es especialmente grave debido a que se trata del principal sector socioeconómico de nuestro país, por lo que si no se llevan

a cabo acciones decididas en pro de la investigación, la innovación y el desarrollo, está abocado a una pérdida de competitividad a medio y largo plazo (Hernández et al., 2011; Ministerio de Economía y Competitividad, 2008; Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; 2007), siendo ésta más necesaria que nunca debido a la actual situación de crisis social y económica que azota al país.

En relación a la desigualdad de género estudios como el realizado por la Comisión Europea (2011), o los de Shen (2013) y el National Research Council (2010) en Estados Unidos, señalan que, a pesar de la existencia de un mayor número de alumnas, y con unos resultados en general superiores a sus compañeros masculinos, en la mayoría de disciplinas académicas la mujer está mucho menos representada en puestos universitarios altamente meritorios (Profesores/as Titulares y Catedráticos/as).

En España esta escasa representatividad es incluso más acuciante, tal y como señala el *Libro Blanco: Situación de las Mujeres en la Ciencia en España*, publicado por la Unidad de Mujeres y Ciencia (2011), en el que se especifica que aunque el 60% de las personas tituladas en la universidad española son mujeres y se gradúan con mejores expedientes que los hombres, sólo el 23% del profesorado de investigación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), el 15% de las catedráticas y el 13% de las rectoras de universidad son mujeres.

Esta situación ha sido también constatada tanto en el estudio cuantitativo del presente artículo, el cual ha mostrado que la producción científica de las mujeres es de un 34% frente a un 66% de los hombres; como en el cualitativo, que ha reflejado que la desigualdad de género en la investigación en Turismo en España es una realidad. Ello se traduce en una paradoja que perjudica gravemente al sector: Mientras que la formación y los puestos laborales de categorías media y baja están compuestos mayoritariamente por mujeres, los puestos de decisión y responsabilidad, así como la producción científica de primer nivel son eminentemente masculinos (Ramos et al., 2002; Zhao y Ritchie, 2007; OMT, 2011). Una desigualdad manifiesta que en Turismo se convierte en un nefasto ejemplo al tratarse del sector productivo con mayor peso en nuestro país.

Así, el denominado “techo de cristal” (Sparrowe e Iverson, 1999; Alizalde, 2007) al que en muchas ocasiones se alude para denominar los obstáculos que encuentran las mujeres a la hora de alcanzar una elevada escala profesional, por tanto, muy evidente en el sector turístico (Purcell, 1997; Canalis, 2011).

Entre las causas de esta desigualdad se alude en el estudio cualitativo a que en el subconsciente colectivo continúa la idea de que la ciencia y el poder pertenecen a los hombres (Shen, 2013), además de la asunción del rol de aceptación, sometimiento y pasividad que los valores sociales tradicionales han asignado a las mujeres (Alizalde, 2007). En definitiva, la continuidad, pese a los avances sociales, de una construcción sociocultural del género por la cual las mujeres siguen siendo las que sacrifican su proyección profesional por su vida personal y familiar, tal y como se ha percibido en los grupos de discusión y como evidencian distintos estudios que desde la psicología, la filosofía y la sociología se han dedicado al tema (Person, 2007).

En cuanto a las posibles líneas estratégicas a seguir para mejorar la valoración social del Turismo y su posicionamiento decidido como industria competitiva y base que puede colaborar en la mejora de la situación económica, es imprescindible que las distintas instituciones (Administraciones públicas, Universidades) pasen de entender el Turismo como un campo de estudio a concebirlo como una disciplina en sí misma (Albacete y Fuentes, 2010). A ello va a contribuir de manera decidida la incorporación de España al EEES y la consecuente aparición del Grado de Turismo, equiparándolo al resto de disciplinas universitarias, dando a sus egresados la posibilidad de cursar estudios de máster y doctorado que sean la base de una investigación de calidad. Todo ello posibilitará a medio y largo plazo un crecimiento sostenible del sector que posibilite la consolidación a nivel internacional de la primera industria española,

además de su apertura a nuevas posibilidades productivas que generen empleo y contribuyan a la economía nacional (Turespaña, 2012).

En cuanto a la desigualdad de género, los y las integrantes de los grupos de discusión proponían un empoderamiento del alumnado femenino universitario para aboguen por equipararse a sus compañeros masculinos en el contexto académico, científico y profesional, como ya prevé la legislación española (Ley Orgánica 3/2007; Ley Orgánica 4/2007). Unido a ello, otros estudios (Comisión Europea, 2010; UMyC, 2011; Vernos 2013) proponen que los cambios se evidencien también en las estructuras de las instituciones científicas y académicas, entre las que se encuentra la universidad, mediante un proceso de toma de decisiones más transparente, teniendo en cuenta una gestión de recursos humanos basada en la presencia igualitaria de hombres y mujeres –por ejemplo, a través de cuotas–, promoviendo la excelencia a través de la diversidad y, finalmente, abogando por integrar el análisis desde la perspectiva de género a la investigación y la innovación en todas las áreas, indagando en la búsqueda de buenas prácticas para ser aplicadas en este ámbito, último punto al que pretende contribuir el presente artículo.

Un sector tan relevante en términos cuantitativos como es el turístico en España no puede continuar sustentándose en una desigualdad manifiesta por la cual la mujer queda relegada a puestos de categorías profesionales medias y bajas cuando nutre de manera mayoritaria las aulas de los estudios superiores. El sector turístico debe apostar por la innovación y la investigación, pero basándose en premisas de responsabilidad social, entre las que se encuentra la visibilidad de las mujeres, si pretende seguir siendo un sector competitivo (OMT, 2011).

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Albacete, C. A., Fuentes, M. M. (2010): "Difusión de la Investigación Española Sobre Turismo en Revistas Internacionales", *Revista de Análisis Turístico*, 9: 14-29.
- Alizalde, M. (2007): *El techo de cristal y el poder femenino. Perspectivas psicoanalíticas sobre las mujeres y el poder*, Buenos Aires, Lumen.
- Almeida, M., Redín, L., Castilla, J. (2006): *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*, Madrid, Síntesis.
- ANECA (2004): *Título de Grado en Turismo*, Madrid, Agencia Nacional de Evaluación de la calidad y Acreditación.
- Canalis X. (2011): "Mujer y turismo: la igualdad no existe", *Hosteltur*, 208
- Cappellano, M., Coche, J.C., Rizzon, L.A. (2010): "Formación del licenciado en turismo. Investigación, epistemología y lenguaje", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19: 740-760
- Comisión Europea. (2010): *Cambio estructural en las instituciones científicas: Excelencia, igualdad y eficiencia en la investigación y la innovación*, European Commission.
- De la Rosa, J.M. (2012): "Las grandes agencias del mercado español facturaron 8.000 M de €", *Hosteltur*, junio 2012
- Delgado, C. (2010): "Multiconjugado académico para turismo, un programa en contexto", *Anuario Turismo y Sociedad*, XI: 85-104
- Flecha, R.; Gómez, J.; Sánchez, M.; Latorre, A. (2006): *Metodología Comunicativa Crítica*, Barcelona, Hipatia Editorial
- García, J., Cabrera, A., Valencia, C. (1998): "Formación y participación: tendencias en el turismo en la región Canaria", *Anuario de Filosofía, Psicología y Sociología*, 1: 153-168.

- García-Artiles, P. J. (1994): "Turismo y Hostelería: Estudios", *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria- Servicio de Publicaciones*, 22-26.
- García, A.B. (2011): "La investigación de la formación turística y del mercado laboral en la Comunidad Valenciana: las expectativas de inserción laboral y de formación académica de los alumnos de turismo de la Universidad de Alicante" *IX Jornadas Redes de Investigación en Docencia Universitaria*, 16 y 17 de junio de 2011, Universidad de Alicante
- González L., y Talón, F. (2003): *Dirección hotelera*, Madrid, Síntesis
- Hennessy (1994): "Female employment in tourism development in South-west England", Kinnard, V., Hall, D. (Eds) *Tourism: a gender Analysis*, Chichester, Wiley
- Hernández, J.M., Folgado, J.A., Campón, A.M. (2011): "La investigación en turismo en España: una revisión de la literatura a través de las revistas de dirección de empresas", *IV Jornadas de Investigación en Turismo*, Sevilla 19 y 20 de mayo, 100-120
- Instituto Nacional de Estadística (2013): *Estadísticas sobre el mercado laboral*, Madrid, INE
- Iñiguez-Berrozpe, T., Latorre-Martínez, M.P., Plumed-Lasarte, M. (2013): "Investigación en Turismo en España y Desigualdad de Género" *V Congreso Internacional: Turismo, Economía y Medio Ambiente*, Suzhou, Jiangsu, República Popular China, 9, 10 y 11 de Abril de 2013
- Jafari, J. (2000): *Encyclopedia of tourism*, Routledge. London
- Law, R.; Chon, K. (2007): "Evaluating Research Performance in Tourism and Hospitality: The Perspective of University Program Heads", *Tourism Management*, 28(5): 1203- 1211.
- Ley Orgánica 3/2007, De 22 De Marzo, Para La Igualdad Efectiva De Mujeres y Hombres
- Ley Orgánica 4/2007, De 12 De Abril, Por La Que Se Modifica La Ley Orgánica 6/2001, De 21 De Diciembre, De Universidades
- Lillo-Bañuls, A., Casado-Díaz, J.M. (2011): "Capital humano y turismo: Rendimiento educativo, desajuste y satisfacción laboral", *Estudios de Economía Aplicada*, 29(3): 755-780
- Lugo, G., Alberti, M.P., Figueroa, O.L., Talavera, D. (2011): "Patrimonio cultural y género como estrategia de desarrollo en Tepetlaoxtoc, Estado de México" *Pasos*, 9(4): 599-612
- Majó i Fernández, J. (2010): "Las propuestas de grado en turismo en el espacio europeo de educación superior (EEES)", *Estudios Turísticos*, 184: 137-181.
- Mariscal, A. (2003): "La formación turística en Andalucía: input para la mejora de la calidad del empleo turístico", *Cuadernos de Turismo*, 12: 93-117
- Ministerio de Economía y Competitividad (2008): *VI Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica para el periodo 2008-2011*, Madrid, Ministerio de Economía y Competitividad
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007): *Plan de Turismo Español Horizonte 2020*, Madrid, Ministerio de Economía y Competitividad
- Moesch, M.M. (2002): *A produção do saber turístico*, Contexto, São Paulo.
- Moreno, S. Picazo P., (2012): "Difusión de la investigación científica en revistas de turismo realizada por instituciones españolas", *Revista de Análisis Turístico*, 14: 33-52

- National Research Council (2010): *Gender differences at critical transitions in the careers of science, engineering, and mathematics faculty*, National Academies.
- Organización Mundial del Turismo (2011): *Global Report on Women in Tourism*, UNESCO
- Person, E. S. (2007): *Sexo, género, jerarquía y poder. perspectivas psicoanalíticas sobre las mujeres y el poder*, Buenos Aires, Lumen.
- Pielfort, P. (2011): "Ranking HOSTELTUR de cadenas 2011", *Hosteltur*, septiembre 2011
- Purcell, K. (1997): "Women's employment in UK tourism. Gender roles ad labour markets", Sinclair, T. (Ed.) *Gender Work and Tourism*, Routledge, London
- Racherla, P.; Hu, C. (2010): "A Social Network Perspective of Tourism Research Collaborations", *Annals of Tourism Research*, 37(4): 1012-1034.
- 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 Español*, 4(1): 239-258
- Serra, A. (2002): *Marketing Turístico*, Madrid, Pirámide.
- Shen, H. (2013): "Inequality quantified: Mind the gender gap", *Nature*, 495, (7439): 5-134.
- Sparrowe, R. T., Iverson, K. M. (1999): "Cracks in the glass ceiling? An empirical Study of gender differences in income in the hospitality industry", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 23: 4-20
- Turespaña (2012): "La innovación, clave para el turismo del Siglo XXI", *IV Talleres de Sensibilización y Transformación en Innovación Turística*, Santander 25 y 26 de abril, 2012.
- Unidad de Mujeres y Ciencia. (2011): *Libro blanco: situación de las mujeres en la ciencia en España*, Madrid, Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Vargas, A. (2011): "¿Los principales destinos son también las principales potencias en la investigación en turismo?", *Estudios turísticos*, 188: 91-111
- Vernos, I. (2013): "Research management: Quotas are questionable", *Nature*, 495(39)
- Weaver, D; Oppermann, M. (2000): *Tourism management*, Brisbane, John Wiley & Sons Australia.
- Xiao, H.; Smith, S. L. J. (2008): "Knowledge Impact an Appraisal of Tourism Scholarship", *Annals of Tourism Research*, 35(1): 62-83.
- Zhao, W.; Ritchie, J. R. B. (2007): "An Investigation of Academic Leadership in Tourism Research: 1985-2004", *Tourism Management*, 28(2): 476-490.

#### HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES

Iñiguez Berrozpe, T; Plumed Lasarte, M. y Latorre Martínez, M<sup>a</sup> P. (2013): "Tourism education and research in Spain from a gender perspective", *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, 6: 51-65, ISSN-e: 2695-6357, DOI: <https://doi.org/10.17979/rotur.2013.6.1.1272>