



Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010-2012

Conclusiones principales



Empleo



Emprendimiento



Liderazgo



Educación



Comunidad

Copyright © 2011, Organización Mundial del Turismo (OMT) y
Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y
el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres)

Organización Mundial del Turismo
Calle Capitán Haya, 42
28020 Madrid (España)
Tel.: (+34) 915 678 100
Fax: (+34) 915 713 733
www.UNWTO.org

ONU Mujeres
220 East 42nd Street,
New York, NY 10017 (Estados Unidos de América)
Tel: (+1) 212-906-6400
Fax: (+1) 212-906-6705
www.UNWOMEN.org/es

El **Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo 2010** en el que se basa este documento fue encargado en 2009 por la **OMT** y **ONU Mujeres** y fue dirigido por la Dra. Louise Twining-Ward. Las presentes conclusiones principales fueron elaboradas por la OMT y ONU Mujeres en colaboración con la Dra. Lucy Ferguson.

Se agradece a las siguientes personas y organizaciones por proveernos con fotos para esta publicación:

Elisabeth Bahía Parronchi (página 2, Empleo); Travel Foundation (página 3, Emprendimiento); Programa de Cooperación Técnica y de Servicios de la OMT (página 4, Educación); La Junta de Turismo de Tanzania (página 4 Liderazgo); Duarte Morais (página 5, Comunidad); Programa Cultural de Tanzania (página 7, Estudio de Caso A); Lucy Chhetri (página 8, Estudio de Caso B) y Las Perlas (página 9, Estudio de Caso C).

Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y de mayor crecimiento del mundo. En muchos países, actúa como motor para el desarrollo generando ingresos de divisas y contribuyendo a la creación directa e indirecta de empleo. A nivel mundial, el turismo representa el 5% del PIB global y genera el 7% de empleo; aporta el 6% de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones de servicios. En los países en desarrollo, este porcentaje alcanza el 45% de las exportaciones totales de servicios¹. Los estudios muestran las diferentes formas en las que el turismo puede contribuir al crecimiento económico, a la reducción de la pobreza y al desarrollo comunitario, pero se ha prestado menos atención a las desigualdades que nacen del reparto inequitativo de los beneficios del turismo entre los hombres y las mujeres, especialmente en los países en desarrollo. El turismo genera oportunidades y desafíos para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. El *Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo 2010-2012* es el primer intento de desarrollar un marco cuantitativo de seguimiento de la situación de las mujeres que trabajan en el sector del turismo en todo el mundo, si bien se centra en las regiones en desarrollo.

Los objetivos del informe son: i) establecer un conjunto de indicadores y un marco de medición que permitan supervisar el turismo como instrumento para el empoderamiento de las mujeres, y ii) utilizar estos indicadores para evaluar en qué medida el turismo está promoviendo las necesidades de las mujeres en el mundo en desarrollo. La misión principal del *Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo* es promover el empoderamiento de las mujeres y la protección de sus derechos mediante la mejora de las condiciones de trabajo en dicho sector. El informe se articula en torno a cinco áreas temáticas: empleo, emprendimiento, educación, liderazgo y comunidad. Los resultados se derivan fundamentalmente del análisis de la base de datos Laborsta² de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y se clasifican por regiones del mundo en desarrollo: Caribe, América Latina, África, Asia y

Oceanía³. Además, el informe incluye una selección de estudios de caso prácticos que subrayan buenas prácticas en el sector turístico a escala mundial. El presente resumen presenta algunas de las principales conclusiones del informe por tema y región y somete a consideración de los diferentes actores involucrados una serie de recomendaciones preliminares.

Contexto

El turismo ofrece un amplio abanico de oportunidades para generar ingresos a las mujeres que operan tanto en el sector formal como informal. Los empleos del sector turístico suelen ser flexibles y pueden llevarse a cabo en diferentes ubicaciones como el lugar de trabajo, la comunidad o el mismo hogar. Además, la compleja cadena de valor que genera el turismo en el país de destino es sinónimo de muchas oportunidades para las mujeres.

Pero las mujeres que trabajan en el turismo también se enfrentan a desafíos. Las mujeres suelen ocupar puestos precarios, de bajo nivel y de baja remuneración. Los estereotipos y la discriminación de género provocan que las mujeres tiendan a orientarse principalmente a los puestos de trabajo relacionados con la cocina, la limpieza y el hospedaje. Buena parte del empleo turístico es estacional y fluctúa en función de la naturaleza volátil de este sector. En algunos destinos se han podido establecer vínculos entre el turismo y la industria del sexo, lo que podría suponer una mayor vulnerabilidad de las mujeres frente a la explotación sexual⁴.

Si se consiguiese integrar una efectiva perspectiva de género en los procesos de planificación y de implementación, el turismo podría ser utilizado como un motor de la promoción de la igualdad de género y del empoderamiento de las mujeres a nivel familiar, comunitario, nacional e internacional. Además, una mayor igualdad de género contribuiría a mejorar la calidad general de la experiencia turística, lo que generaría, a su vez, un impacto notable en la rentabilidad y en la calidad de todos los servicios de este sector.

1 Estadísticas de la OMT.

2 La mayor parte de los datos que aparecen en este informe proviene de la base de datos Laborsta de la OIT. La OIT entiende el turismo como el sector de la hostelería, el catering y el turismo (HCT). Sin embargo, los datos utilizados en todo el informe se limitan a las estadísticas de la categoría "Hoteles y Restaurantes", ya que son los únicos que recogen la base de datos Laborsta. Somos conscientes de que estos datos no son representativos del amplio abanico de actividades del sector turístico o de los que están relacionadas con éste y que se requiere más información. Los datos consultados para este informe cubren el periodo 1999-2008. Cuando se encuentran disponibles, se han utilizado datos más recientes.

3 El desglose refleja ante todo el geo esquema de las regiones geográficas de las Naciones Unidas. Sin embargo, a todos los efectos de este informe se ha excluido a América del Norte y se ha incluido al Caribe como una subregión, dado que representa una de las regiones del mundo que más depende del turismo.

4 Aunque se trate de una cuestión de vital importancia para el análisis de la situación de las mujeres en el sector turístico, se sale del ámbito de competencias del presente informe. Para ahondar en la investigación y en el análisis de la relación que existe entre el turismo y el turismo sexual, ver http://www.unwto.org/protect_children/campaign/en/campaign.php?op=1&subop=1.

Conclusiones principales

El turismo constituye un sector en el que vale la pena invertir, ya que tiene el potencial para convertirse en un motor del empoderamiento de las mujeres en las regiones en desarrollo. El turismo brinda mejores oportunidades que cualquier otro sector de la economía para la participación de las mujeres en la fuerza laboral, en la iniciativa empresarial y en el liderazgo. Las mujeres del sector turístico reciben menos remuneración y no alcanzan los mismos niveles de educación y toma de decisiones que los hombres, sin embargo, el sector cuenta con características que lo posicionan como un sector estratégico para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres:

1. Las mujeres constituyen un amplio porcentaje de la fuerza laboral del sector turístico formal.
2. Las mujeres gozan de una buena representación en los puestos de servicios y administrativos, aunque ésta sigue siendo insuficiente a niveles profesionales.
3. Las mujeres del sector turístico suelen ganar de 10% a 15% menos que sus homólogos masculinos.
4. El turismo cuenta con casi el doble de mujeres empresarias que cualquier otro sector.
5. Uno de cada cinco ministerios de turismo del mundo está dirigido por una mujer.
6. El porcentaje de mujeres que trabajan por cuenta propia en el turismo supera ampliamente el de cualquier otro sector.
7. Las mujeres ejecutan gran parte del trabajo no remunerado de las empresas familiares del sector turístico.

A pesar de estos resultados, queda mucho por explorar y analizar. Por ejemplo, ¿en qué medida varía el nivel salarial de las mujeres entre los diferentes puestos de trabajo del sector turístico?; ¿qué diferencia hay entre el número de horas dedicadas por las mujeres y los hombres en el sector turístico? y ¿cómo se podría definir y evaluar el trabajo no remunerado ejecutado por las mujeres en las empresas familiares del sector turístico?

Empleo

Las mujeres están generalmente bien representadas en el empleo del sector turístico formal. No obstante, cabe señalar que las mujeres suelen ocupar más puestos administrativos que los hombres y tienen menos probabilidades de alcanzar un empleo profesional en el sector turístico, lo que implica que en promedio, el sueldo neto que perciben sigue siendo inferior al de los hombres.



Tabla 1 Mujeres empleadas en el Sector de Hoteles y Restaurantes, por región (%)

Región	Porcentaje regional
América Latina	58,5
Caribe	55,4
África	47,0
Oceanía	46,8
Asia	35,4
Media	48,62

Fuente: Base de datos Laborsta, OIT.

Con una media del 49%⁵, la tabla 1 muestra que las mujeres ocupan la mayoría de los empleos relacionados con el sector de Hoteles y Restaurantes (H&R). América Latina y el Caribe tienen la mayor representación de mujeres en el turismo, seguidos de África. Las cifras bajas del continente asiático esconden una gran

5 Los datos relativos a la participación equitativa de las mujeres en la fuerza laboral estaban disponibles en 101 de los 172 países objetos de la investigación (59%). Para este indicador, los datos estaban disponibles en 40 de los 172 países (24%). En 2001, la OIT informó de que el 90% de los empleados del sector de hoteles y restaurantes del mundo eran mujeres. Ver OIT (2001) "Desarrollo de los recursos humanos, el empleo y la mundialización en el sector de la hostelería, la restauración y el turismo", Informe para el debate de la Reunión tripartita sobre el desarrollo de los recursos humanos, el empleo y la mundialización en el sector de la hostelería, la restauración y el turismo, Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

disparidad entre los países del Oriente Medio, tales como Arabia Saudí con un 2% y Tailandia con un 65%. Estos altos niveles de participación son la prueba del potencial contributivo del turismo en la generación de ingresos para las mujeres. Sin embargo, resulta vital estudiar con mayor detenimiento los tipos de trabajo realizados por las mujeres en el sector turístico, tal y como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2 Mujeres empleadas en el sector de Hoteles y Restaurantes por estatus ocupacional, por región (%)

Nivel	Profesional	Administrativo	Servicios
Asia	38,9	49,4	35,6
América Latina	36,6	62,7	65,5
África	34,9	56,6	34,8
Caribe	No disponible	67,3	42,9
Oceanía	No disponible	No disponible	No disponible
Media*	36.8	59.0	44.7

* Solo se muestra la media cuando existen datos para mínimo el 10% de los países de la región.

Fuente: Base de datos Laborsta, OIT.

Esta tabla nos muestra que las trabajadoras del sector turístico se concentran en los puestos de servicios y administrativos. Las cifras varían según la región y se puede observar un alto porcentaje de mujeres en los puestos administrativos en América Latina y en el Caribe. Sin embargo, dichas categorías carecen de información relativa a las tareas específicas de las mujeres y de los hombres, así como sobre si estas asumen los estereotipos de género o no. En cuanto al nivel profesional, todas las regiones donde se dispone de datos presentan una media similar. Este fenómeno resulta especialmente evidente en América Latina, donde la participación de las mujeres en los empleos profesionales es casi la mitad de la de los puestos de servicios y administrativos. Aunque de forma general la participación de las mujeres en este sector sigue siendo relativamente baja, parece que esta industria podría ofrecer las oportunidades necesarias para que las mujeres alcancen puestos directivos.

Emprendimiento

El turismo ofrece grandes oportunidades para las mujeres que desean dirigir su propio negocio. Las mujeres tienen casi dos veces más probabilidades de ser empresarias en la industria turística que en cualquier otro sector.



Tabla 3 Mujeres empresarias en el sector de Hoteles y Restaurantes, por región (%) *

Región	Todos los sectores	Sector H&R
América Latina	23,2	51,3
Caribe	26,4	32,8
África	20,8	30,5
Asia	17,4	29,7
Oceanía	No disponible**	No disponible
Media	21,95	36,08

* Para este indicador, los datos estaban disponibles para 40 de los 172 países (24%).

** Solo se muestra la media cuando existen datos para mínimo el 10% de los países de la región.

Fuente: Base de datos Laborsta, OIT.

América Latina ofrece la mayor proporción de mujeres empresarias del sector turístico, duplicando los porcentajes de los demás sectores. En Nicaragua y en Panamá, más del 70% de los empresarios son mujeres mientras que sólo representan un poco más del 20% en los otros sectores. Esta tendencia se repite en menor medida en todas las regiones cubiertas por el estudio. Una vez más, cabe señalar que los datos relativos a Asia varían considerablemente. Mientras que en Indonesia, Malasia, Filipinas y Tailandia más de la mitad de los negocios turísticos están dirigidos por mujeres, en Pakistán, Irán y Maldivas, estos brillan por su ausencia. Estos datos demuestran el enorme potencial que tiene el turismo en la promoción del empresariado femenino.

Educación

A pesar de la escasez de datos sobre el nivel de educación de las mujeres que trabajan en la industria turística, todo apunta a que se está dando un aumento de las mujeres universitarias en todos los sectores. Sin embargo, el nivel terciario carece todavía de formadoras y la proporción de mujeres con titulación en el campo de los servicios sigue siendo inferior a la de los otros campos.



La tabla 4 muestra en qué medida la participación de las mujeres en la educación superior varía según la región. Dentro de las regiones, algunos países muestran tasas particularmente elevadas de mujeres que poseen una titulación en el campo de los servicios, como en el caso de Filipinas (82,1%), las Islas Caimán (80%) y Honduras (78%). En cambio, las tasas de Qatar apenas alcanzan el 9%.

Tabla 4 Mujeres graduadas sector terciario (todos los campos vs. campo de servicios), por región (%)*

Región	Todos los campos	Campo de Servicios
América Latina	59,6	53,5
Caribe	66,2	50,3
Asia	52,2	46,3
África	36,8	30,8
Oceanía	No disponible	No disponible
Media	53,7	45,3

* Los datos relativos al indicador sobre las mujeres que poseen una titulación en el campo de los servicios estaban disponibles en 88 de los 172 países incluidos en el estudio (50%). Los datos más completos provienen de América Latina y de Asia.

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO.

Liderazgo

El turismo ofrece oportunidades de liderazgo a escala mundial para las mujeres. Las mujeres ocupan más funciones ministeriales en relación con el turismo que con cualquier otro sector. Sin embargo, sólo uno de cada cinco directores de las oficinas nacionales de turismo es una mujer y sólo una de cada cuatro asociaciones de la industria turística está dirigida por una mujer.

En marzo de 2010, el 21% de los países tenían una ministra de turismo, frente a un 17% en todos los demás ministerios. Con un tercio de todos los puestos de ministros de turismo en manos de las mujeres, África muestra la más alta representación femenina. En los países africanos, las mujeres tienen casi el doble de probabilidades de ocupar un puesto de ministra de turismo que en cualquier otro ministerio. En cambio, sólo el 6% y el 15% de los puestos de ministros de turismo están ocupados por mujeres en el Caribe y en Asia, respectivamente.

Los estudios sobre las oficinas de turismo demuestran que sólo un poco más del 20% de ellas están dirigidas por una mujer. El Caribe aparece como la región con más mujeres directoras de las oficinas de turismo (35%). Siete de los veintitrés países del Caribe tienen a una mujer como directora de una oficina de turismo. Las probabilidades de que una mujer sea presidenta de una asociación de turismo son un poco más elevadas. El 23% de estas asociaciones están, de hecho, dirigidas por una mujer.



Comunidad

Las oportunidades que el turismo ofrece a las mujeres en el sector formal e informal pueden suponer un impacto notable sobre la reducción de la pobreza en las comunidades rurales. La proporción de mujeres que trabajan por cuenta propia es mucho más elevada en la industria turística que en cualquier otro sector y este resultado es constante en todas las regiones. El informe también destaca la fuerte contribución de las mujeres en la ejecución de los trabajos no remunerados de las empresas familiares que están recogidos bajo el concepto de “trabajadores familiares”. Los trabajadores familiares no remunerados están expuestos a la explotación. Se trata de uno de los ejes prioritarios que deben ser abordados en el marco de la promoción de la igualdad de género en el sector turístico.



La tabla 5 muestra las variaciones que presentan las regiones en cuanto al número de mujeres que trabajan por cuenta propia en el sector turístico. Los porcentajes más altos se encuentran en América Latina, con importantes contrastes entre el turismo y los demás sectores. Por ejemplo, en Nicaragua las mujeres tienen el 40% de todos los trabajos por cuenta propia, pero el 92% de los del sector turístico. En Bolivia, las cifras son del 44% y del 95%, respectivamente. Varios países africanos se caracterizan por su fuerte proporción de trabajadoras por cuenta propia: el 71% en Botsuana y el 65% en Zimbabue. El país con el porcentaje más bajo es Siria, con un 2%.

Tabla 5 Mujeres trabajadoras por cuenta propia en el sector de Hoteles y Restaurantes, por región (%) *

Región	Todos los sectores	Sector H&R
América Latina	39	73
África	38	48
Caribe	29	42
Asia	27	33
Oceanía	No disponible	No disponible
Media	33	49

* Los datos relativos a las trabajadoras por cuenta propia en el sector H&R estaban disponibles en tan sólo 39 de los 172 países (23%).

Fuente: Base de datos Laborsta, OIT.

Además, todo apunta a que las mujeres se están haciendo cargo de un volumen considerable de trabajo no remunerado para las empresas familiares del sector turístico. Como lo muestra la tabla 6, y con la excepción de Asia, la proporción de mujeres que contribuyen al negocio familiar es notablemente más elevada en la industria turística que en cualquier otro sector. En el Caribe, el 84% de la contribución al trabajo familiar incumbe a las mujeres frente al 51% en los demás sectores. Estas cifras son preocupantes para un análisis de género del sector turístico. Si bien es cierto que el trabajo realizado por las mujeres en las empresas familiares del sector turístico contribuye al desarrollo comunitario, también lo es que, en caso de que no esté remunerado, está subsidiando una amplia parte del turismo comunitario, pero está favoreciendo muy poco el empoderamiento económico de las mujeres.

Tabla 6 Mujeres trabajadoras familiares no remuneradas en el sector de Hoteles y Restaurantes, por región (%) *

Región	Todos los sectores	Sector H&R
Caribe	51	84
África	56	73
América Latina	53	70
Asia	64	54
Oceanía	No disponible	No disponible
Media total	56,0	70,2

* Los datos estaban disponibles en sólo 34 de los 172 países (19%). Los datos más completos provienen de Asia. No disponemos de datos para los países de Oceanía.

Fuente: Base de datos Laborsta, OIT.

Variaciones regionales

Algunas de las principales tendencias regionales relacionadas con la participación de las mujeres en el sector turístico para los cinco aspectos cubiertos por el informe podrían resumirse de la siguiente manera:

- En el **Caribe**, las mujeres representan la mayoría de la fuerza laboral, tanto por cuenta propia como por cuenta ajena. Sin embargo, el porcentaje de mujeres que ocupan un cargo ministerial relacionado con el turismo sigue siendo bajo.
- La misma tendencia se puede observar en **América Latina**, a saber, una fuerte participación de las mujeres en la industria turística, pero una representación bastante tímida en los puestos de liderazgo.
- Se puede apreciar un alto porcentaje de mujeres en los cargos ministeriales de turismo en **África** (una tercera parte del número total) y una fuerte representación de las mujeres trabajando, tanto

por cuenta propia como ajena. Sin embargo, el porcentaje de mujeres que poseen una titulación en el campo de los servicios sigue siendo bajo.

- **Asia** presenta el porcentaje más alto de mujeres profesionales en el sector turístico. En cuanto a la participación general en el empleo y en el trabajo por cuenta propia, esta es alta en los países del Sudeste Asiático y muy baja en Oriente Medio.
- Actualmente, ninguna mujer ocupa un cargo ministerial de turismo en **Oceanía**.

Desafíos futuros y recomendaciones

El informe formula una serie de recomendaciones sobre los aspectos de especial preocupación para poder promover el empoderamiento de las mujeres en el sector turístico que se pueden resumir como sigue:

Principales recomendaciones por tema

Empleo

Aumentar la conciencia sobre la importancia del papel económico que desempeñan las mujeres en la industria turística. Fortalecer las medidas de protección legales para las mujeres que trabajan en el sector turístico, tales como la aplicación de unas normativas que garanticen un mínimo salarial y una remuneración equitativa. Mejorar los permisos de maternidad, los horarios flexibles, las posibilidades para trabajar desde casa y en general las prácticas empresariales que permitan el cuidado de los hijos e hijas.

Emprendimiento

Facilitar la iniciativa empresarial de las mujeres en el sector turístico garantizándoles el acceso a los créditos, a la tierra y a la propiedad, y ofreciéndoles una formación adecuada y los recursos necesarios para promover las empresas de mujeres.

Educación

Promover la incorporación de las mujeres en la educación y en la formación en turismo y mejorar el nivel educativo de las mujeres que ya trabajan en los diferentes campos de dicha industria mediante la aplicación de un programa de acción específico y estratégico.

Liderazgo

Apoyar el liderazgo de las mujeres en todos los niveles del sector turístico: sector público, sector privado y gestión comunitaria mediante la puesta en marcha de programas de liderazgo a nivel nacional y en las grandes y medianas empresas turísticas.

Comunidad

Asegurarse de que la contribución de las mujeres al desarrollo de la comunidad sea debidamente reconocida y recompensada teniendo en cuenta el trabajo no remunerado de las mujeres y supervisando las actividades turísticas que se llevan a cabo en el hogar y en la comunidad.

Principales recomendaciones para las partes interesadas

Sector privado

Promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres como elementos clave de las actividades de Responsabilidad Social Corporativa, como los *Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, una iniciativa conjunta* del Pacto Mundial y de ONU Mujeres.⁶

Sector público y autoridades políticas del sector turístico

Adoptar medidas proactivas para integrar la perspectiva de género en la política, en la planificación y en las operaciones turísticas.

Organizaciones internacionales y sociedad civil

Instar a los gobiernos, a la comunidad internacional, a las organizaciones de la sociedad civil y al sector privado a que protejan los derechos de las mujeres en el sector turístico y supervisen los avances en el empoderamiento de las mujeres mediante el turismo. Colaborar con la Organización Mundial del Turismo y ONU Mujeres en el desarrollo de programas y proyectos dedicados a la promoción de la igualdad de género y al empoderamiento de las mujeres mediante el turismo.

Para poder evaluar en qué medida las acciones políticas son realmente efectivas para la mejoría de la situación de las mujeres en el sector turístico, resulta importante proceder a la reevaluación de estos indicadores cada tres años como mínimo. Este año de referencia servirá de criterio para poder medir progresos futuros.

6 Ver http://www.unifem.org/partnerships/womens_empowerment_principles/

Estudio de casos prácticos

Las mujeres ocupan un lugar significativo en el sector turístico mundial. La capacidad que tiene el sector turístico para empoderar a las mujeres social, política y económicamente resulta particularmente relevante en las regiones en desarrollo donde las mujeres pueden tener que hacer frente a grandes dificultades y desigualdades. Este informe subraya el papel fundamental que desempeña el turismo en la erradicación de los estereotipos culturales, en el

empoderamiento político y económico de las mujeres y en la creación de oportunidades generadoras de ingresos para estas. Los estudios de caso prácticos siguientes demuestran el potencial que tiene el sector turístico para propiciar oportunidades de negocio a escala nacional, para ofrecer oportunidades de asistencia técnica y para ayudar a las mujeres a recuperarse de los tiempos de crisis.

Caso Práctico A: Empresa de Turismo Cultural de Mulala, Arusha, Tanzania

Por Mary Lwoga (texto editado)

Ocho mujeres del pueblo de Mulala en Tanzania se han unido para dar vida al Grupo de Mujeres Agape, cooperativa que trabaja bajo los auspicios de la Empresa de Turismo Cultural de Mulala e iniciativa conjunta de la Oficina de Turismo de Tanzania y de la Organización de Desarrollo Holandesa (SNV), cuyo objetivo es generar actividades turísticas que beneficien a las poblaciones locales, reducir la pobreza y ofrecer una experiencia turística para completar la oferta convencional de safaris. A su llegada, los turistas reciben una calurosa bienvenida por parte de las mujeres de Mulala encabezadas por Mama Anna Pallangyo (responsable y coordinadora de la Empresa de Turismo). Se les invita a visitar la Reserva del bosque del Monte Meru y a realizar excursiones especialmente diseñadas para mostrar los métodos locales de elaboración de quesos, las actividades de jardinería y de agricultura, la fabricación de panes, la confección textil y el cultivo de café. Cabe añadir que este programa no beneficia únicamente a las ocho familias del Grupo de Mujeres, sino también a los 2.500 miembros de la comunidad de Mulala. Cada visitante aporta una contribución al Fondo de Desarrollo del Pueblo que se utiliza para mejorar los edificios escolares, el centro de salud local, así como para financiar cualquier otro proyecto de desarrollo de la comunidad. Gracias a las buenas relaciones que mantiene con el sector turístico, el Grupo de Mujeres Agape también ha conseguido establecer vínculos empresariales con diferentes albergues de la zona que les compran el queso casero. Esta última actividad constituye otra importante fuente de ingresos para las integrantes del grupo de mujeres, así como para los demás granjeros del pueblo que les venden la leche que necesitan para la producción del queso.

Factores clave del éxito y lecciones aprendidas

- Empresarias locales como Mama Anna tomaron la iniciativa y llevaron este Programa de Turismo Cultural hasta su éxito.
- Se invitó y se animó a las mujeres a que participasen en este proyecto desde sus inicios.
- Se impartió una formación sobre técnicas comerciales, cómo determinar precios, vinculación con los mercados y contabilidad a todos/as los/as participantes del proyecto para garantizar que dispusieran de la información necesaria para beneficiarse de las oportunidades del turismo.



Caso Práctico B: Tres hermanas nepalesas pioneras

Por Kristie Druzca (texto editado)

En respuesta a la demanda de mujeres guías en un sector principalmente masculino en los Himalayas, las tres hermanas Chhetri fundaron la empresa *Three Sisters Adventure and Trekking Company* (Empresa de Senderismo y de Aventura Tres Hermanas) en el año 1994 con el fin de ofrecer actividades de senderismo reservadas a las turistas mujeres. Cinco años más tarde, registraron *Empowering Women Nepal* (EWN- Empoderamiento de las Mujeres en Nepal) como una ONG.

La empresa nepalesa forma a las mujeres locales como guías y portadoras, además de ofrecerles una formación en empoderamiento que les ayude a acabar con la discriminación. En esta sociedad profundamente patriarcal, las restricciones impuestas sobre la movilidad de las mujeres confinan a las solteras en sus hogares e impiden la contratación de las mujeres casadas. A pesar de todo, en diez años EWN ha conseguido formar y animar a más de 800 nepalesas para que se incorporen a la industria turística. A día de hoy, las cien mujeres que trabajan en la empresa de senderismo de las hermanas cobran 120.000 rupias al año (1.709 dólares), una vez que alcanzan el cargo de guía experimentada.

Venciendo el escepticismo local con una firme determinación, teniendo una visión clara de sus objetivos y contando con el apoyo de su familia, las hermanas consiguieron romper varios estereotipos de género fuertemente arraigados. Como dijo una de las hermanas, Lucy Chhetri: “Demostramos que las mujeres son mental, física y emocionalmente igual de fuertes que los hombres.” En gran parte gracias a sus esfuerzos, las mujeres representan hoy en día entre el cinco y el diez por ciento de los guías y de los portadores de Nepal, ofrecen una oferta más diversificada a los turistas y promueven el empoderamiento y el estatuto económico de las mujeres nepalesas.

Factores clave del éxito y lecciones aprendidas:

- El apoyo familiar hacia y entre las mujeres refuerza fuertemente su confianza, determinación y capacidad para alcanzar el éxito.
- El potencial que tienen las mujeres para triunfar en el sector turístico no suele explotarse en su justa medida, no por falta de capacidades, sino de oportunidades.
- Cuestionar la restricción que conlleva la imposición de los roles tradicionales de género por parte de los miembros masculinos de la comunidad puede facilitar la concretización de las iniciativas empresariales de las mujeres en el sector turístico.



Caso Práctico C: Empoderar a las mujeres mediante la iniciativa empresarial en las islas Galápagos, Ecuador

Por Aldo Salvador y Ana García Pando (texto editado)

Hace tres años, once mujeres de la isla de Santa Cruz, Galápagos, se convirtieron en panaderas y colaboradoras comerciales de *Perlas del Pacífico* cuando la Asociación Nacional de Empresas Turísticas en Galápagos (ASOGAL) decidió potenciar las actividades de responsabilidad social corporativa de sus miembros al ampliar su cadena de suministro local.

Con los miles de turistas que tenían que abastecer y en vista de los costes elevados que suponía importar panes congelados desde el continente, además del exceso de tiempo que requería su horneado en las cocinas reducidas a bordo de los cruceros, ASOGAL pensó que una panadería podría ser un buen concepto de negocio. Con un crédito sin intereses de 30.000 dólares concedido por ASOGAL, la inversión inicial de la Corporación Financiera Andina (CAF), el apoyo de la Asociación y de técnicos de la iniciativa ST-EP de la OMT, así como la contratación de una consultoría empresarial y de auditoría de Quito, once mujeres decidieron embarcarse en este proyecto.

A pesar de las dudas iniciales, de la fuerte presión familiar y del gran disgusto de sus maridos, tres de las once mujeres siguieron adelante con la aventura empresarial. Aprendieron a adaptar su producto a las exigencias de los turistas extranjeros, a tratar con sus clientes y a negociar con los oficiales de logística (mayoritariamente hombres) responsables del abastecimiento. Así, se ganaron la admiración de sus maridos y vieron su sueldo subir de unos 200 dólares mensuales a más de 6.000 dólares. El hecho de tomar decisiones financieras, resolver problemas, asumir riesgos y responsabilidades, pagar sus deudas y debatir aspectos relativos a la refinanciación permitió a estas mujeres dejar atrás sus inhibiciones iniciales y descubrir su enorme capacidad de perseverancia. Como dijeron: *“Ahora dirigimos nuestro negocio, ahora dirigimos nuestras vidas”*.

Factores clave del éxito y lecciones aprendidas:

- La iniciativa empresarial empoderó económicamente a estas mujeres, reafirmó su autoestima y les ayudó a ganarse el respeto y la admiración de sus esposos.



El Informe Mundial Sobre las Mujeres en el Turismo tardó varios años en elaborarse. La OMT desveló un plan de acción para “empoderar a las mujeres mediante el turismo” en la IBT Berlín de 2008. Las acciones incluidas en este plan tenían como objetivos establecer un grupo de trabajo multisectorial, elaborar un sistema de recopilación de datos e iniciar el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010-2012* conjunto de la OMT y ONU Mujeres sobre las Mujeres en el Turismo.



Organización Mundial del Turismo
Calle Capitán Haya, 42
28020 Madrid,
España
Tel.: (+34) 915 678 100
Fax: (+34) 915 713 733

www.UNWTO.org

ONU Mujeres
220 East 42nd Street,
New York, NY 10017,
Estados Unidos de América
Tel: (+1) 212-906-6400
Fax: (+1) 212-906-6705

www.UNWOMEN.org/es