



I FORO MUJER Y TURISMO de CANARIAS

#WomenTur

Dossier informativo y Encuesta
2017

PRESENTACIÓN

Foro organizado por Mujeres en Igualdad y Dimple Melwani, concejala de Turismo de Puerto de la Cruz (Santa Cruz de Tenerife), el 16 de noviembre de 2017 en el Hotel Botánico para analizar la evolución del papel de la mujer en el turismo y el mercado laboral canario.

El objetivo es dar voz y visibilidad a las mujeres que están transformando el sector, conocer sus aspiraciones y sus retos.

¿Por qué si cada vez hay más mujeres universitarias nos cuesta tanto acceder a los puestos directivos?

Queremos conocer cuántas mujeres trabajan en este sector y cómo contribuyen a su crecimiento, a qué obstáculos se enfrentan y, por supuesto, cómo podemos eliminarlos. Queremos ayudar a las mujeres emprendedoras.

También analizamos la influencia de la mujer a la hora de elegir destino turístico; es decir, su rol como prescriptora, y como motor de la economía.

Un nuevo grupo de consumidores está preparado para definir la economía del futuro: somos nosotras, las mujeres.

#WomenTur



¿QUIERES VER UN RESUMEN DEL I FORO DE TURISMO Y MUJER DE CANARIAS?



¿QUIERES VER NUESTRA GALERÍA DE IMÁGENES EN FLICKR?





ENCUESTA #WOMENTUR

¿Participas?

Con los datos obtenidos en esta encuesta elaboraremos un estudio
<http://bit.ly/WomenTur>

Cuanto mayor sea la participación, mejor será el análisis

PROGRAMA

16:00 Recepción de asistentes

16:30 Saludo y bienvenida

Asier Antona, presidente del PP en Canarias

Lope Domingo Afonso, alcalde de Puerto de la Cruz

Dimple Melwani, Concejala de Turismo Puerto de la Cruz

Carmen Fúnez, Secretaria general de Mujeres en Igualdad

17:00 Ponencia "Igualdad: Consciencia y Responsabilidad"

Eva López-Acevedo Sanz

Socia Fundadora y Directora Ejecutiva de la Escuela Europea de Coaching

17:20 Ponencia "Bombillas encendidas. El papel de la mujer en Hostelería"

Victoria López Fuentes

Consejera del Grupo Fedola.

Vicepresidenta de Ashotel

17:40 Ponencia "La mujer como prescriptora en el Turismo. ¿Quién adopta la decisión de compra?"

Carmen Fúnez de Gregorio

Secretaria general de Mujeres en Igualdad

16 noviembre de 2017, de 16:00 a 20:30 h

Hotel Botánico- Puerto de la Cruz

Avenida Richard J Yeoward 1, 38400

Puerto de la Cruz, Tenerife, Spain

18:30 Ponencia "Hostelería, Turismo y Mercado Laboral de Canarias. Retos para la mujer del siglo XXI"

Alejandro Pérez González

Director Regional de Adecco España en Canarias

18:50 Ponencia "La Mujer Emprendedora en el Siglo XXI: Desafío en Femenino"

Rita Calero Cordobés

Directora de la revista Más Mujer

19:10 Ponencia "Hacia la igualdad real de oportunidades"

Dimple Melwani

Concejala de Turismo Puerto de la Cruz

19:30 Mesa de Debate

20:15 Clausura

Manuel Domínguez, presidente del PP de Tenerife

Dimple Melwani

Carmen Fúnez

María Teresa Alba, presidenta de Mujeres en Igualdad de Tenerife

Moderador: Alexis Hernández, periodista y presentador de RTVC

MATILDE ASIÁN

Secretaria de Estado de Turismo



“Como Secretaria de Estado de Turismo, como canaria y como mujer, es para mí un honor darles la bienvenida a este I foro”

“Me gustaría felicitar a las organizadoras. Considero que esta es una iniciativa imprescindible para conocer la realidad social y económica de Canarias y, sobre todo, para conocer la proyección de futuro”

“Las mujeres tenemos mucho que decir”



INAUGURACIÓN

ASIER ANTONA

Presidente del PP en Canarias

“Estamos hablando de nuestro principal motor económico. Canarias no podría pensar en el futuro sin el turismo”

“El turismo está generando puestos de trabajo, pero ¿los suficientes como para absorber el desempleo? ¿Estamos formando a nuestros jóvenes para el turismo del futuro?”

El turismo representa el 34% de la economía en Canarias, según destacó el presidente del PP canario en la inauguración del foro.

La elección del Puerto de la Cruz no es casual. “Estamos en un municipio fundamentalmente turístico, lanzadera en Canarias, y hemos elegido un tema de debate interesante porque sabemos que, pese a que el sector supone 15.000 millones de euros de ingresos para la economía en Canarias, quedan por delante muchos retos y desafíos a los que nos tenemos que enfrentar”.

“Es un buen momento -subrayó- para escuchar a mujeres con distintas responsabilidades, con diferentes inquietudes y preocupaciones para conocer sus obstáculos y eliminarlos”.

A juicio de Antona, “debemos hablar no solo del turismo de sol y playa, sino explorar también todas las posibilidades del turismo vinculado a la salud, a las compras, a nuestra gastronomía o a la riqueza patrimonial porque todo alude a la diversificación de nuestro principal motor económico”.



El turismo representa el 34% de la economía en Canarias, destacó el presidente del PP canario en la inauguración del foro.

La elección del Puerto de la Cruz no es casual. “Estamos en un municipio fundamentalmente turístico, lanzadera en Canarias, y hemos elegido un tema de debate interesante porque sabemos que, pese a que el sector supone 15.000 millones de euros de ingresos para la economía en Canarias, quedan por delante muchos retos y desafíos a los que nos tenemos que enfrentar”.

“Es un buen momento -subrayó- para escuchar a mujeres con distintas responsabilidades, con diferentes inquietudes y preocupaciones para conocer sus obstáculos y eliminarlos”.

A juicio de Antona, “debemos hablar no solo del turismo de sol y playa, sino explorar también todas las posibilidades del turismo vinculado a la salud, a las

LOPE DOMINGO

Alcalde de Puerto de la Cruz

“El papel de la mujer no solamente debe ser visible, sino también reconocido con la justicia que se merece”

“Es una satisfacción enorme poder acoger este foro y prestamos todo nuestro apoyo a Mujeres en Igualdad para que desarrolle más iniciativas como esta”

“Aplaudo la iniciativa de Mujeres en Igualdad de celebrar en nuestro municipio turístico un foro de estas características”, señaló el alcalde de Puerto de la Cruz, una ciudad vinculada de forma casi exclusiva, hasta bien entrado el siglo XIX, a la actividad comercial y portuaria.

A partir de 1880, el turismo comienza a jugar también un peso importante en la economía local. La mayor parte de los centros hoteleros se crean a partir de la remodelación de antiguas casas familiares, pero habrá que esperar a los años 50 del siglo pasado para constatar el *boom* turístico que experimenta el municipio.

A juicio del alcalde, es imprescindible celebrar encuentros de este tipo para abordar cuestio-



nes de las que dependen los puestos de trabajo: “Es un buen momento para analizar las relaciones laborales en el ámbito del turismo y de la hostelería, las perspectivas de la mujer en los puestos de dirección pero también la situación de las trabajadoras en puestos de cualificación media, así como las proyecciones de futuro del sector en relación específica con la mujer”.

En definitiva, Lope Domingo Afonso manifestó su compromiso decidido para que “el papel de la mujer no solamente sea visible, sino que sea reconocido

con la justicia que se merece porque demuestra ser no solo el motor, sino la esencia de las relaciones que se desarrollan en el ámbito turístico en esta ciudad”.

El alcalde destacó, por último, el Pacto de Estado contra la violencia de género, “un avance sustancial del que todos nos alegramos”.





EVA LÓPEZ-ACEVEDO SANZ

Socia Fundadora y Directora Ejecutiva de la Escuela Europea de Coaching

PONENCIA “IGUALDAD: CONSCIENCIA Y RESPONSABILIDAD”



¿QUÉ ES EL COACHING?

“Coaching es el arte de hacer preguntas para ayudar a otras personas a través del aprendizaje, en la exploración y el descubrimiento de nuevas creencias que tienen como resultado el logro de sus objetivos”

Escuela Europea de Coaching (EEC)

BIO

Licenciada en Derecho, Universidad Complutense de Madrid. Liderazgo situacional por el Center for Leadership Studies. Acreditada en el uso de Myer Briggs Type Indicator (MBTI) por Oxford Psychologist.



Su pasión o, mejor dicho, sus pasiones son su familia, sus amigos y sus perros. Le encanta esquiar, bailar, viajar, su moto, el campo y Asturias. De todas estas pasiones nos habló en la primera ponencia del foro de Mujer y Turismo de Canarias.

Eva derrocha entusiasmo y, lo más importante, lo comparte. ¿Miedo? No sabe lo que es.

Al crecer, confiesa, llegaron las primeras reflexiones sobre qué significaba la igualdad. No entendía por qué a ella, a la pequeña de tres hermanos, le decían siempre: “Conduces una moto grande, ¿no te da miedo?”. Ella replicaba: “¿te da miedo a ti?”, y asunto resuelto.

Pero la historia se repetía una y otra vez.

“Para ser chica qué bien esquías”. Se lo decían hace décadas pero también ahora, los amigos de sus hijos, de apenas 25 y 27 años, “lo que da que pensar”.

Eva fue la primera mensajera en moto de Madrid. “Cada vez que he querido hacer algo, no se me ha puesto nada por delante”, reconoce.

El problema estriba, a su juicio, en que en muchas ocasiones las mujeres, en su vida profesional, creen que no pueden. “He conocido también a mujeres que lo han querido hacer todo y convertirse en una *superwoman*, pero he visto la factura que les ha pasado. Esto no es tan habitual en los hombres porque no se ocupan de tantas tareas”.

Ella estudió Derecho y empezó a trabajar en una multinacional francesa de venta de aluminio. Pasó tres años visitando fábricas, donde casi todos eran hombres. “En Francia, supuestamente mucho más liberal que España, moderna e igualitaria, me extrañó que solo tutearan a las personas sin una licenciatura o a las mujeres”.

Tras casarse llegó otra pregunta que ella no entendía: ¿Cómo te llamarás a partir de ahora?. Pues Eva López-Acevedo, contestaba. Lo que ocurría es que en Francia las mujeres *perdían* su identidad al contraer matrimonio y su apellido pasaba a ser el de su marido. El lenguaje no es inocente.

Más adelante se decidió a organizar seminarios y conferencias para directivos. Aproximadamente el 90-95% de los clientes eran hombres, excepto en temas de Recursos Humanos. Ahí detectó una gran carencia en habilidades directivas.

La directora ejecutiva de la EEC aludió a un informe que analizaba los resultados de habilidades de mujeres y hombres. En el caso de la autoevaluación, las mujeres se puntuaban con una nota bastante inferior que ellos. “Tenían un nivel de exigencia que les pasaba factura no solo a ellas, sino también a sus propios equipos”, señaló.

¿Qué puede aportar el coaching a la igualdad?

Aprendizajes transformacionales.

Existe, a su juicio, un problema de creencias. ¿Quién tiene más poder? En todos los ámbitos, aún, el poder fáctico es masculino; son creencias que tenemos arraigadas y que nos han moldeado. “Debemos luchar contra ellas porque o apostamos por las mujeres o difícilmente ocurrirá la transformación”, aseguró.

“Muchas mujeres reivindicamos la igualdad de puertas para afuera, pero en el ámbito familiar no piden ni reivindicamos nada. En su esfera inmediata de actuación no hacen nada. Ese es su verdadero techo de cristal: ellas mismas”

cambio. “Hasta que no tomas conciencia, es difícil que hagas algo al respecto”, añadió López- Acevedo.

¿Saben los hombres relacionarse con estas *nuevas* mujeres?

La Directora Ejecutiva de la Escuela Europea de Coaching subrayó que este movimiento “no va contra el hombre, sino que se trata de una cuestión vital de igualdad de oportunidades”.

“La mayoría de los hombres ni golpea ni agrede sexualmente a las mujeres, pero permanece en silencio ante esa violencia y con su actitud permite que esas situaciones continúen”.

Michael Kaufman

Cofundador de la campaña del Lazo Blanco en contra de la violencia contra las mujeres.

López-Acevedo aludió a algunos de los últimos escándalos, como el *Caso Weinstein*, con múltiples denuncias de acoso sexual en el cine estadounidense que no solo apuntan a Weinstein y a sus ‘encubridores’, lo que evidencia una lacra sistémica.

“Todo el mundo lo sabía, pero nadie dijo nada hasta ahora. Ese silencio ha sido cómplice. Se requiere una transformación social”, subrayó.



VICTORIA LÓPEZ FUENTES

Consejera del Consejo de Administración del Grupo Fedola y Vicepresidenta de Ashotel

PONENCIA “BOMBILLAS ENCENDIDAS. EL PAPEL DE LA MUJER EN HOSTELERÍA”

Grupo FEDOLA es un grupo empresarial familiar, cabecera de un gran holding constituido por 22 marcas comerciales diferentes y más de 50 años de historia.

María Victoria López Fuentes es Directora General de GF Hoteles y de Pricemesa.

“Cada persona tiene que ser un ejemplo de optimismo inteligente, de ilusión, de pasión y tenemos que extenderlo en nuestro entorno, contagiarlo a todo nuestro equipo de trabajo”. Este es el lema de Victoria López Fuentes, quien impartió la ponencia ***Bombillas encendidas***.

¿A qué se refiere? ¿Qué relación guardan las mujeres con las bombillas? Lo explicó a la perfección:

Las mujeres han tenido que brillar con más intensidad en el sector turístico, “incluso en algunos casos con muchísima más potencia que los hombres e, incluso, ser diferentes para ser vistas”, sostiene.

En su opinión, durante muchos años se ha creído que las mujeres estaban limitadas, que no tenían ni la misma habilidad ni el mismo conocimiento. Craso error. “No creo que seamos opuestos, lo que tenemos que hacer es unirnos y trabajar en equipo. Ese será el futuro”.

López nos relató cómo se gestó el grupo Fedola y cómo la presencia de la mujer pasó de ser inexistente a representar la mitad del consejo de Administración.

Su historia se remonta al año 1952, con su padre. “No era discutible, en aquella época, la mujer se quedaba en casa cuidando a los niños y ayudando al marido”, señaló Victoria. Ya en los años 70, su padre se asocia con otros empresarios “hombres, por supuesto” y crean una de las primeras cadenas hoteleras del Puerto de la Cruz (1972).

AsHotel es una organización muy implicada con la igualdad. Por iniciativa propia, encargaron un estudio en la Universidad de La Laguna: ‘Techo de cristal’

También contrae matrimonio con una chica de su mismo pueblo. En aquellos años, su padre trabajaba fuera, nunca tuvo que elegir entre ser padre o trabajar. Mientras, su madre permanecía en casa. Tuvieron cuatro hijos (Mónica, Ana Belén, Fernando y ella -mellizos-).

Con el parto de mellizos nació “el príncipe heredero”, reconoció Victoria. Todos los socios de su padre tenían un hijo al lado y, finalmente, su padre también lo tenía. Esta es la imagen actual del Grupo Fedola y de su Consejo de Administración:



¿Qué ha ocurrido? ¿Cómo han llegado estas tres mujeres? Muy sencillito: el padre quería que Fernando asumiera las riendas y que las hijas se formaran en la Universidad, pero con el tiempo Fernando no alcanzó el nivel formativo de sus hermanas (Universidad y máster) y los cuatro integraron el Consejo de Administración. En la imagen, junto a dos asesores. Una foto impensable hace 40 años.

900 personas integran la plantilla del grupo empresarial.



Pero hasta llegar aquí, Victoria tuvo que luchar y demostrar que estaba ahí por su valía. Empezó desde abajo, porque necesitaba aprender y darse a respetar. A lo largo de estos años -confesó- ha tenido que escuchar:

*“¿Pero tu padre no tenía un hijo?”
“Estas aquí porque eres la niña de papá”
“Mujer tenías que ser”.*

“Mis hermanas y yo -añadió- lo hemos oído a menudo, pero seguimos adelante y hemos conseguido brillar como bombillas”.

En la actualidad, el Grupo Fedola engloba a 1.250 familias. “Familias porque hay matrimonios, hijos... Vivimos y trabajamos en la empresa bajo una cultura de confianza”.

Apuesta por el talento femenino y sus capacidades

A López le preocupa la situación de la mujer en el sector turístico.

“Estamos asistiendo a un momento clave para consolidar un **turismo más sostenible**, respetuoso con el medioambiente y con las culturas locales. 2017 es el Año Internacional para el Turismo Sostenible para el Desarrollo, un hito sin precedentes en el que la implicación y el compromiso del sector privado se convierte en un componente esencial”, afirmaba hace meses el secretario general de la Organización Mundial del Turismo, Taleb Rifai.

Las mujeres tienen mucho que aportar. Cada día asumen mayores responsabilidades sin ningún complejo y las empresas apuestan cada día más por ellas. “Pero aún nos encontramos muchas piedras en el camino: son piedras inventadas en muchos casos en nuestras propias cabezas, por nuestros propios complejos. Las empresas no pueden perder la oportunidad de sumar el talento femenino y sus capacidades, no por justicia, sino por inteligencia”, subrayó la vicepresidenta de Ashotel.



Al principio -relató- no se encontraba segura y sentía ciertos complejos en el Consejo de Administración. No abría la boca. Su padre decía: “tú no hables y escucha”.

Pero a ella le hervía la sangre y a veces alzaba la voz. Ante una propuesta de ascenso, dudó porque no se veía tan capaz como el resto de sus compañeros. “Si hay 36 hombres y 6 mujeres, ¿por qué me lo pides a mí?”, señaló. Pero esta indecisión duró minutos. Llamó a su marido y éste le dijo: “no hay ningún problema, tira para adelante”.



“¡Hemos tenido que brillar tan fuerte para que nos vieran! Las princesas de Disney se han acabado”, destacó. “Hemos demostrado en nuestra empresa que los equipos de hombres y mujeres son más efectivos”, añadió.

Y nos recordó esta cita: “El barco está más seguro cuando está en el puerto; pero no fue para esto que los barcos fueron construidos”. “Queremos -subrayó- que nuestro equipo tenga confianza en sí mismo para navegar y para crecer”.

Invitó, por último, a todas las mujeres a no dar ni un solo paso hacia atrás y a comerse al lobo.

VÍDEO



Grupo Fedola
@GFedola



CARMEN FÚNEZ

Secretaria general de Mujeres en Igualdad

PONENCIA “LA MUJER COMO PRESCRIPTORA Y CONSUMIDORA EN EL TURISMO”

Revoluciones

De la mujer y tecnológica

El turismo supone hoy el 10% del PIB a nivel mundial y el 7% de las exportaciones, siendo el responsable de 1 de cada 11 empleos.

España ocupa el tercer lugar a escala mundial en cuanto a ingresos generados por el turismo y el primero en Europa. En nuestro país, las mujeres constituyen un amplio porcentaje de la fuerza laboral; en concreto, el 44,3% de la ocupación del sector.

En sectores como el de los servicios de alojamiento, este porcentaje llega al 55,5%, cifra que contrasta con el 17,2% de ocupación femenina en la rama de transporte.

“Siempre se analiza el papel de la mujer dentro del sector turístico desde esta perspectiva, pero podríamos buscar otro enfoque”, señaló Carmen Fúnez. Los Foros Mujer y Turismo organizados por **Mujeres en Igualdad Mallorca** constituyeron el punto de partida.

La pregunta, a su juicio, ya no es solo cuál es el papel que jugamos en el sector turístico, en la parte más productiva, sino también cuál es nuestro perfil y **nuestras prioridades como consumidoras de turismo**.

Para dar respuesta a estos interrogantes no podemos perder de vista dos cuestiones: la **revolución de la mujer**, que ha marcado y definido el siglo XX, y la revolución tecnológica, “dos revoluciones fundamentales que han transformado la sociedad en su conjunto”, destacó Fúnez.

“En apenas 100 años -añadió- hemos conseguido derechos que no habíamos tenido a lo largo de la historia y de los que sí disfrutaban los hombres: el derecho al voto, a la propiedad privada, acceder a una educación formal y reglada, abrir una cuenta bancaria, acceder a un empleo remunerado en las mismas condiciones que los hombres...”.



¿QUÉ PROPONE MUJERES EN IGUALDAD?

◁ *Incorporar la perspectiva de género en todos los estudios, informes o publicaciones sobre el sector turístico. Ahora no se contempla.*

◁ *Analizar el rol de la mujer como influencer a la hora de recomendar destino turístico, alojamiento o actividades. Supondría una ventaja competitiva. Carmen Fúnez propone también estudiar su rol como consumidora. Este es el objetivo de la encuesta que hemos creado junto a Dimple Melwani.*

◁ *Crear un sello de calidad 'CONCILIA KIDS' para aquellos hoteles, establecimientos o restaurantes que apuesten por favorecer la conciliación, tanto de mujeres como de hombres. A la riqueza gastronómica, transporte o seguridad se sumaría así otro factor diferencial: la apuesta por la conciliación.*

¿Qué consecuencias tienen estas dos grandes revoluciones en el ámbito de la igualdad y del turismo?”, planteó la secretaria general de Mujeres en Igualdad.

La primera es que “podemos afirmar, sin ningún rubor, que las mujeres seremos el **motor de la economía**”.

Ya representamos el 51% de la población, pero todavía 10 puntos nos separan de los hombres en la tasa de actividad. En España, las mujeres solo representan el 19% de los consejos de administración y el 11% de los comités ejecutivos, aunque está demostrado que las empresas con un mayor número de mujeres en puestos de liderazgo obtienen un mayor rendimiento. La buena noticia es que las empresas españolas han comenzado a tomar medidas y cada día más mujeres se incorporan al mercado laboral, lo que genera “empleo, oportunidades y riqueza”. Así lo señalan diversos estudios de organismos internacionales y de universidades como Harvard.

El último: el informe **Women Matter 2017: A way forward for Spain, elaborado por McKinsey & Company**, que indica que la mujer tiene cuatro veces menos posibilidades de ser consejera delegada que un hombre estando en el comité ejecutivo. Y solo el 3% de las empresas españolas tenía a una mujer como su primera ejecutiva en 2016. Ello, pese al impacto comprobado que tiene la mayor presencia de la mujer en el trabajo: desde 1990, sin su incorporación, el **PIB español** sería un 18% inferior.

Si se consiguieran unos **niveles de diversidad de género** similares a los de la media europea, España obtendrá **110.000 millones de euros adicionales hasta 2025**. Como para no tenernos en cuenta...

“Las sociedades son más ricas, más creativas, más influyentes y con oportunidades para todos cuando más mujeres tienen un puesto de trabajo”, afirmó Carmen Fúnez. Los datos, como demostró, así lo corroboran:

⇒**1980 en España:** tasa de actividad femenina: 27,1%. PIB: 159.000 millones de euros.

⇒**1995 en España:** tasa de actividad femenina: 36%. PIB: 459.000 millones de euros.

⇒**2017 en España:** tasa de actividad femenina: 52,1%. PIB: más de un billón de euros.

“Podemos afirmar que las mujeres somos una parte esencial del motor de la economía española”, enfatizó Fúnez, quien explicó en qué consiste el movimiento **Womenomics**, una fusión en inglés de las palabras *women* (mujeres) y *economic* (economía).

La portavoz de Mujeres en Igualdad también reclamó que se tenga en cuenta y se cuantifique la influencia de la mujer en el ámbito turístico como **consumidora e influencer**.

“Gracias al efecto multiplicador de las nuevas tecnologías y redes sociales, las mujeres tienen una tremenda capacidad de influencia y somos una fuerza poderosa para el cambio”, subrayó.

Estamos expandiendo nuestra esfera de influencia a través de Internet y de las Redes Sociales, Según una **investigación de Fleishman-Hillard, Hearst y Mendelsohn Ipsos**, las mujeres contribuyen a que otras personas busquen marcas, productos y servicios por medio de sus recomendaciones de compra a amigas/os y seguidores.

CUANDO UNA MUJER ESTÁ SATISFECHA, INTERACTÚA CON UN PROMEDIO DE 27 CONTACTOS, POR SOLO 6 DE LOS HOMBRES

“Si sumamos factores como el incremento de mujeres trabajando, una mayor capacidad adquisitiva y más tecnología, su fuerza es imparable”.

Otro estudio, **Looking further with Ford 2017 Trends**, de la compañía automovilística Ford Motor Company, evidencia que las marcas “han de tener muy en cuenta la creciente influencia de la mujer, tanto en la sociedad como en el consumo”. Viene a decir esto:

ESTUDIOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

¿Cuántas mujeres pernoctan en España, en qué comunidades autónomas y cuál es su estancia media?
¿Cuál es su edad media? ¿Viajan solas o acompañadas? ¿Son fieles a un destino?
¿Toman las decisiones en pareja?
¿Consultan webs para informarse? ¿Confían más en las recomendaciones de sus amig@s/vecin@s o familiares? ¿Se dejan influir por las RRSS?



La respuesta es sencilla: NO LO SABEMOS. ¿Por qué? Porque las estadísticas e informes no lo recogen. Sorprendente y, al mismo tiempo, improductivo.

Mujeres en Igualdad defiende la necesidad de impulsar investigaciones que incorporen la perspectiva de género en el SECTOR TURÍSTICO de forma periódica.

“A medida que los cambios demográficos continúen cambiando la dinámica familiar y laboral, las mujeres y los hombres redefinirán los roles y las responsabilidades en 2017 y más allá. En Ford, hemos reconocido por mucho tiempo que las mujeres tienen una influencia cada vez mayor tanto en el mercado como en la sociedad en general”.

Google realiza un análisis parecido. Kate Stanford (**Youtube**), analizó qué contenidos consumen las mujeres jóvenes profesionales y cómo sus preferencias revelan que se están derribando muchos estereotipos.

Ha crecido de forma significativa entre las mujeres el consumo de vídeos sobre emprendimiento, tutoriales o vídeos *how-to*. Está claro que no todo es belleza y crianza de hijos. “Habrá que repensar los modelos porque ya no respondemos a esas etiquetas que nos han puesto. Pedimos, por tanto al mercado, que también cambie y responda a nuestras expectativas”, demandó Fúnez.

La empresa Dove ya lo ha hecho, reconociendo nuestra diversidad. “La publicidad es generadora de cultura y las empresas tienen que exigirle que

identifique de verdad la realidad de las consumidoras mujeres”, destacó Fúnez, que exigió la supresión de la tasa rosa. “No queremos que nos vendan coches rosas o productos más caros, sino que se adapten a nuestras necesidades”. Y, ¿qué pedimos al turismo? Que nos tenga en cuenta.

“El problema es que no hay estudios detallados. No sabemos cuántos de los millones de turistas que visitaron Canarias son mujeres, qué demandan, sus días medios de estancia... Desde este foro pedimos que todos los estudios y estadísticas en material de turismo incorporen la perspectiva de género”.

“Tal vez hagan falta campañas específicas de turismo dirigidas a las mujeres y lo desconozcamos por la falta de estos informes pormenorizados”, añadió.

Esperamos tener los datos disponibles para el II foro de Mujer y Turismo de Canarias, avanzó la secretaria general de Mujeres en Igualdad, que propuso por último la creación de un **Sello de calidad en materia de conciliación** para establecimientos hoteleros y restaurantes. De este modo se podría hacer de la conciliación “una ventaja competitiva”.



ALEJANDRO PÉREZ GONZÁLEZ

Director regional de Adecco España en Canarias

PONENCIA “HOSTELERÍA, TURISMO Y MERCADO LABORAL DE CANARIAS. RETOS PARA LA MUJER DEL SIGLO XXI”

Alejandro Pérez compartió con el auditorio de este I Foro de Mujer y Turismo las experiencias vividas en Adecco y los últimos estudios realizados; informes que revelan “una situación desgraciadamente triste. La desigualdad es una realidad en nuestra sociedad española”.

En Adecco, recordó, se apuesta por el *Talento sin etiquetas* y defienden una *tolerancia cero* con la discriminación. “Pero no ocurre porque sí, ocurre porque se implantan medidas para favorecerlo”, puntualizó.

El director regional se mostró tajante: “estamos en una economía globalizada y mucho más competitiva que la de hace años. Los cambios se producen a gran velocidad. Tendríamos que haber conseguido la igualdad hace tiempo, no solo por una cuestión puramente económica, sino porque además es de justicia social. Si no, no vamos a crecer”.

“Tendríamos que haber conseguido la igualdad hace tiempo, no solo por una cuestión puramente económica, sino por justicia social”

Su reflexión: no podemos etiquetar el talento.

Estas son las conclusiones de un informe sobre **el futuro del Mercado laboral en España**, tras preguntar a 60 responsables de RRHH de las principales empresas:

⇒ **Qué factores tendrán más impacto:** los avances tecnológicos, los nuevos medios de comunicación y la globalización.

⇒ **Nuevos sectores que liderarán la creación de empleo 2020-2025:** tecnología, Turismo y Ocio, salud y bienestar.

⇒ **Criterios de selección:** habilidades personales, encaje con los valores de la empresa y la actitud.

⇒ **Habilidades más demandadas en el trabajador del futuro:** colaboración, gestión del cambio, capacidad técnica y orientada a resultados y capacidad de comunicación y habilidades sociales.

¿Cuáles son las características del Mercado laboral en Canarias?

► **Población activa**, según la EPA del II trimestre de 2017: 855.000 empleados
54,5% hombres y 45,4% mujeres. “Es una diferencia abismal”.

► **Tasa de desempleo:** 21,9%.
Mujeres 25,8% Hombres 18,4%.
La brecha es superior a la de la media nacional.
EPA nacional: Mujeres 18,2%/Hombres 14,8%

DIFERENCIA SALARIAL, según el Instituto Nacional de Estadística:

► El salario medio nacional de los hombres es un 29,62% superior al de las mujeres. En Canarias es un 16,72% superior.

► Brecha salarial entre los directores y gerentes, un 23,16%.
“A las mujeres les cuesta más llegar a estos puestos de dirección y gerencia y, cuando llegan, cobran menos”.

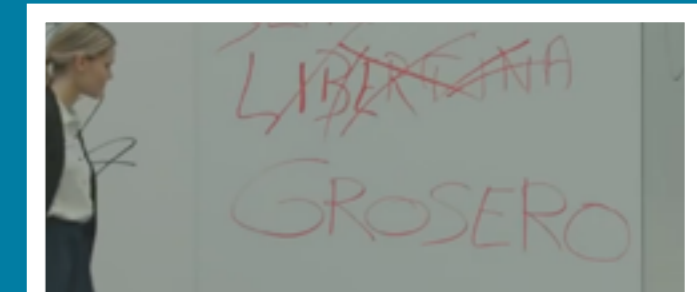
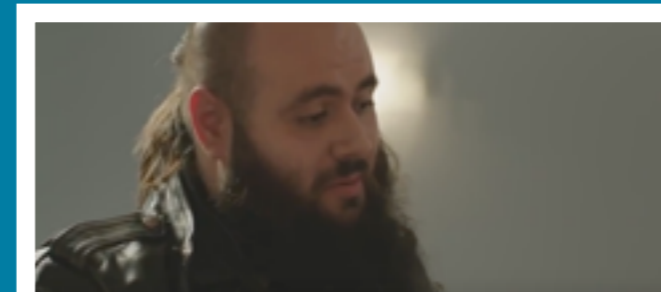
► En la Hostelería, la diferencia llega al 24,48%.

“Todos estos datos conducen a la frustración, ¿por qué existen estas diferencias?”, afirmó Alejandro Pérez.

Por cierto, ninguna empresa ha solicitado un estudio para igualar los salarios, añadió.



‘DERRIBEMOS LOS PREJUICIOS- EXPERIMENTO 1’





RITA CALERO CORDOBÉS

Directora de la revista Más Mujer

PONENCIA “LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL SIGLO XXI: DESAFÍO EN FEMENINO”

La historia de Rita Calero es una historia de reinención. Tras 26 años de trabajo en la banca, en los cuales le costó llegar a puestos de dirección pero lo logró, de repente se quedó en el paro.

La crisis se llevó por delante Caja Canarias y, con ella, su puesto de trabajo. “En ese momento de incertidumbre, sin otro tipo de formación, te encuentras en una situación de desamparo”, confesó Calero, quien empezó a analizar el mercado laboral en busca de nuevas oportunidades. Fue entonces cuando se dio cuenta de que “casi todos los empleos de dirección estaban ocupados por hombres”.

Y se preguntó: “pero, ¿qué ocurre, es que las mujeres no somos capaces?”. Sí, por supuesto que lo somos pero, a diferencia de los hombres, “no se nos da tanta visibilidad”.

De ahí nace **Más Mujer**, un portal que “lucha por poner en boga los grandes logros, tanto profesionales como personales, de las mujeres, que son muchos y son los grandes desconocidos, mostrándolos desde un punto de vista positivo”. Se centra, sobre todo, en visibilizar a mujeres emprendedoras.

“Una de las experiencias más enriquecedoras es la de crear tu propio proyecto de negocio, ponerlo en funcionamiento y, además, lograr que funcione. No es fácil, nadie dijo que lo fuera. Pero es que a las mujeres nos cuesta todavía más”, destaca la directora de *Más Mujer*.

“Debemos romper las reglas que nos limitan”

A su juicio, “vale la pena aprender de todos los tropiezos que encontramos a lo largo del camino porque el emprendimiento es realmente duro. Esos obstáculos nos sirven como aprendizaje. Esas caídas deben servirnos para no repetir esos errores”.

Las mujeres, por lo general, cuando emprenden, lo hacen porque quieren tener un cambio profesional en sus vidas. Dan ese paso para mejorar, para enfocarse más en su autoestima, para fortalecerse.

“Las mujeres, por lo general, cuando emprenden, lo hacen porque quieren un cambio profesional en sus vidas. Ese cambio lo hacen para mejorar, para enfocarse más en su autoestima, para fortalecerse”

“A diferencia de los hombres, las mujeres no necesitan sentirse como la punta de lanza que va a sacar adelante una industria o un sector, sino que en muchas ocasiones nos sentimos realmente satisfechas con saber que somos capaces de generar empleo, que vamos a conciliar y a llegar a tener una vida profesional y personal realmente plena”, subraya Calero.

La libertad económica proporciona, además, libertad y posibilidades.

“Pero tenemos que dejar de justificarnos y trabajar por nosotras mismas. A veces nos falta apoyo para dar el paso definitivo”, lamentó.

Esta situación está relacionado con la cultura empresarial de nuestra sociedad. “Lo habitual es que el hombre ocupe los primeros puestos. Si a la mujer no se le permite alcanzarlos, debemos romper las reglas, esas que nos limitan. No perdamos la fuerza por el camino. Luchemos para estar allí de una manera equilibrada y justa”, defendió.

Única publicación dirigida a las mujeres

Más Mujer intenta cubrir el vacío que ha existido en Canarias en cuestiones relacionadas directamente con las mujeres. La web es reforzada con una revista impresa que se distribuye de manera gratuita con el *Diario de Avisos*.

De hecho, es la única publicación impresa en Canarias dirigida al público femenino y cuya prioridad es dar visibilidad a todas aquellas mujeres que han destacado o destacan en los distintos ámbitos de nuestra sociedad y en campos como la ciencia, cultura, arte, investigación, moda, emprendimiento, política, tradiciones, etc.

Pero no era suficiente. De ahí surgieron los **Premios Más Mujer**.



¿QUIERES PARTICIPAR?

Puedes presentar candidaturas por una persona a título individual o por una entidad.

Las propuestas deben ir acompañadas de una breve descripción y biografía que avale su presentación. Deberán remitirse antes del 20 de enero de 2018 a:

premios@masmediagroup.es

El año pasado se celebró la I edición con siete categorías. Este año hay dos más.

El objetivo es reconocer públicamente tanto la trayectoria personal, social y profesional de mujeres del Archipiélago como la labor de entidades o empresas que trabajan a favor de la promoción de la mujer en condiciones de igualdad.

El premio internacional ha recaído en **Sokhna Bally Mountakha Mbacké**, reconocida en Senegal por su importante labor humanitaria a favor de la infancia y de la mujer.

■ Premio Mujer Solidaria 2017

Está dedicado a la empresa o institución que, con su filosofía de actuación, respalde las acciones solidarias.

■ Premio Mujer Emprendedora 2017

Jóvenes emprendedoras cuyos proyectos destaquen por la innovación en el campo de la gestión, medio ambiente, tecnología o acción social.

■ Premio Mujer Empresaria 2017

■ Premio Mujer e Innovación 2017

■ Premio Mujer y Deporte 2017

Se galardonará la trayectoria de mujeres deportistas o promotoras del deporte femenino.

■ Premio Mujer y Turismo 2017

Resaltará el éxito profesional de aquellas mujeres cuya trayectoria esté vinculada al desarrollo y la promoción turística de Canarias.

■ Premio Promoción a la Mujer 2017

Que se concederá a la empresa o institución que favorezca la igualdad y el desarrollo profesional de la mujer.

■ Premio Mujer Arte y Cultura 2017 (Nueva Categoría)

■ Premio Mujer y Comunicación 2017 (Nueva Categoría)

Por su contribución a la lucha por la igualdad de género.



DIMPLE MELWANI

Concejala de Turismo de Puerto de la Cruz

PONENCIA “HACIA LA IGUALDAD REAL DE OPORTUNIDADES”

“La mujer se ha ido incorporando al mundo laboral de forma constante, pero no ha progresado al mismo ritmo hacia puestos de mayor responsabilidad”

“Si hay más mujeres estudiando Turismo en las facultades, ¿por qué el porcentaje de altas directivas es tan bajo?”

La Concejala Delegada de Turismo de Puerto de la Cruz, con más de 15 años de experiencia profesional en el sector hotelero, analizó el peso del turismo en España para después compararlo con la situación en Canarias.

En España, el turismo representa entre el 12 y el 14% del PIB y en 2016 creció a un ritmo del 4,7%, creando más de 80.000 puestos de trabajo.

En Canarias, su impacto es aún mayor. Representa el 34% del PIB y crea uno de cada cuatro puestos de trabajo/contratos laborales.

¿Qué ocurre con la mujer? Que se ha ido incorporando al mundo laboral de forma constante, pero no ha progresado al mismo ritmo hacia puestos de mayor responsabilidad. Ni en el turismo ni en otros sectores económicos. Esta desigualdad es lo que se denomina *techo de cristal*, recordó Dimple Melwani.

Esta metáfora, acuñada por los expertos en investigaciones sobre género, se refiere a la existencia de barreras invisibles que encuentran las mujeres a la hora de abrirse paso en su carrera profesional.

El *techo de cristal* se relaciona con el diferente salario que perciben según el sexo, el porcentaje que representan en la empresa, las diferencias para ir escalando a nivel profesional dependiendo de si eres un hombre o una mujer y, por último, si esos problemas aumentan o disminuyen en función del nivel en el que nos encontremos.

Estas barreras, que a menudo no son de cristal sino más bien de hormigón, no desaparecen por sí solas, aunque hay excepciones. En **Meliá Hoteles Internacional**, el 53%

de la plantilla la ocupan mujeres. Sin embargo, el 80% de los puestos directivos y de subdirección están ocupados por hombres. “Es el claro ejemplo de que aunque la incorporación de la mujer al sector hotelero es importante, aún queda un largo camino en los puestos de responsabilidad”, destacó la concejala de Turismo.

La brecha salarial asciende al 20-25%

¿Qué dice la Organización Mundial del Turismo (OMT)? Entre otras cosas, que el turismo es más propenso a contratar a mujeres que otras industrias. De hecho, la cifra casi se duplica.

Pero Melwani se plantea: “si hay más mujeres estudiando Turismo en las facultades, ¿por qué el porcentaje de altas directivas es tan bajo?”.

Según el *Global report on Women in Tourism*, un informe de la OMT:

- Las mujeres están bien representadas en puestos de trabajo de servicio y de oficina.
- Representan una elevada proporción de la fuerza laboral.
- Brecha salarial: cobran, en promedio, entre un 10 y un 15% menos que los hombres. En España en torno a un 20-25%.
- Existe el doble de empleadas mujeres en comparación a otros sectores económicos.
- Solo uno de cada cinco ministerios de Turismo está dirigido por una mujer.
- Mujeres autónomas en el sector: el porcentaje es superior a otros sectores económicos.

Queda tanto por hacer...



“A medida que aumentan las estrellas y el número de camas de los hoteles, disminuye la presencia de mujeres en puestos de responsabilidad”

El estudio *Techo de Cristal en la Industria Hotelera*, elaborado por la Fundación Insular para la Formación, el Empleo y el Desarrollo Empresarial (Fifede) y la Fundación General de la Universidad de La Laguna, ha constatado la necesidad de poner en marcha un modelo equitativo de gestión de los hoteles para erradicar los elementos que suponen un *techo de cristal*.

¿Qué otras conclusiones se pueden extraer? Que la presencia de las mujeres en los puestos de media y máxima responsabilidad es una realidad en los hoteles de Tenerife, aunque siguen siendo minoría y están excluidas de los niveles de decisión en determinados puestos y departamentos. “Además, a medida que aumentan las estrellas y el número de camas de los hoteles, disminuye la presencia de mujeres en puestos de responsabilidad”, denunció Melwani.

Las mujeres ocupan el 36% de los puestos de responsabilidad, por lo que no se alcanza la representación igualitaria que define la legislación para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, que establece que la distribución equitativa debe oscilar entre el 40 y el 60%. El acceso también es desigual. “A las mujeres, en los procesos de selección, se les exige forma-



ción, experiencia y están unos 8 años en puestos intermedios hasta alcanzar la alta dirección. En cambio, los hombres acceden antes, se les exige menos experiencia o formación y generalmente el acceso es por recomendación o contactos. Esta cuestión tiene que ver con la menor participación de la mujer en el aspecto público”.

Asimismo se enfrentan a barreras, sobre todo de tipo social, barreras internas y falta de motivación “porque a veces la experiencia laboral no cubre las expectativas del periodo formativo”.

¿Hay políticas activas de igualdad en el Turismo? Se están dando pequeños pasos en el sector, “pero aún hay grandes diferencias”.

Este I Foro Mujer y Turismo de Canarias evidencia, a su juicio, “nuestra voluntad de comprometernos y cambiar la realidad del sector”.

QUÉ DEBEMOS CAMBIAR:

- Identificar las situaciones de desigualdad. “Hay una falta de conciencia y se necesitan más estudios”, destaca Melwani.
- Comunicar los beneficios de las políticas de igualdad porque repercuten en la sociedad en general.
- Garantizar políticas de RRHH adecuadas.
- Facilitar la conciliación de la vida profesional y personal. “Debe ser valorada por ambos, mujeres y hombres. Hay que trabajar por la corresponsabilidad”.
- Poner en valor el talento.
- Fomentar la participación.
- Revisar las políticas de promoción internas.
- Incluir la igualdad en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- Mayor representación de las mujeres en la negociación del convenio colectivo.
- Convertir la maternidad en una oportunidad y no en un lastre.
- Establecer planes de igualdad aunque no sean obligatorios.



CRISTIANA OLIVEIRA

Rectora de la Universidad Europea de Canarias

“Tarde o temprano, seremos más directivas que directivos. Es una buena noticia, pero eso no quiere decir que vayamos a llegar solo porque somos más”

¿Cuánto tiempo tardaremos en alcanzar la igualdad real en el Turismo? Oliveira está convencida de que “aquellas mujeres que estén dispuestas a asumir el riesgo la alcanzarán”

La experta en turismo internacional Cristiana Oliveira, de origen portugués, es la rectora de la **Universidad Europea de Canarias**. Fue coordinadora académica de Turismo y Hostelería en la Universidad Europea de Lisboa, donde logró posicionar este área como referente en Portugal.

Durante la mesa de debate abierta tras las ponencias, Oliveira destacó la tendencia demográfica por la que cada vez hay más mujeres que hombres.

“Tarde o temprano, seremos más directivas que directivos. Es una buena noticia, pero eso no quiere decir que vayamos a llegar solo porque somos más”, afirmó.

A su juicio, las mujeres tienen varios “puntos muy fuertes”:

- El primero es una **capacidad de resiliencia**. En un ambiente de trabajo y competitivo se hace más evidente esa capacidad.
- El segundo es que, cada vez más, las empresas se han dado cuenta de que cuando los equipos son gestionados desde la **emoción**, “por supuesto con pensamiento crítico y acompañado de datos”, generamos personas más felices.

Hoy en día se mide el *engagement* y otra serie de indicadores; este también es un punto que está a nuestro favor. “Todas las dinámicas buscan equipos equilibrados en esos perfiles para asegurarse que podemos sacar el mejor partido de las personas”, subrayó Oliveira.

Las mujeres partimos con una ventaja porque, históricamente, “ya tenemos esa capacidad desarrollada en nosotras”. “Hemos entendido que con la formación llegamos

más lejos y hemos desarrollado esa ambición, pero muchas ahí se paran”, destacó la experta en Turismo.

A su juicio, las mujeres deben plantearse esta pregunta: **¿hasta dónde quieres llegar?**

Ella la plantea en entrevistas de selección de personal y a su alumnado. Las alumnas, que son cada vez más, tienen cada vez también mayor ambición. Hace 20 años le decían: *a mí me gustaría trabajar en un hotel o me gustaría ser asistente en una compañía aérea*. “Era más bien una ambición difusa”, señala Oliveira.

Hoy en día son más agresivas y te dicen: *yo quiero llegar hasta lo más alto*. ¿Cuánto tiempo tardaremos en alcanzar la igualdad real en el Turismo? Oliveira no tiene la respuesta, pero está convencida de que “aquellas mujeres que estén dispuestas a asumir el riesgo y que, en el camino, si quieren tener hijos los tendrán, lo alcanzarán”.

Su lema: *líderes por el cambio*.

La rectora de la **Universidad Europea de Canarias** apuntó una última idea: las empresas apuestan cada vez más por la **responsabilidad social corporativa** y uno de los indicadores que miden es el número de mujeres en puestos directivos. “Sí o sí las empresas emprenderán este camino porque cada vez más se buscan valores y se demandará a esas empresas socialmente responsables”.

“Es alentador -añadió-, querer es poder”.

Es un reto para cada mujer. ¿Queréis? Pues a por ello.
[@cristianatour](#)

GALERÍA DE IMÁGENES





I FORO DE MUJER Y TURISMO DE CANARIAS

2017

