



Ponencia: “Gestión de la Calidad en Turismo, la Innovación y su Relación con la Perspectiva de Género”¹

Docentes a Cargo: Mg. Lorena Lombardo, Mg. Fabiana Quadrini - Integrantes del Centro de Estudios del Conocimiento e Innovación Empresarial Turístico (CECIET) y del Núcleo Estudios en Turismo y Recreación - IPEHCS – Instituto Patagónico de Estudios en Humanidades y Ciencias Sociales.

1. Introducción

La presente ponencia surge con el propósito de transferir, en el marco del proyecto de investigación llevado a cabo por el grupo de investigación - integrantes del CECIET - , denominado *“Responsabilidad Social de Género e Innovación: La Pertinencia de un Nuevo Paradigma de Gestión Integrada a las Empresas de Servicios Turísticos de América Latina y el Caribe”*.

Dadas las nuevas características del mercado del turismo, resulta imperioso que las empresas y organismos se orienten a prestar servicios de excelencia, que incluyan a la innovación en cuestiones de género; la formación de recursos humanos en estas cuestiones se detecta como esencial, para la búsqueda de mayor competitividad en un entorno que se presenta en constante cambio.

Ninguno de los elementos de la responsabilidad social, género e innovación dispone de indicadores específicos que permitan realizar una medición más concreta, ajustada y articulada de las relaciones entre ellos y entre ellos y el sistema social al que pertenecen, y que esta investigación pretende abordar.

Surge entonces desde el equipo de investigación, el objetivo de “Diseñar un modelo teórico-metodológico de Responsabilidad Social e Innovación con perspectiva de género, que genere valor a través de una gestión con enfoque integrado para las empresas turísticas de América Latina y el Caribe”.

2. Turismo y Género

Es posible que se comience a denominar turismo de género a un tipo de turismo en el que se entiende que mujer es igual a género y que género es igual a mujer. La perspectiva de género permite analizar y comprender las desigualdades entre mujeres y hombres y, en particular, la discriminación que sufren las mujeres. La perspectiva de género remite a relaciones de poder desiguales y a graves problemas sociales vinculados con los derechos humanos.

¹ En el marco del Proyecto de Investigación de Unidades Ejecutoras-Convocatoria 2018 - Instituto Patagónico de Estudios en Humanidades y Ciencias Sociales (IPEHCS). Título: La (re)producción de las desigualdades en la Patagonia Norte. Un abordaje multidimensional

Director: Dr. Walter Delrio. Responsable Técnico: Dr. Joaquín Perren



El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y de mayor crecimiento en el mundo, con posibilidades de contribuir en diversas cuestiones, pero se presentan desigualdades y reparto inequitativos de sus beneficios entre hombres y mujeres, especialmente en países en desarrollo.

Más allá de que el turismo tiene un enorme potencial para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, hasta la fecha no hay muchos indicios de que se haya llevado a cabo con exigencia.

La OMT (2011) ha señalado que se ha prestado escasa atención a las desigualdades producto del reparto inequitativo de los beneficios del turismo entre hombres y mujeres, en especial en los países en desarrollo; pero por otra parte señalan que el turismo produce oportunidades para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Las brechas de género son dispares entre varones y mujeres en cuanto a posibilidades de participar, crecer, acceder a recursos, derechos, recompensas y espacios de poder. Esta segregación puede ser horizontal con concentración de mujeres en determinados empleos, o vertical conocido también como techo de cristal con falta o escasa presencia de mujeres en niveles altos de las pirámides de mando de las organizaciones (Perrota, 2010).

A la ausencia de paridad en los puestos de responsabilidad se relaciona con la existencia de barreras organizacionales, en las carreras profesionales y en el contexto social y personal de estas mujeres, se lo conoce como el fenómeno denominado “Techo de Cristal”. Dicha metáfora, que alude al material transparente, connota que no se trata de barreras formales y explícitas, no son leyes ni códigos civiles, sino factores de diversa índole, pero de carácter más escurridizo, los que inciden en dificultar el desarrollo profesional de las mujeres en los diversos sectores de actividad (Burin, 2008; Wirth, 2002)”.

Las mujeres por distintas causas tienden a orientarse principalmente a los puestos de trabajo relacionados con la cocina, la limpieza y el hospedaje. (OMT 2001).

Además de la metáfora de techo de cristal, en los últimos años, desde las ciencias sociales, se han acuñado otras metáforas que ayude a entender las limitaciones con las que se encuentran las mujeres en sus trayectorias profesionales. Entre éstas, destacamos los conceptos laberinto de cristal (Eagly y Carli, 2007); (Mitra, 2003; Smith, 2002); García Cuesta, S., (2008) y techo de cemento (Chinchilla, Poelmans y León; 2005).

El Turismo prioriza la igualdad de género superando a otras industrias. La Organización Mundial del Turismo (OMT), en colaboración con ONU Mujeres, la Sociedad Alemana de Cooperación Internacional (GIZ), el Grupo del Banco Mundial y Amadeus, ha presentado la segunda edición del Global Report on Women in Tourism, informe de nivel mundial sobre la labor de las mujeres en el turismo. La publicación deja de manifiesto progreso del sector turístico en la promoción de la igualdad de género, con importantes estudios de caso y estadísticas recopiladas en todo el mundo.



A saber, los puntos claves del informe, indican que la mayor parte de la fuerza laboral del turismo en el mundo está compuesta por mujeres: el 54% de las personas empleadas en el turismo son mujeres, frente al 39% en el conjunto de los sectores económicos.

La brecha salarial es menor en el sector turístico: las mujeres que trabajan en el turismo ganan un 14,7% menos que los hombres, frente al 16,8% en el conjunto de los sectores económicos. El turismo ofrece a las mujeres más oportunidades de ocupar puestos de liderazgo: el 23% de los ministerios de turismo están dirigidos por mujeres, frente al 20,7% de los ministerios en general. El informe subraya también que cada vez son más las mujeres que desafían los estereotipos de género en el sector.

La tecnología ha sido también un catalizador del empoderamiento, al ofrecer a las mujeres más oportunidades de formación y al estimular el emprendimiento mediante un acceso más fácil al mercado turístico.

3. Innovación y Género

Si bien se mantienen escasos los estudios dedicados a las dimensiones sociales enfocadas en género y turismo, la OMT ha reconocido que las organizaciones diversas y equitativas de género, funcionan mejor.

Solarte y Otros (2015), han demostrado a través de una investigación, que el género ejerce un efecto significativo sobre la cultura emprendedora; las mujeres gerentes fomentan e impulsan en mayor medida que los hombres, el desarrollo de valores como la libertad o empoderamiento de las personas en sus cargos, permitiendo mayor autonomía y por ende competitividad en la empresa.

Las experiencias demuestran que cuanto las empresas buscan reducir las brechas de género, las organizaciones consiguen mayor entendimiento de los mercados, mejores resultados en términos de clima laboral, sentido de pertenencia, motivación y satisfacción de sus colaboradoras y colaboradores (Ramirez J., 2018).

Algunos estudios realizados han demostrado que existe una importante relación entre el nivel de innovación de una organización y la participación de las mujeres, en distintos sectores, entre éstos, el turismo. En tanto, especialmente en turismo, estos estudios en la actualidad resultan muy escasos.

En diversos países de Latinoamérica, esta vinculación es un componente que ha sido descuidado, en especial en lo referido a la participación de las mujeres en redes y la vinculación con diferentes entidades.

Según Ostegaard (2011), existe una relación positiva y significativa entre la diversidad de género y la innovación. La composición de género está directamente relacionada con la



posibilidad de lograr innovación, aludiendo el concepto de innovación, de acuerdo a OCDE (2005) que es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto o servicio, un proceso o un método de comercialización u organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores.

En innovación, el salir de la caja de los estereotipos de género no es sólo una cuestión de equidad. En este escenario, la participación de las mujeres en el diseño, desarrollo y toma de decisiones de los proyectos permite potenciar la fricción creativa, el valor agregado y la productividad de las empresas.

En múltiples estudios sobre el desarrollo del pensamiento creativo, se ha abordado el impacto positivo de la diversidad sobre las capacidades de innovación. Hoy en día sabemos que son las diferencias de perspectivas, interpretaciones, heurísticas y de modelos predictivos, las más determinantes para obtener las mejores soluciones frente a un problema determinado, es decir, las interacciones entre diferentes modelos cognitivos conduce a la llamada “fricción creativa” y a la generación de ideas originales.

La diversidad de género se correlaciona positivamente con la creación de ambientes que propicien el pensar fuera de la caja, de manera diferente, no convencional o desde una nueva perspectiva. Así lo señala un estudio del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), que demuestra que combinar espacios que previamente fueron sólo de hombres o solo de mujeres puede aumentar un 41% los ingresos debido a que son más productivos. De igual manera, en un estudio de diversidad de género para la innovación, Sandoval (2014), indica para el caso chileno, que la diversidad de género es un determinante significativo de la innovación, y no sólo eso, sino que es una variable que impacta positivamente la probabilidad de reportar que se ha innovado. La diversidad de género aporta nuevas y diferentes perspectivas, además de mayores conocimientos cuya combinación ofrece una gama más amplia de ideas. Al igual de cómo funcionan los equipos ágiles de innovación, dónde es necesario contar con profesionales de diferentes áreas de la empresa que entreguen conocimientos desde muchas perspectivas; la diversidad de género amplía aún más las posibilidades de abarcar mejor un problema. Adicionalmente, Díaz García (2013) afirma que existiría una *“relación positiva entre la mezcla de hombres y mujeres, la innovación radical y una mayor probabilidad de llevar a cabo desarrollos y soluciones profesionales más novedosos.”* (Díaz García, 2006, pp.23).

Junto con tener un papel central en la generación de ideas en empresas y organizaciones, la importancia de la participación equitativa de hombres y mujeres en Ciencia y Tecnología (CyT)



puede contribuir a develar, entre otros, sesgos androcéntricos en las premisas que sustentan las investigaciones, en la confección de las muestras, las metodologías, y en los impactos sociales de CyT que al no reconocerlos, se concibe como objetiva, neutral y representativa de las necesidades, intereses y problemáticas de un conjunto social.

Bibliografía

Al., A. A. M. del C. et. (2012). Las prácticas de gestión de la innovación en el micro, pequeñas y medianas empresas: resultados del estudio de campo en Piedras Negras Coahuila, México. REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS, Volumen 5.

29–50. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1954074

Cañamares Cornejo, M. - Muñoz Ruiz, E. (2012). Percepción de la innovación: cultura de la innovación y capacidad innovadora. Pensamiento Iberoamericano, 5, 1–147. <http://www.pensamientoiberoamericano.org/articulos/5/118/0/percepci-n-de-la-innovaci-n-cultura-de-la-innovaci-n-y-capacidad-innovadora.html>

Carro Paz R. Y González Gómez D. (2009). Administración de la Calidad Total. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UNMDP.

Decreto N° 1513. Premio Nacional a la Calidad. Presidencia de la Nación. Año 1993. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/10000-14999/14016/texact.htm>
http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf

Díaz García, M.C. (2006). Influencia del género en los recursos y resultados de las pequeñas empresas. Dialnet. España.-

Gazzera, M.A.; Lombardo, L.; Falquemberg, C; Abraham, C.; Quadrini, F.; Marenzana, “Modelo " THER" de Capital intelectual hotelero: una aproximación para su medición” (2016) 196 páginas. Editorial Publifadecs, Unco, RN-ISBN 978-987-1549-96-2



Kotler P. y Trías de Bes (2011). Innovar Para Ganar. Ediciones Urano. Barcelona.

Ley N° 24127. Premio Nacional a la Calidad. Presidencia de la Nación Argentina. Año 1992.

<http://pnc.argentina.gob.ar/normativa>

Perrota V. y Otros (2010). ¿Por qué un Sello de Calidad con Igualdad de Género? Gestión 2. Uruguay. https://issuu.com/innotec/docs/innotec_gestion_no.2/20

Solarte, M. G., García, D., & Lema, P. De. (2015). FIR - FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW
Cultura organizacional intraemprendedora y el género del gerente: un estudio empírico en la pyme
Intrapreneur organizational culture and gender manager: an empirical study on SMES. 4(2011), 8–18.

Varisco, C. (2006). Innovación y empresas turísticas. Realidad, Tendencias y Desafíos En Turismo, 76.
<http://nulan.mdp.edu.ar/405/1/01473.pdf>

Sitios Web Consultados

<https://www.argentina.gob.ar/jefatura/gestion-y-empleo-publico/fortalecimiento-institucional/premionacionalcalidad>

<https://www.argentina.gob.ar/turismo/sistema-argentino-de-calidad-turistica/programas/normas-iram-sectur>

<https://www.argentina.gob.ar/turismo/sistema-argentino-de-calidad-turistica/programas/anfitrion-turistico>

<https://www.unwomen.org/es/how-we-work/innovation-and-technology/un-women-global-innovation-coalition-for-change/gender-innovation-principles>

<http://www.excelencia.org.ar/porque-un-premio-nacional-a-la-calidad-en-la-gestion-diversa-e-igualitaria/>