



GRADO EN TURISMO

GLASS CEILING BARRIERS : TOURISTIC SECTOR.

Trabajo de Fin de Grado realizado por Carolina Navarro Cosme, siendo tutora del mismo María del Mar Torreblanca López.

Vº.Bº. Tutora:

Alumna:

Dª. María del Mar Torreblanca López

Dª. Carolina Navarro Cosme

Sevilla. Febrero 2018

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.



GRADO EN TURISMO

FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO DE FIN DE GRADO CURSO ACADÉMICO [2018-2019]

TÍTULO: Glass Ceiling Barriers : The Touristic Sector.

AUTORA: Carolina Navarro Cosme

TUTORA: María del Mar Torreblanca López.

DEPARTAMENTO: Filología Inglesa (Lengua Inglesa).

ÁREA DE CONOCIMIENTO: Filología Inglesa.

RESUMEN:

Nowadays Glass Ceiling stands out more than ever in society as part of the feminist fight for equality. We will focus in the Touristic Sector in Seville and its behaviour with the human capital .

PALABRAS CLAVE:

Feminism; women; equality; Glass Ceiling Barriers.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

ÍNDICE

**CHAPTER 1. INTRODUCTION AND METHODOLOGY,
OBJETIVES AND JUSTIFICATION OF TOPIC.....7**

1.1 INTRODUCTION AND METHODOLOGY.....	7
1.2 OBJETIVES.....	9
1.3 JUSTIFICATION OF TOPIC.....	11

**CHAPER 2. GLASS CEILING BARRIERS.CONCEPT
AND EVOLUTION.....13**

2.1 WHAT ARE GLASS CEILING BARRIERS?.....	13
2.2 EVOLUTION.....	15

**CHAPTER 3. WOMEN AND THE TOURISTIC SECTOR:
GLASS CEILING.....17**

3.1 CURRENT STATUS.....	17
3.1.1. GLOBALLY.....	17
3.1.2. THE SITUATION IN SPAIN.....	19
3.1.3. ANDALUSIA.....	21
3.2 SEVILLA. ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE EL TECHO DE CRISTAL Y LA NUBE GRIS.....	23
3.2.1. METOLOGÍA: INVESTIGACIÓN BASADA EN ENCUESTA Y ENTREVISTAS.....	23
3.2.2. RESULTADOS.....	27

**CHAPER 4. CONCLUSIONS AND
RECOMMENDATIONS.....37**

4.1 CONCLUSIONS.....	37
4.2 RECOMMENDATIONS.....	39

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

CHAPTER 1. INTRODUCTION AND METHODOLOGY, OBJETIVES AND JUSTIFICATION OF TOPIC.

1.1 INTRODUCTION AND METHODOLOGY.

During the last years “glass ceiling barriers” stands out more than ever in our society thanks to the feminist movement. Glass ceiling barriers are based on the barriers which women are exposed to face when they are highly skilled but they can't rise beyond a certain level in hierarchy. It is “glass” because it is not usually a visible barrier, society tends not to notice its existence till a woman “hits” the barrier. With this trend called feminism “glass ceiling barriers” got more visible.

The Oxford English Dictionary notes that the first use of this term was in 1984 in “The Working Woman Report by Gay Bryant”. Also it is known that it had appeared for the very first time in the Wall Street Journal in 1986 in the United States. So the term “glass ceiling” was popularized in the 1980s.

In this investigation we will deal with this phenomenon in organizations and how we can break the glass ceiling barriers. It is composed by two parts, the first one is theoretical and the second one is empirical.

Firstly we will focus on the concept of Glass Ceiling Barriers and its evolution. Secondly we will carry on with current data and survey to obtain detailed information of the Touristic Sector in Seville, the survey is for the workers in the Sector so it is based in their perceptions about GCB.

In an attempt to contrast their perceptions we have interviewed Seville Hotel Association, The Travel Agencies Association of Seville, The Institute of Women and senior employees of the Touristic Sector.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

1.2 OBJETIVES.

- The main objectives of our investigation are the following ones:
 - To expand knowledge about glass ceiling barriers.
 - To get to know how this issue does affect women.
 - To raise awareness by promoting equality between men and women, noticing equality for women is still in need.
 - To test Seville's Touristic Sector Industry in this respect.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

1.1 JUSTIFICATION OF TOPIC.

I chose this topic because I am a student and I will start my working life soon . I think the organizations really need changes in terms of equality, I observe by myself “Ethical Codes” about equality but they don’t make big difference for workers, I consider that stricter policies are in need. I have always aspired to have responsibility positions since I was a child and I see men still “ own “ CEO , managers and executives roles. I chose this topic as student and as woman, it is an actual topic and its importance is more than obvious, I saw clear that I need to teach others by means of this project about Glass Ceiling. The political moment we have been through in Spain pushed me too, because it really made women feel uncertainty. I clearly see that society has to get ride of this issue, but first, it is necessary to know what it really is.

I would like to support my justification with these authors: **Albert, Escot, Fernández and Mateos (2008)**. They established these reasons to stand for progress : for social justice, because women represent 50% of society as consumers, workers and voters. For economic efficiency, 50% of talent is being disregarded, while the differential contribution in their leadership and management style is wasted. Because of the model offered to other women: the visibility and influence of these positions would allow influencing other levels of inequality.

There are another reasons that I would like to expose about GC: the complexity raises in the fact that they are invisible barriers. In Spain there is more unemployment rate for women than for men, high levels still being hold by men and balancing family and working life is still a big deal. Firstly, the complexity raises by being an invisible barrier: the policies carried out by organizations does not always favour evenly men and women. Just as CVs are declined despite having high qualifications simply because of being a woman. Secondly, in Spain there is more unemployment rate for women that for men. The gender gap is another work condition that subordinates directly women. Also the percent of women over-qualified in their actual jobs is higher than of men.

Thirdly, no matter which sector or industry you look into , it is a fact that the higher the hierarchic level is the less women you will find in them. Fourthly, balancing family and working life represents another factor that damages professional development.

Finally, all of these facts make synergy to a stereotyped discrimination. These issues are part of the environment in organizations for women, they face every single issue that I have mentioned. With the aim of making a change in society, we will try to deal these facts to raise social awareness and empathy.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

CHAPTER 2. GLASS CEILING BARRIERS. CONCEPT AND EVOLUTION.

2.1. WHAT ARE GLASS CEILING BARRIERS?

Definition

Glass ceiling barriers are based on the barriers which women have to face when they are highly skilled but they can't rise beyond a certain level in hierarchy.

For this project I am taking these authors to define GC. Defining this concept, Albrecht et al (2003) explain it as the reason why women develop in a normal way in the labor sphere until a limitation appears in their possibilities of promotion.

Cotter et al (2001) defined it as inequality by sex or race rising as a woman's career is being developed. There are specific standards which must be produced to talk about Glass Ceiling (Cotter et al. 2001):

- Professionals standards not based on another specific trait of the workers.
- In certain business parameters : the number of people from a gender who takes a position or the salary levels depending of gender. We can observe how CEO, managers and executives positions are mainly taken by men.
- In the possibility of promoting to higher positions in the hierarchy scale along the professional career.

Glass ceiling barriers are impossible to break by lots of women and it doesn't let women develop, only a few get to break the barrier.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

2.2 EVOLUTION.

This term was used for the very first time in the Wall Street Journal in 1986, it started being used more frequently in the economic press as a metaphor showing the lack of women in power positions.

It took importance in scientific literature in 2005 because of an investigation of the data base Picarta which showed 11 publications of GC in 1987, 1991 y 1992. A flow of authors inside and outside the academic world contributed to develop the concept (Benders y Van Veen, 2001). This fact took many authors (Burke y McKeen, 1992; Guy, 1992; Naff, 1994; Powell, 1999; Van Vianen y Fischer, 2002) and different official organisms (Wirth, 2002) to show and report the existence of Glass Ceiling , alluding to the last barrier based in prejudices to women that impede chasing power positions. The higher the salary and positions are the most difficult is for women the access to them. **<Hymowitz, C. and Schelhardt, T.D. (1986) The Glass-Ceiling: Why Women Can't Seem to Break the Invisible Barrier that Blocks Them from Top Jobs. The Wall Street Journal, 57, D1, D4-D5.>>**

Recently a new concept arrived, it is named "Labyrinth's Metaphor" Eagly and Carli 2007, both defined this expression as the different obstacles that could appear simultaneously and from very different angles . According to these authors, GC does not portray the complex variety of this fact, and it could be the reason why executives invest in wrong decisions. The labyrinth could be a metaphor more accurate to define the complexities and obstacles that women have to face in leadership positions. This labyrinth includes sexual discrimination, domestic responsibilities, failure of own women because of self-limitation.

Another way of discrimination to women is the **glass cliff**. This expression refers to a series of data that show when women get to chase leadership positions, these tend to be more precarious and associated to more probability of failure and are more criticized than the ones taken up by men (Ryan y Haslam, 2005). These authors sustain that only a few investigations focus in the facilities for men to promote "escalators ". According to Simon and Landis, workers prefer having male supervisors and many executives women and men still doubting about women leadership (Sczesny,2003).

These terms are not opposite or one better than the other, they are only differently focused, as we can appreciate the purpose is the same as well.

From its very beginning to nowadays the feminist movement has been seen as an engine for social change. Feminism helps stopping the GC directly because it is one of the issues feminism fights for and improve equality in law. Barriers are not only executed by men in a woman's career, it is executed by the system . But we are a society, men and women, standing for equality. It is on us if we improve the situation or we make it worst. Mentality is another factor to add to this issue, depending of culture, ideology, religion and situation we will have a frame which shows us correct behaviours or incorrect ones .

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

Equality reflects in the way women live or do not live, with this I want to clarify that re-educating society for equality can really make big changes and our behaviour seen as individuals may look small but as a humanity it can not be stoppable.

For me a clear example is how the Spanish mentality was rooted in a traditional way by the Dictatorship we suffered. Once it finished the mentality gradually changed and gave a step to an open minded mentality. In Andalusia mentality towards woman changed thank to the tourist women coming to the Costa del Sol, they belonged to an open minded society and they also introduced the Swimwear and were seen as Goddesses, this flow of tourists made a change in our society, they normalized girls having fun.

And that is how nowadays in the hypermobility time is when an open minded trend is more normalized not only for women but for other collectives. Lots of feminists made us see a path where together we can fight and make a wonderful team where men is not excluded. Women and men fighting for equality, for the ones that do not have a voice yet.

This current is still on, which benefits the glass ceiling because it pretends a change in legislation among another proposals. This facts manifests how when a current shows up another opposite does, nowadays in 2019 we observe political parties with non equitable ideologies for every collective in general. That is why we should continue the fight for equality .

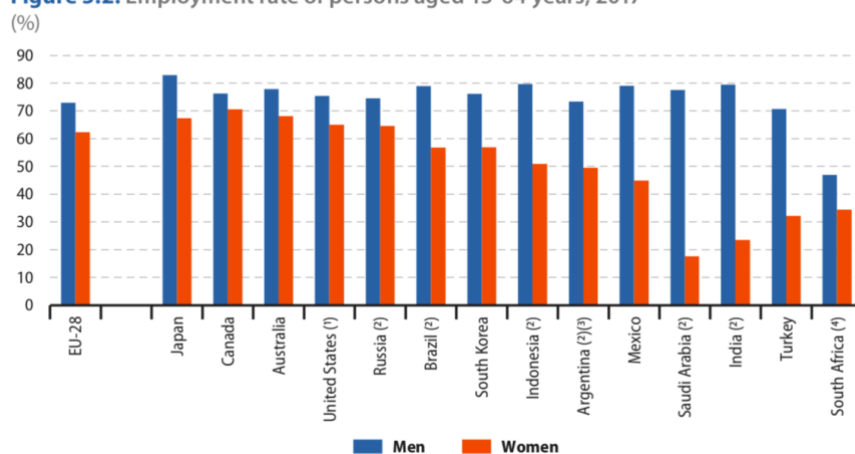
CHAPTER 3.WOMEN AND TOURISM.

3.1 CURRENT STATUS

3.1.1. Globally

Nowadays there are many advances at every single level but I consider that progress without equality is not real, mainly because lot of talent is being wasted. In this project I realized how difficult is to obtain specific data about this topic. I think we need to know more about glass ceiling, statistics, more consolidated and updated data...Mainly for the Touristic Sector. In this chapter I want to investigate about women in the touristic labor market.

Figure 5.2: Employment rate of persons aged 15-64 years, 2017



<<The UE in the world 2018 Edition. Eurostat Statistical Books>>

In Spain Gender Gap is a reality as we can see in this chart but it seems like gender gap is a global challenge. Spain has an important tourist flow and lots of job opportunities. It would be a important point to take care of the human capital working in this sector as much as the tourism itself. Tourism depends on the quality of the customer personal service.

Independently of the age range there are more men than women in the labor market in general. The employment rate for men is greater than the women's employment rate (72% and 61% respectively). Inside the working population there are *Directors*, in the UE men generally take more hierarchic positions than women. Only a 33% of women in the UE in 2016 were in Director Positions, only a third.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

In addition women earn a 16 % less than men and the biggest salary difference shows up in managerial positions. Almost a third of women in the labor market have a part-time contract, in 2016 a 32% of women had a part-time contract and men a 9% of part-time contract). This corroborates that GC is a real fact, we can verify that the higher the position the less women you will find plus the lower the paid.

The International Labor Organization shows in general that in 2018 men are the ones taking responsibility positions in the organizations and companies, although women represent between a 60-70% of the industry. Again we see that women have lower positions with less salary and a precarious work situation. Inside this context women is scalating to upper positions. But it is not big difference for the change we need. In the Touristic Industry only a 25% of women have leadership positions. <<**INE RETRATO ESTADÍSTICO.LA VIDA DE LOS HOMBRES Y MUJERES EN EUROPA 2017 (porcentajes)>>**

3.1.2. The situation in Spain.

The working population population is 19.471,1 people in Spain. Inside those 19.471,1 people I made this chart where it is appreciable that men mainly takes the responsibility positions in Spain. << Encuesta de Población Activa-Trimestre 1/2019>>.

	MEN	WOMEN
MANAGERS AND DIRECTORS	%	%
2018	67,8%	32,2%
2019	67,1%	32,9%

TABLA 1.1.OWN ELABORATION BASED IN EPA.

Compiling information I made this chart where we are able to see the employment rate in Spain by gender in Tourism.

	HOMBRE	MUJER
TRAVEL AGENCIES AND HOSTING SERVICES	0,2%	0,4%
HOSPITALITY	6,5%	9,1%
FOOD & BEVERAGE SERVICES	5,0%	6,6%
PASSENGER TRANSPORT SERVICES	0,4%	0,2%

TABLA1.2. OWN ELABORATION BASED IN EPA.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

Exceltur dates a 13,3 % of people working in tourism. We can see how women predominate by far in Hospitality, even representing a 60%, so more women are working than men, also in these cases I think stricter gender policies are in need for the companies. In my opinion the key is we are in need of equity, not equality. Women has more jobs in Hospitality in Spain but the quality, conditions and salary are not equitable.

In agencies the presence of women is more common than in other subsectors , a 0,3% over men. The difference is not huge, but this difference could be because in travel agencies there is a work schedule that helps the familiar reconciliation. About Food&Beverage, I confirm my experience in my Practicum with the data showed in the chart, F&B is an extension of Hospitality. There is more feminine presence but worse laboral conditions. Once again men hold responsibility positions while women are predestined to less qualified positions. In transportation services men are rated 0,2% over women but nowadays women are joining this sub-sector more than ever. Passenger Transportation Companies are trying to improve the inclusion of women to help developing their professional careers.

With this information I am able to confirm that women may have a presence but not equality as HOSTELTUR pointed in *“Mujer y turismo, la igualdad no existe “*¹. They base its views on different reasons: men take the responsibility positions in companies and there is a 23% of gender gap between men and women in responsibility positions. Women only take 1 out of 3 high positions, in spite of be more women in Spanish Tourism Colleges and with better grades. This fact could due to balancing family and work life. Traditionally , if a woman wants to raise a family she can't be as available as a man, keeping in mind her biological nature. The work of women were less valued inside the family, women's salary was thought as an extra. Apart from this, the amount of the salary was lower for women that for men, it could due to the fact that the work designed for women out of home was one that doesn't stop women doing home chores, so less salary was paid.

The stereotypes about women show us as sensitive, helpful, with emotional instability, irrationality and weakness. Society was uncomfortable with the fact that women could be a leader, have a voice, take risks, hold responsibility and have charisma.

¹ *“Mujer y turismo, la igualdad no existe”.*Publicación Diario Hosteltur. 2019.

3.1.3. Andalusia

Andalusia is represented as the Autonomus Community with most Employees registered for social security in Spain as we can appreciate in this chart.

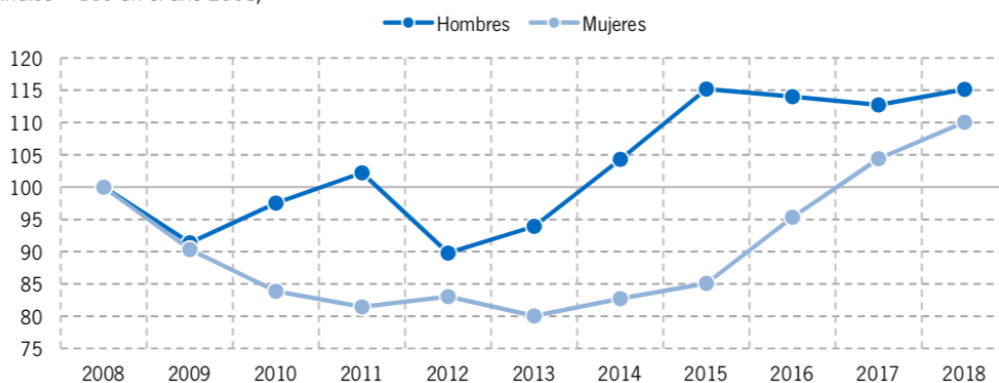
CCAA	NºAFILIADOS
ANDALUCIA	270.000
CATALUÑA	269.936
C.VALENCIANA	174.827

TABLA 1.3. << TOP 3 AUTONOMUS COMMUNITIES WITH MOST EMPLOYEES AFILIATED. OWN ELABORATION BASED IN TOURSPAIN: CONOCIMIENTO TURÍSTICO AFILIACIONES.2018>>

There is more employment rate for men than for women in general, but looking deep we can appreciate that a development has taken place in Tourism in Andalusia because women's rate has grown up a +10,1% since 2008.

Evolución de la población ocupada en la Industria Turística según sexo. Años 2008-2018

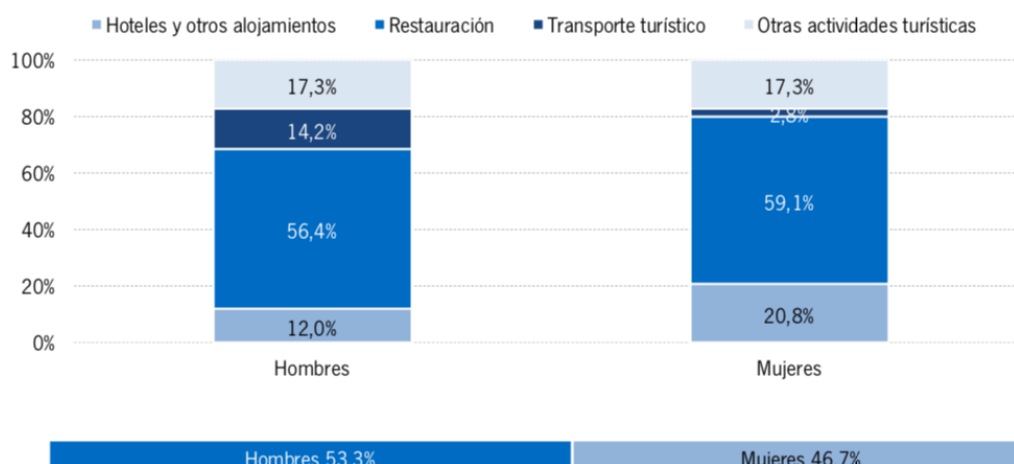
(Índice = 100 en el año 2008)



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de EPA, INE.

Here we can see how the gender distribution in the different sub-sectors of tourism in Andalusia. There is more women presence in restoration and hospitality, where working conditions trend to be worst conditions.

Distribución porcentual de la población ocupada según sexo por ramas de actividad de la Industria Turística de Andalucía. Año 2018



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de EPA, INE.

TABLA 1.4. <<TOURISTIC SECTOR EMPLOYMENT IN ANDALUSIA. ECONOMY OF TOURISM IN ANDALUSIA.2018>>.

2018	WOMEN	MEN
HOSPITALITY	79,9%	68,4%

TABLA 1.5. <<OWN ELABORATION BASED IN EPA. REPRESENTATION OF WOMEN AND MEN IN HOSPITALITY.>>

As far as responsibility positions, Andalusia is concerned the Autonomus Community less advanced in equality terms with a 24% of women in responsibility positions, 3 points less than the national average.

In this sector women represent a 56% of the labor force, but they concentrate a 72%, only 1 out of 3 high qualification positions are held by women. This facts explain the uncertainty women have in Andalusia in the Touristic Sector. Women study longer than men and have more temporary contracts than permanent ones. There is also a gender gap, this issue make more visible the situation of *Kellys*. Hotel maids are only supposed to be women, but men are joining more than ever this position, it could be because of the crisis Spain passed. *Kellys* are hotel maids, they get little respect or money for their physically demanding work and they are constantly pressed for time. I would like to consider as a sign of the precariousness of society men joining *Kellys*.

3.2. SEVILLA. ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE EL TECHO DE CRISTAL Y LA NUBE GRIS.

3.2.1. METOLOGÍA: INVESTIGACIÓN BASADA EN ENCUESTA Y ENTREVISTAS.

Con motivo de que el estudio empírico se realizará en ésta ciudad se continuará en castellano, también porque los informantes de las encuestas y sus aportaciones son en español.

Sevilla es un referente para el turismo, millones de turistas acuden a nuestra ciudad en busca de la marca Sevilla, sus olores, sus vistas panorámicas, su patrimonio histórico, etnológico y artístico... Pero, ¿Se cuida tanto el capital humano como a la ciudad para prestar éstos servicios?

Es alarmante la incertidumbre que produce hacia Sevilla conocer los datos expuestos anteriormente en España y Andalucía . Para conocer mejor como se opera en materias de igualdad el Sector Turístico en Sevilla, se han realizado **encuestas puerta a puerta** y se han realizado **entrevistas personales y telefónicas** a los distintos tipos de empresas turísticas que componen el sector.

En este estudio se busca conocer si la mujer en Sevilla afronta puestos de responsabilidad, si sufre una barrera para alcanzarlos y también las condiciones laborales actuales del sector turístico de Sevilla.

Las **entrevistas** consistieron en preguntas limitadas y concisas, intentando averiguar si la mujer ocupa puestos de responsabilidad en los subsectores del turismo sevillano, fueron realizadas a la **Asociación de Hoteles de Sevilla, a la Asociación de Agencias de Viaje de Sevilla y a personal veterano en el transporte (aéreo y terrestre) y en oficinas de turismo.**

Ambos métodos se complementan contrastando información que ayuda a entender mejor los resultados y sus comportamientos en la industria.

Este **cuestionario** busca principalmente conocer si hay un Techo de Cristal que limita a la mujer el ascenso laboral y si este, nos ciega para no ver la realidad. Se compone por las percepciones que se han captado de los trabajadores del sector.

En un intento por contrastar la información obtenida se realizaron las citadas entrevistas a la Asociación de Hoteles, Asociación de AAVV, Instituto de la Mujer y veteranos del sector. Concretamente se centra en conocer si en Sevilla la mujer ocupa puestos de responsabilidad de una manera equitativa a la del hombre en cifras, pero investigando este hecho se descubre lo que considero la nube gris.

Denomino << **la nube gris**>> a la serie de hechos que hacen sinergia para que mayoritariamente los puestos de trabajo destinados a mujeres son más precarias, inestables y presuman peores condiciones laborales.

Ésta encuesta a pesar de estar destinada a conocer la situación de la mujer en el sector turístico no tiene destinado un perfil fijo de enfoque poblacional (edad, ocupación, sexo..), pues, considero que es una herramienta para mi pero también por y para los empleados del sector turístico en su conjunto .

Por consiguiente, se ha realizado en persona y en papel para hacer una investigación más cercana y personal, como se ha comentado no ha tenido lugar discriminación de género en la participación aunque se haya recibido rechazo por el sexo masculino.

Pues durante la ejecución de campo del estudio empírico al acercarnos a ciertos encuestados de sexo masculino éstos rechazaron realizar la misma o aportar información sobre el sector. Por observación directa verifico pudor de mujeres a responder ante la presencia de hombres los cuáles eran sus superiores, personalmente considero preocupante éstas situaciones, dentro del respeto y la cordialidad con la que se han realizado las encuestas y/o entrevistas.

Respecto a la estructura, para no incomodar a los encuestados, se evitaron preguntas de índole personal con la salvedad de la edad y sexo. El tratamiento de datos ha sido confidencial. El prototipo final elaborado cuenta con 14 preguntas las cuales se pueden responder en 7 minutos. La duración es corta para no recaer en el desinterés del encuestado y no ocupar demasiado tiempo de sus jornadas.

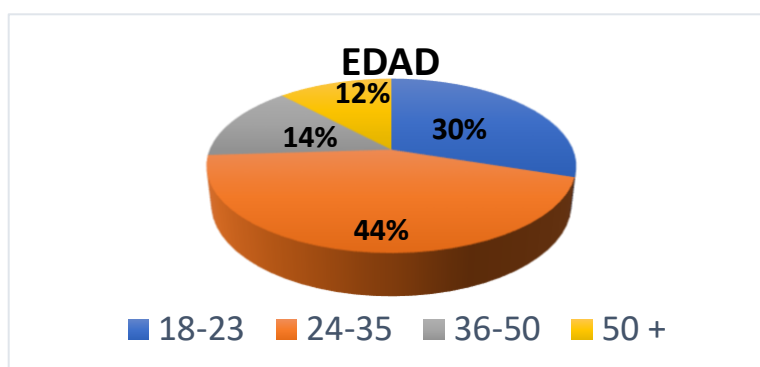
Fecha de realización	Del 1 al 25 de mayo de 2019
Público objetivo	Empleados del sector turístico sin restricción de edad que trabajan en Sevilla.
Tipo de encuesta	Encuesta puerta a puerta y hojas de cálculo de Excel de elaboración propia.
Ámbito de la investigación	Sevilla
Cuestionario	Preguntas cerradas para obtener una fácil y cómoda respuesta para el usuario. La duración óptima prevista es de 7 minutos.
Tipo de muestreo	Aleatorio simple
Tamaño de la muestra	50 individuos.

TABLA 1.6. Ficha técnica de la encuesta. Elaboración propia. (Ver Anexo)

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

3.2.2 RESULTADOS.

En el siguiente gráfico observamos que predominan en un 44% de los encuestados de 24-35 años de edad, por consiguiente un 30% de encuestados de 18-23 años y finalmente 14% de 36-50 y un 12% de encuestados de +50 años de edad respectivamente. Tenemos presente una dicotomía entre nuestros encuestados en dos bloques, principalmente y con mayor porcentaje los encuestados de más corta edad y en el segundo bloque los veteranos del sector.



**FIGURA 1.7.<<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>
(VER ANEXO)**

Respecto al sexo, predomina la participación de mujeres con un 62%, quizás las mujeres son más proclives a cooperar en general, incluso con los encuestadores. Como se ha mencionado el enfoque de la encuesta no es discriminatorio, por lo que cabe resaltar que se ha sufrido rechazo por parte del sexo masculino a realizar la encuesta. Este suceso es una extensión de la mayor presencia de mujeres que hombres en la industria turística. Se puede deducir la mayor sensibilización del sexo femenino con el tema tratado.

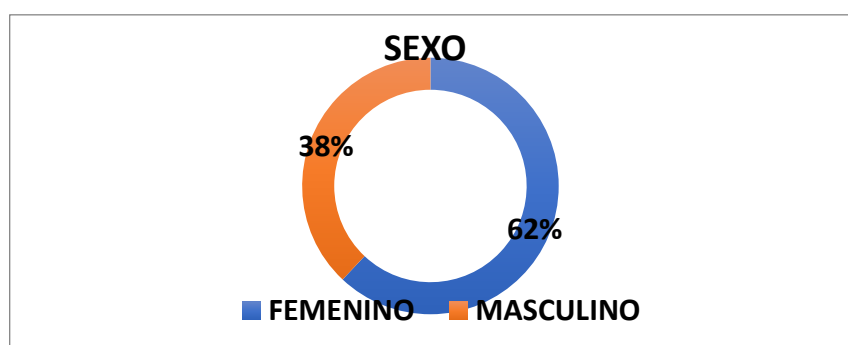


FIGURA 1.8. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>.

En ésta pregunta denota que la mayoría de los encuestados conocían el término, pero un 32% sigue siendo un volumen notable para no conocer el concepto. Dentro de éste 32% el cuál equivale a 17 personas, 12 mujeres no conocían el concepto y 5 hombres tampoco. Considero que todos y cada uno de los formadores del sector turístico deberían conocer qué hechos afronta el sector, además incentivar mayor concienciación .

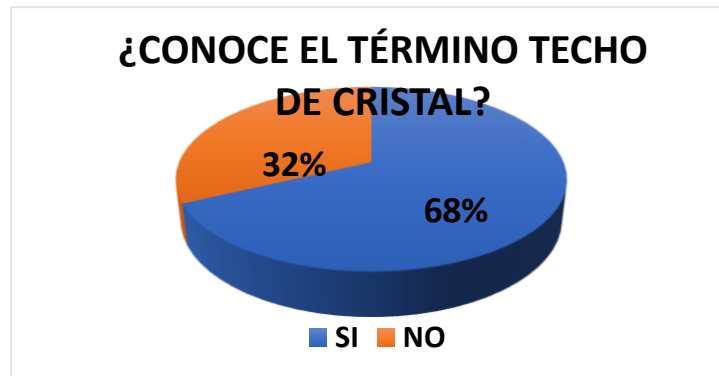


FIGURA 1.9. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

La siguiente pregunta es de vital importancia, pues la sobre-presentación es un indicador crucial de la desigualdad. Ésta se ejemplifica en las ocupaciones donde se estereotipa y comprueba que un sexo es predominante en ella en cantidad. Los trabajadores del sector turístico de Sevilla apuntan en un 92% que sí existe como tal.



FIGURA 1.10. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

Una vez siendo conocido que es un hecho real y qué es actual, se pidió encarecidamente que se especificase en qué ocupaciones la observan tras su experiencia en el sector. Así, los resultados muestran que la sobre-presentación del sexo femenino más representativa son las Kellys con un 52%. Las camareras de piso sobre-representan ésta ocupación, siendo minoritario el porcentaje de hombres en este departamento. En segundo lugar, los puestos de mayor responsabilidad representan un 18% de presencia femenina, aclaman así los profesionales del sector la necesidad de mayor inclusión femenina.

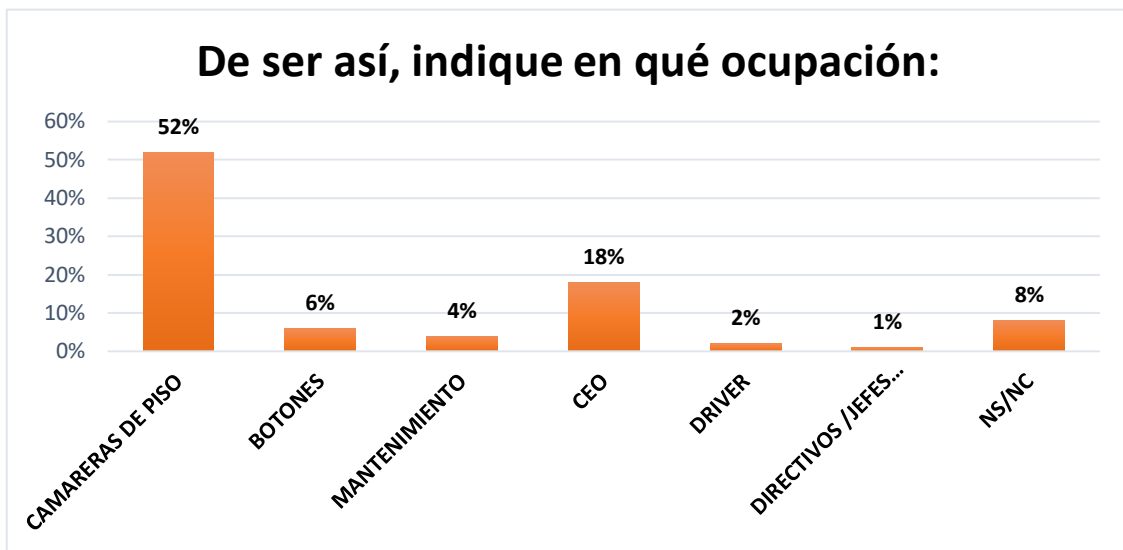


FIGURA 1.11. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

Respecto a la siguiente gráfica, los encuestados revelan en un 64% que sí es complicada. De éstos encuestados que dan un sí 20 son mujeres y 5 hombres, abalan ésta percepción desde su experiencia. Por el contrario, 10 mujeres y 8 hombres según su experiencia laboral rechazan éste hecho con motivo de su bagaje en el sector turístico y experiencia propia. El 2% restante lo asumen jóvenes recién insertados en el mundo laboral que sentían incertidumbre por éste hecho.



FIGURA 1.12. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

Otro tópico que encadena a la mujer a la desigualdad es la brecha salarial, pues bien, un 64% de los encuestados afirma que existe, 32 encuestados nos cuentan en su experiencia que es una realidad a la que hacer frente. Como hemos visto anteriormente no solo para nuestra ciudad o CCAA, si no globalmente.



FIGURA 1.13. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

Los contratos parciales independientemente del sexo del empleado son una medida para disminuir costes, pues un 68% de nuestros encuestados afirma que la mujer tiene más contratos parciales que los hombres. Bajo mi punto de vista considero que es una consecuencia más de la concentración femenina en hostelería y de la externalización para abaratar costes, lo que produce como resultado contratos más precarios e inestables.

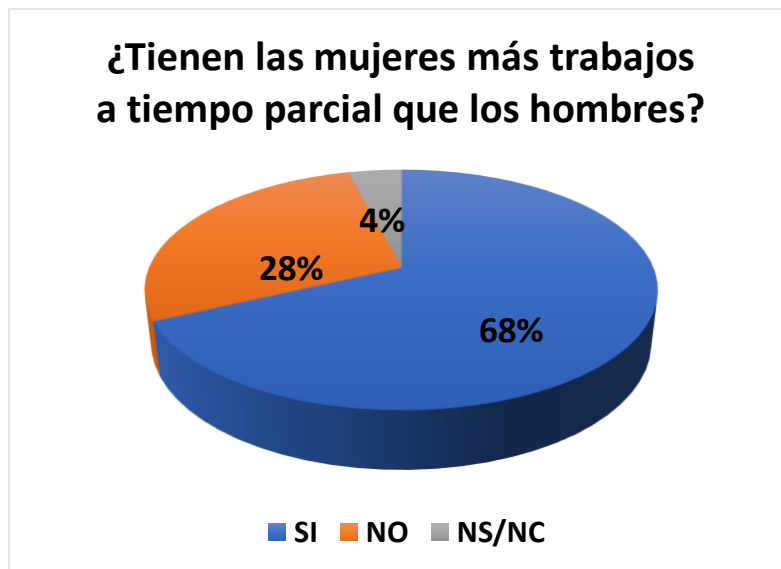


FIGURA 1.14. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

En el siguiente gráfico un 74% responde que las mujeres efectivamente están sobrecualificadas para sus ocupaciones. El origen de esta pregunta nace en relación a su nivel académico, pues las mujeres graduadas en las Escuelas de Hostelería y Turismo de España finalizan con mejores calificaciones en sus estudios universitarios pero la realidad presenta vicisitudes. A decir queda que probablemente muchos hombres también estén sobrecualificados.



FIGURA 1.15. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>.

Los despidos improcedentes por causa de maternidad/paternidad han sido usados en una mala praxis de RRHH por las organizaciones para no sostener las bajas de los trabajadores. En un 80% la mujer sufre principalmente esta lacra por su naturaleza biológica. Culturalmente la mujer ha sido asociada al cuidado familiar y del hogar, la conciliación familiar es asunto de mujeres. Sería óptima la obligatoriedad de la baja paternal para revertir ésta tendencia y crear una sociedad más igualitaria. Los encuestados sugieren mejoras en legislación maternal y paternal, dicen que las actuales resultan insuficientes para una conciliación familiar-laboral.



FIGURA 1.16 <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

Nuestros encuestados consideran en un 70% que el hombre tiene mayor representación en el sector, sin embargo, los datos no casan con esta realidad en la industria turística. La mujer predomina en cifras totales en su participación, esto puede deberse a la concentración de las mismas en ocupaciones más operativas, menos cualificadas y más precarias.



FIGURA 1.17. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

En la siguiente pregunta (ver figura 1.18) reside el objetivo principal de la encuesta, pues notifican en un 86% nuestros encuestados que efectivamente, el hombre mayoritariamente ocupa los puestos de responsabilidad.

En las entrevistas realizadas acreditan desde la Asociación de Hoteles de Sevilla que de 194 puestos como Director/a de Hotel 65 son mujeres, se observa que en los Hoteles de mayor clasificación (Alfonso XIII, EME, Eurostars Torre y NH Collection) se implantan Códigos Éticos que persiguen una representación equitativa de hombres y mujeres (50%-50%) y la inclusión de la mujer en puestos de responsabilidad. En el ámbito de las agencias de viaje y otros servicios turísticos corroboran que la mujer tiene mayor presencia tanto en operativa como en cargos de responsabilidad que en otros ámbitos. Dentro del tráfico aéreo hablamos con expertos veteranos y dicen observar que desde hace 15 años hay mayor presencia de azafatos y en mujeres piloto. Es de mención su convenio, el cual es óptimo para combatir diferencias salariales entre sexos. Definitivamente, podríamos decir que efectivamente el Techo de Cristal es una realidad en el Sector Turístico Sevillano. Pues son pocas las mujeres que logran romper el Techo de Cristal y tienen la oportunidad de ejercer su profesionalidad en altos puestos de dirección y responsabilidad acorde a su nivel de estudios. Una solución para el capital humano del sector turístico de Sevilla sería la implantación de cuotas obligatorias en porcentaje de género. Son diversos los métodos que se podrían aplicar para revertir la situación. Considero que sería una opción establecer un Instituto de Empleo Turístico en Sevilla, dónde se controlen las prácticas ejercidas en las organizaciones y se puedan imponer sanciones ante las ilegalidades ejecutadas por las empresas.

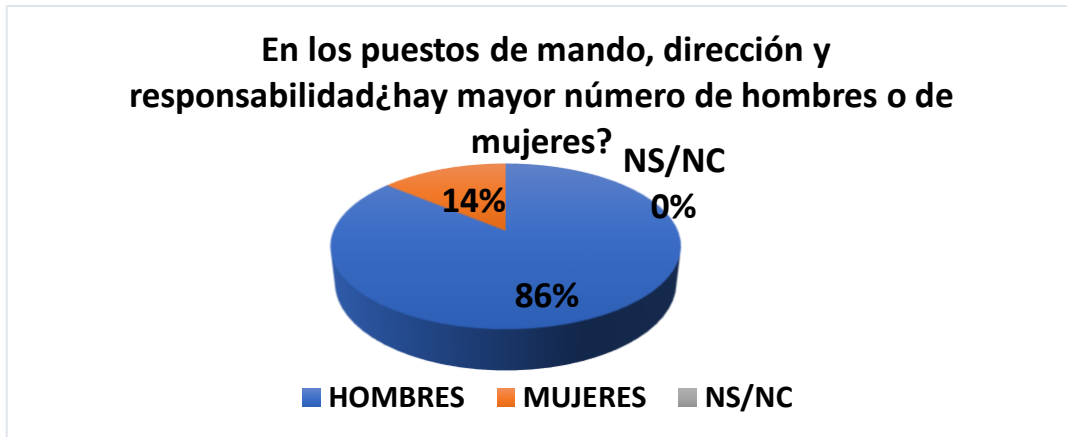


FIGURA 1.18.<<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

En la siguiente pregunta se pretende conocer si la mujer se siente valorada en el sector turístico sevillano. Por consiguiente si el encuestado era un hombre se le rogó que contestase según su percepción basada en observación directa o la experiencia de sus compañeras. Sí, efectivamente consideran que la mujer es valorada en el sector turístico. Un 66% notifica que sí lo es, mientras un 34% afirma que no lo es. Del 66% 19 mujeres han confirmado sentirse valoradas, éstas respuestas no parecen corresponder a la realidad a la que se someten a diario como trabajadoras y la realidad que expusieron en las preguntas de respuesta abierta en las que contaban sus circunstancias personales trabajando en el sector. Las entrevistadas que se consideraban valoradas tenían una larga duración en el mismo puesto, así como predominaba ésta percepción en puestos de mayor responsabilidad.

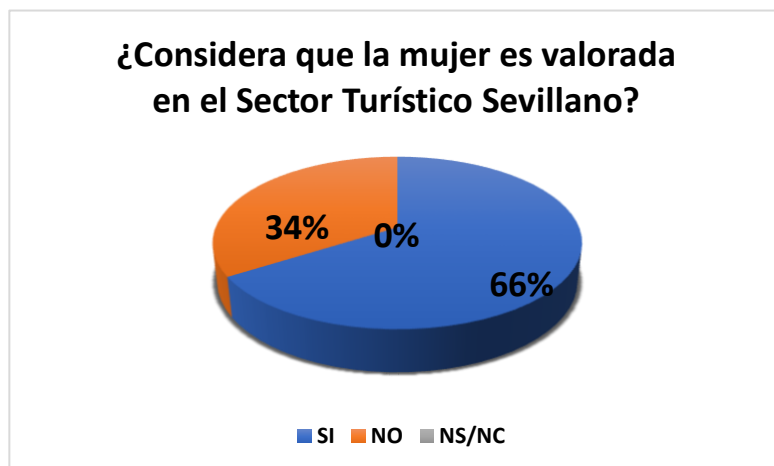


FIGURA 1.19. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>

Por último, se rogó encarecidamente a los encuestadxs indicar mejoras a la desigualdad que viesan necesarias por experiencia propia. Las respuestas recogidas fueron claras y concisas: equiparación salarial y de sexos, mejoras en la maternidad, mejoras en la baja maternales/paternales, mayor concienciación y políticas más duras que conduzcan a porcentajes más iguales entre ambos sexos.

La máxima representación la toma la respuesta NS/NC , muestra de la necesidad de información y concienciación sobre este hecho que repercute a la sociedad.

En segundo lugar se demanda una mayor equiparación de sexos. Muchos de los encuestados hacían mención a la necesidad de mirar la capacidad a la hora de contratar y no el sexo de la persona. Nos sugerían así curriculumms ciegos.

La equiparación salarial representa un 4% de la respuesta de los encuestados. Nuestros profesionales demandan la necesidad de mejoras para la mujer en el sector en sus contratos y condiciones laborales.

Con un 12% encontramos políticas más duras en cuanto a los porcentajes de representación de sexos. Por suerte en los hoteles de mayor renombre a los que se ha acudido implantan éstas propuestas como “Códigos Éticos” que sí son estrictos y sí se llevan a cabo.

Encabeza un 8% las mejoras en la maternidad en el intervalo de 24-35 años. La reinserción después del parto puede ser una traba más a la mujer, dicen sufrir incertidumbre durante el embarazo y después del mismo. La conciliación familiar necesita mejoras para el 6% de nuestros encuestados, comentan que sienten poder ser despedidos por pedir una reducción de jornada/ excedencia para cuidar de sus hijos-nos revelan tanto mujeres como hombres.

Por ultimo un 1% pide mayor concienciación sobre la desigualdad. Personalmente considero que esta lleva a la sensibilización y finalmente a la empatía entre sexos.

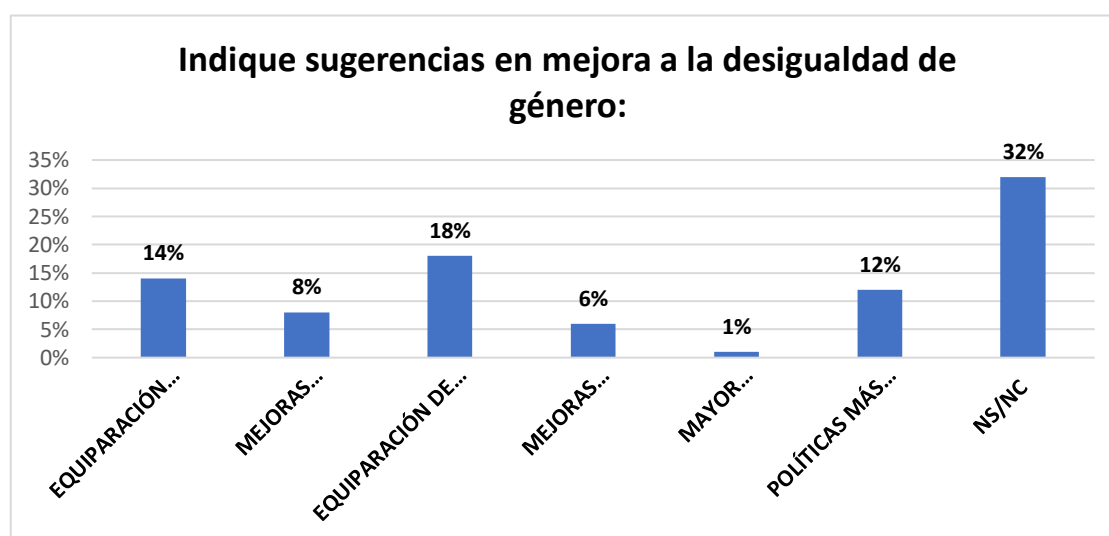


FIGURA 1.20. <<Elaboración propia de resultados de la encuesta en Excel>>.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

CHAPTER 4: CONCLUSIONS.

4.1. CONCLUSIONS.

This investigation is consist in two parts, the theoretical part and the empirical one. Both complement each other and help us to understand in a better way the Touristic Sector in Seville. As it has been mentioned before, no discrimination has been played in this investigation. Since I have interviewed both men and women, certain men rejected cooperating with the study. For example, in one institution namely *El Instituto de la Mujer*, I made a pone interview of several workers. Women had a better reaction that men once the topic was mentioned. Likewise, in a trade union, I experienced a similar situation when male workers did not want to cooperate and women were more helpful.

According to the main objetives of our investigation, knowledge about glass ceiling was shared in the interviews and survey. I think we could be able by this investigation to find evidence of the inequality that women suffer.

First of all, about the theoretical part it is remarkable the lack of current and corroborated information about equality in the Touristic Sector, which is only focused in Kellys. Workers should be available to obtain information at all levels, especially of inequality.

Secondly, in the empirical part, I denote the lack of information in equality of sexes, it would be necessary keeping in mind men also suffer inequality in certain ocupations. In general, I consider more social awareness is in need and also specific data from Tourespaña, OMT, Exceltur, INE, EPA, Instituto de la Mujer about the Touristic Sector.

As we can confirm, inequality mainly falls back on to women , probably with improvements as the ones suggested, we could get better contracts, conditions and positions.

It is evident that specific laboral legislation is in need for Glass Ceiling, the current system doesn't exempt of judging this cases but there is a legal void that doesn't provide legal guarantees.

On the other hand, it is surprising that in the current political situation the Political Party in charge doesn't provide better investigations, seminars or data . It is surprising because they are a Socialist Political Party.

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

Finally, I consider as a future Touristic Manager and as a woman, that good practices of Human Resources and a better legislation are the key sources to have a sustainable and respectful sector where we all can be one to equality.

4.2. RECOMMENDATIONS.

Seville is a very important destination. In order to carry out sustainable practices in Human Resources there should be equality. Equality Plans could be established by Quality Plans to achieve sustainability. This way, we could achieve sustainability within Human Resources Management in this Sector by improving maternity leaves and regulating women situation in order to provide stability in working conditions.

To build a community among students and have round table conferences where workers from the Tourism Industry and the Administration can participate. This could enable us to share experiences and situations, both of students and workers. The Administration could be able to approach and get to know the situation through this round table conferences.

To equate maternity and paternity leave so that both parents should take the same amount of time if they have a child . Pregnancy sometimes is seen by companies as a taboo, they consider fertile women as a threat.

To add a subject on emotional intelligence in curriculum. In this subject lots of topics can be taught, but mainly it could coach students on aspects about life and worklife. Those aspects could be social and emotional issues. The fact of teaching about emotional intelligence can build a more consolidated society with values of Gender Equality.

To innovate in tools that the Touristic Sector has on hand. For example, Revenue Management ² . This way, for example, in Hotels fixed costs are high, with Revenue Management they can make profits and they won't have to outsource services. By means of this, organisations could prevent the precariousness and instability of employees.

To create an Institute for Equality in the Touristic Sector in Seville. I consider it should have two purposes. The first one, to investigate and add real data on Seville Tourism. Secondly, to regulate the gender equality legislation and fight for improvements on it.

To have a more active policy from the Administration. Nowadays its role isn't effective enough, the plans or studies we need as a society to solve this problem are not implemented. When these plans are launched they don't even have a constant frequency. It is imposible to understand the lack of participation of the Administration in equality in the Touristic Sector. On the other hand, if the Administration doesn't have data on the matter it means they are not able to know the real situation of the sector. Maybe this could be due to the lack of interest or maybe they prioritize other issues over equality.

²*Revenue Management. Variable pricing strategy based on understanding, anticipating and influencing consumer behaviour in order to maximize revenue or profits from a fixed, time-limited resource.*

Glass Ceiling Barriers: The Touristic Sector.

Finally, to get rid of the stereotypes about women by means of Equality Seminars and Equality Departments. Women can continue to contribute so much in companies and organisations after maternity, women can hold responsibility positions and give birth to the next generation at the same time. Equality won't be complete till pregnancy is no longer seen by companies as a threat

BIBLIOGRAPHY

Anna Jiménez y Sara Pastor (2019). Presentación de la comunidad Women in e-Travel en Barcelona. <https://www.hosteltur.com/tag/techo-de-cristal>

CCOO (2018). Informe sobre actividad y empleo en el Turismo andaluz. <https://andalucia.ccoo.es/d4345790788cc16af3ea8e7dffa404d0000057.pdf>

Cristina F.D., Pilar T.B., Teresa V.M., Laura F.M., Lydia G.S., Concepción F.C., Ana M.M., Carla S.S., José Miguel R.A. (2013). Investigación Universidad Rey Juan Carlos. "Mujer y Techo de Cristal en el Sector Turístico". Available: http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/estudios/estudioslinea2014/docs/Mujer_techo_cristal_turistico.pdf

Eurostat (2018). The EU in the world. Statistical Books. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/9066251/KS-EX-18-001-EN-N.pdf/64b85130-5de2-4c9b-aa5a-8881bf6ca59b>.

Hosteltur (2018): "Solo el 25% de mujeres tienen posición de liderazgo en el sector turístico". https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/022143_solo-el-25-de-mujeres-tienen-posicion-de-liderazgo-en-el-sector-turistico.html

Hosteltur(2018): "¿Cómo está representada la mujer en el sector turismo-hostelería?" https://www.hosteltur.com/126999_como-esta-representada-mujer-sector-turismo-hosteleria.html

Hosteltur (2011). "La igualdad y el turismo no existen". https://www.hosteltur.com/132250_mujer-turismo-igualdad-no-existe.html

Javier C.G., Concepción G.E. y Elena C.A.(2013). "El techo de cristal en el sistema educativo español". UNED. Available: <https://ebookcentral--proquest-com.us.debiblio.com/lib/uses/reader.action?docID=3219700>

Junta de Andalucía (2018). El Empleo en el Sector Turístico Andaluz 2017. https://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo/web/argos/web/es/ARGOS/Publicaciones/pdf/20180709_turismo_2017.pdf

Junta de Andalucía (2019). Empleo del sector turístico en Andalucía. Últimos datos. Economía del turismo en Andalucía. http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/coy_empleo_T1_19.pdf

Marina Diotallevi (2018). "Seminario Internacional sobre el Empoderamiento de la Mujer en el Sector Turístico". Available: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/ponencia_magistral_-_asuncion_paraguay_final.pdf

Mónica S.P y Cristina F.D.(2018). "Turismo y género: La perspectiva inclusiva en la gestión turística". Editorial UOC. Available : <https://ebookcentral--proquest--com.us.debiblio.com/lib/uses/reader.action?docID=5513932>

Sara Berbel Sánchez(2014).Directivas y empresarias. "Mujeres rompiendo el techo de cristal. Editorial UOC Serie Mujeres" . Available: <https://ebookcentral--proquest--com.us.debiblio.com/lib/uses/reader.action?docID=4183910>

Virginia Martínez Ayuso (2015)."Causas del techo de cristal: un estudio aplicado a las empresas del Ibex35" . http://espacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Vmartinez/MARTINEZ_AYUSO_Virginia_Tesis.pdf

ANEXOS**ANEXO I**

1.	Edad	18-23	24-35	36-50	+50
2.	Sexo	FEMENINO		MASCULINO	
3.	¿Conoce el término techo de cristal?	SI		NO	
4.	¿Existe una sobre-presentación de hombres en determinadas ocupaciones y de las mujeres en otro?	SI		NO	
		NS/NC			
5.	De ser así, indique en qué ocupación: EJ: CAMARERAS DE PISO, BOTONES, MANTENIMIENTO, LIMPIEZA, CE O, DIRECTIVOS				
6.	¿Es complicada la promoción interna como mujer en la organización turística?	SI		NO	
		NS/NC			
7.	¿Tiene la mujer diferencia salarial en éstas organizaciones?	SI			
		NO			
		NS/NC			
8.	¿Tienen las mujeres más trabajos a tiempo parcial que los hombres?	SI		NO	
		NS/NC			
9.	¿Están sobrecualificadas las mujeres para sus ocupaciones en las organizaciones?	SI		NO	
		NS/NC			
10.	¿Hay más despidos improcedentes a mujeres que a hombres en relación a maternidad/paternidad?	SI		NO	
		NS/NC			
11.	En líneas generales ¿ hay mayor número de hombres o mujeres ocupadxs?	HOMBRES		MUJERES	
12.	En los puestos de mando, dirección y responsabilidad ¿hay mayor número de hombres o de mujeres?	HOMBRES		MUJERES	
13.	¿Considera que la mujer es valorada en el Sector Turístico Sevillano?	SI		NO	
		NS/NC			
14.	Indique sugerencias en mejora a la desigualdad de género:				
		NS/NC			
GRACIAS POR SU COLABORACION					

ANEXO II

FIGURA 1.7.

EDAD	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
18-23	15	0,3	30%
24-35	22	0,44	44%
36-50	7	0,14	14%
50 +	6	0,12	12%
	50	1	100%

FIGURA 1.8.

SEXO	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
FEMENINO	31	0,62	62%
MASCULINO	19	0,38	38%
	50	1	100%

FIGURA 1.9.

TERMINO TECHO DE CRISTAL	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
SI	34	0,68	68%
NO	16	0,32	32%
	50	1	100%

FIGURA 1.10.

SOBRE PRESENTACIÓN	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
SI	46	0,92	92%
NO	4	0,08	8%
NS/NC	0	0	0%
	50	1	100%

FIGURA 1.11.

OCUPACIONES	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
CAMARERAS DE PISO	26	0,52	52%
BOTONES	3	0,06	6%
MANTENIMIENTO	2	0,04	4%
CEO	9	0,18	18%
DRIVER	1	0,02	2%
DIRECTIVOS /JEFES MEDIOS	5	0,1	1%
NS/NC	4	0,08	8%
	50	1	100%

FIGURA 1.12.

PROMOCIÓN	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
SI	32	0,64	64%
NO	17	0,34	34%
NS/NC	1	0,02	2%
	50	1	100%

FIGURA 1.13.

DIFERENCIA SALARIAL	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
SI	32	0,64	64%
NO	14	0,28	28%
NS/NC	4	0,08	8%
	50	1	100%

FIGURA 1.14..

TIEMPO PARCIAL	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
SI	34	0,68	68%
NO	14	0,28	28%
NS/NC	2	0,04	4%
	50	1	100%

FIGURA.15.

DESPIDOS IMPROCEDENTES	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
SI	40	0,8	80%
NO	8	0,16	16%
NS/NC	2	4	4%
	50	1	100%

FIGURA 1.16.

MAYOR N°OCUPADOS	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
HOMBRES	35	0,7	70%
MUJERES	12	0,24	24%
NS/NC	3	0,06	6%
	50	1	100%

FIGURA 1.17.

PUESTO DE DIRECCIÓN	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
HOMBRES	43	0,86	86%
MUJERES	7	0,14	14%
NS/NC	0	0	0%
	50	1	100%

FIGURA 1.18.

MUJER VALORADA	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
SI	33	0,66	66%
NO	17	0,34	34%
NS/NC	0	0	0
	50	1	100%

FIGURA 1.19.

OCUPACIONES	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
CAMARERAS DE PISO	26	0,52	52%
BOTONES	3	0,06	6%
MANTENIMIENTO	2	0,04	4%
CEO	9	0,18	18%
DRIVER	1	0,02	2%
DIRECTIVOS /JEFES MEDIOS	5	0,1	1%
NS/NC	4	0,08	8%
	50	1	100%

FIGURA 1.20.

SUGERENCIAS DESIGUALDAD	FRECUENCIA	F.RELATIVA	PORCENTAJE
EQUIPARACIÓN SALARIAL	7	0,14	14%
MEJORAS MATERNIDAD	4	0,08	8%
EQUIPARACIÓN DE SEXOS	9	0,18	18%
MEJORAS CONCILIACIÓN FAMILIAR	3	0,06	6%
MAYOR CONCIENCIACIÓN	5	0,1	1%
POLÍTICAS MÁS DURAS	6	0,12	12%
NS/NC	16	0,32	32%
	50	1	100%