



Vol 7, Nº 17 (diciembre/desembro 2014)

**ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y TURISMO: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL
“SUELO PEGAJOSO” EN HOTELES DE 4 Y 5 ESTRELLAS EN TIJUANA
(MÉXICO).**

Isis Arlene Díaz Carrión¹

Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Turismo y Mercadotecnia (Tijuana)
diaz.isis@uabc.edu.mx

Ricardo Verján Quiñones²

Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Turismo y Mercadotecnia (Tijuana)
ricardo.verjan@uabc.edu.mx

Blanca Estela Castrejón Alonso³

Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Turismo y Mercadotecnia (Tijuana)
bcastrejon@uabc.edu.mx

Resumen.

El turismo es una actividad que emplea un número importante de mujeres, en México la participación de las mujeres en este sector está por encima de la que tienen en otras actividades. A pesar de los avances, los estereotipos de género suelen continuar condicionando los puestos, generando con ellos puestos feminizados.

El “suelo pegajoso” es una metáfora usada para definir a las barreras socioculturales que mantienen a las mujeres sobre representadas en puestos con condiciones laborales precarias, muchas veces por estar considerados como puestos para mujeres.

A través de una investigación cualitativa se revisa el papel de los estereotipos de género en los hoteles de 4 y 5 estrellas de Tijuana (México), con el objetivo de revisar las interacciones de éstos al momento de definir quién puede ocupar un puesto y quién no.

Palabras clave. Estereotipos de género- suelo pegajoso- hoteles- Tijuana.

Criterio de clasificación JEL: J71 Discriminación.

UNESCO: 6309. Grupos Sociales; 09. Posición Social de la Mujer.

**GENDER STEREOTYPES AND TOURISM: QUALITATIVE ANALYSIS OF
“STICKY FLOOR” IN 4&5 STARS HOTELS IN TIJUANA (MEXICO).**

¹ Doctora en Geografía Humana por la Universidad Complutense de Madrid.

² Maestro en Mercadotecnia por la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

³ Becaria de Investigación. Estudiante de la Licenciatura en Gestión Turística.

Abstract:

Tourism is an activity with an important participation of women. In Mexico, the rate of participation is one of the highest comparing other economic activities. However, positions are still gendered and cause areas where females are over –or under- represented.

“Sticky floor” is the metaphor used to define invisible walls that keep females over represented in jobs with poor conditions, many times as a result of being considered as “female jobs”.

Through a qualitative methodology gender stereotypes are examined in 4&5 stars-hotels in Tijuana (Mexico) in order to analyze its role while defining employment opportunities.

Key words. Gender stereotypes- sticky floor- hotels- Tijuana.

JEL classification Code: J71. Discrimination.

UNESCO Nomenclature: 6309. Social Groups; 09. Woman Status.

1. INTRODUCCIÓN.

A la fecha, el turismo es una de las actividades donde se concentra la participación de las mujeres; esta participación no sólo es generalizada a nivel mundial, sino que el ritmo de crecimiento de dicha tasa es mayor al presentado en otras actividades económicas (CNET, 2013:5). Se calcula que a nivel mundial un 49% de los puestos de los hoteles y restaurantes están ocupados por mujeres (OMT-ONU Mujeres, 2010:23), en América Latina este porcentaje se ubicaría en 59%, siendo Bolivia el país con mayor porcentaje de participación (de 78%).

Indudablemente la participación de las mujeres en el sector turístico en general y en particular en el hotelero se ha incrementado –y visibilizado- en las últimas décadas, lo que en sí ya puede considerarse como un avance. Sin embargo, la sola presencia de las mujeres en un sector de actividad no puede considerarse “per se” como el logro de la equidad e igualdad de oportunidades, es necesaria una revisión más a fondo para identificar si, efectivamente, las mujeres se distribuyen por las empresas sin que exista feminización en puestos, áreas o tipos de empresas.

El objetivo específico de esta investigación es el caracterizar los factores que pudieran estar incidiendo en la presencia de un “suelo pegajoso”, una barrera sociocultural que limita la presencia de las mujeres fuera de los puestos con mayor precariedad en el turismo.

La investigación aplica una metodología cualitativa y recurre a la entrevista en profundidad como herramienta de investigación. Se elige entrevistar a personas de dos puestos operativos en los hoteles: el de Recamarista y el de Auxiliar de Mantenimiento, por ser históricamente feminizado el primero y con una baja participación de las mujeres el segundo. Entre los hallazgos destaca el papel todavía significativo de los estereotipos de género en los puestos de los hoteles.

2. LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y EL TURISMO: LOS PRIMEROS TRABAJOS.

El efecto de los estereotipos de género en el trabajo remunerado ha sido un concepto básico de revisión para la línea de investigación de turismo y género; desde sus inicios se ha planteado la importancia de la participación de éstas, algunas veces con comprometidos planteamientos feministas que buscan la reivindicación incluyente de los tiempos y espacios de trabajo (Maxwell, 1997; Mooney & Ryan, 2009; por citar algunas) y otras veces planteando básicamente la presencia de las mujeres en la esfera laboral (Alonso et al., 2012; Yang, 2011), pero sin hacer análisis extensivos a las tareas de cuidados.

Las primeras publicaciones que analizaron la actividad turística desde un –ahora denominado- enfoque de género vieron la luz hacia finales del siglo pasado; tres de aquellas obras significativas (los libros: “Gender, Work & Tourism”; “Tourism: A Gender Analysis”; y el número 22 de la revista *Annals of Tourism Research*) introdujeron de lleno en la academia los cuestionamientos sobre las condiciones de las mujeres que trabajaban en dicha actividad. En aquellas primeras obras ya se encontraba presente la desigualdad de acceso de las mujeres, quienes eran consideradas –no en pocos casos- idóneas para laborar en una industria caracterizada por su estacionalidad.

La mayoría de los artículos y capítulos analizados en estas tres diferentes obras corresponden a investigadoras de las academias anglosajonas y revisan en buena medida el turismo en espacios europeos y el uso de los estereotipos de género para justificar la existencia de áreas y

puestos feminizados. A través de su lectura es posible identificar una mayor presencia de mujeres en los niveles operativos del turismo tanto en los países con economías fuertes (Breathnach et al., 1994; Hennesy, 1994); como en aquellos con economías menos favorecidas (Long y Kindon, 1997; Chant, 1997; Scott, 1995), pero unas y otras identificadas como importantes destinos turísticos de los flujos nacionales pero también internacionales.

Así Breathnach et al. (op. Cit.) encuentran una elevada concentración de mujeres en los rubros de hospedaje y restaurantes en los destinos de turismo urbano de Irlanda, donde las condiciones generalizadas eran de empleo de medio tiempo (pudiendo ser permanente o temporal) o de tiempo completo (sólo durante la temporada alta); mientras que en el medio rural, las mujeres se caracterizaban por ser propietarias de los B&B, unas empresas también feminizadas (aquellas en las que la presencia de la mujer es igual al porcentaje de empleo total ocupado por mujeres más un 15%) con respecto al resto del personal ocupado –en la mayoría de los casos por temporada.

A través de una revisión cuantitativa de la participación de las mujeres en el Reino Unido, Purcell (1997:34-36) identifica al turismo como un sector con una inequitativa presencia de hombres y mujeres en tres áreas significativas de la actividad turística: alojamiento y catering, transporte de pasajeros y actividades recreativas. De estas tres categorías, es en la de servicios de alojamiento donde el 60% de la mano de obra eran mujeres (y de éstas el 55.5% realizaban trabajo de medio tiempo); en contrapartida los hombres se ubicaban en la categoría de transporte de pasajeros caracterizada por empleos de tiempo completo y permanente.

Complementando lo anterior, pero centrándose en la micro escala y con una aproximación cualitativa, en Looe (Reino Unido), Hennesy (op. Cit.) encuentra segregación vertical de las mujeres en los empleos no calificados del sector y pobres condiciones laborales -reflejadas en bajos sueldos, pocas o nulas prestaciones e inestabilidad laboral. La investigadora también subraya el subempleo de las mujeres y, no menos importante, la posibilidad de compatibilizar el trabajo remunerado con el de cuidados de su grupo doméstico, de hecho para las entrevistadas el trabajo de medio tiempo era recurrido para, precisamente, poder cubrir con las responsabilidades del cuidado de la casa y de la familia; era precisamente la flexibilidad lo que les permitía emplearse cuando los hijos permanecían en la escuela, y por las tardes o durante los fines de semana -al dejarlos al cuidado de alguien más de la familia. Con estas condiciones, concluye la investigadora, el empleo de la mujer tiene un carácter complementario al del empleo del esposo y haciendo hincapié en la necesidad de revisar las condiciones laborales de los empleos a los que están accediendo las mujeres.

La segregación ocupacional también fue identificada por Chant (op. Cit.:137-143) en su investigación cualitativa realizada en los hoteles y restaurantes de Puerto Vallarta (México), una participación considerada como apropiada para las mujeres pues podían usar sus habilidades de cuidados mientras obtenían un ingreso; en esta investigación, Chant corrobora las largas jornadas laborales, los bajos salarios y desventajosas condiciones de empleo.

Las investigaciones anteriores permiten obtener un panorama bastante amplio sobre la condición del empleo de las mujeres en los hoteles; otras además ponen énfasis en las interacciones de los roles y estereotipos de género, como sucede en Bali (Indonesia), donde Long y Kindon (op. Cit.:104), a través de entrevistas en profundidad, concluyen que el turismo interactúa con los estereotipos de género y los refuerza; las investigadoras también reconocen la diversidad de la categoría “mujeres” al introducir la variable étnica, demostrando con ello que los efectos son diferenciados por una serie de variables que se entrecruzan con el género.

De igual forma, el trabajo empírico de Scott (op. Cit.) identifica los cambios experimentados por las ocupaciones socialmente aceptadas para las mujeres en la República Turca del Norte de Chipre: a través de entrevistas en profundidad, la investigadora identifica que si bien la hotelería ha pasado a estar considerada como una ocupación socialmente aceptada para las mujeres locales, persisten otras ocupaciones (por ejemplo, el de barman en los hoteles o el de croupiers, cantantes o bailarinas en los casinos) consideradas bien como ocupaciones para los hombres, bien como apropiadas para mujeres extranjeras (ibídem:395-399). En este caso, aparece nuevamente reflejada la heterogeneidad de las mujeres, una categoría de estudio que es dinámica e incluso contradictoria (ibídem: 400-401), evidenciando con ello las diversas dinámicas –económicas, sociales y culturales- que cuestionan y a la vez permiten la re(construcción) de los roles de género a través de la participación en el turismo.

3. EL “SUELO PEGAJOSO” EN EL SECTOR HOTELERO.

Casi veinte años después, las investigaciones de género y turismo se han extendido entre un número importante de academias de diversos países. No obstante los avances registrados por

las mujeres en la esfera del trabajo remunerado, a la fecha éstas permanecen ubicadas en determinadas profesiones y/o actividades en un buen número de países y culturas (Pritchard et al., 2007:1; Kattara, 2005:238-239); en todos los casos es posible identificar a los estereotipos de género como determinantes al momento de establecer los puestos feminizados.

En opinión de Mooney y Ryan (2009) existen diversas barreras para la participación de las mujeres en los hoteles (ver tabla 1), la principal limitante de la participación de las mujeres en los niveles gerenciales de los hoteles es precisamente la cultura organizacional en la cual, si bien se han introducido muchos cambios tecnológicos existen algunas áreas que permanecen iguales desde el siglo pasado (loc.cit:197).

Tabla 1. Limitantes para la participación de las mujeres en los hoteles.

| |
|--------------------------------------|
| Cultura organizacional |
| Conflicto familia/trabajo remunerado |
| Limitaciones de tiempo |
| Movilidad geográfica |

Fuente: Mooney y Ryan (2009).

Dentro de las limitantes identificadas por estas autoras destaca la cultura organizacional y dentro de ésta es posible identificar la presencia de estereotipos que condicionan la presencia de las mujeres en los hoteles; este condicionamiento genera diferentes fenómenos, uno de ellos es la segregación ocupacional de las mujeres –misma que puede presentarse tanto a niveles vertical como horizontal-, como consecuencia de barreras socioculturales basadas en los estereotipos, entre los que se encuentra precisamente el “suelo pegajoso” (“sticky floor”).

Si bien este término no puede desentenderse de otras barreras socioculturales como el “techo de cristal” (“glass ceiling”) y los “muros de cristal” (“glass walls”); el “techo de cristal” impactaría sobre todo en las mujeres ubicadas en los niveles organizacionales de la base jerárquica y las dinámicas que las mantienen en dichos niveles. De manera más generalizada, el “suelo pegajoso” también se refiere a las profesiones feminizadas que, al ser ocupadas por mujeres, se han devaluado en el mercado; estas profesiones estarían entonces caracterizadas por su baja calidad (Torns y Cáceres, 2012:189).

Conceptualizado como una barrera sociocultural, la metáfora del “suelo pegajoso” se nutre con la interacción de la tradicional división del trabajo y los estereotipos de género en la esfera productiva. Otra consecuencia de estas interacciones es la concentración de mujeres en posiciones de los niveles operativos debido principalmente a falta de tiempo –y otros recursos- para dedicarlos a sus carreras laborales; esta ausencia de tiempo vendría dada, sobre todo, como consecuencia de la realización –o supervisión- de una elevada cuota de trabajo de cuidados de su grupo doméstico.

De las diferentes barreras socioculturales que caracterizan el grueso de la presencia de las mujeres en el mercado de trabajo, la más representativa es precisamente el “suelo pegajoso” (ibídem:190); a decir de estas investigadoras, la presencia de las mujeres en estos sectores de actividad y ocupaciones plantean un reto distinto al presentado por el “techo de cristal”, toda vez que un número importante de estas mujeres puede carecer de los niveles académicos requeridos para acceder a los niveles más altos de la gerencia.

Como ya se ha visto en el epígrafe anterior, una de las características de la participación de las mujeres en el turismo es su presencia en los niveles operativos de los hoteles; esta situación fue de las primeras en ser identificada hace ya cerca de dos décadas, pero a la fecha se mantiene como una constante (Mooney y Ryan, op. Cit.; Ferguson, 2009; Sigüenza, 2011, McKenzie, 2007, Li y Wang, 2001).

En la práctica discursiva, la mayoría de los agentes turísticos reconocen la importancia de la participación de las mujeres, pero de manera socavada se mantienen interpretaciones como consecuencia de los estereotipos de género y se continúa considerando a las mujeres como las principales responsables del trabajo de cuidados, condicionando con ello su participación en todos los niveles organizacionales de las empresas.

Un estudio realizado conjuntamente por la Secretaría de Turismo y El Colegio de México ubicaba -al 2010- un 39% de las mujeres trabajando en la industria turística nacional (SECTUR-COLMEX, 2011:67), una cifra que supera –en 2%- al promedio nacional de participación de las mujeres en general; si bien en este trabajo los servicios de hospedaje han sido agrupados con

otros servicios turísticos, es posible inferir que la presencia de las mujeres en estas empresas es significativa, toda vez que: “...mas de dos terceras partes de las personas empleadas en el sector turístico laboran en hoteles y servicios de hospedaje” (ibídem:52).

No obstante a estas alturas es innegable la participación de las mujeres en la esfera del trabajo remunerado, las condiciones que éstas presentan siguen estando en desventaja en comparación con las de su contraparte masculina. En esta desigualdad juega un papel importante la elevada participación de las mujeres en la realización de trabajo de cuidados, una realidad muy presente en México donde se calcula que las mujeres dedican más de 50 horas semanales a la realización de trabajo no remunerado, lo que representa un total 32 horas más que los hombres (CEPAL, 2013:24-25).

4. METODOLOGÍA.

La metodología utilizada para este trabajo empírico es de tipo cualitativo, se trata de un enfoque descriptivo de corte transversal que tiene a la entrevista en profundidad como la principal herramienta de investigación. Se considera que esta metodología es la más adecuada pues el objetivo de la investigación no persigue la predicción o el control de los hechos y casos, sino que busca la comprensión de procesos socioculturales generados como consecuencia de los estereotipos de género en los hoteles de 4 y 5 estrellas de Tijuana.

Se entrevista un total de 28 informantes clave, de éstos 17 son mujeres y 11 son hombres. De las mujeres, 13 trabajan en los niveles operativos de los hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad y las otras 4 se desempeñan como Gerentes de Recursos Humanos (puesto que puede cambiar de denominación en algunos hoteles, pero se trata de quienes llevan a cabo la contratación del personal); mientras que de los 11 hombres entrevistados, 10 se ocupan en niveles operativos y uno es gerente de nivel medio.

La selección de la muestra es no probabilística, obtenida a través del muestreo de bola de nieve; posteriormente se realiza un análisis de contenido recurriendo al programa Weft QDA, mismo que se elige por su sencillez y libre distribución.

5. TIJUANA: CONTEXTUALIZANDO LA INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo se desarrolla en los hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad de Tijuana; a continuación se presenta el contexto de dicha investigación, tanto de la ciudad como de los hoteles, lo anterior con la intención de conocer la ciudad que sirve de telón de fondo al presente trabajo.

5.1 Ubicación.

La ciudad de Tijuana se ubica en el municipio del mismo nombre a 32°32' de latitud norte y a 117°3' de longitud oeste (INEGI, 2009:0). Sus colindancias son: al norte con los Estados Unidos de América y el municipio de Tecate (Baja California), al este con los municipios de Tecate y Ensenada, al sur con los municipios de Ensenada y Playas de Rosarito (ambos también del mismo estado), al oeste con el municipio de Playas de Rosarito y el Océano Pacífico (ibídem).

El municipio de Tijuana tiene una extensión de 879.2 km²; cuenta con nueve delegaciones: Playas de Tijuana, San Antonio de los Buenos, Centro, Sánchez Taboada, La Mesa, Mesa de Otay, Centenario, Cerro Colorado y La Presa (Ayuntamiento de Tijuana, s/f).

5.2 Demografía.

De acuerdo con los datos del último Censo de Población y Vivienda 2010 (INEGI), la ciudad contaba con poco más de 1.55 millones de habitantes, de los cuales el 49.7% eran mujeres (INMUJERES, s/f), a nivel nacional la media supone una población femenina de 51.16% ligeramente por encima de la población femenina en Tijuana y en el estado de Baja California (ídem). En el municipio de Tijuana la mayor parte de la población es urbana, en el caso de los hombres se habla del 97.3% y en el caso de las mujeres la cifra alcanza el 97.5% (ídem).

Según el Censo del 2010, Tijuana concentra el 49.4% de toda la población estatal cuya mediana de edad se ubicaba en 26 años. Tijuana es una de las pocas ciudades mexicanas con un índice de masculinización mayor; esta prevalencia de la población masculina se explica como consecuencia de la fuerte tradición migratoria de la ciudad y es incluso mayor a la registrada en todo el estado bajacaliforniano (en un punto porcentual).

A partir de una revisión en la pirámide poblacional es posible notar además un incremento en el número de varones en los grupos de menor edad de la población del municipio: en Tijuana nacen –o viven- más niños que niñas. La población de hombres se mantiene mayor hasta los grupos quinquenal de 25 a 34 años donde hay más mujeres, pero vuelve a retroceder en los siguientes grupos de edad (de 35 a 39 años y de 40 a 44 años) donde las mujeres vuelven a ser más, diferencia que se mantiene en los restantes grupos de edad quinquenal, también en Tijuana las mujeres tienen mayor esperanza de vida que los hombres.

5.3 Indicadores de participación económica.

Las cifras municipales según género, muestran que para todos los grupos etarios son los varones quienes presentan una mayor participación económica (tabla 2).

Tabla 2. Tasa de participación económica en el Municipio de Tijuana por grupos de edades y género (2012).

| | Hombres (♂) | Mujeres (♀) |
|---------------|-------------|-------------|
| 12 a 14 años | 2.48 | 0.95 |
| 15 a 19 años | 34.92 | 19.13 |
| 20 a 24 años | 80.41 | 51.35 |
| 25 a 29 años | 92.63 | 58.69 |
| 30 a 34 años | 94.59 | 58.02 |
| 35 a 39 años | 95.04 | 58.13 |
| 40 a 44 años | 94.44 | 58.61 |
| 45 a 49 años | 94.3 | 55.74 |
| 50 a 54 años | 91.75 | 48.47 |
| 55 a 59 años | 87.21 | 38.42 |
| 60 a 64 años | 69.74 | 25.78 |
| 65 a 69 años | 51.99 | 15.78 |
| 70 a 74 años | 38.02 | 9.98 |
| 75 a 79 años | 29.43 | 6.53 |
| 80 a 84 años | 20.31 | 4.38 |
| 85 años y más | 14.72 | 2.15 |

Fuente: INEGI. Indicadores de Ocupación y Empleo. Indicadores Estratégicos. Tijuana.

Considerando que hasta antes de los 20 años un porcentaje importante de la población municipal se dedica al estudio (como así lo confirman los indicadores de educación) y no estarían en el mercado laboral, la menor brecha de género se encuentra en el grupo de 20 a 24 años, a partir de ahí la brecha se amplía hasta el grupo de edad de 55 a 59 años, para posteriormente disminuir, pero sin desaparecer.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), la participación de las mujeres en el rubro de “Restaurantes y Servicios de Alojamiento” generalmente se sitúa, más o menos, en un 8% del total. Según datos del INEGI, el sector que más mujeres ocupa es el sector terciario, siendo el rubro de “Comercio” el que las aglutina en su mayoría, pero el rubro con mayor feminización es aquel de “Servicios sociales” con un Índice de Feminización de 196 mujeres por cada 100 hombres.

Tabla 3. Población Ocupada por trimestres en Restaurantes y Servicios de Alojamiento en el Municipio de Tijuana según género e Índice de Feminización (2009-2013).

| | Total | Mujeres (♀) | Hombres (♂) | Índice de Feminización del rubro. |
|---------------|--------|-------------|-------------|-----------------------------------|
| 2013 | | | | |
| I trimestre | 43,264 | 20,493 | 22,771 | 90.00 |
| II trimestre | 49,207 | 20,272 | 28,935 | 70.06 |
| III trimestre | 49,379 | 19,323 | 30,056 | 64.29 |
| IV trimestre | 45,341 | 20,383 | 24,958 | 81.67 |
| 2012 | | | | |
| I trimestre | 50,753 | 23,416 | 27,337 | 85.66 |
| II trimestre | 50,367 | 23,431 | 26,936 | 86.99 |
| III trimestre | 55,559 | 25,314 | 30,245 | 83.70 |
| IV trimestre | 49,766 | 24,143 | 25,623 | 94.22 |
| 2011 | | | | |
| I trimestre | 44,062 | 17,630 | 26,432 | 66.70 |
| II trimestre | 42,433 | 15,987 | 26,446 | 60.45 |
| III trimestre | 47,459 | 19,646 | 27,813 | 70.64 |
| IV trimestre | 53,523 | 24,063 | 29,460 | 81.68 |
| 2010 | | | | |
| I trimestre | 41,416 | 17,447 | 23,969 | 72.79 |
| II trimestre | 38,548 | 17,708 | 20,840 | 84.97 |
| III trimestre | 44,000 | 16,870 | 27,130 | 62.18 |
| IV trimestre | 44,222 | 18,265 | 25,957 | 70.37 |
| 2009 | | | | |
| I trimestre | 48,811 | 19,151 | 29,660 | 64.57 |
| II trimestre | 47,807 | 17,880 | 29,927 | 59.75 |
| III trimestre | 51,533 | 21,560 | 29,973 | 71.93 |
| IV trimestre | 48,123 | 19,896 | 28,227 | 70.49 |

Fuente: INEGI. Indicadores de Ocupación y Empleo. Indicadores Estratégicos. Tijuana.

En la tabla 3 es posible apreciar la estructura por género de la Población Ocupada en el rubro de “Restaurantes y Servicios de Alojamiento” en Tijuana del 2009 al 2013; en todos los trimestres del último lustro, el rubro presenta una mayor participación de los varones. Sin embargo, del 2009 al 2013 se presenta un incremento en la presencia de las mujeres quienes hacia el último año de la serie llegan a alcanzar un Índice de Feminización de 90 mujeres por cada 100 hombres. Durante los trimestres correspondientes a los años reportados, es en el cuarto trimestre del 2012 cuando el Índice logra acercarse a la paridad 94.22 mujeres por cada 100 hombres. En ese trimestre, el 48.51% del personal ocupado en los Restaurantes y Servicios de Alojamiento en Tijuana eran mujeres; pero ni siquiera en este caso llega a alcanzarse niveles que permitan definir a las empresas contempladas en este rubro de la actividad turística como feminizadas.

Una revisión a los diferentes indicadores de educación permite hacerse una idea de las características de las mujeres que residen en Tijuana (tabla 4). El panorama es alentador, en el sentido de que –en materia de educación- la población femenina se ubica por encima de la mayoría de la media nacional. La tasa de asistencia escolar es un punto porcentual más alta, el alfabetismo es también mayor, al igual que el promedio de escolaridad (INMUJERES); cifras avaladas en contraparte con menor rezago educativo. Sin embargo, al hacer el comparativo con los varones es posible identificar la brecha de género en el promedio de escolaridad y en el rezago educativo; no obstante, en todos los casos –aunque en algunos casos en menor medida- los índices resultan más favorables para los varones.

Tabla 4. Índices de educación en el Municipio de Tijuana según género.

| | Mujeres (♀) | Hombres (♂) |
|--|-------------|-------------|
| Tasa de asistencia escolar | 94.4 | 93.7 |
| Alfabetismo en población de 15 a 29 años | 97.9 | 97.7 |
| Promedio de escolaridad | 9.1 | 9.3 |
| Rezago educativo | 36.6 | 35.3 |

Fuente: INMUJERES. Sistema de Indicadores de Género. Tijuana.

5.4 Industria hotelera local.

La historia del turismo en Tijuana es, y ha estado, sumamente vinculada con la economía norteamericana, en particular con la economía de San Diego (California); hacia principios del pasado S XX, la economía de Tijuana –hasta entonces basada en las actividades primarias da un giro a la actividad turística.

En esta “turistización” de la economía Tijuanense jugó un papel básico el movimiento prohibicionista con tintes moralistas que durante las décadas de los 1920 y 1930 deja sentir su efecto con la entrada en vigor de Leyes que prohibían la producción y venta de licor en los Estados Unidos (Bringas y Woo, 1994:137-139); generando en la década de los 1920 un flujo de turistas norteamericanos interesados en los principales atractivos que ofrecía la ciudad: el hipódromo y el casino de Agua Caliente (ídem).

Tijuana es actualmente un destino turístico que comienza a destacar a nivel nacional; aun cuando la presencia de esta actividad dista mucho de alcanzar los niveles de otras regiones del país, la ciudad atrae cada vez un mayor número de turistas de procedencia nacional. La ciudad es principalmente reconocida por su industria manufacturera –basada principalmente en el modelo de maquila-, la cual -no obstante el crítico período por el que actualmente atraviesa- continúa siendo la principal actividad económica.

Dentro del total de empresas directamente vinculadas con el turismo, la industria hotelera es una de las más representativas, y no pocas veces ha sido considerada como la base de un turismo próspero. Según el registro de la Secretaría de Turismo del Estado (SECTURE) a la fecha están registrados un total de 6 hoteles de 5 estrellas y 9 hoteles de 4 estrellas en la ciudad.

Ambas categorías se concentran en dos ubicaciones estratégicas; por una parte están los hoteles cercanos al Aeropuerto Internacional General Abelardo L. Rodríguez y por otra están los hoteles ubicados a lo largo de la denominada Zona Río o en sus alrededores; ambas zonas resultan muy accesibles a la frontera con los EEUU. Un par de hoteles restantes se ubican en la zona denominada como Playas de Tijuana, ofreciendo –en estos casos- el paisaje singular de la costa oeste de la península y atrayendo un perfil de turista un poco distinto del que usa los hoteles ubicados en las zonas anteriormente descritas.

Respecto a dichos hoteles puede decirse que en promedio ofertan 211 habitaciones los hoteles de 5 estrellas (el hotel de mayor capacidad oferta 320 habitaciones y el de menor cuenta con 106); de los 6 hoteles solamente uno puede ser considerado como hotel de tamaño mediano –más de 50 habitaciones y hasta 150-, los restantes caen dentro de la categoría de tamaño grande –superan las 150 habitaciones (ver tabla 5).

Por su parte, los hoteles de 4 estrellas promedian 131 habitaciones (entre éstos el hotel de mayor tamaño tiene 263 habitaciones y el más pequeño 69); excepto un hotel, los restantes pueden clasificarse de tamaño mediano.

Tabla 5. Caracterización de los hoteles de 4 y 5 estrellas de Tijuana según número de habitaciones y colaboradores permanentes.

| Hoteles de 5 estrellas | | | Hoteles de 4 estrellas | | |
|------------------------|------------------|---------------|------------------------|------------------|---------------|
| Hotel | No. Habitaciones | Colaboradores | Hotel | No. Habitaciones | Colaboradores |
| H1 | 320 | 250 | H1 | 105 | 52 |
| H2 | 265 | 183 | H2 | 131 | 23 |
| H3 | 168 | 155 | H3 | 134 | 55 |
| H4 | 209 | 125 | H4 | 142 | 60 |
| H5 | 201 | 56 | H5 | 127 | 64 |
| H6 | 106 | 130 | H6 | 140 | 80 |
| | | | H7 | 263 | 50 |
| | | | H8 | 69 | 12 |
| | | | H9 | 76 | n/d |

Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo.

En lo relativo al número de colaboradores permanentes, es interesante hacer notar que en algunos casos ciertas funciones de algunos hoteles son realizadas a través del “outsourcing” o del corporativo. Estos acuerdos varían según los hoteles y no se limitan a las funciones administrativas (como puede ser la Contabilidad o incluso el manejo de Recursos Humanos) también puede tratarse de funciones operativas, por ejemplo, algunos hoteles tienen la función de vigilancia dentro de esta modalidad, llama la atención el caso del Hotel H8 de 4 estrellas que como colaboradores permanentes solamente reporta 12 y que el resto del personal operativo lo subcontrata a través de la modalidad de “outsourcing”.

6.- DISCUSIÓN.

La participación de las mujeres en los hoteles de 4 y 5 estrellas de Tijuana se ha venido incrementando en las últimas décadas, pero existen todavía puestos caracterizados por una sobre o sub representación de éstas. Entre los primeros se encontraría el puesto de Recamarista y entre los segundos el de Auxiliar de Mantenimiento.

Por ello se han elegido –para esta investigación- como puestos significativos al momento de revisar la participación de las mujeres y el efecto que puede estar teniendo el “suelo pegajoso” al momento de feminizarlos o de al contrario, masculinizarlos. A continuación se presentan los hallazgos de esta investigación.

6.1 Recamaristas: un puesto feminizado a fuerza de ser detallista.

Uno de los puestos más significativos del personal operativo es precisamente el de Recamarista –o camarista- generalmente asociado a la participación de las mujeres en los hoteles. Una revisión general del número de mujeres que se desempeñan en éste permite considerarlo como feminizado al relacionarlo directamente con el trabajo de cuidados: “...no lo anunciamos como ‘para mujeres’ pero cuando llega un hombre y le decimos que sólo hay vacantes de camaristas no aceptan porque dicen que eso es para mujeres” (Amelia, entrevista a profundidad).

Son diversas las investigaciones que han evidenciado el rol de los estereotipos de género en el trabajo remunerado en los hoteles; en este caso, se presenta también una estrecha vinculación entre las actividades realizadas por las Recamaristas con el trabajo de cuidados: tender camas, limpiar una habitación o el baño son consideradas como actividades feminizadas; no es de extrañar que en más del 80% de los hoteles de 4 y 5 estrellas existiera una ocupación total de mujeres en dicho puesto (todas las personas que se desempeñaban como Recamaristas eran mujeres).

Las razones aducidas para justificar la presencia de las mujeres como Recamaristas tienen que ver con la percepción de que es un puesto que requiere el ser detallista, algo que tradicionalmente ha sido considerado como exclusivo de las mujeres: “...pues la mujeres más detallista un hombre pues.. no es para ordenar una habitación... pues una mujer hace al detalle toda la habitación, la limpieza” (Agustín, entrevista en profundidad). En el discurso de Agustín es posible apreciar la interiorización de los estereotipos de género y su extrapolación hacia el

puesto, la consideración de la capacidad de realizar trabajo a detalle se considera como exclusivo de las mujeres.

Por su parte la opinión de Patricio si bien vincula la calidad humana y el trato como atributos inherentes a las mujeres: "...se puede deber a que la mayoría de las mujeres tienen esa calidez humana con el trato a los huéspedes y como es un área muy delicada por las habitaciones, poder tender la cama del huésped asear el baño" (Patricio, entrevista en profundidad), también reconoce el estereotipo: "...se mira mejor que quien haga eso es una mujer" (ibídem), como reconoce Patricio, la valoración social de los trabajos de cuidados continúa fuertemente ligada a la identidad de las mujeres, y no en pocos casos es consecuencia de la falta de reconocimiento del trabajo de ellas: "...como que si te encargas de tender una cama en tu casa ya sabes cómo hacerlo y no... tienes que aprender a hacer la cortesía y yo eso lo aprendí hasta que llegué aquí" (Flor, entrevista en profundidad).

La capacitación para poder realizar el trabajo de Recamarista es uno de los puntos más importantes al momento de la inducción: "Se les enseña a tender la cama, cómo debe de ser, igual sucede con la limpieza del resto de la habitación... no es como que ya saben cómo hacerlo" (Irene, entrevista en profundidad); no obstante, ese proceso de capacitación no es suficiente para dignificar el puesto de Recamarista y retribuirlo adecuadamente (Patricio, op. Cit.; Mabel, entrevista en profundidad).

Por otro lado, llama la atención que la percepción de un trabajo pesado es en algunos casos justificado para excluir a las mujeres de ciertos puestos en los hoteles –por ejemplo, el de cocinero o los relativos el Área de Mantenimiento–, pero en el puesto de Recamarista a pesar de ser considerado también como un trabajo pesado, la fuerza física no aparece como un estereotipo que lo masculinice: "...el estándar para una camarista es de 13 habitaciones por día... cuando llegan grupos a hospedarse que son grupos grandes en ocasiones hacen hasta 20 habitaciones y es una carga muy pesada para ellas" (Patricio). El puesto de Recamarista es uno de los puestos operativos más significativos de la industria hotelera, porque por un lado es una función básica que cuando falla afecta directamente el nivel de satisfacción de la clientela; sin embargo, a pesar de ser tan importante es de los menos reconocidos en el escalafón social y económico de la estructura organizacional de los hoteles. Las actividades que realizan las Recamaristas son definidas principalmente como pesadas: "es muy cansado, hay que hacer mucho esfuerzo, hay veces que terminas con dolor de cintura o de espalda, te dicen 'si sólo es hacer la cama y limpiar' pero como yo les digo 'si sólo es eso pues ven tú a hacerlas'" (Fabiola, entrevista a profundidad) o incluso monótonas: "no es divertido, a veces es poco agradable" (ibídem); de igual forma, suelen desempeñar la mayor parte de su trabajo de manera aislada: "te dan tu rol y te vas a tus habitaciones" (Felicía, entrevista a profundidad); pero las Recamaristas encuentran espacios para convivir con el resto de sus compañeras de trabajo, algo que es valorado por ellas: "pues a la hora de la comida, sí es como que da gusto que estés con las otras compañeras, aunque hay veces que comes corriendo porque tienes que regresar al trabajo" (ibídem). A pesar de lo anterior, valoran positivamente el trabajo que realizan, ya que está vinculado al ingreso: "te permite vivir, estoy agradecida por eso" (Manuela, entrevista a profundidad).

Las razones que les llevan a las Recamaristas a permanecer en este puesto pueden ser variadas como consecuencia de sus situaciones individuales pero, de manera general, se concentran en dos: el bajo nivel educativo y la edad. Ambas razones están sumamente relacionadas; así, para las mujeres que se encuentran cerca de los 50 años –o los sobrepasan– el puesto de Recamarista es una de las pocas opciones a las que han podido acceder: "yo nada más terminé la primaria y pues sin educación ¿qué te queda?" (Alejandra, entrevista a profundidad).

El caso de Alejandra simboliza el de las mujeres que migraron a Tijuana buscando nuevas oportunidades y que han realizado trabajo remunerado desde jóvenes: "...con 15 años empecé en un restaurante del sur, en... trabajando como cocinera en un restaurante" (ibídem); para ella, el bajo nivel de preparación ha sido la principal condicionante en el tipo de trabajos a realizar: "...busqué en varios, intenté en la maquila, pero lo que sabía hacer era cocinar así que me vine para un hotel pero no había de cocinera y pues me tocó entrar de Recamarista y en esto sigo" (ibídem). La principal razón por la cual realizar el trabajo de Recamarista tiene que ver con la necesidad de procurarse un ingreso para el grupo doméstico: "tienes que trabajar si no ¿con qué comes? ¿con qué pagas los gastos? ¿la escuela de los hijos?" (ibídem); la mayor parte del ingreso de las Recamaristas es usado para cubrir las necesidades básicas de sus grupos domésticos: vivienda, alimentación, transporte y educación de los hijos, sólo cuando

éstos han terminado –o abandonado- los estudios el ingreso se dedica a otros fines: “...vas ahorrando un poquito de lo que usabas en las escuelas” (Anabel, entrevista a profundidad).

A diferencia de lo reportado en otras investigaciones, en Tijuana las mujeres que trabajan como Recamaristas tienen trabajo de tiempo completo. No se recabó información sobre el monto de sus ingresos pero en todos los casos las entrevistadas valoraron que: “No, no alcanza, lo que ganas no te alcanza vives con el ‘jesús’ en la boca” (Manuela, op. Cit.).

Por ello resultan básicas la presencia de otras fuentes de ingresos: “No, pues para ayudarme un poquito yo vendo cosas por catálogo y así me ayudo un poquito” (Anabel, op. Cit.), así como de estrategias conjuntas para aumentar el ingreso del grupo doméstico: “Si, gracias a dios mi hija ya está grande y ella trabaja y luego está también mi hijo que de lo que gana me da dinero, pero antes de eso sí nos las vimos difíciles” (Margarita, entrevista a profundidad).

En el caso de las Recamaristas con hijos, todas consideraron que era igual de importante que las hijas recibieran la misma oportunidad de estudios que los hijos (Anabel, op. Cit.; Manuela, op. Cit.).

6.2 Auxiliar de mantenimiento: un puesto masculinizado.

El puesto de Auxiliar de Mantenimiento –también puede denominarse como Oficial de Mantenimiento- es uno que está caracterizado por aglutinar en su totalidad a hombres; ninguno de los entrevistados recuerda que en algún momento hayan tenido como compañera a una mujer, aunque sí destacan la presencia de mujeres realizando prácticas pero como señalan: “...ninguna se quedó a trabajar aquí” (Alberto, entrevista en profundidad). Tampoco para el puesto de Auxiliar de Mantenimiento se establece un requisito de género, por ello les extraña que: “sean puros hombres los que lleguen a pedir esos puestos”, y consideran que se debe a que el puesto está vinculado a la necesidad de conocimientos de mecánica: “Debe saber el funcionamiento de equipo” (Amelia, op. Cit.), de agilidad física: “hay que subirse a las alturas” (Camila, entrevista a profundidad) y a la fortaleza física: “...hay que cargar cosas, mover cosas” (ibídem). El conocimiento del funcionamiento de las máquinas, el uso de la fuerza física y la agilidad han estado vinculados en las sociedades tradicionales a los hombres, por ello no es de extrañar que el puesto aparezca como masculinizado en Tijuana.

También como sucede con las Recamaristas, los auxiliares de mantenimiento han recibido capacitación para la realización de su trabajo (Félix, entrevista a profundidad; Enrique, entrevista a profundidad; José, entrevista a profundidad).

Los Auxiliares de Mantenimiento se muestran orgullosos de su trabajo y reconocen que: “es importante, sí porque imagínate que te quedas sin luz, pues el huésped se va a quejar... o no hay agua, o se quiebra el aire acondicionado” (Félix, op. Cit.) y vinculan la calidad de su trabajo con la satisfacción de la clientela: “son servicios básicos que siempre, siempre deben marchar bien” (Agustín, op. Cit), una opinión también compartida por otros de los auxiliares de mantenimiento (Alberto, op. Cit.; Enrique, op. Cit.).

Si bien las actividades son percibidas como pesadas: “hay que mover máquinas muy grandes” (José, op. Cit.), riesgosas: “trabajas con electricidad, te trepas a los techos” (Javier, entrevista a profundidad) y con disposición de horario: “mmhh... pues si algo no funciona, te vas hasta que funcione otra vez, ni modo...” (Félix, op. Cit.); los Auxiliares de Mantenimiento no consideran el trabajo que realizan como emocionalmente agotador: “...pues es cansado sí, pero convives mucho con los otros compañeros y es como que el trabajo lo sacas entre todos” (ibídem); este compañerismo del que hablan les permite generar un espíritu de grupo, pues aunque sea como una mera consecuencia de las normas de seguridad es aprovechado para crear lazos de apoyo que, pueden mantenerse fuera del espacio laboral: “ahí depende, porque hay con quienes te llevas bien o no, no es que te pelees, pero pues fuera del hotel cada quien su vida... pero pues sí yo tengo unos compadres que conocí en el hotel porque después de tantas horas pues haces amistades” (Miguel, entrevista a profundidad).

Los Auxiliares de Mantenimiento valoran positivamente su trabajo en el hotel; en este caso aparece la imagen de modernidad y cosmopolitismo asociada con la actividad turística como algo a destacar, sobre todo por quienes trabajaron en empresas de otro giro: “pues es bueno el trabajo en el hotel, es como... más limpio, porque en la maquila sí es como que dices ‘trabajo en un hotel’ y la gente lo ve como... como mejor”. Esta valoración más positiva se fundamenta sobre todo en la idea de que cualquiera de los puestos de los hoteles tiene necesariamente un contacto directo con el huésped y por ello más posibilidad de conocer gente, lo que es entendido como un factor que rompe la rutina y hace el trabajo en el turismo más interesante (Agustín, op. Cit.; Javier, op. Cit.; Miguel, op. Cit.) pero mientras en el discurso de las Recamaristas no aparece esta vinculación, sí se evidencia en el caso de Auxiliar de Mantenimiento.

En lo referente al nivel educativo, los Auxiliares de Mantenimiento suelen presentar niveles más altos que los de las Recamaristas; por lo general tienen terminada la educación primaria (6 años) y la secundaria (3 años más), algunos alcanzaron posteriormente un bachillerato técnico. Esta situación se presenta sobre todo entre los más jóvenes y quienes proceden del medio urbano.

Al respecto del salario recibido, los Auxiliares de Mantenimiento consideran que su sueldo: “*no está mal, pero cada vez alcanza para menos*” (Enrique, op. Cit.); esta situación se ha visto agravada particularmente en el último año como consecuencia de la equiparación impositiva de la frontera con respecto al resto del país: “*ya ve que este año todo subió, el gas, la luz... todo y pues sí está dura la cosa...*” (Miguel, op. Cit.).

De tal suerte que el salario también suele estar destinado para cubrir los gastos básicos de sus respectivos grupos domésticos: “*la escuela, la casa y poco más*” (Agustín, op. Cit.); de igual forma, estos grupos domésticos cuentan con estrategias conjuntas para incrementar el ingreso del grupo doméstico a través de la realización de trabajo remunerado por parte de la esposa o pareja y de los hijos que han alcanzado la mayoría de edad.

También en este caso, los Auxiliares de Mantenimiento apuestan porque los hijos e hijas cursen estudios universitarios: “*tengo una hija de 20 años y un hijo de 17 y sí, trabajan por las mañanas y con eso ayudan a pagarse la escuela, van a la universidad y yo prefiero que sea así... ya sólo que hubiera mucha necesidad dejarían de estudiar*” (Vicente, entrevista a profundidad).

7. CONCLUSIÓN.

Durante los últimos años la participación de las mujeres en los hoteles se ha incrementado llegando a estar presentes en los niveles de gerencias medias. Sin embargo, también hay que reconocer que un número importante de puestos a nivel operativo siguen ligados a los estereotipos de género y en los que tienen menor reconocimiento social suelen encontrarse sobre representadas las mujeres.

En el caso de los hoteles de 4 y 5 estrellas de Tijuana, el puesto de Recamarista es uno feminizado a fuerza de vincularlo directamente con actividades del trabajo de cuidados –principalmente a las tareas de limpieza-, actividades que tradicionalmente han sido la base de la identidad de las mujeres.

De igual forma, puestos masculinizados como el de Ayudante de Mantenimiento continúan definiéndose a partir de la fuerza y el conocimiento en mecánica considerándolos como puestos adecuados para los hombres.

Unos y otros, aunque no planteen ninguna barrera o exclusión directa a la llegada de hombres o mujeres, sí continúan planteando barreras socioculturales para mantenerse feminizado –el de Recamarista- y masculinizado –el de Ayudante de Mantenimiento. Los puestos siguen estando etiquetados a partir de los estereotipos, y en este caso el de Recamarista es el menos valorado socialmente.

Agradecimientos. Este trabajo se engloba en la investigación “Participación de las mujeres en hoteles de 4 y 5 estrellas en Tijuana”, proyecto financiado con fondos de Programa para el Mejoramiento del Profesorado de la Secretaría de Educación Pública de México. Convocatoria PROMEP NPTC 2013.

8. REFERENCIAS CONSULTADAS.

Alonso, M. et al. (2012): “Mujeres en la alta dirección de las cadenas hoteleras mundiales: análisis desde la teoría de la organización”. In Costa Rica Global Conference on Business and Finance. San José.

Ayuntamiento de Tijuana (s/f), Plan Municipal de Desarrollo 2011-2013. Disponible en: <http://www.tijuana.gob.mx/PlanMpal2011-2013/economia.asp>. Consultado el 13:04:2014 a las 16:34.

Breathnach, P; Henry, M; Drea, S; O’Flaherty, M. (1994): “Gender in Irish Tourism employment”. In Kinnaird, V; Hall, D. (eds) *Tourism: A Gender Analysis*. Edit John Wiley & Sons. England. Pp. 52-73.

Bringas, N. & Verduzco, B. (1994). "Población Flotante: Tipología de Visitantes en Tijuana." En *Estudios Fronterizos. Revista del Instituto de Investigaciones Sociales Universidad Autónoma de B. C.*, N. 34, p. 135-165.

Chant, S. (1997): "Gender and tourism employment in Mexico and the Philippines". In *Gender, Work & Tourism*. Routledge. London. Pp. 120–179.

Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) (2013): Mujeres en la economía digital. Superar el umbral de la desigualdad. Disponible en: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/3/51083/Mujeresenlaeconomiadigital.pdf>. Consultado el 03/03/2014 a las 10:09.

Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) (2013): Panorama de la actividad turística en México, México, D.F. Disponible en: <http://www.cnet.org.mx/panorama>. Consultado el 25:12:2013 a las 16:21.

Ferguson, L. (2009). "Analysing the Gender Dimensions of Tourism as a Development Strategy". Instituto Complutense de Estudios Internacionales, Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

Hennesy, S. (1994): "Female Employment in Tourism Development in South-West England". In Kinnaird, V; Hall, D. (eds), *Tourism: A Gender Analysis*. John Wiley & Sons. England. Pp. 35-51.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (2009) "Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos Tijuana, Baja California". INEGI, México, D.F.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (s/f): Indicadores de Ocupación y Empleo. Indicadores Estratégicos. Tijuana. 2009 a 2013. Disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/tabtema.aspx?s=est&c=33537>, consultado el 23:06:2014 a las 17:09.

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) (s/f): Sistema de Indicadores de Género. Tijuana y Nacional. Disponible en: Sistema de Indicadores de Género. Tijuana y Nacional & INEGI. Consultado el 23:09:2014 a las 19:00.

Kattara, H. (2005): "Career challenges for female managers in Egyptian hotels". In *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, N. 17(3), p. 238–251.

Li, L. & Wang, R. (2001): "Female managers in Asian hotels: profile and career challenges". In *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, N. 13 (4), p.189–196.

Long, V.; Kindon, S. (1997): "Gender and Tourism Development in Balinese villages". In Sinclair, T (ed), *Gender, work and Tourism*. Edit Routledge. USA. Pp. 91-118.

Maxwell, G. (1997): "Hotel general management: views from above the glass ceiling". In *International Journal of Contemporary Hospitality*, N. 9 (5/6), p. 230–235.

McKenzie, K. (2007): "Belizean women and tourism work. opportunity or impediment?". In *Annals of Tourism Research*, N. 34 (2), p. 477–496.

Mooney, S. & Ryan, I. (2009): "A woman's place in hotel management: upstairs or downstairs?". In *Gender in Management: An International Journal*, N. 24 (3), p. 195–210.

Organización Mundial del Turismo (OMT) & ONU Mujeres (2010): Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010, Madrid: ONU Mujeres. Disponible en: http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/informe_mundial_sobre_las_mujeres_en_e_l_turismo_full_text_es.pdf. Consultado el 23:11:2013 a las 19:56.

Pritchard, A. et al. (2007): "Editor's Introduction: Tourism, Gender, Embodiment and Experience". In Pritchard et al. (eds), *Tourism & gender. Embodiment, sensuality and experience*. CABI International. Oxfordshire. Pp. 1–12.

Purcell, K. (1997): "Women's employment in the UK Tourism. Gender roles and labour markets". In Sinclair, T. (ed), *Gender, Work & Tourism*. Routledge. London. Pp 25-59.

Scott, J. (1997): "Chances and Choices. Women and Tourism in Northern Cyprus". In Sinclair, T. (ed), *Gender, Work and Tourism*. Routledge. London. Pp. 60–90.

Secretaría de Turismo (SECTUR) & Colegio de México (COLMEX) (2011): Análisis económico del mercado laboral en el sector turístico: hacia una política pública para la igualdad entre hombres y mujeres, México, D.F. Disponible en:

http://www.sectur.gob.mx/PDF/planeacion_estrategica/COLMEX_entregable%20final.pdf.

Consultado el 23:12:2013 a las 15:34.

Sigüenza, M. (2011): "La mujer en el subsector del alojamiento. El caso de la Costa Blanca (Alicante, España)". En *Investigaciones Turísticas*, N. 2, p. 102–119.

Torns, T. & Cáceres, C. (2012): "La desigualdad de género en el mercado de trabajo: entre la continuidad y la transformación". En *Revista Economía Crítica*, N. 14 (segundo semestre), p.178–2002.

Yang, Y. (2011): "Gender and Engineering Career Development of Hotel's Employees in China". In *Procedia. Systems Engineering*, N. 1, p. 365–371.