



UNWTO

Organización Mundial del Turismo

ESTRATEGIA DE IGUALDAD DE GÉNERO PARA LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Recursos clave:

Paso 1: **Principios para el Empoderamiento de las Mujeres** (WEPs por su sigla inglesa)

Paso 2: **Herramienta de análisis de la brecha de género**

Paso 3: Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición: **Plan de acción**

Paso 4: Primer Plano: **Plan de Acción para empresas**

Adquisiciones:

The Power of Procurement: How to Source from Women-Owned Businesses.²

Introducción

Las presentes orientaciones tienen por objeto ayudar a las empresas turísticas del sector privado, sea cual sea su forma o su tamaño, a incorporar estrategias y programas eficaces y coherentes para alcanzar la igualdad de género en todas sus operaciones. El proyecto se inscribe en un movimiento creciente en favor de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el sector privado, materializado en iniciativas como la de los **Principios para el Empoderamiento de las Mujeres**, los informes sobre aspectos ambientales, sociales y de gobernanza, y la legislación sobre diligencia debida en las cadenas de suministro. Diversas empresas turísticas de todos los tamaños y de diferentes industrias han adoptado ya los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres y están trabajando para mejorar sus aportaciones a la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el trabajo, en el mercado y en la comunidad. En 2021, por ejemplo, cerca de 6.000 empresas de 141 países se habían comprometido a seguir esos Principios. Sin embargo, todavía hay muchas más oportunidades para que las empresas refuercen la incorporación de una perspectiva de género en sus operaciones.

Los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, que son el principal programa mundial para que las empresas del sector privado se comprometan con la igualdad de género, ofrecen una guía a las presentes orientaciones para una estrategia de igualdad de género en el turismo. Integrar las consideraciones de género y tomar medidas en ese sentido es esencial para que el sector privado contribuya al logro de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, y en particular al **ODS 5** (igualdad de género y empoderamiento de las mujeres y las niñas) y el **ODS 8** (empleo pleno y productivo y trabajo decente para todos). Las formas de discriminación y vulnerabilidad múltiples e interrelacionadas de los diferentes grupos de mujeres y hombres también deberían tenerse en cuenta.

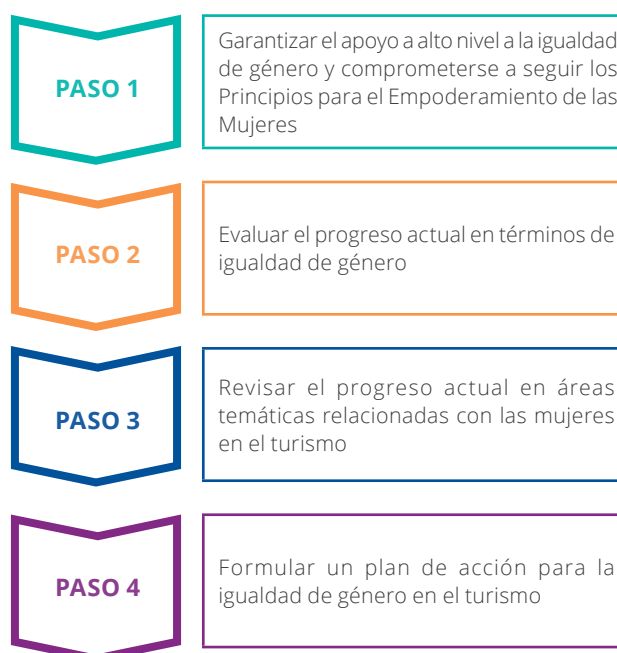
En términos de turismo, más concretamente, con estas orientaciones se aspira a ayudar al sector privado a ejecutar el **Plan de acción** formulado en el **Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición**.¹ Como ha demostrado el impacto de la pandemia de COVID-19, los avances en términos de igualdad de género y empoderamiento económico de las mujeres

pueden retroceder fácilmente si no están integrados en las operaciones del sector privado.

Las ventajas para las empresas del sector privado de avanzar en la igualdad de género están bien documentadas. Para el sector turístico en particular, las ventajas se amplifican debido al elevado porcentaje de mujeres que trabajan en el sector, y al gran número de empresas que son propiedad de mujeres.

Para incorporar en la práctica una perspectiva de género, las empresas, sea cual sea su forma o tamaño, pueden seguir cuatro pasos clave:

Gráfico 1: Pasos para la incorporación de una perspectiva de género en las empresas turísticas



Notas: A continuación, se indican acciones concretas para cada uno de estos pasos. Las empresas que han suscrito ya los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres pueden saltarse el paso 1 y seguir directamente con el paso 2.

Al implementar una estrategia inclusiva de género, es importante que las empresas tengan en cuenta toda la legislación aplicable en el país o territorio en el que operan.

Paso 1

Garantizar el apoyo a alto nivel a la igualdad de género y comprometerse a seguir los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres

Los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres consisten en un conjunto de principios que guían a las empresas en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el trabajo, el mercado y la comunidad.

Contienen siete principios, que se enumeran a continuación.

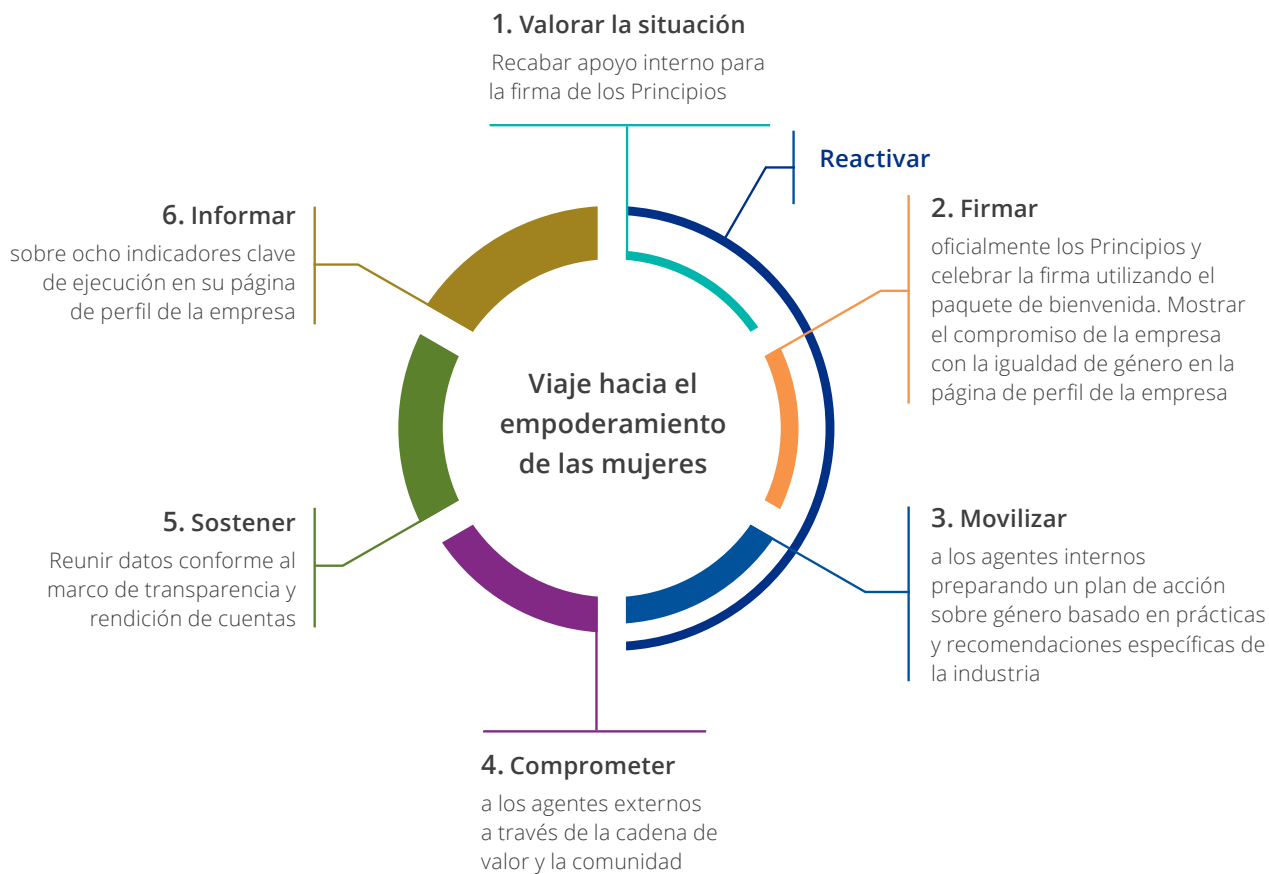
Gráfico 2: Principios para el Empoderamiento de las Mujeres

Principio 1		Establecer un liderazgo corporativo de alto nivel para la igualdad de género
Principio 2		Tratar a todas las mujeres y hombres de manera justa en el trabajo; respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación
Principio 3		Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todas las trabajadoras y los trabajadores
Principio 4		Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres
Principio 5		Implantar prácticas que empoderen a las mujeres en los ámbitos de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing
Principio 6		Promover la igualdad mediante iniciativas y labores de sensibilización en las comunidades
Principio 7		Medir e informar al público sobre los avances en términos de igualdad de género

Fuente: Principios para el Empoderamiento de las Mujeres: www.weeps.org [20-12-2021].

Las empresas turísticas comprometidas con la igualdad de género pueden embarcarse en un viaje que las llevará al empoderamiento de las mujeres a través de seis etapas principales, tal como se recomienda en el gráfico 3.³

Gráfico 3: El viaje de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres



Fuente: Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (2021), *WEPs Transparency and Accountability Framework – A Reference Guide*, disponible en: <https://www.weps.org/resources> [20-12-2021].

Las empresas deberían pensar también en cómo abordar todas las formas de discriminación y ser conscientes de que las mujeres, en el sector turístico, pueden experimentar formas múltiples e interrelacionadas de discriminación debido a diferentes factores, tales como la edad, la etnia, la discapacidad, la orientación sexual y la identidad de género.

Para más información, véase:

Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (2021), *Understanding intersectionality: targeting all forms of discrimination in the world of work – Guidance note*, ONU Mujeres, disponible en línea en: <https://www.weps.org/resources> [20-12-2021].

Pueden encontrarse más orientaciones sobre los Principios en:

ONU Mujeres (2021), *Equality Means Business – WEPs Brochure*, tercera edición, disponible en línea en: <https://www.weps.org/resources> [20-12-2021].

Paso 2

Evaluar el progreso actual en términos de igualdad de género

Cuando las empresas comienzan el proceso, deberían utilizar **la herramienta de análisis de la brecha de género** de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres⁴ para evaluar su nivel actual de compromiso y sus prácticas en materia de igualdad de género. Se trata de una herramienta con fines empresariales diseñada para ayudar a las empresas de todo el mundo a evaluar su comportamiento en cuanto a igualdad de género en el trabajo, el mercado y la comunidad y, para 2021, hay ya 4.742 empresas de 137 países que la han aplicado.

Las empresas pueden utilizar la herramienta para:

- > Evaluar el enfoque estratégico con que abordan la igualdad de género,
- > identificar lagunas y oportunidades para la mejora continua,
- > conocer buenas prácticas en materia de igualdad de género de todo el mundo,
- > fijar metas y objetivos concretos, y medir el progreso a lo largo del tiempo,
- > compararse con empresas similares y en relación con los estándares de la industria,
- > aprovechar los recursos mundiales sobre igualdad de género para guiar actuaciones futuras, y
- > contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, invirtiendo en las mujeres y las niñas y “haciendo de los objetivos globales un negocio local”.

Paso 3

Revisar el progreso actual en áreas temáticas relacionadas con las mujeres en el turismo

Cuando la empresa comprende cuál es su situación respecto a la igualdad de género, los resultados del proceso de autoevaluación pueden servir de base para establecer metas y objetivos concretos para ese tipo de empresa turística y para su contexto nacional. El enfoque de la OMT para la incorporación de una perspectiva de género en el turismo incluye cinco áreas temáticas, cada una de ellas con su propia meta general. Los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres y las áreas temáticas se complementan, tal como se expone a continuación. Cada principio puede enmarcarse claramente en un área temática.

Tabla 1: Cómo puede contribuir el sector turístico privado a la igualdad de género

Contribución del sector privado en las áreas temáticas relativas a las mujeres en el turismo		Principios para el Empoderamiento de las Mujeres
 Empleo	Contribución del sector privado: Trabajo decente para las mujeres	Principio 2: Tratar a todas las mujeres y hombres de manera justa en el trabajo; respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación Principio 3: Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todas las trabajadoras y los trabajadores
 Emprendimiento	Contribución del sector privado: Las empresas que son propiedad de mujeres tienen un acceso a los mercados y unas conexiones sostenibles	Principio 5: Implantar prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing que empoderen a las mujeres
 Liderazgo y adopción de decisiones	Contribución del sector privado: Las mujeres están representadas e influyen en la adopción de decisiones tanto en las empresas turísticas como en las entidades privadas del sector	Principio 1: Establecer un liderazgo corporativo de alto nivel para la igualdad de género
 Educación y formación	Contribución del sector privado: El desarrollo profesional y la formación promueven la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres	Principio 4: Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres
 Comunidad	Contribución del sector privado: Las empresas turísticas abordan las desigualdades de género en las comunidades	Principio 6: Promover la igualdad mediante iniciativas y labores de sensibilización en las comunidades
 Medición	Contribución del sector privado: Las empresas recaban datos para contribuir al conocimiento y al análisis de la participación de las mujeres en el sector	Principio 7: Medir e informar al público sobre los avances en términos de igualdad de género

Nota: Como guía temática de interés, puede consultarse: WEPs (2020), *Call to Action on Leveraging the WEPs Framework to Target Racism and Discrimination in the World of Work*, ONU Mujeres, disponible en línea en: <https://www.weps.org/resource-category/weps-guidance>.

Fuentes: WEPs Guidance: <https://www.weps.org/resource-category/weps-guidance>
 WEPs Toolkit: <https://www.weps.org/resource/weps-toolkit>

La relevancia de cada área temática será distinta para cada tipo de empresa, dependiendo del tipo de negocio, el número de personas empleadas, si es multinacional o nacional, compradora o suministradora, etc. No obstante, a todas las empresas les resultará útil entender los diferentes desafíos en términos de igualdad de género que existen en el sector. Las empresas deberían trabajar además para combatir el racismo y otras formas de discriminación contra las mujeres en toda su diversidad.

En cada área temática, se han identificado unas **acciones prioritarias** para el sector privado que se indican a continuación. Se pueden consultar asimismo las acciones complementarias del sector público en *Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo*.⁵

Acciones prioritarias para el sector privado por áreas temáticas



Empleo

- > Tomar medidas para **afrontar la brecha salarial de género** en diferentes grupos de trabajadoras del turismo y promover la paridad de género en todos los niveles de empleo.
- > **Abordar** de manera sistemática **el acoso sexual de las trabajadoras** del sector turístico, así como cualquier problema de acoso de las comunidades turísticas contra miembros de la comunidad y viajeras o viajeros.
- > Velar por el **cumplimiento de las normas laborales internacionales y de los convenios de la OIT** sobre entornos libres de violencia y acoso sexual en el mundo del trabajo **(C190)**, igual remuneración por trabajo de igual valor **(C100)**, y el derecho a una baja remunerada por maternidad y cuidados **(C183)**⁶.
- > **Cuestionar los estereotipos de género** en el trabajo turístico. En particular, promoviendo y apoyando la incorporación de mujeres a funciones que no han ocupado tradicionalmente, tales como las de guía de turismo o responsable de viajes.
- > **Utilizar las adquisiciones como mecanismo** para alentar a los proveedores existentes y nuevos a ser más sensibles al género e incorporar la diversidad en sus prácticas de empleo.



Emprendimiento⁷

- > **Implantar una política de adquisiciones sensibles al género** incrementando el número de empresas que son propiedad de mujeres y el porcentaje de adquisiciones a empresas en manos de mujeres en toda la cadena de suministro.
- > **Alentar la expansión y la diversificación de los productos y servicios turísticos directos e indirectos** provenientes de empresas que son propiedad de mujeres.
- > **Apoyar activamente la participación de las mujeres en las plataformas turísticas digitales**, teniendo en cuenta las diferencias entre las mujeres en términos de acceso a las TIC.



Liderazgo, políticas y adopción de decisiones

- > Trabajar por lograr **el equilibrio de género en la alta dirección y los consejos ejecutivos** de las empresas turísticas, mediante el uso de objetivos o cuotas.
- > Consultar o contratar a **especialistas en igualdad de género, diversidad e inclusión en turismo** con miras a ayudar a la implantación de políticas e iniciativas orientadas al género, la diversidad y la inclusión.



Comunidad y sociedad civil

- > **Atender a las preocupaciones y necesidades de las mujeres que viven en destinos turísticos**, estableciendo redes y mecanismos de consulta con organizaciones de mujeres y otras organizaciones de justicia social en la comunidad.



Educación y formación

- > Desarrollar **programas de formación dirigidos a las empleadas**, basándose en una evaluación que identifique las necesidades de formación, las habilidades clave y las lagunas de conocimientos de los diferentes grupos de mujeres, por ejemplo, las tecnologías digitales.
- > **Proporcionar formación en igualdad de género a todo el personal**, incluida la alta dirección, y **potenciar la sensibilización respecto a la desigualdad de género en el trabajo**.
- > **Impartir formación en igualdad de género a los principales proveedores**, para garantizar que adopten principios y prácticas de igualdad de género.



Medición

- > **Garantizar que los datos sobre personas empleadas estén desagregados por sexo** y que se disponga de datos para todos los niveles y tipos de empleo, incluidos datos sobre salarios y remuneración.
- > Garantizar que **las bases de datos de proveedores incluyan información desagregada por sexo sobre propiedad, dirección y control de las empresas proveedoras**.
- > **Recabar información sobre los compromisos y prácticas de todos los proveedores con la igualdad de género** y hacer un seguimiento regular.

Tabla 2: Lista de verificación sobre la aplicación en áreas temáticas

 Empleo	Sí	No	En progreso
¿Adopta medidas para abordar la brecha salarial de género en el turismo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Tiene un protocolo sobre el acoso sexual y el abuso?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Alienta a las mujeres a asumir funciones no tradicionales en la empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Hace lo posible por que sus adquisiciones sean sensibles al género y alienten a los proveedores existentes y nuevos a adoptar prácticas laborales más sensibles al género?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 Emprendimiento	Sí	No	En progreso
¿Cuenta con medidas para incrementar el número de empresas que son propiedad de mujeres y el porcentaje de adquisiciones a empresas en manos de mujeres en toda la cadena de suministro?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Tiene iniciativas para alentar la expansión y la diversificación de los productos y servicios turísticos de empresas que son propiedad de mujeres?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Adopta iniciativas para ayudar a las mujeres a acceder a las plataformas turísticas digitales y utilizarlas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 Liderazgo, políticas y adopción de decisiones	Sí	No	En progreso
¿Tiene objetivos o cuotas para incrementar la representación de las mujeres en la alta dirección o en los consejos ejecutivos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Cuenta con especialistas en igualdad de género dentro de la empresa, o contrata a expertos para que le ayuden en la ejecución de sus iniciativas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Es consciente la alta dirección de la (des)igualdad de género?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Son los demás empleados conscientes de la (des)igualdad de género?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Educación y formación

Sí

No

En
progreso

¿Tiene programas de formación dirigidos a las empleadas?

¿Ofrece formación en igualdad de género para todo el personal, incluida la alta dirección?

¿Imparte formación en igualdad de género a los principales proveedores?



Comunidad y sociedad civil

Sí

No

En
progreso

¿Atiende a las preocupaciones y necesidades de las mujeres que viven en destinos turísticos?

¿Se han llevado a cabo análisis y estudios sobre la participación de las mujeres en las comunidades comprometidas con el sector turístico, y se han señalado acciones prioritarias?



Medición

Sí

No

En
progreso

¿Recaba datos desagregados por sexo sobre las personas empleadas para todos los niveles y tipos de empleos?

¿Incluye su base de datos de proveedores información desagregada por sexo sobre la propiedad, la dirección y el control de las empresas proveedoras?

¿Reúne información sobre los compromisos y las prácticas en materia de igualdad de género de todos los proveedores?



Paso 4

Formular un plan de acción para la igualdad de género en el turismo

Al cumplimentar el anterior cuestionario de autoevaluación, las empresas obtendrán información sobre cómo integrar la igualdad de género en su trabajo. La última etapa consiste en elaborar y ejecutar el plan de acción, que ofrece flexibilidad para diferentes tipos de empresas. Cada una debería determinar unos objetivos realistas y alcanzables sobre la base de los progresos que se han identificado gracias a la herramienta de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres y el cuestionario de autoevaluación.

La elaboración del plan de acción debería ser un **proceso participativo**, en el que estuvieran incluidos los departamentos y el personal clave de la empresa. Es especialmente importante que la alta dirección participe asimismo en el proceso, para garantizar que haya una rendición de cuentas y que la dirección sienta el plan como propio. Mediante ejemplos ficticios, la tabla inferior muestra cómo cualquier empresa privada del sector puede iniciar ese proceso. Dependiendo del tamaño y del tipo de empresa, puede que haya áreas temáticas más relevantes que otras. El siguiente ejemplo es representativo de una gran empresa turística con operaciones en múltiples países y servirá solo como caso ilustrativo. Al final de estas orientaciones, se incluyen celdas vacías que las empresas pueden utilizar para preparar sus propios planes de acción.

Table 3: Plan de acción para la igualdad de género (ejemplo de una gran empresa turística que opera en múltiples países)

 Empleo					
Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores
Ejemplo: Incrementar el empleo de mujeres en funciones no tradicionales, p. ej., como responsables de viajes	Contratar y formar activamente a mujeres para trabajar como responsables de viajes	- x para la sede - x para la oficina nacional Igual remuneración por trabajo de igual valor	Dos años	- Recursos humanos - Oficinas nacionales	Proporción de mujeres que trabajan como responsables de viajes en todo el mundo
 Emprendimiento					
Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores
Ejemplo: Incrementar el porcentaje de empresas que son propiedad de mujeres en la cadena de suministro	Desarrollar e implantar procesos y prácticas de adquisiciones sensibles al género	- x para la sede - x para la oficina nacional Igual remuneración por trabajo de igual valor	Cinco años	Adquisiciones	- Porcentaje de empresas proveedoras que son propiedad de mujeres - Porcentaje de gasto en adquisiciones a empresas que son propiedad de mujeres



Liderazgo y adopción de decisiones

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores
Ejemplo: Incrementar el número de mujeres en el consejo ejecutivo	<ul style="list-style-type: none"> - Fijar un objetivo para incrementar el número de mujeres que forman parte del consejo ejecutivo - Llevar a cabo actividades y contrataciones para cumplir este objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> - para la remuneración de uno o varios miembros del consejo ejecutivo Igual remuneración por trabajo de igual valor	Diez años	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos - Consejo ejecutivo 	Porcentaje de mujeres en el consejo ejecutivo



Educación y formación

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores
Ejemplo: Formar a todo el personal en igualdad de género a todos los niveles	Desarrollar e impartir formación en materia de igualdad de género para todo el personal	<ul style="list-style-type: none"> - x para la sede - x para la oficina nacional 	Un año	Recursos humanos	Número de personas empleadas formadas en igualdad de género al año



Comunidad y sociedad civil

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores
Ejemplo: Garantizar que las mujeres que viven en comunidades que son destinos turísticos se beneficien de las actividades de la empresa	Apoyar a las ONG de mujeres en comunidades que son destinos turísticos	x por oficina nacional	Permanente	Responsabilidad social corporativa	Porcentaje gastado en ONG de mujeres por país y año



Medición

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores
Ejemplo: Mejorar la recopilación de datos desagregados	Recopilar datos sobre empleadas en todas las operaciones de la empresa, incluidos los sueldos y las profesiones	<ul style="list-style-type: none"> - x para la sede - x para la oficina nacional 	Permanente	Recursos humanos	Porcentaje de datos de la empresa que están desagregados por sexo

La ejecución del plan exige la colaboración entre distintos agentes. Deberían buscarse especialistas dentro o fuera de la empresa para ayudar a llevar a cabo las acciones. Es importante también impartir formación y capacitación a todo el personal para que entienda la importancia de la igualdad de género para la empresa, y que este sea un mensaje claro y constante de la alta dirección. Tal como se muestra en la tabla anterior, toda acción requiere un presupuesto adecuado, así como los recursos humanos necesarios para garantizar que se alcance el objetivo.

Glosario de términos

Nota: las siguientes definiciones proceden del glosario del Centro de Capacitación de ONU Mujeres⁸, salvo que se especifique otra cosa.

Adquisiciones sensibles al género:⁹ Las adquisiciones sensibles al género consisten en la selección de servicios, bienes y obra civil que tengan en cuenta su impacto sobre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Datos desagregados por sexo: Son datos a los que se aplica la clasificación cruzada por sexo y así presentan información separada para hombres y mujeres, niños y niñas. Los datos desagregados por sexo reflejan los roles, situaciones reales, condiciones generales de hombres y mujeres, niñas y niños en cada aspecto de la sociedad. Por ejemplo, la tasa de alfabetización, nivel educativo, propiedad de negocios, empleo, diferencias salariales, dependientes, propiedad de la vivienda y la tierra, préstamos y créditos, deudas, etc. Cuando los datos no están desagregados por sexo, es más difícil identificar las desigualdades reales y potenciales. Los datos desagregados por sexo son necesarios para un análisis de género eficaz.

Discriminación múltiple:¹⁰ El concepto de discriminación múltiple reconoce que puede haber discriminación por razón de más de una característica percibida. Por ejemplo, una persona que sufre discriminación por razón de su etnia puede sufrir también discriminación por razón de género, orientación sexual, edad y otros factores.

Discriminación por razón de género: La discriminación por razón de género se define como “toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera”¹¹.

La discriminación puede provenir de la ley (*de jure*) o de la práctica (*de facto*). La Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer reconoce y aborda ambas formas de discriminación, tanto si existen en las leyes, en las políticas, en los procedimientos o en la práctica:

Discriminación de jure: Ejemplo: en algunos países, la ley dispone que las mujeres (ciudadanas) que contraen matrimonio con hombres extranjeros pierden su derecho a la ciudadanía o a la propiedad. Por otro lado, los hombres (ciudadanos) que contraen matrimonio con extranjeras no pierden su derecho a la ciudadanía ni a la propiedad.

Discriminación de facto: Ejemplo: oficiales de inmigración de varios países suelen encontrar “sospechosa” a una mujer que viaja sola con sus hijos o hijas menores de edad, mientras que los hombres que viajan solos con niños o niñas rara vez son cuestionados.

Estereotipos de género: Los estereotipos de género son generalizaciones simplistas de los atributos de género, las diferencias y los roles de las mujeres y los hombres. Las características estereotipadas sobre los hombres los describen como competitivos, codiciosos, autónomos, independientes, beligerantes, interesados en los bienes privados. Los estereotipos paralelos sobre las mujeres las representan como cooperadoras, acogedoras, atentas, comunicativas, orientadas al grupo, interesadas en los bienes públicos. Con frecuencia los estereotipos se usan para justificar la discriminación de género más ampliamente y pueden reflejarse y reforzarse con las teorías tradicionales y las modernas, las leyes y las prácticas institucionales. Los mensajes que refuerzan los estereotipos de género y la idea que las mujeres son inferiores pueden percibirse a través de diversas fuentes—desde canciones y anuncios publicitarios hasta proverbios tradicionales.

Igualdad de género: Se refiere a la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres y de las niñas y los niños. La igualdad no significa que las mujeres y los hombres sean iguales, sino que los derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres no dependerán de si nacieron con determinado sexo. La igualdad de género implica que los intereses, necesidades y prioridades de mujeres y hombres se toman en cuenta, reconociendo la diversidad de diferentes grupos de mujeres y hombres. La igualdad de género no es un asunto de mujeres, sino que concierne

e involucra a los hombres al igual que a las mujeres. La igualdad entre mujeres y hombres se considera una cuestión de derechos humanos y tanto un requisito como un indicador del desarrollo centrado en las personas.

Igualdad de remuneración:¹² Igualdad de remuneración por trabajo de igual valor significa que las mujeres y los hombres reciben la misma remuneración cuando realizan trabajos idénticos o similares, así como cuando sus funciones son distintas, pero las condiciones de trabajo son similares o exigen el mismo nivel de habilidad, formación, esfuerzo o responsabilidad. Es decir, cuando las mujeres y los hombres llevan a cabo un trabajo que difiere en su contenido, pero que se considera de igual valor conforme a unos criterios objetivos (cualificación, esfuerzo, responsabilidad y condiciones de trabajo), deberían recibir la misma remuneración. Aplicar el principio de igualdad de remuneración por trabajo de igual valor es fundamental para abordar los sesgos conscientes e inconscientes que determinan el valor del trabajo y eliminar la discriminación por razón de género con miras a alcanzar la igualdad de género.

Incorporación de una perspectiva de género: La incorporación de una perspectiva de género es el enfoque que ha elegido el sistema de las Naciones Unidas y la comunidad internacional para avanzar con los derechos de las mujeres y las niñas. No constituye una meta u objetivo per se. Es una estrategia para implementar mayor igualdad para las mujeres y niñas en relación con los hombres y niños.

La incorporación de una perspectiva de género es el proceso de valorar las implicaciones que tiene para los hombres y para las mujeres cualquier acción que se planifique, ya se trate de legislación, políticas o programas, en todas las áreas y en todos los niveles. Es una estrategia para conseguir

que las preocupaciones y experiencias de las mujeres, al igual que las de los hombres, sean parte integrante en la elaboración, puesta en marcha, monitoreo y evaluación de las políticas y de los programas en todas las esferas políticas, económicas y sociales, de manera que las mujeres y los hombres puedan beneficiarse de ellos igualmente y no se perpetúe la desigualdad. El objetivo final es conseguir la igualdad de género.

Paridad de género: La paridad de género es otro término para la igualdad de representación de mujeres y hombres en un ámbito determinado. Por ejemplo, paridad de género en el liderazgo institucional o en la educación superior. Trabajar para lograr la paridad de género (igual representación) es un componente clave para lograr la igualdad de género y, junto con la incorporación de una perspectiva de género, conforman estrategias gemelas.

Trabajo decente:¹³ El trabajo decente es la disponibilidad de empleo en condiciones de libertad, equidad, seguridad humana y dignidad. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el trabajo decente implica oportunidades de trabajo productivo y que proporcione un ingreso justo, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad para que las personas expresen sus inquietudes, se organicen y participen en las decisiones que afectan sus vidas, e igualdad de oportunidad y trato para todas las mujeres y hombres.

El Consejo Económico y Social también ha emitido una observación general que define el trabajo decente y exige el cumplimiento del artículo 6 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

Anexo: plantilla del Plan de acción



Empleo

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores



Emprendimiento

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores



Liderazgo y adopción de decisiones

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores



Educación y formación

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores



Comunidad y sociedad civil

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores



Medición

Objetivo	Acciones	Presupuesto	Calendario	Personal responsable	Indicadores

Notas

- 1 Organización Mundial del Turismo (2021), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.
Nota: *El Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Segunda edición – Plan de acción* se encuentra disponible en línea en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422753> [03-12-2021].
- 2 Chin, K. (2021), *The power of procurement: How to source from women-owned businesses*, ONU Mujeres, Nueva York, disponible en línea en: <https://www.unwomen.org/en> y <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications> [20-12-2021].
- 3 Véase: Women's Empowerment Principles (n.d.) 'About the WEPS Gender Gap Analysis Tool', disponible en línea en: <https://weps-gapanalysis.org/about-the-tool/> [20-12-2021].
- 4 Véase: <https://weps-gapanalysis.org/about-the-tool/>
- 5 Organización Mundial del Turismo (2022), *Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423286>.
- 6 Organización Internacional del Trabajo (1951), *C100 – Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951 (No. 100)*, OIT, Ginebra, disponible en línea en: www.ilo.org.
Organización Internacional del Trabajo (2000), *C183 – Convenio relativo a la protección de la maternidad (No. 183)*, OIT, Ginebra, disponible en línea en: www.ilo.org.
Organización Internacional del Trabajo (2019), *C190 – Convenio sobre la Violencia y el Acoso, 2019 (No. 190)*, OIT, Ginebra, disponible en línea en: www.ilo.org.
- 7 Como lectura adicional sobre emprendimiento, puede consultarse: Organización Mundial del Turismo (2021), *UNWTO Investment Guidelines – Enabling Frameworks for Tourism Investment*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422685>.
- 8 Centro de Capacitación de ONU Mujeres (n.d.), *Glosario de Igualdad de Género*, disponible en línea en: <https://trainingcentre.unwomen.org/mod/glossary/view.php?id=150> [20-12-2021].
- 9 ONU Mujeres (n.d.), *Adquisiciones sensibles al género*, disponible en línea en: <https://www.unwomen.org/es/about-us/procurement/gender-responsive-procurement> [20-12-2021].
- 10 Consejo de Europa (n.d.), 'Intersectionality and Multiple Discrimination', disponible en línea en: <https://www.coe.int/en/web/gender-matters> [20-12-2021].
Naciones Unidas (1995), *Informe de la cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, Beijing, 4-15 de septiembre de 1995*; incluye la *Declaración de Beijing* disponible en línea: <https://www.un.org/en/conferences/women/beijing1995> [20-12-2021].
- 11 Naciones Unidas (1979), artículo 1, Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, resolución A/RES/34/180 adoptada el 18 de diciembre de 1979, disponible en línea en: <http://www.un.org>
- 12 Women Empowerment Principles (2021), *Closing Gender Pay Gaps to Achieve Gender Equality at Work – Guidance Note, Principle 2*, disponible en línea en: <https://www.weps.org/resources> [03-12-2021].
- 13 Organización Internacional del Trabajo (n.d.), 'Trabajo decente', OIT, Ginebra, disponible en línea en: <https://www.ilo.org/global/topics/decent-work/lang-es/index.htm> [31-01-2022].
Naciones Unidas – Consejo Económico y social (2006), Observación general n.º 18, *El derecho al trabajo*, Comité de Derechos Económicos, Culturales y Sociales, 35.º periodo de sesiones, 7-25 de noviembre de 2005, Ginebra.

Enlaces útiles

(accesibles en enero de 2022)

- Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer**, resolución A/RES/34/180 aprobada el 18 de diciembre de 1979, disponible en línea: www.un.org y <https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>
- Proyecto Primer Plano:** www.unwto.org y <https://www.unwto.org/es/centre-stage-project-womens-empowerment-during-the-covid19-recovery>
- Plan de Acción para empresas:** <https://www.unwto.org/sites/default/files/news/pdf/plan-de-accion-empresas.pdf>
- C100 – Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951 (No. 100):** www.ilo.org y https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/?p=1000:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID,P12100_LANG_CODE:312245,es:NO
- C183 – Convenio sobre la protección de la maternidad (No. 183):** www.ilo.org y https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C183
- C190 – Convenio sobre la violencia y el acoso, 2019 (No. 190):** www.ilo.org y https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C190
- Turismo por los ODS:** <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>
- Objetivos de desarrollo sostenible:** <https://sdgs.un.org/es/goals>
- ODS 5 – Igualdad de género: <https://sdgs.un.org/es/goals/goal5>
- SDG 8 – Trabajo decente y crecimiento económico: <https://sdgs.un.org/es/goals/goal8>
- Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs por su sigla inglesa):** <https://www.weeps.org/>
- Herramienta de análisis de la brecha de género: <https://weeps-gapanalysis.org/> y <https://weeps-gapanalysis.org/about-the-tool/>
- Orientaciones: <https://www.weeps.org/resource-category/weeps-guidance>
- Suscribirse a los Principios: <https://www.weeps.org/join>
- Caja de herramientas: <https://www.weeps.org/resource/weeps-toolkit>

Publicaciones

- Call to Action on Leveraging the WEPs Framework to Target Racism and Discrimination in the World of Work:** <https://www.weeps.org/resource-category/weeps-guidance>
- Equality Means Business – WEPs Brochure:** <https://www.weeps.org/resources>
- Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo:** <https://doi.org/10.18111/9789284423286>.
- Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición:** <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.
- Plan de acción:** <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422753> [03-12-2021].
- The power of procurement: How to source from women-owned businesses:** <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications> [20-12-2021].
- Understanding intersectionality: targeting all forms of discrimination in the world of work – Guidance note:** <https://www.weeps.org/resources> [20-12-2021].

Agradecimientos

Estas orientaciones son un encargo conjunto de la OMT, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) en nombre del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania y ONU Mujeres. Han sido elaboradas por la Dra. Lucy Ferguson con el apoyo de la Dra. Olena Hankivsky y la Dra. Daniela Moreno Alarcón.

Tanto la revisión como la corrección editorial de las orientaciones han sido supervisadas por Marina Diotallevi, de la OMT, Sharon J. Taylor, Shivanga Shrivastava, Kara De Kretser y Anna Falth, de ONU Mujeres. La coordinación y la revisión de las orientaciones han estado a cargo de Ben Owen, con el apoyo de Ana Blanco Piqueras, Susana Costa Resende y Juliana Contreras de la OMT. La versión española ha sido revisada por Cynthia Castro Villalobos.

Copyright © 2022, Organización Mundial del Turismo (OMT)
Copyright, foto cubierta: © Anna Vereshchak | Dreamstime.com

Estrategia de igualdad de género para las empresas turísticas

ISBN (versión impresa): 978-92-844-2329-3

ISBN (versión electrónica): 978-92-844-2330-9

DOI: 10.18111/9789284423309

Publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), Madrid, España.

Primera edición: 2022

Todos los derechos reservados.

Organización Mundial del Turismo (OMT)
Calle del Poeta Joan Maragall, 42
28020 Madrid
España

Tel.: (+34) 915 67 81 00
Fax: (+34) 915 71 37 33
Página web: www.unwto.org
E-mail info@unwto.org

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la presentación de sus elementos no son indicativas de opinión alguna por parte de la Secretaría de la Organización Mundial del Turismo respecto del estatuto jurídico de ningún país, territorio, ciudad o zona ni de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

Citación: Organización Mundial del Turismo (2022), *Estrategia de igualdad de género para las empresas turísticas*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423309>.

Todas las publicaciones de la OMT están protegidas por derechos de autor. Por lo tanto, y salvo indicación de lo contrario, ninguna parte de las publicaciones de la OMT podrá reproducirse, almacenarse en sistemas de recuperación de datos ni utilizarse de ninguna manera ni por ningún medio, sea electrónico o mecánico, incluidas la reproducción por fotocopia, la microfilmación y la digitalización, sin autorización previa por escrito. La OMT alienta la difusión de sus obras y estudia con interés todas las solicitudes de autorizaciones, licencias y derechos de traducción relacionadas con sus publicaciones.

La autorización de fotocopiar publicaciones de la OMT en España se solicitará por mediación de:

Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO)
Calle Alcalá, 26, 3º
28014 Madrid
España

Tel.: (+34) 913 08 63 30
Fax: (+34) 913 08 63 27
Página web: www.cedro.org
E-mail: cedro@cedro.org

Los interesados en reproducir publicaciones de la OMT fuera de España habrán de pedir autorización a una de las entidades con las que CEDRO tiene suscritos convenios bilaterales, cuando la haya en el país correspondiente (ver la lista de entidades en: www.cedro.org/english?lng=en).

Para todos los demás países, así como para otras autorizaciones, las solicitudes se remitirán directamente a la Organización Mundial del Turismo a través de: www.unwto.org/unwto-publications

Las ventajas desde el punto de vista económico de promover la igualdad de género están bien documentadas. En el turismo, los beneficios se amplifican debido al elevado porcentaje de mujeres que trabajan en el sector. La *Estrategia de igualdad de género para las empresas turísticas* contiene herramientas para ayudar a las empresas turísticas del sector privado, sea cual sea su forma o su tamaño, a incorporar estrategias y programas eficaces y coherentes para alcanzar la igualdad de género en todas sus operaciones.

Con el amable apoyo de:



Ministerio Federal de
Cooperación Económica
y Desarrollo

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



La **Organización Mundial del Turismo (OMT)**, organismo especializado de las Naciones Unidas, es la principal organización internacional con un papel central y decisivo en la promoción y el desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos en materia de turismo. Está integrada por 160 países, 6 Miembros Asociados, 2 observadores permanentes y más de 500 Miembros Afiliados.



Organización Mundial del Turismo (OMT) www.unwto.org



9 789284 423293