

Gender equality measures in tourism: Organisational awareness and strategies

Medidas de promoção da **igualdade de género** no turismo:
Consciencialização e estratégias organizacionais

CARLOS COSTA * [ccosta@ua.pt]

FIONA BAKAS ** [fiona.bakas@ua.pt]

MARÍLIA DURÃO *** [marilia.durao@ua.pt]

ZÉLIA BREDA **** [zelia@ua.pt]

Abstract | In spite of the high predominance of women working within tourism organisations, numerous factors keep on affecting women's career advancement and strong inequalities in the workplace persist. Drawing on recent research conducted in Portugal on a nation-wide scale, this study uses quantitative and qualitative analysis to investigate the awareness of gender equality within tourism organisations and the strategies these organisations employ in order to reduce gendered inequalities. An online survey and focus groups were conducted with leaders in the Portuguese tourism industry, in 2013 and 2014.

In line with gender 'invisibility' theories, results indicate that there is some confusion regarding distinguishing gender-based discrimination at work among tourism leaders. Hence, organisational measures that are believed to endow female employees with more flexibility at work are seen to contribute to the perpetuation of stereotyped gender roles related to domestic and family duties. Furthermore, we find that SMEs, which largely dominate the tourism sector, have particular problems in implementing gender equality measures. Gaining a deeper understanding of the multiple and context-specific truths underlying the available opportunities to men and women in the different levels of the career ladder, is one of this paper's aims. Policymakers aiming to promote productivity and economic efficiency through increased gender equality at work, can be informed through the findings.

Keywords | Gender equality, gender awareness, tourism labour, tourism managers, Portugal.

Resumo | Apesar da presença predominante de mulheres a trabalhar no setor do turismo, inúmeros fatores continuam a condicionar a sua progressão profissional e persistem ainda fortes desigualdades no mercado de trabalho. Tendo por

* **PhD in Tourism** from the University of Surrey (UK). **Full Professor** at the University of Aveiro. **Integrated Member** of the Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP), University of Aveiro (Portugal).

** **PhD in Tourism, Gender and Economics** from the Otago University, New Zealand. **Research fellow** at the University of Aveiro and **collaborator** of the Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP), University of Aveiro.

*** **PhD student in Tourism and researcher** at the University of Aveiro. **Collaborator** of the Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP), University of Aveiro.

**** **PhD in Tourism** from the University of Aveiro. **Assistant Professor** at the University of Aveiro, and **Integrated Member** of the Research Unit Governance, Competitiveness and Public Policies (GOVCOPP), University of Aveiro.

base um recente projeto de investigação realizado em Portugal, à escala nacional, este estudo conjuga métodos de análise quantitativa e qualitativa para explorar os níveis de consciência das empresas e organizações do setor do turismo acerca das questões de género, bem como as estratégias organizacionais que foram implementadas com vista à redução de desigualdades no trabalho. Para tal, entre 2013 e 2014, foi disseminado um questionário *online* e foram organizados vários *focus groups*, direcionados para empresários, líderes e gestores de várias áreas de negócio do setor do turismo em Portugal. Em conformidade com o fenómeno da 'invisibilidade' de que as questões de género frequentemente se revestem, os resultados indicam que ainda prevalece uma certa dúvida e confusão na mente dos gestores de empresas do setor turístico, quando se trata de efetivamente identificarem situações de discriminação de género no local de trabalho. Como tal, medidas institucionais, que se crê terem a capacidade de dotar as trabalhadoras com maior flexibilidade no trabalho, acabam por contribuir para a perpetuação de papéis estereotipados de género relacionadas com tarefas domésticas e familiares. Ademais, verificou-se que as pequenas e médias empresas, que amplamente dominam o setor do turismo, têm problemas específicos na definição e implementação de medidas de igualdade de género. Um dos objetivos deste artigo reside, portanto, em contribuir para uma compreensão mais profunda das múltiplas verdades que, em cada contexto específico, estão implícitas nas oportunidades que são oferecidas a homens e mulheres em diferentes fases das suas carreiras. As conclusões deste estudo revestem-se de particular relevância para decisores políticos, reguladores e supervisores que procurem estimular a produtividade e a eficiência económica através da promoção da igualdade no mercado de trabalho.

Palavras-chave | Igualdade de género, consciencialização e sensibilização para as questões de género, emprego em turismo, gestores e líderes, Portugal.