



ebook



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

La situación de la mujer en el sector turístico en el interior de la Provincia de Málaga



Proyecto cofinanciado por



Índice

1

Pág.03



2

Pág.07

3

Pág.35



4

Pág.38

5

Pág.44



6

Pág.55

7

Pág.78



8

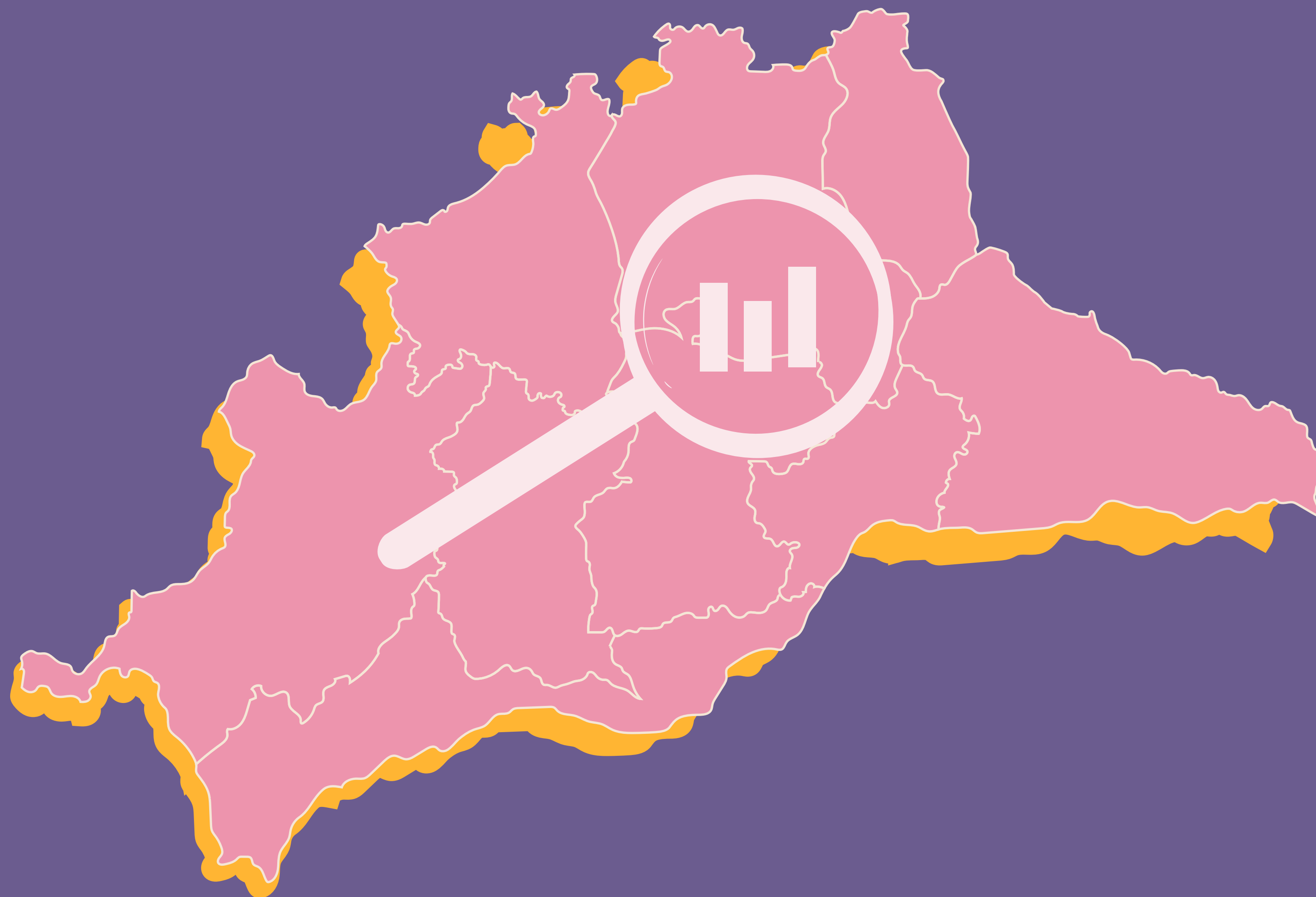
Pág.83

1

Objetivo y metodología

El objetivo general de este trabajo ha sido la realización de un **análisis diagnóstico de la situación actual de la mujer en el Turismo Rural de la Provincia de Málaga**, desde un punto de vista científico-técnico, de uno de los segmentos turísticos en mayor desarrollo y considerado estratégico tras la pandemia del COVID-19, para poder afrontar las nuevas sinergias económicas que actualmente sopesan, y, dónde la mujer ha evolucionado laboralmente gracias a las condiciones que este ofrece, tanto en crecimiento de nicho de mercado, como, la facilidad de conciliación laboral y familiar.

En definitiva, se pretende dotar a la Provincia de Málaga, y en particular, a todas las Instituciones Públicas y empresas privadas del sector turístico, en especial, empresas de turismo rural lideradas por mujeres, un **documento que sirva de instrumento guía y de visión del protagonismo de la mujer en el mundo del Turismo de Interior**. Ofreciendo toda la información actualizada acerca de la relación entre Mujer y Turismo, su papel y situación actual, su evolución en empleabilidad, la forma en la que conllevan la conciliación familiar y laboral, su emprendimiento y empoderamiento en estos últimos años, así como, lo que se espera que suceda en el futuro próximo, para finalmente, explicar el cambio estructural producido, y, **las perspectivas internacionales que sopesan sobre este futuro laboral de la mujer en el turismo**.





Otros objetivos específicos vinculados a la realización de este proyecto de investigación, han sido:

- Cuantificar la evolución del empleo femenino en el turismo de interior de la Provincia de Málaga, analizando la situación actual del empoderamiento y emprendimiento femenino.
- Análisis de las empresas Family Friendly y definición de propuestas de mejora para la conciliación familiar en el turismo del interior de la Provincia de Málaga, a través de un análisis benchmarking de empresas del interior de la provincia de Málaga, que sirvan de ejemplo para aplicar acciones llevadas a cabo de conciliación familiar, y, que ser implantadas.
- Conocer la visión de diez mujeres profesionales y empresarias sobre la situación actual y futuro de la mujer en la actividad turística del interior de la Provincia de Málaga.
- Definir las principales perspectivas internacionales que se tienen acerca de la situación de la mujer en el turismo de interior

En cuanto a la estructura y metodología utilizada, a continuación, se detalla los contenidos que se ha desarrollado en cada uno de los capítulos en los que se ha estructurado el presente estudio.

Comenzamos por el **capítulo 2, en el cual se analiza el empleo en el sector turístico en el interior de la Provincia de Málaga**, destacando la evolución del empleo femenino anualmente, por actividad turística, y, desagregado por cada una de las siete comarcas que forman el interior de la Provincia de Málaga. A continuación, se desarrollan los **capítulos 3, 4 y 5, presentando la evolución de la mujer en el turismo, y, su emprendimiento y empoderamiento en los últimos años**, realizando un estudio benchmarking con las propuestas de mejora de la conciliación familiar en el turismo de interior de la Provincia de Málaga y estudiando de manera pormenorizada las empresas Family Friendly más destacadas y sus características. Dichos análisis han sido diseñados en base a documentos estratégicos ya publicados sobre este análisis y que reflexionan sobre el futuro de la mujer en el turismo rural.

En el capítulo sexto, se ha realizado un **análisis cualitativo para conocer la visión y testimonio de mujeres profesionales y empresarias en el ámbito del Turismo Rural del interior de la Provincia de Málaga**. Dicho análisis cualitativo se ha desarrollado mediante una entrevista en profundidad a 13 mujeres, profesionales y emprendedoras en actividades de turismo rural, analizándose detenidamente los aspectos relacionados con su recorrido personal y profesional, el motivo de su emprendimiento y el significado del mismo, sus objetivos a futuro y su opinión acerca de la situación actual y futuro de la mujer en el turismo de interior de la Provincia de Málaga, el emprendimiento y empoderamiento femenino, la conciliación familiar y empresas Family Friendly, además de, un consejo a mujeres que quisieran emprender en esta actividad.



2

Evolución del empleo femenino en el turismo de interior

En este capítulo se **estudia y analiza el turismo**, en cuanto a la situación actual y evolución de los últimos años de los indicadores más representativos, como son la **actividad profesional y turística desarrollada**, y, la **evolución del empleo femenino del sector turístico en el interior de la provincia de Málaga**. Estos engloban principalmente al propio mercado nacional y andaluz.

En este epígrafe se presenta una breve aproximación a la situación del turismo en general, y en particular, del segmento rural en España y en Andalucía, concretamente a la dimensión de conocer la evolución del PIB y de la empleabilidad mediante el análisis de los indicadores económicos rurales en España, Andalucía, y particularmente, a las mujeres del interior de la Provincia de Málaga. Las fuentes utilizadas para el desarrollo de este epígrafe han sido, sobre todo, las estadísticas que proporciona el Instituto Nacional de Estadística, el Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía, la Seguridad Social y la empresa pública Turismo y Planificación Costa del Sol.

En resumen, la situación del sector turístico general en **España cerró el año 2023 aportando el 12,8% del PIB español, lo que supuso 1,2 puntos más que en 2022 y 5,1 más que en 2021 (INE, 2023)**. Este dato marca la diferencia y da relevancia a este sector en la economía industrial, ya que coloca a España entre los países de mayor dependencia de aportación turística en Europa, superando otras economías del continente. En concreto, **según los datos de la Cuenta Satélite del Turismo de España, la actividad turística alcanzó los 186.596 millones de euros en 2023**. Además de su contribución al PIB, el turismo es un motor clave en la generación de empleo en España. Se estima que el **sector emplea directamente a casi 3 millones de personas, lo que equivale alrededor del 13,7% del total del empleo en el país, según datos del Ministerio de Industria y Turismo del segundo trimestre de 2024**. En cifras absolutas, el mayor incremento de turismo en general, se dio en Andalucía (19.308 afiliados más), Cataluña (con un aumento de 15.030 afiliados) y Comunitat Valenciana (12.055 más). Andalucía ha experimentado un crecimiento del 3,2%, convirtiéndose en la tercera comunidad en crecimiento relativo tras Canarias y Madrid según los datos de la Seguridad Social. Un impulso que ha permitido que la región andaluza acumule a final de julio 361.147 trabajadores/as vinculados a actividades turísticas.



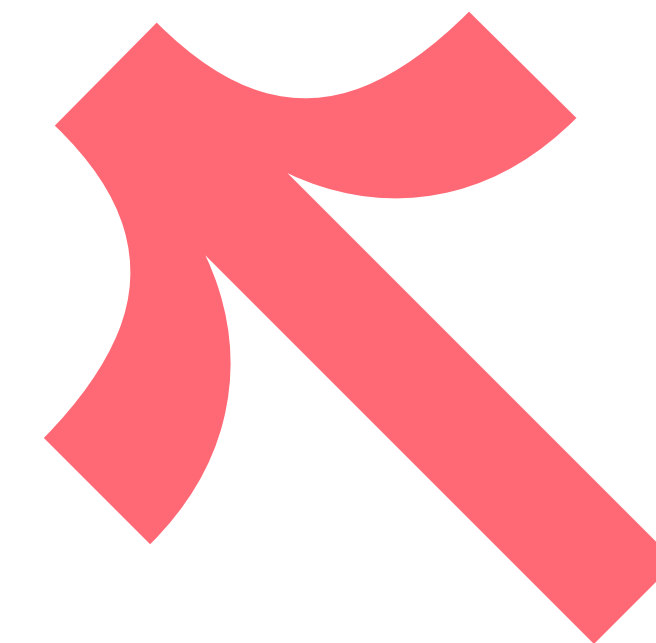


Centrándonos en el segmento rural, el turismo rural es un sector en expansión en España, donde existen cerca de 18.000 alojamientos y 170.000 plazas. Además, da empleo directo a unas 20.000 personas. Las cifras de viajeros/as que cada año apuestan por el turismo rural supera los 2.700.000 y el número total de pernoctaciones anuales en alojamientos rurales está por encima de 7.600.000. Este segmento ha vivido su año de consolidación en 2023 alcanzando una representación del 45%, lo que representa un crecimiento de 2,5 puntos respecto al año anterior, según los datos del Observatorio de Turismo Rural.

En cuanto al análisis de la empleabilidad que produjo en 2023 el turismo rural en España por Comunidades Autónomas según la Encuesta en Alojamientos de Turismo Rural que realiza el INE, destacan Castilla y León con una media total de personal empleado de 4.835, Andalucía con 3.850

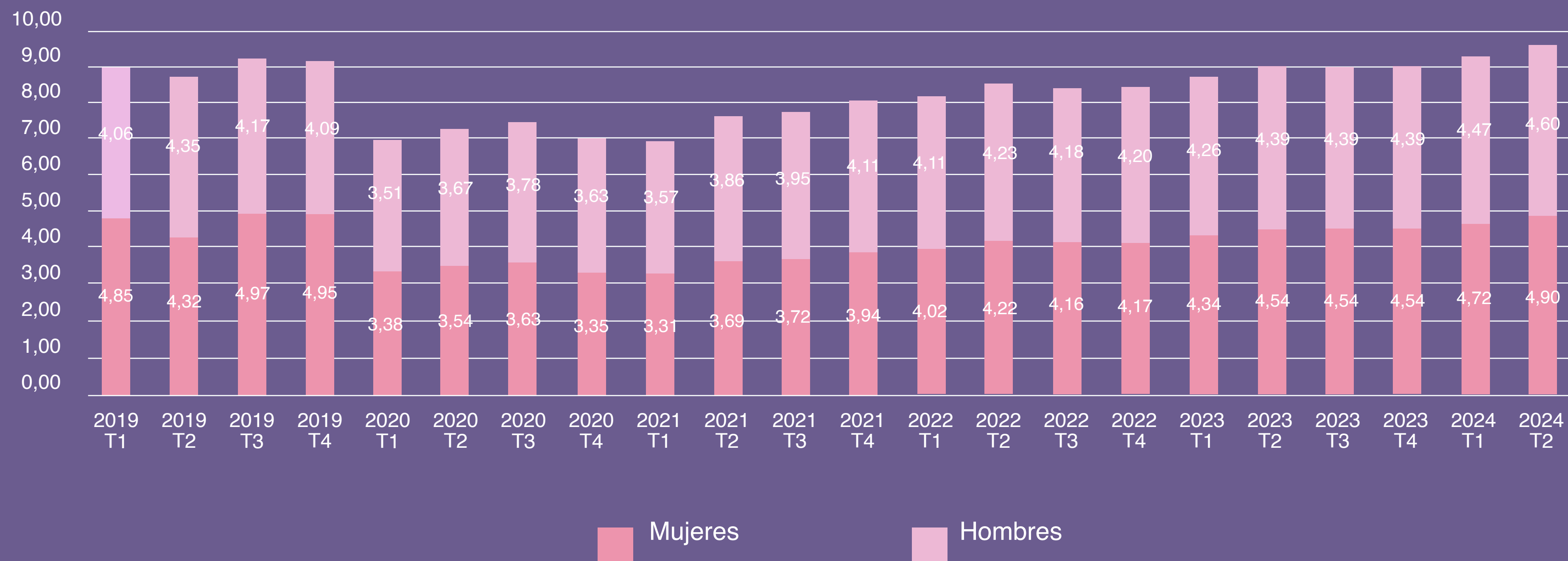
y Castilla La Mancha con 2.663. Si nos centramos en Andalucía y estudiamos la empleabilidad por Provincias, destaca Málaga con una media total de 2.104 empleados/as (casi un 31% más que el año anterior). Le seguiría Huelva, con 305, y Jaén, con 301.

Centrándonos en el análisis de la empleabilidad del turismo rural en el interior de la provincia de Málaga, a continuación, vamos a realizar un análisis de afiliaciones en alta laboral en municipios rurales de la Provincia de Málaga, remitidas por la Seguridad Social. Estos municipios son los que integran las comarcas de Serranía de Ronda, Sierra de las Nieves, Valle de Guadalhorce, Guadalteba, Antequera, Nonorma o Sierra Norte de Málaga e interior de la Axarquía (todos los municipios exceptuando los municipios costeros pertenecientes a la Costa del Sol Oriental, como Vélez Málaga, Rincón de la Victoria, Nerja y Torrox).



A continuación, se expone el total de afiliaciones en la Seguridad Social para los municipios del interior de la Provincia de Málaga en el sector turístico. Estos datos aparecen segmentados por año, trimestre y sexo. En esta gráfica, se puede observar que en la evolución anual – trimestral desde 2019 hasta 2024, el número de mujeres y hombres afiliadas a la Seguridad Social en turismo rural en la Provincia de Málaga ha ido creciendo gradualmente, hasta tal punto, que se puede observar cierta cercanía entre el número de mujeres y hombres afiliadas. Esto quiere decir, que se ha producido una mayor participación de las mujeres en las afiliaciones a la Seguridad Social dentro del sector turístico.

Comparativa por sexo de las afiliaciones a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en el interior de la Provincia de Málaga

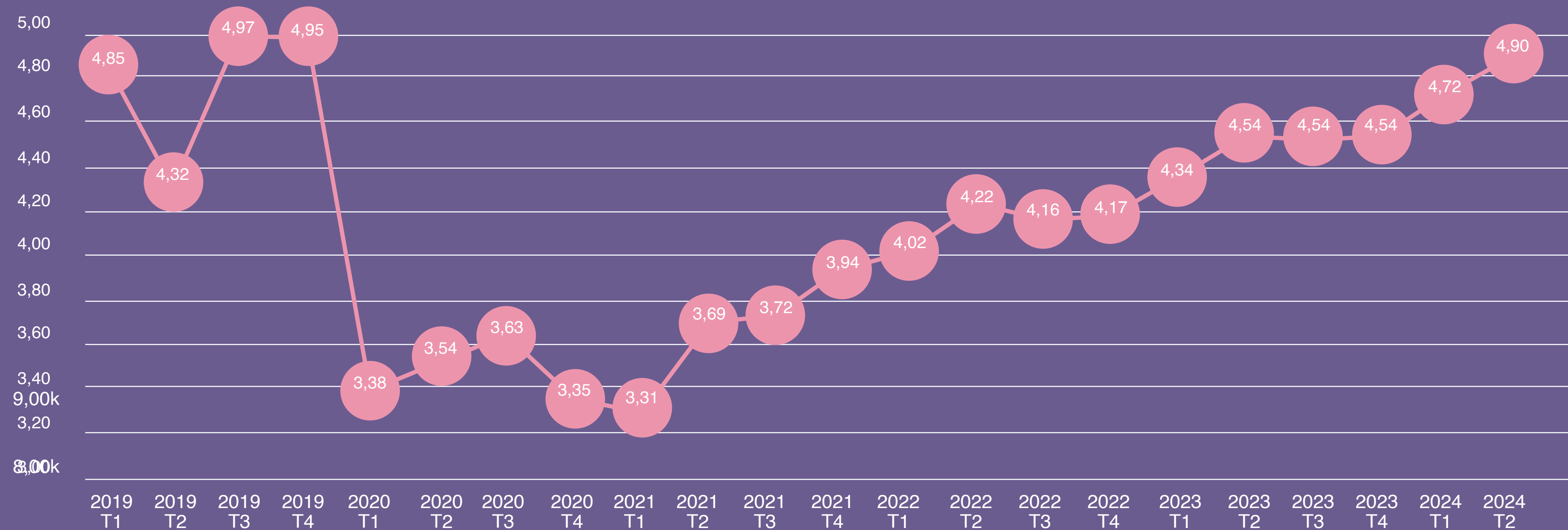


Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

Inciendo en la evolución de empleabilidad femenina en el sector turístico del interior de la Provincia de Málaga, a continuación, se expone una gráfica dónde se puede observar más en profundidad la evolución que ha tenido la mujer en cuanto a afiliaciones a la Seguridad Social en los últimos años gradualmente por trimestre.

Se observa en ella, una cierta bajada durante el año 2020, producida por el COVID-19, pero volviendo a aumentar durante los próximos años, llegando a alcanzar al año 2019 durante los dos primeros trimestres de 2024

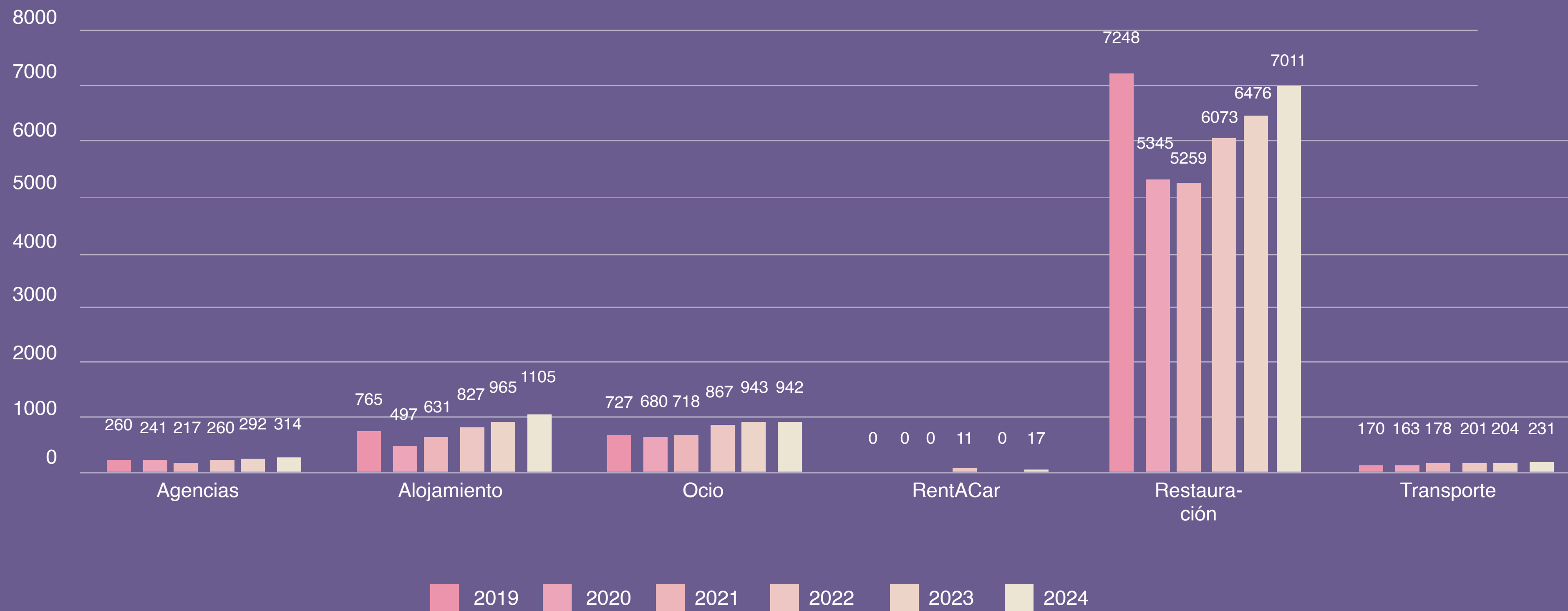
Evolución de mujeres afiliadas a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en el interior de la Provincia de Málaga



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

Inciendo en la actividad del sector turístico del interior de la provincia de Málaga, las afiliaciones del sector femenino son mayoritariamente en restauración, seguidas de alojamiento y ocio. Sin embargo, todas las actividades, han experimentado una evolución en afiliaciones femeninas.

Evolución de afiliaciones femeninas a la Seguridad Social por actividad del sector turístico en el interior de la Provincia de Málaga (dos primeros trimestres de 2019-2024)

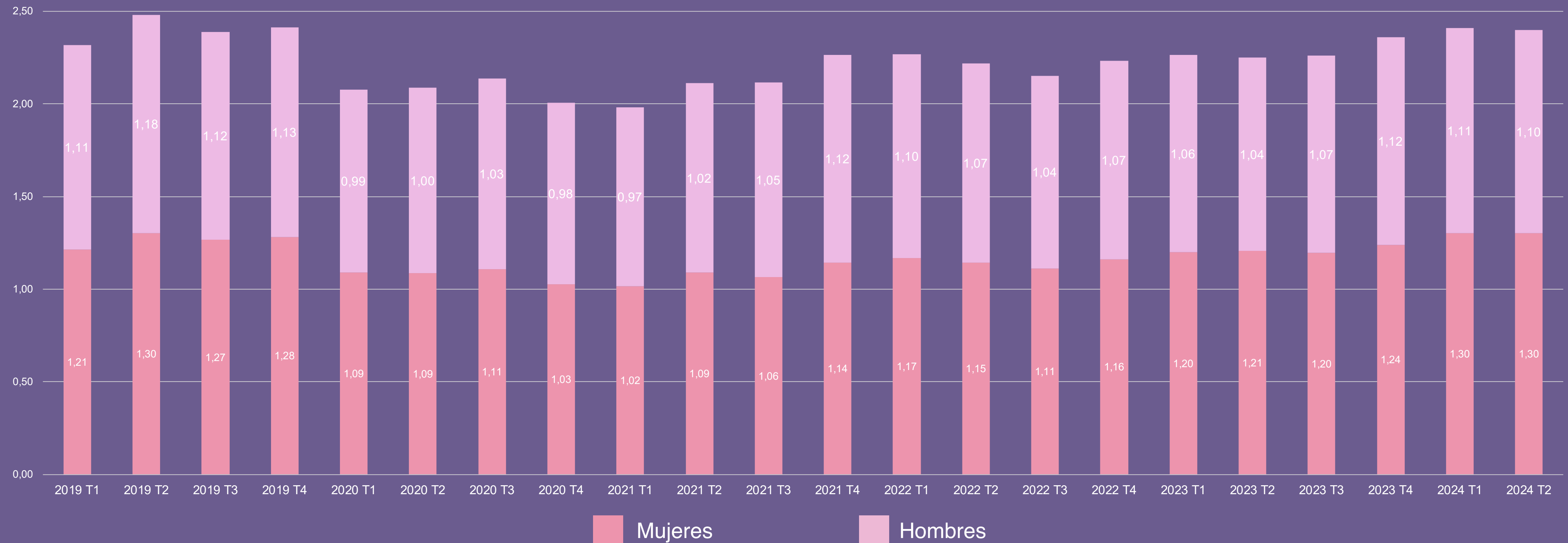


Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

Finalmente, se ha llevado a cabo un análisis pormenorizado para cada una de las siete comarcas que forman el interior de la Provincia de Málaga. Este análisis se realiza en cuanto al peso del empleo femenino, evolución anual de este y distribución por subsectores turísticos. A continuación, se exponen las tres gráficas que muestran dicha información para cada una de estas comarcas.

1. Comarca de Antequera

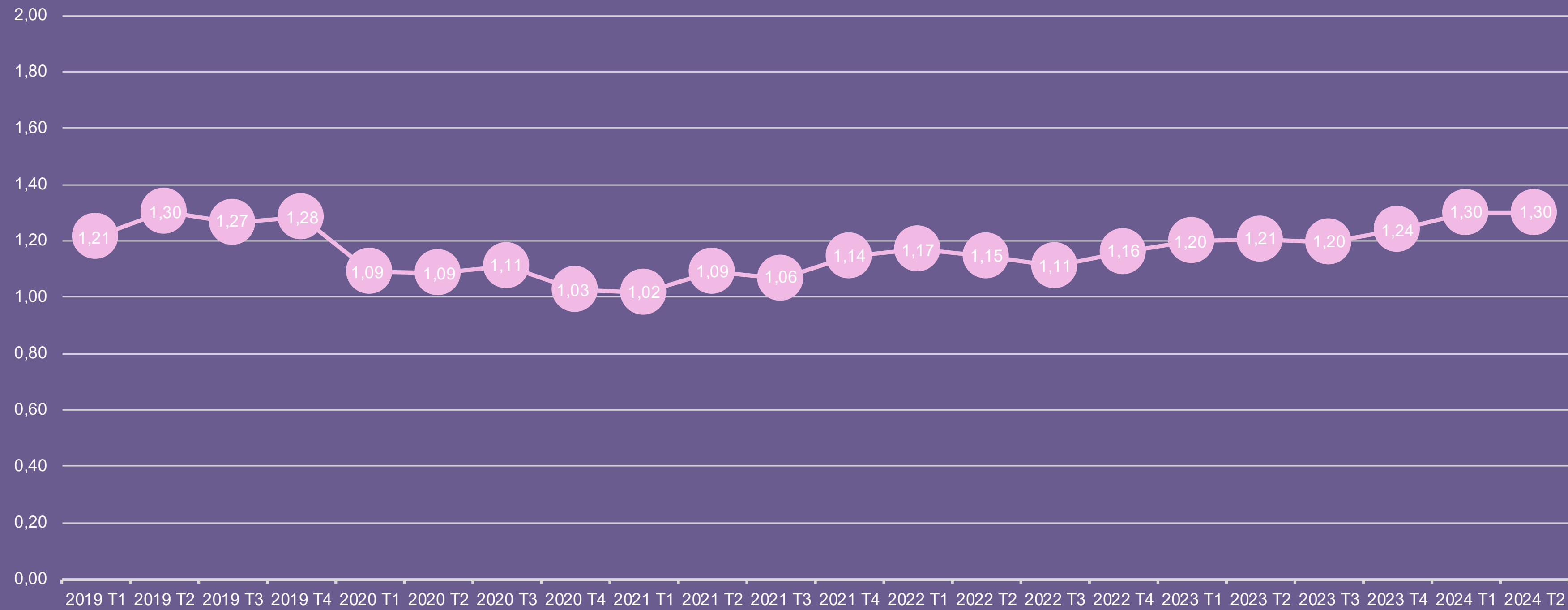
Comparativa por sexo de las afiliaciones a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de Antequera



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

1. Comarca de Antequera

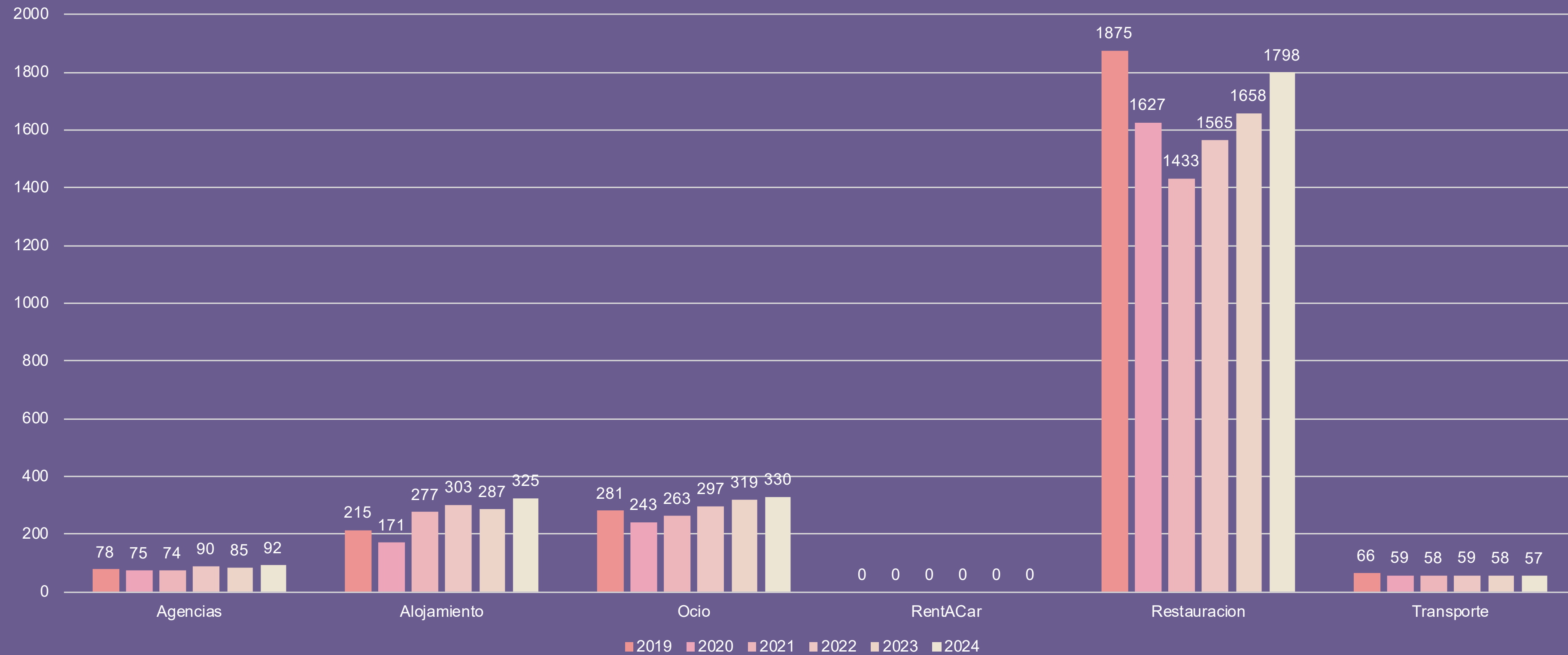
Evolución de mujeres afiliadas a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de Antequera



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

1. Comarca de Antequera

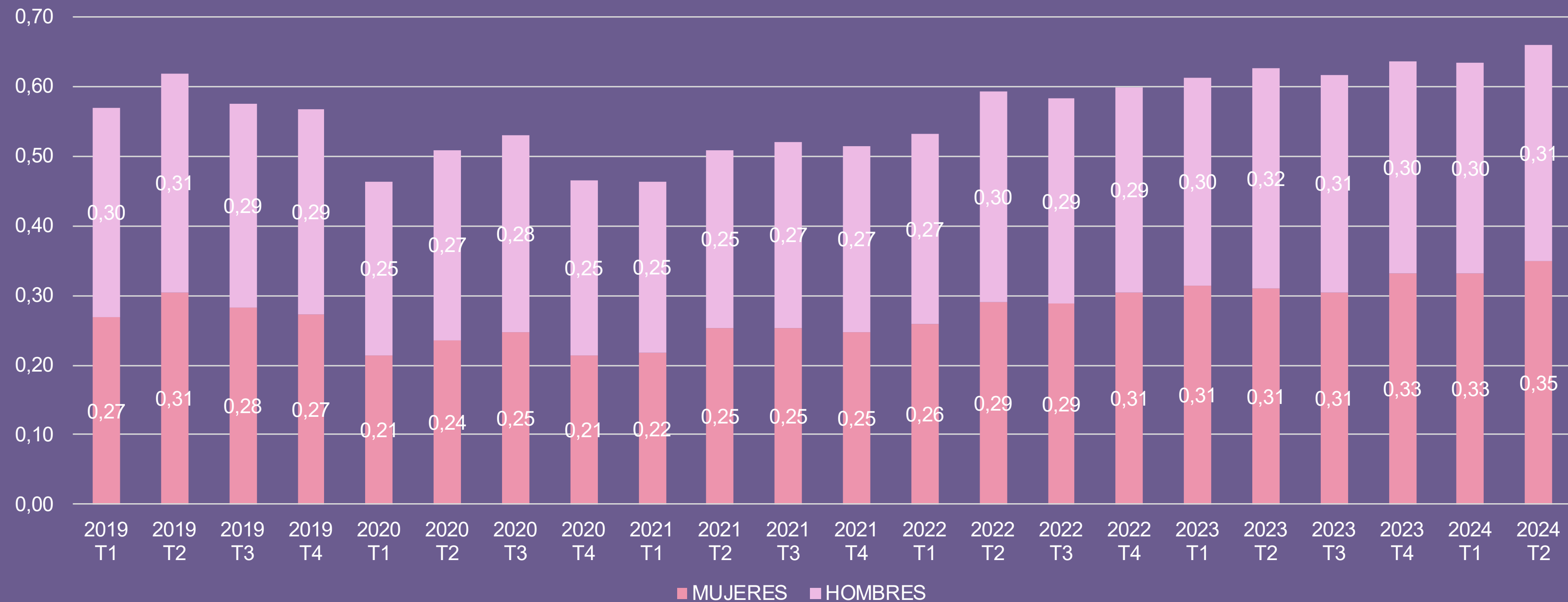
Evolución de afiliaciones femeninas a la Seguridad Social por actividad del sector turístico en la Comarca de Antequera (dos primeros trimestres de 2019-2024)



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

2. Comarca de Guadalteba

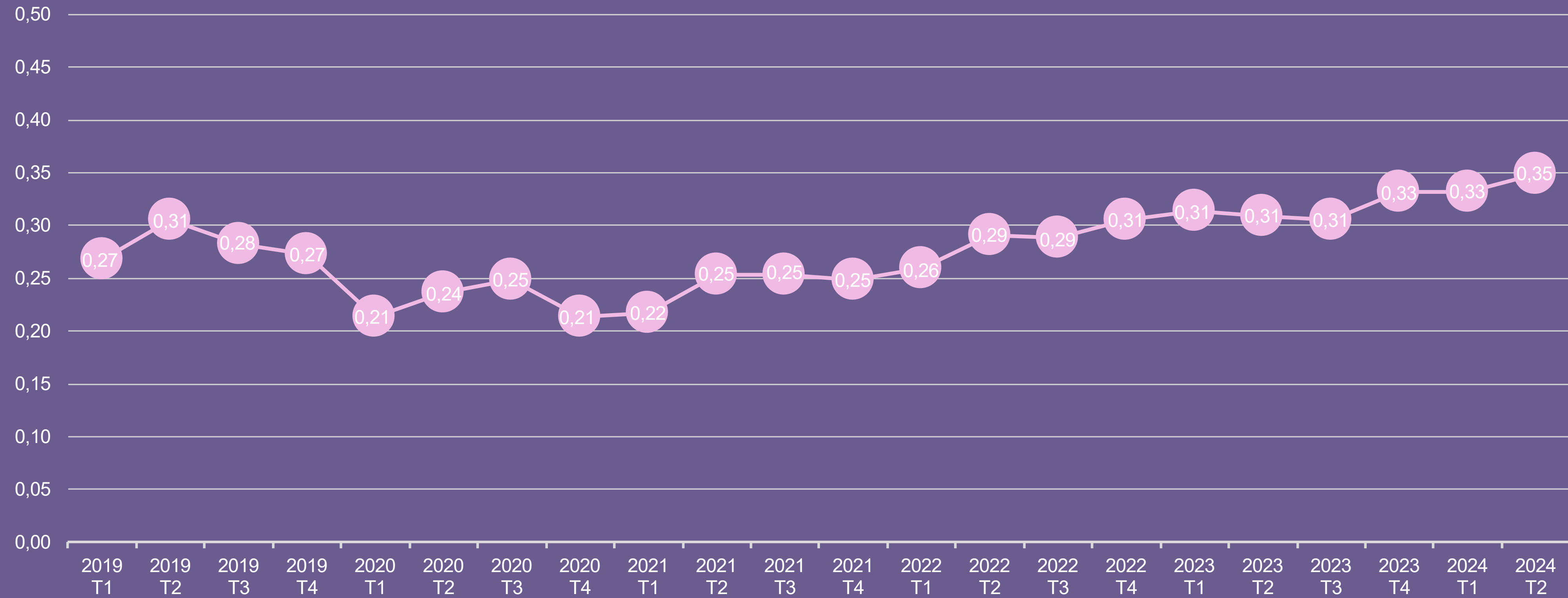
Comparativa por sexo de las afiliaciones a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de Guadalteba



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

2. Comarca de Guadalteba

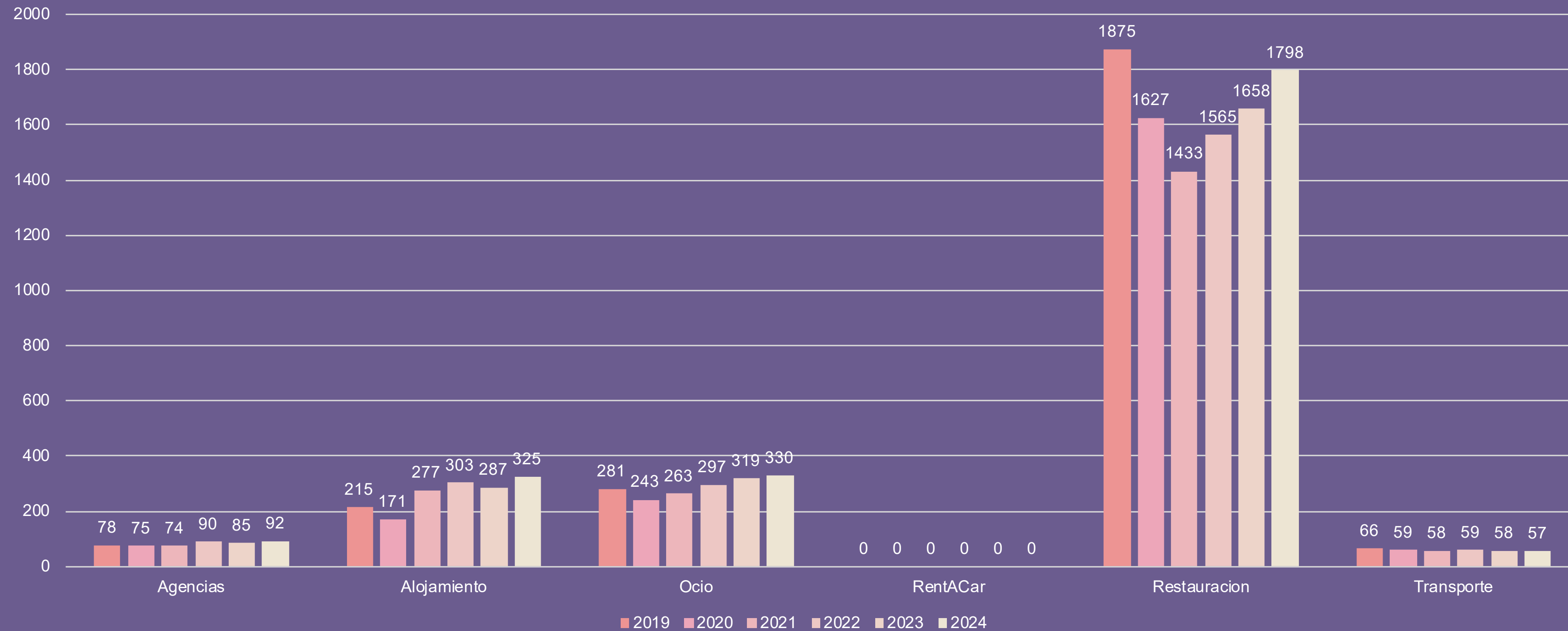
Evolución de mujeres afiliadas a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de Guadalteba



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

2. Comarca de Guadalteba

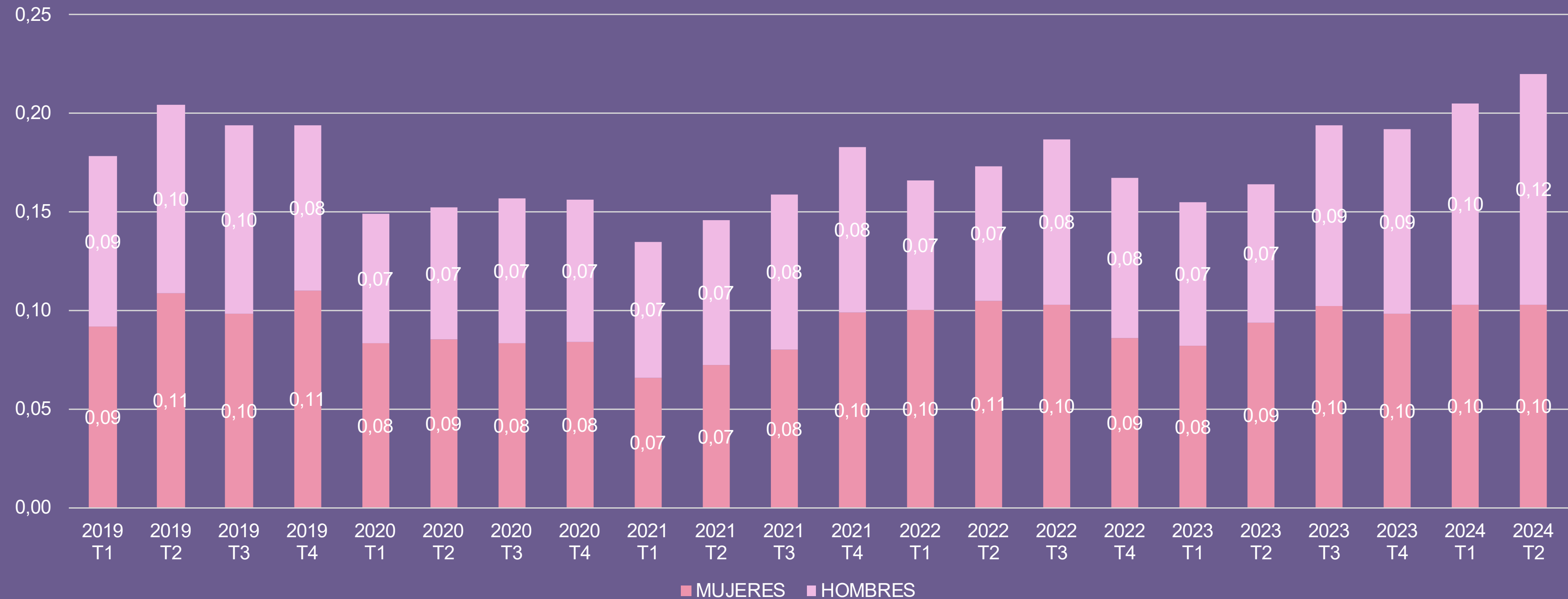
Evolución de afiliaciones femeninas a la Seguridad Social por actividad del sector turístico en la Comarca de Guadalteba (dos primeros trimestres de 2019-2024)



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

3. Comarca de la Axarquía

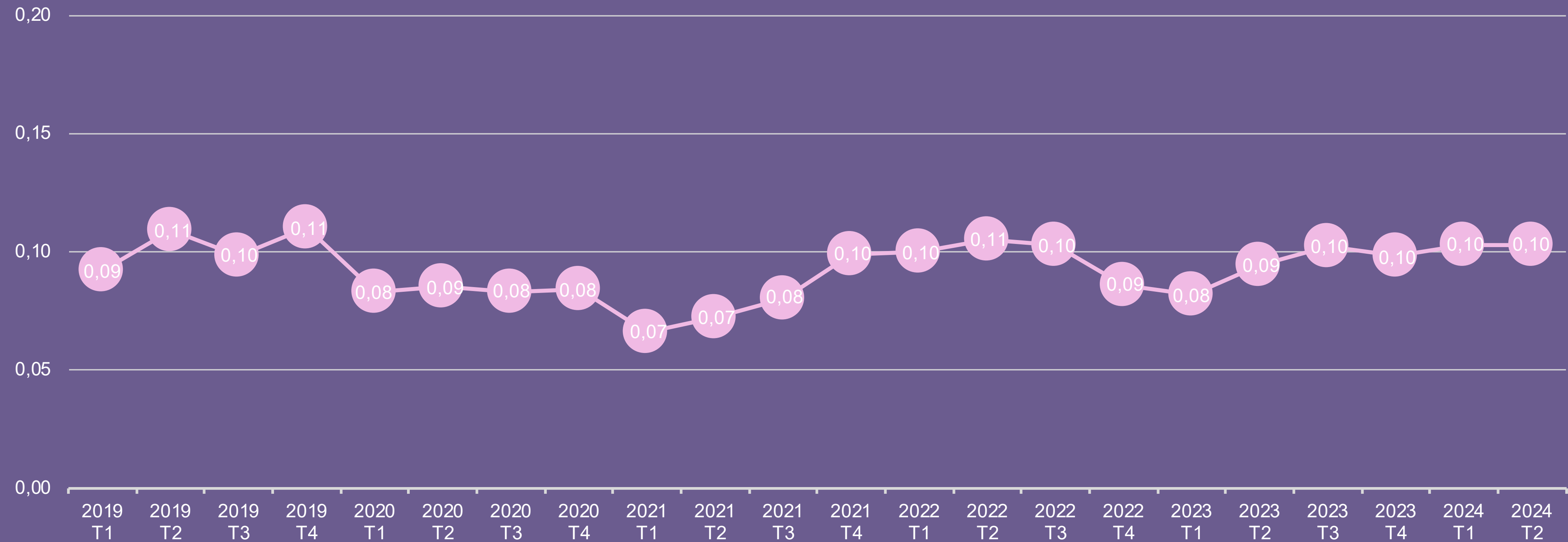
Comparativa por sexo de las afiliaciones a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de la Axarquía



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

3. Comarca de la Axarquía

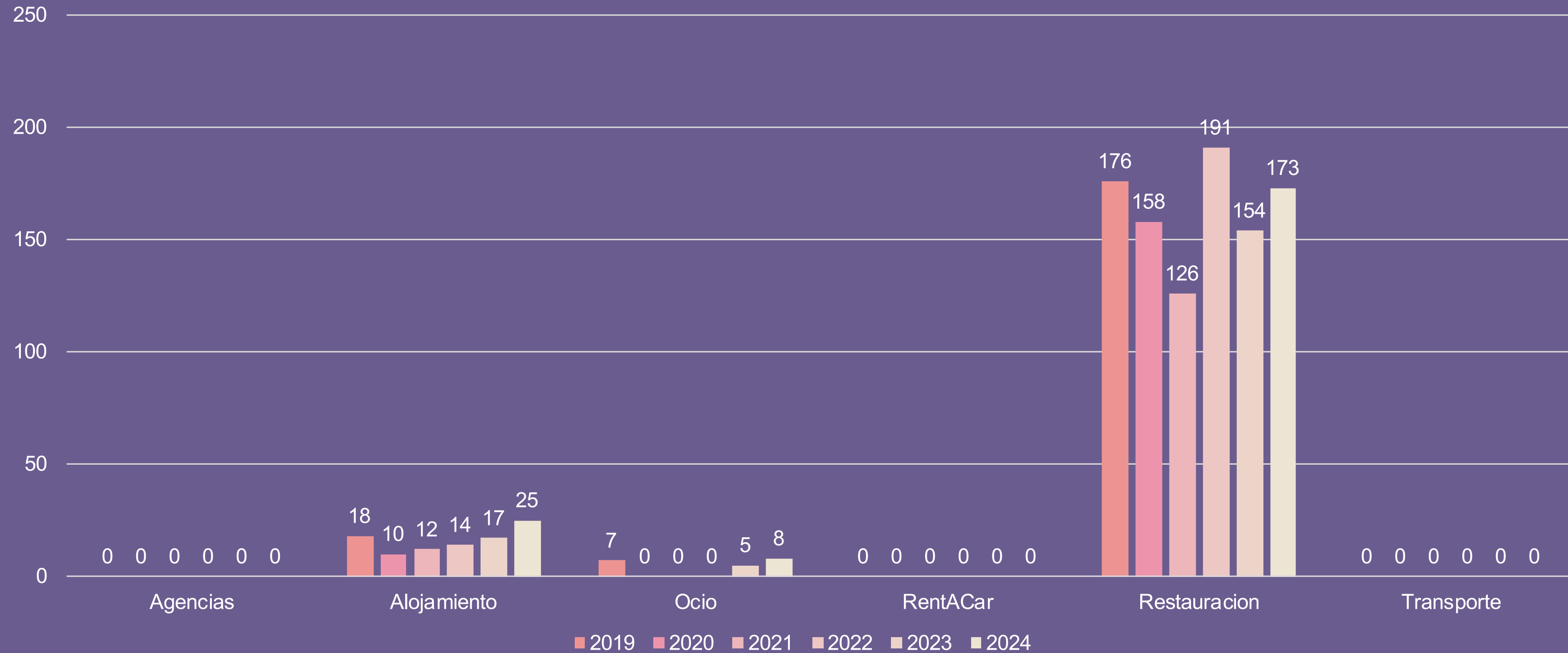
Evolución de mujeres afiliadas a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de la Axarquía



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

3. Comarca de la Axarquía

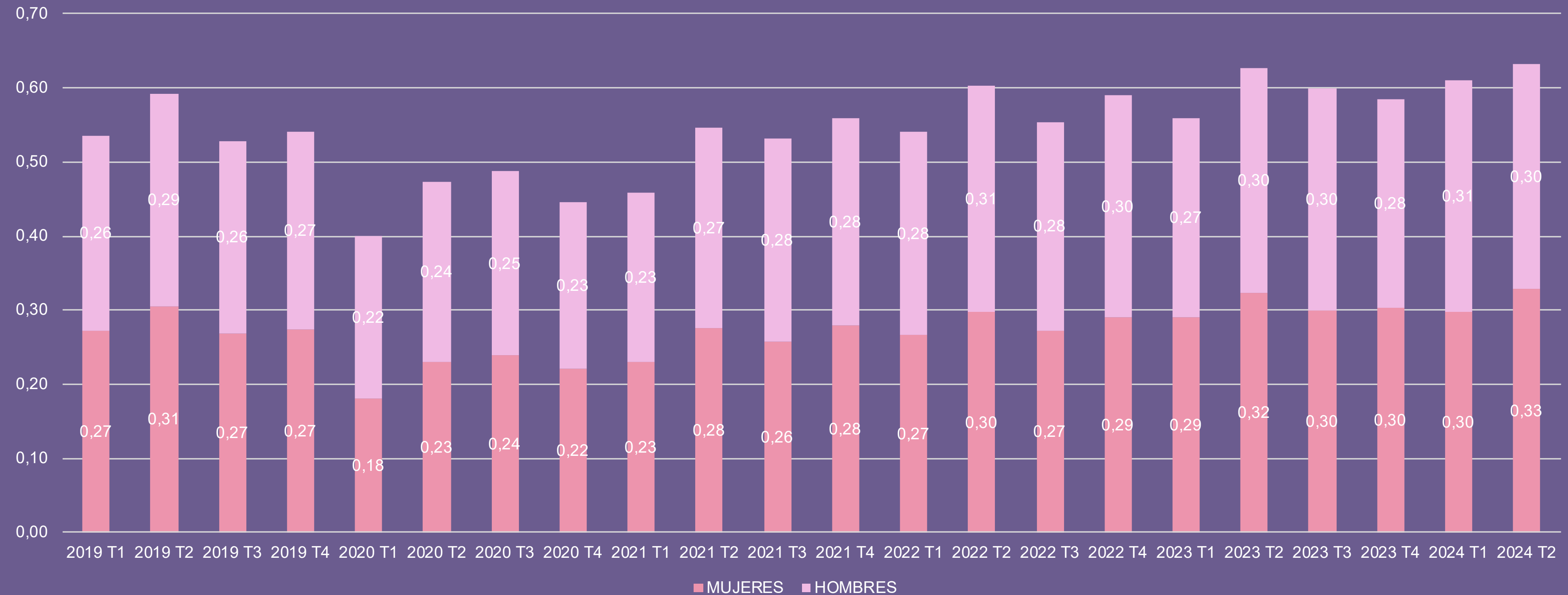
Evolución de afiliaciones femeninas a la Seguridad Social por actividad del sector turístico en la Comarca de la Axarquía (dos primeros trimestres de 2019-2024)



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

4. Comarca de Nororma o Sierra Norte de Málaga

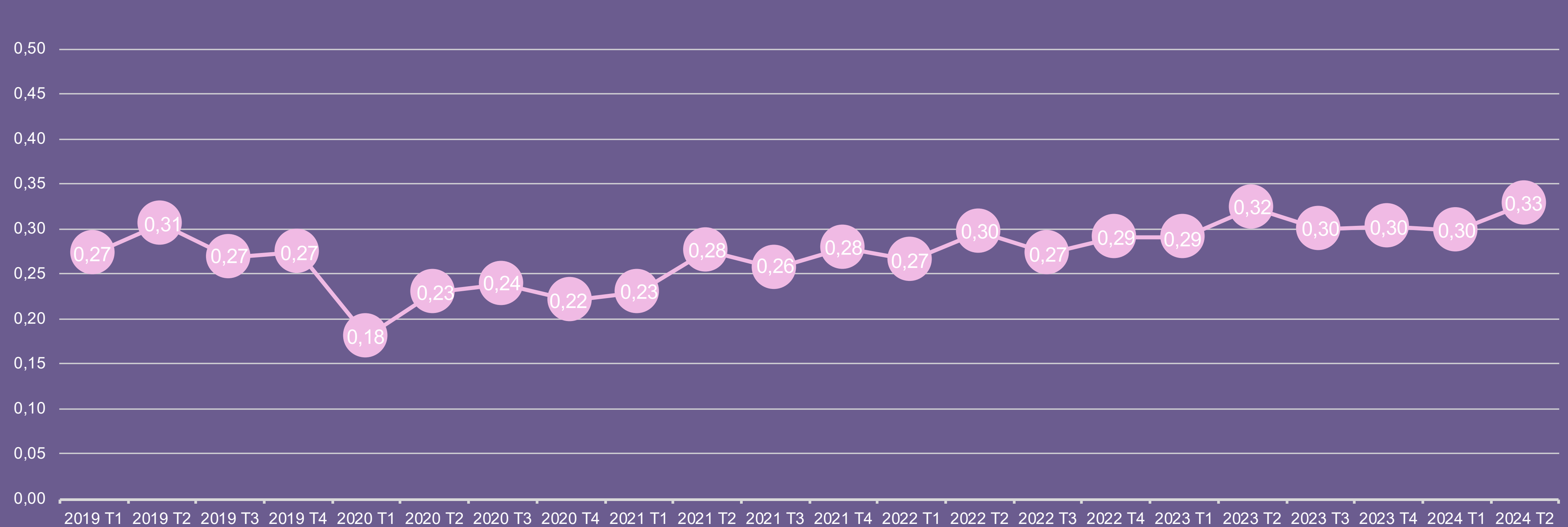
Comparativa por sexo de las afiliaciones a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de Nororma



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

4. Comarca de Nororma o Sierra Norte de Málaga

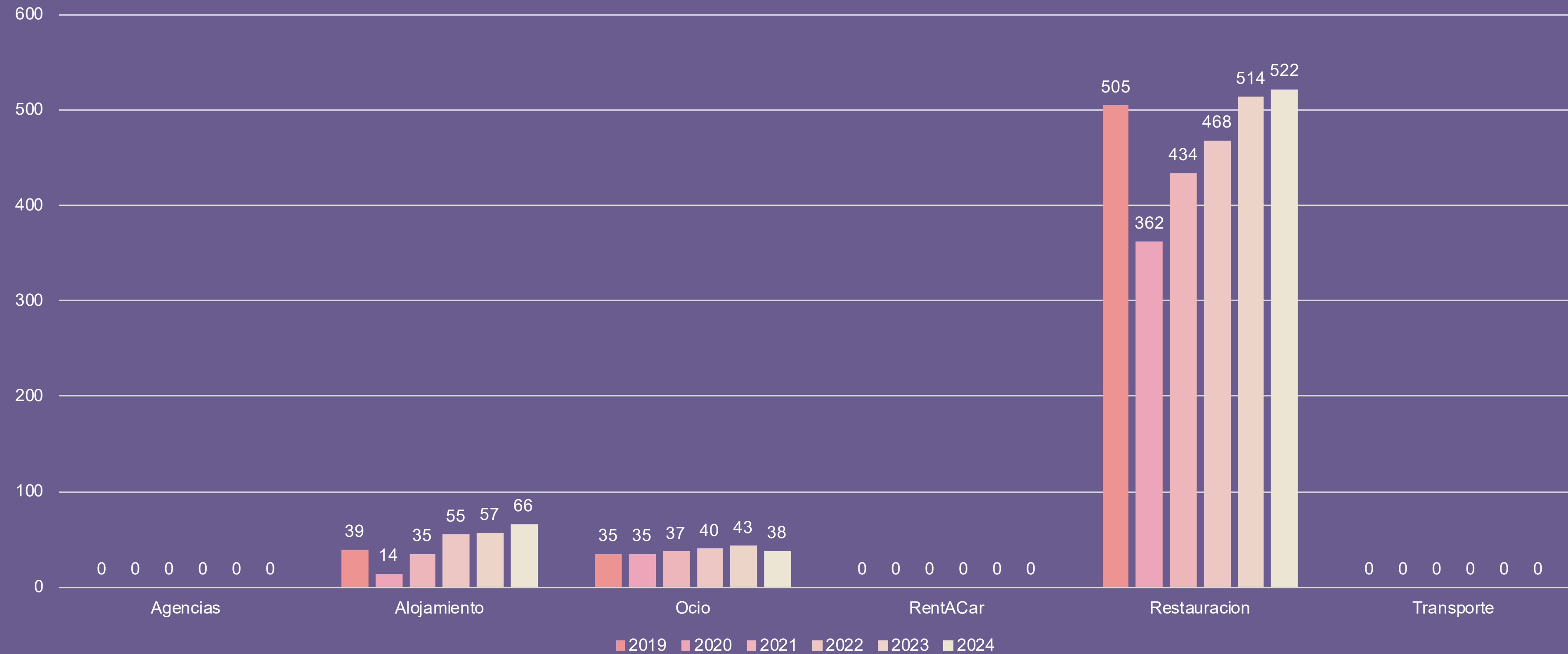
Evolución de mujeres afiliadas a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de Nororma



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

4. Comarca de Nororma o Sierra Norte de Málaga

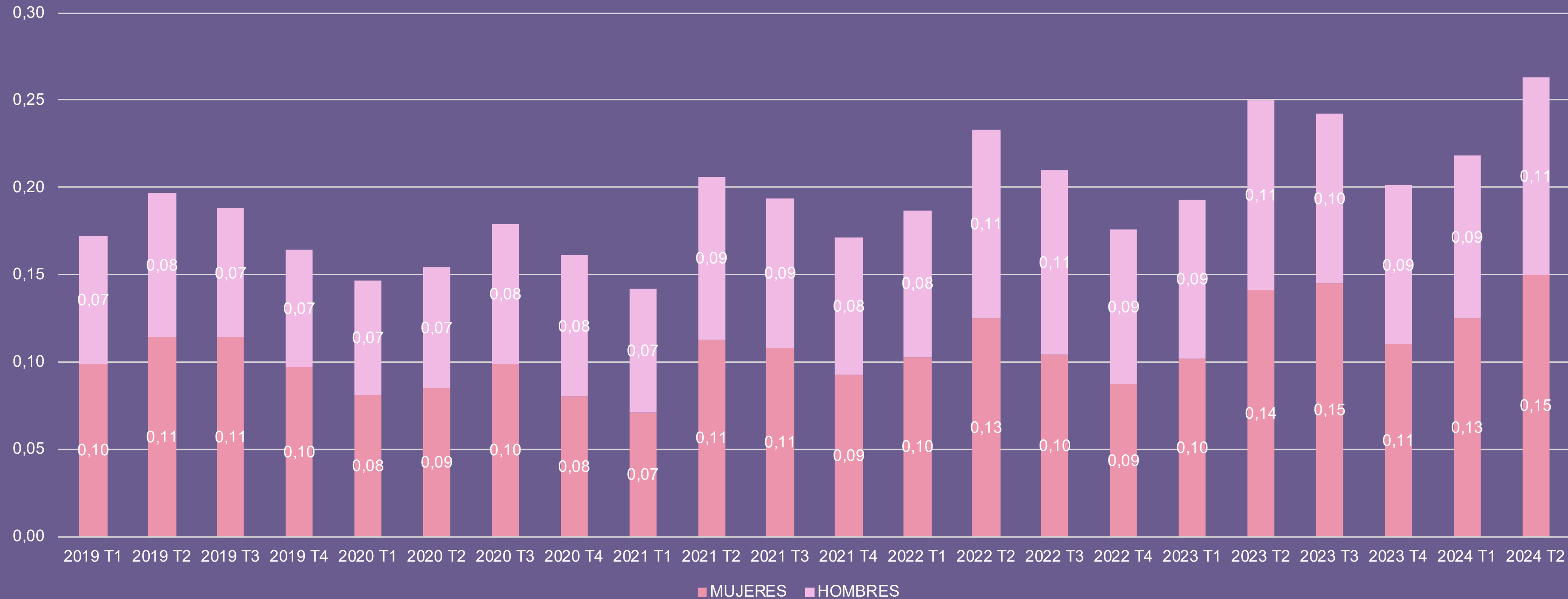
Evolución de afiliaciones femeninas a la Seguridad Social por actividad del sector turístico en la Comarca de Nororma (dos primeros trimestres de 2019-2024)



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

5. Serranía de Ronda

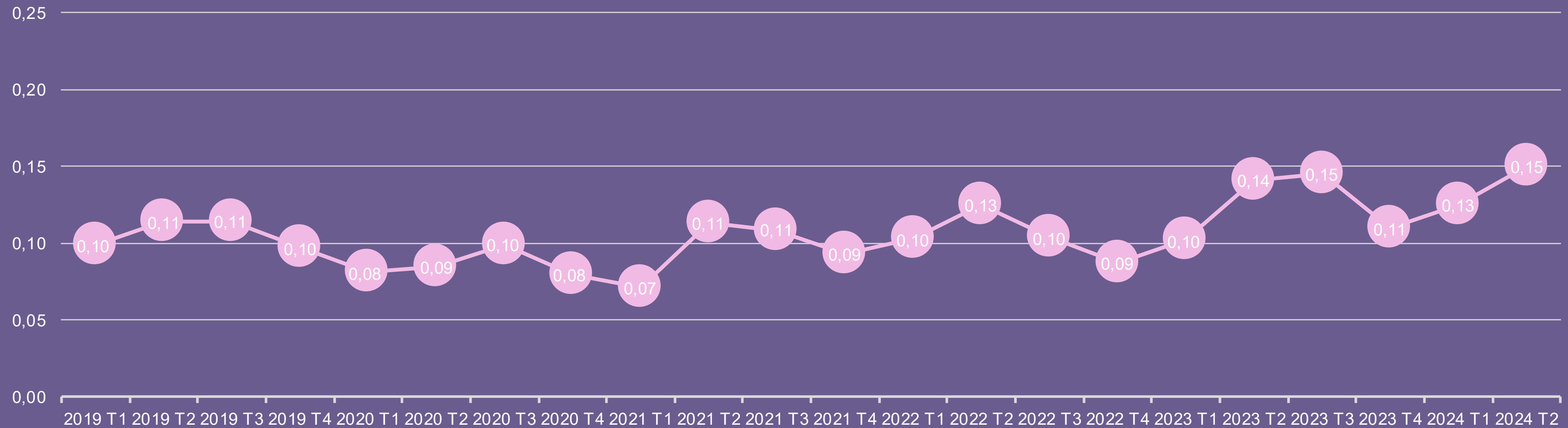
Comparativa por sexo de las afiliaciones a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de la Serranía de Ronda



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

5. Serranía de Ronda

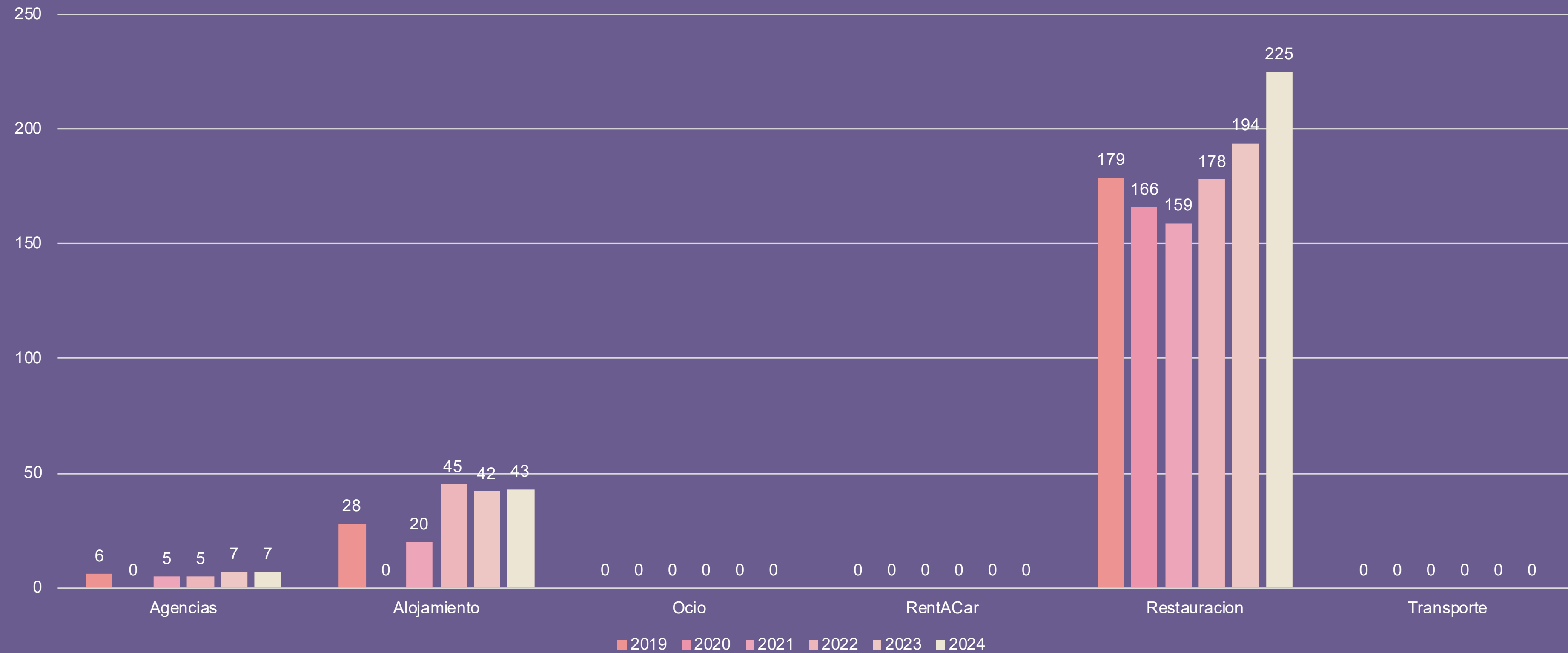
Evolución de mujeres afiliadas a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca de la Serranía de Ronda



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

5. Serranía de Ronda

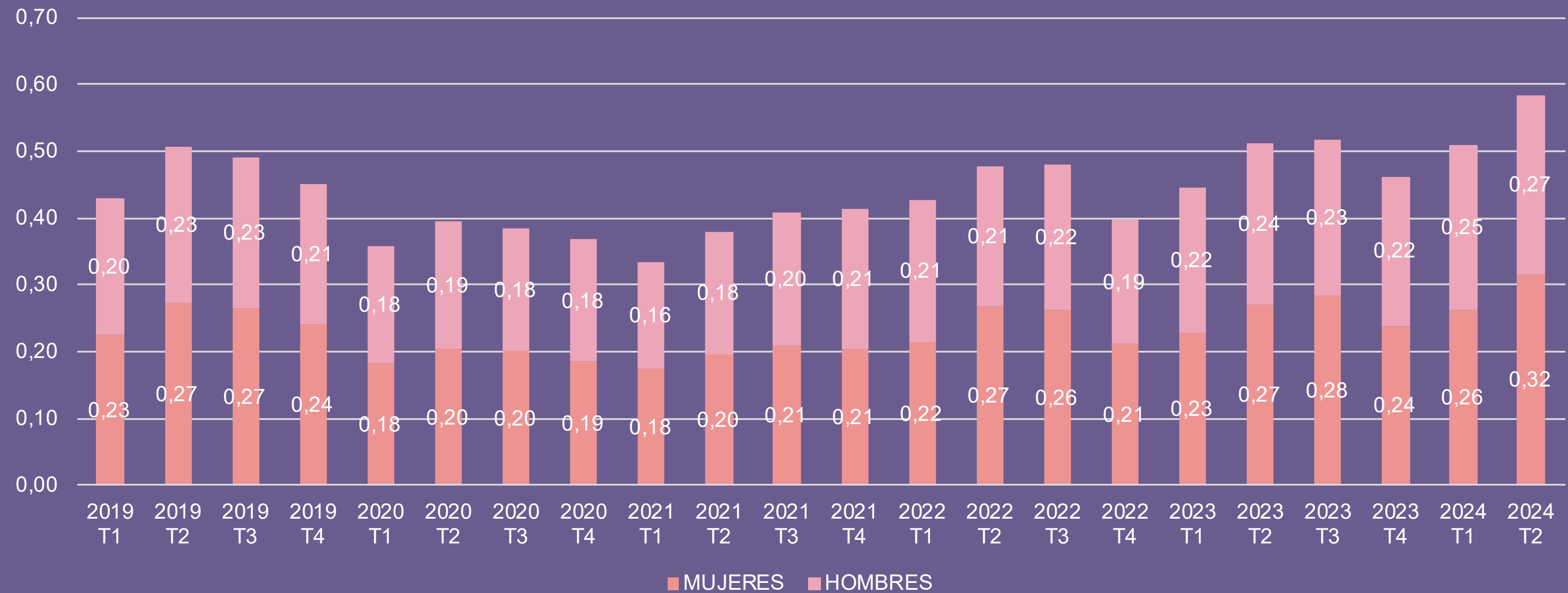
Evolución de afiliaciones femeninas a la Seguridad Social por actividad del sector turístico en la Comarca de la Serranía de Ronda (dos primeros trimestres de 2019-2024)



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

6. Sierra de las Nieves

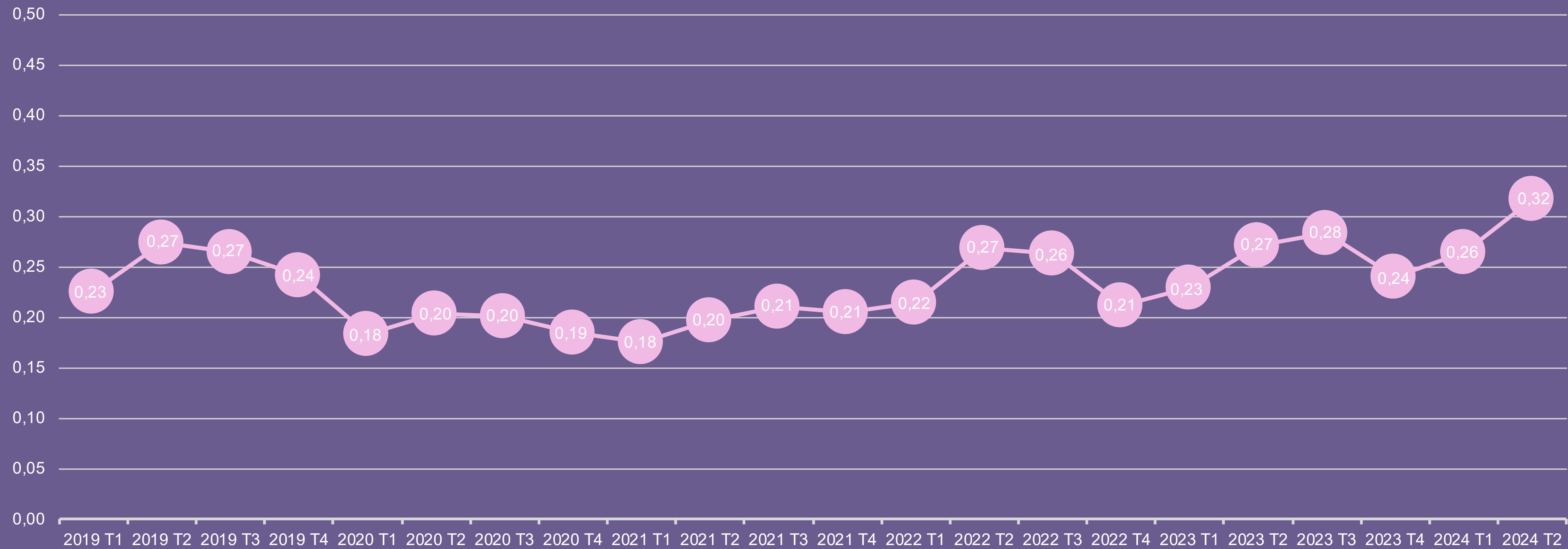
**Comparativa por sexo de las afiliaciones a la Seguridad Social (en miles)
del sector turístico en la Comarca Sierra de las Nieves**



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

6. Sierra de las Nieves

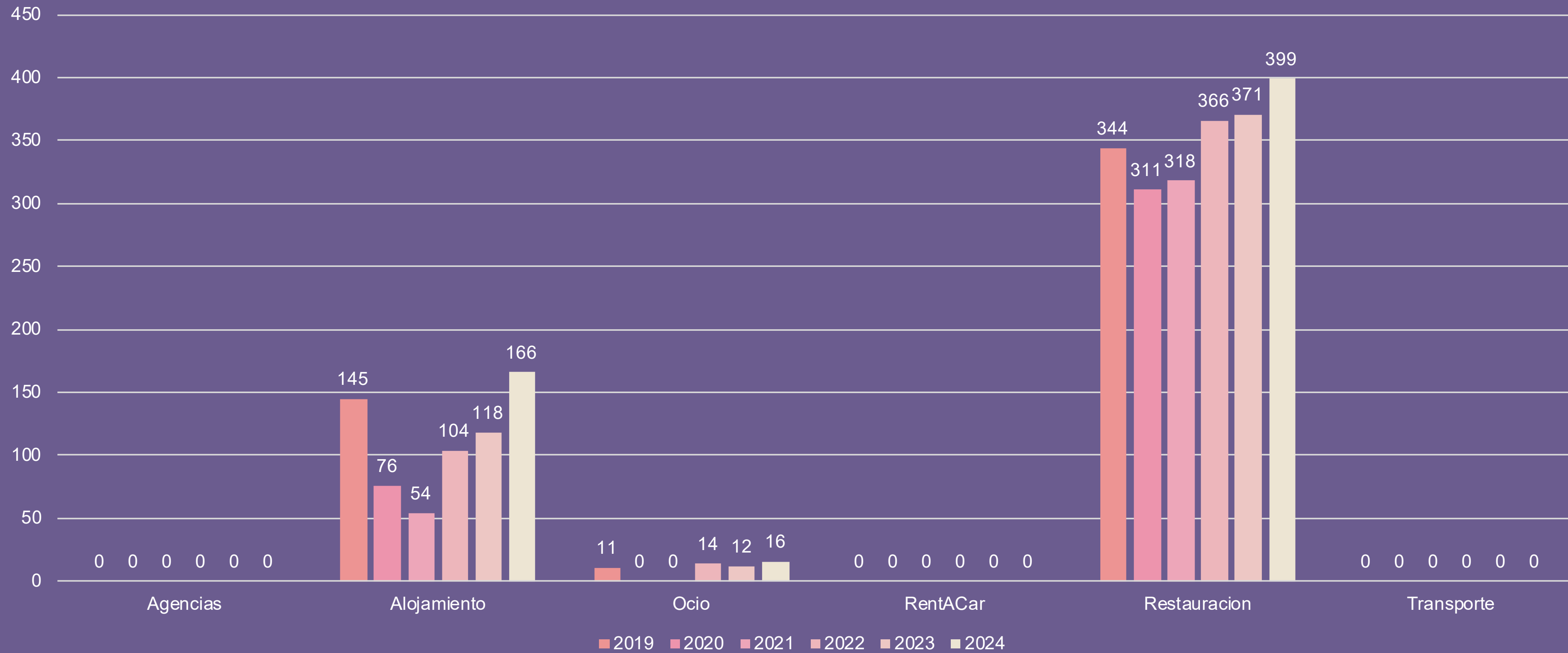
Evolución de mujeres afiliadas a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca Sierra de las Nieves



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

6. Sierra de las Nieves

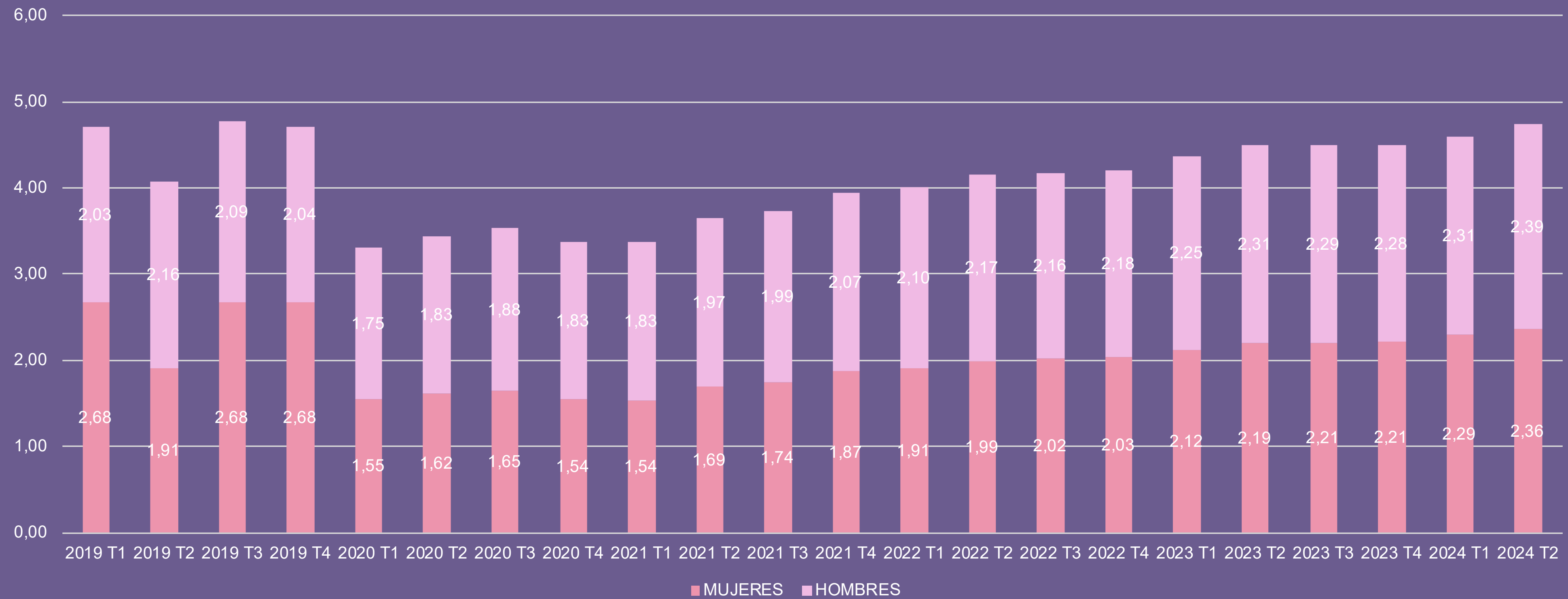
Evolución de afiliaciones femeninas a la Seguridad Social por actividad del sector turístico en la Comarca Sierra de las Nieves (dos primeros trimestres de 2019-2024)



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

7. Valle del Guadalhorce

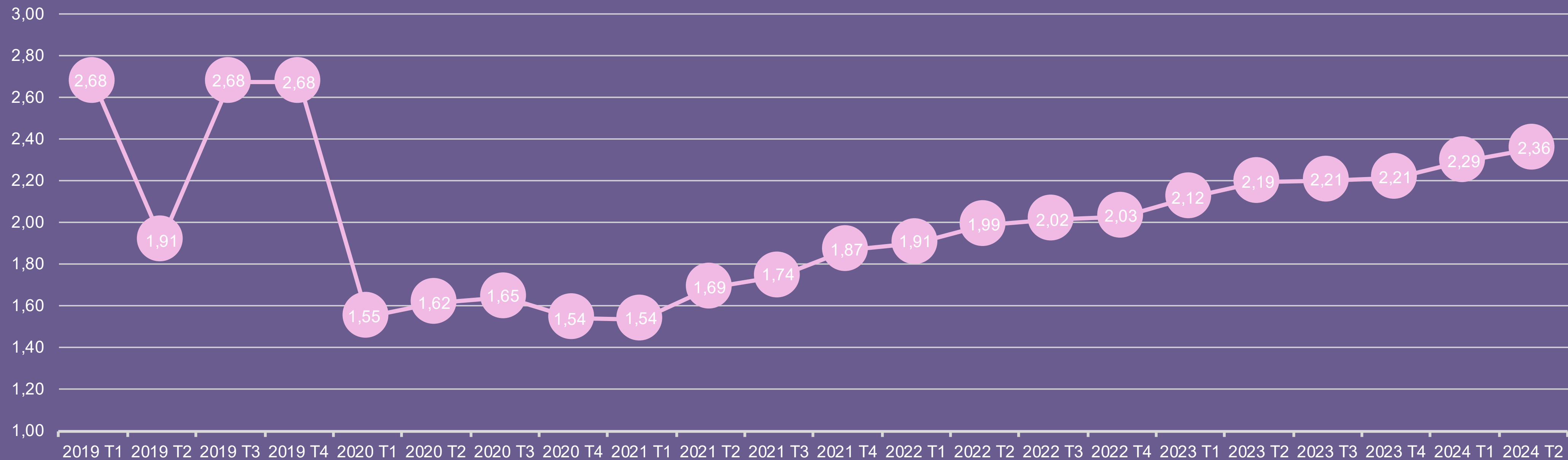
Comparativa por sexo de las afiliaciones a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca del Valle de Guadalhorce



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

7. Valle del Guadalhorce

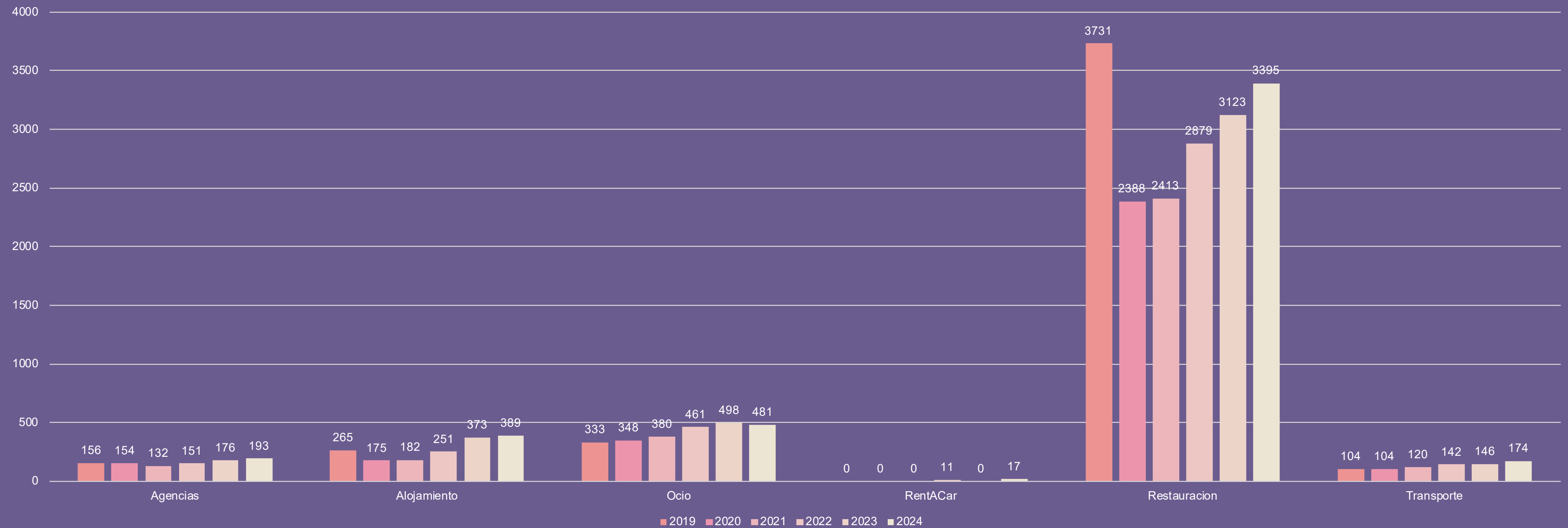
Evolución de mujeres afiliadas a la Seguridad Social (en miles) del sector turístico en la Comarca del Valle de Guadalhorce



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

7. Valle del Guadalhorce

Evolución de afiliaciones femeninas a la Seguridad Social por actividad del sector turístico en la Comarca del Valle de Guadalhorce (dos primeros trimestres de 2019-2024)



Fuente: Seguridad Social. Elaboración propia.
Año: 2019-2024

¿Qué sería de la provincia de Málaga sin Turismo Rural?

Tras la pandemia Covid-19, la Costa del Sol experimentó un descenso turístico relevante, sobre todo durante el año post pandemia. Sin embargo, los pueblos del interior de la provincia de Málaga, dedicados al turismo rural, florecieron, adaptando su oferta turística y solventando las casuísticas y problemáticas de esta pandemia, incrementando así, el número de emprendedoras que ayudaron y apoyaron en este proceso.

Por todos estos factores, en el presente ebook se ofrece una visión de la presencia del turismo rural en el interior de la provincia de Málaga, en concreto, a través de mujeres que han decidido desarrollar un proyecto emprendedor en alguno de los municipios que esta compone, y como no podía ser de otra forma, todos ellos relacionados con el turismo rural.

3

**Empoderamiento y
emprendimiento femenino**

Empoderamiento Y Emprendimiento Femenino

Una vez analizado el diagnóstico de la evolución del empleo femenino turístico en el interior de la Provincia de Málaga, en este capítulo **se estudia y analiza de forma meramente descriptiva el contexto actual europeo, nacional y andaluz que engloba el empoderamiento y emprendimiento femenino turístico, en cuanto a la situación actual y crecimiento empresarial.**

Para la realización de este epígrafe, se ha partido de varios documentos sobre la implicación de la mujer en el medio rural, que una vez analizados, han proporcionado conclusiones sobre la contribución que el turismo ofrece al empoderamiento y emprendimiento femenino. Entre los documentos consultados y que han servido de base en estas reflexiones, caben señalar al informe del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Secretaría General de 2023 **“Informe sobre el Medio Rural: Trabajando en femenino”, un documento de Sien Consulting 2023 “Retos y perspectivas del turismo en España, una mirada femenina al futuro del sector”, un análisis detallado sobre la implicación de la mujer en el sector turístico, en particular el rural, y el crecimiento empresarial de estas en el sector, el informe de ONU Turismo sobre emprendimiento y empoderamiento de las mujeres en el turismo y el artículo de Fitur-Next dedicado a explicar cómo puede contribuir el turismo en el empoderamiento de las mujeres.**

Tras todo este análisis, se puede afirmar que el sector turístico es una herramienta elemental para la mejora de la inclusión de la mujer en trabajos y puestos tradicionalmente comandados por hombres. Internacionalmente, las mujeres representan el 54% de la plantilla mundial en el entorno turístico, siendo este, el sector que más mujeres tiene en sus filas, y, además, siendo estas mujeres quienes ocupan altos puestos directivos tanto privados como gubernamentales.

Este proceso de mejora e implementación no ha sido más que el gran esfuerzo y trabajo de organizaciones internacionales y de mujeres con perfil directivo que luchaban para conseguir una visibilidad relevante entorno al resto de proyectos de estas organizaciones nacionales e internacionales.

Desde la aparición del Covid-19, y, hasta la actualidad, ha habido un enorme incremento y evolución de la mujer en puestos de responsabilidad en los sectores públicos y privados dedicados al turismo, cosa que se sostiene con las cifras de estudiantes de turismo a nivel nacional, donde el 70% de las personas graduadas en los últimos años de carreras del sector turístico fueron mujeres.



También se cuenta con grandes avances nacionales en cuanto al emprendimiento y empoderamiento de la mujer en el sector turístico. Ejemplo de ello es que el sector turístico en **España representa una gran puerta de entrada para las mujeres en el mercado laboral**, especialmente en países en desarrollo y con más diferencias de género. Datos recogidos por la OIT (Organización Internacional de Turismo), afirman que, en España, el sector turístico alberga un 60% de ocupación femenina en los diferentes niveles de dirección. Además, un estudio sobre el **“Liderazgo Femenino en el sector Turístico”** recogió que **un 63% de la plantilla de Staff en trabajos turísticos eran mujeres, un 52% en cargos intermedios y un 33% en puestos directivos**.

Para mejorar la posición laboral de la mujer en el sector, se ha comprobado que los incentivos y condiciones laborales específicas dirigidas a la formalización del empleo femenino ayudaron a reducir esta diferenciación de poder en las empresas privadas. Las implementaciones de bajas o licencia de maternidad y paternidad remuneradas, el diseño de campañas para reducir los estereotipos de género y los estudios implicados en incrementar la responsabilidad de los hombres en tareas y cuidados del hogar, también fueron útiles para la mejora de los datos anteriores.

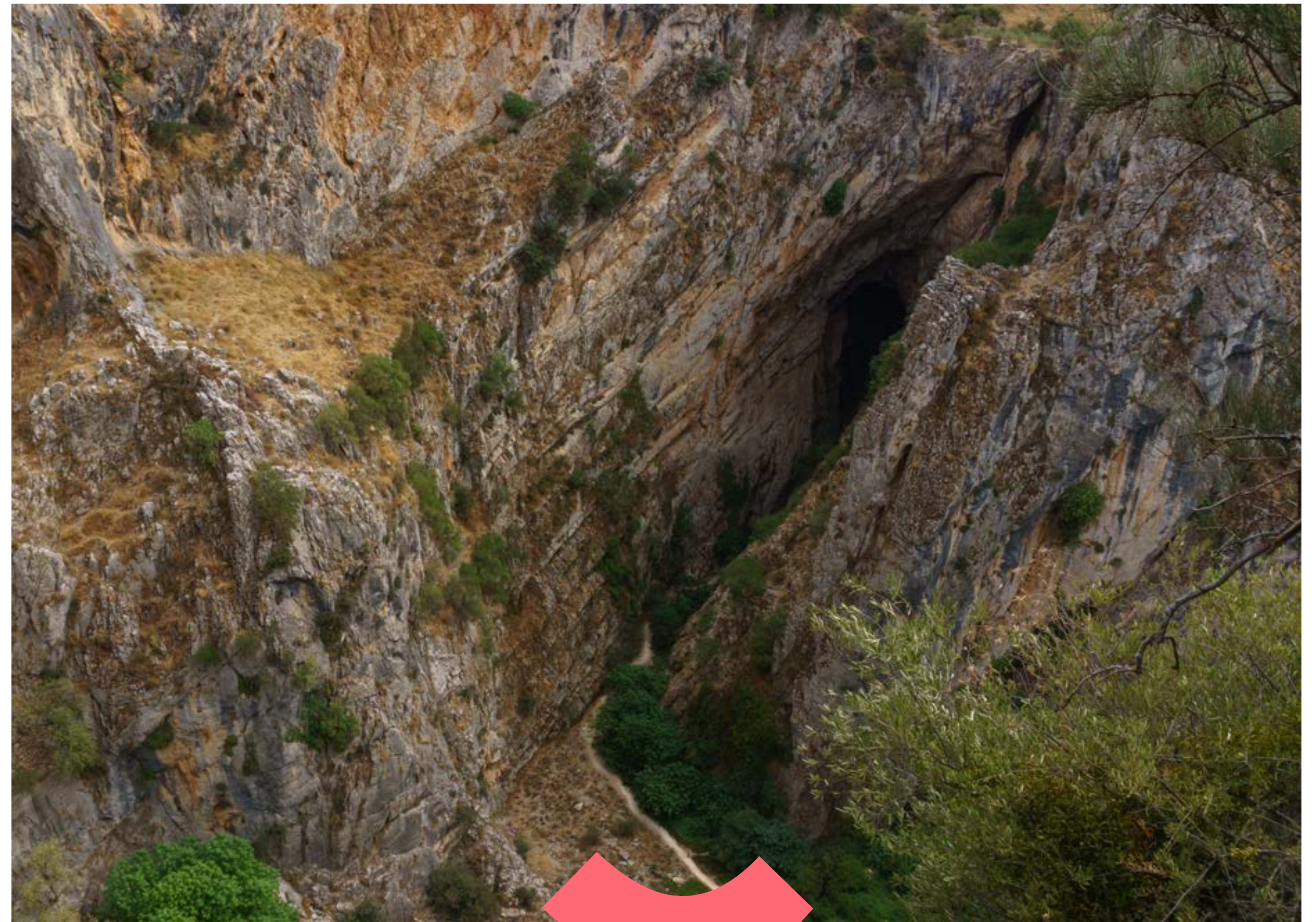
En Andalucía, la implicación de la mujer en el ámbito del emprendimiento también es creciente, y, el gobierno y otras empresas tienen planes, programas y ayudas para que muchos de los proyectos más favorecedores hechos por mujeres salgan adelante en el territorio andaluz. Siendo uno de los proyectos más prometedores el llamado “Autonomía rural”, un pro-

grama para ayudar a las mujeres que tienen dificultades para la inserción laboral, otro denominado “Empowerment”, que pretende promocionar la salud integral de las mujeres que viven en zonas rurales, y, por último, “Mujeres rurales al frente”, que pretende fomentar la igualdad de género, el desarrollo de habilidades digitales y la promoción de productos y servicios sostenibles.

Además, **en Andalucía también existe una asociación que vela por el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres llamada ANSEMAC**, una organización empresarial sin ánimo de lucro que apuesta por la intervención de la mujer en el emprendimiento en diferentes sectores de la economía, pero centrándose en el del Medio Ambiente.

Según los datos recogidos por la TEA (Tasa de Actividad Emprendedora), las mujeres han aumentado su actividad desde 2022 a 2023 del 8,8% al 10,9%, demostraron más capacidad de resistencia que los hombres durante el periodo de pandemia. También es de destacar que, la mayoría de mujeres emprendedoras tienen estas empresas en etapas de crecimiento, es decir, los primeros 3 meses en la fase de su creación, siendo un dato relevante, ya que más de la mitad de estas empresas, terminan en fase de abandono tras este periodo, siendo un aspecto importante que tratar en los problemas de género en el emprendimiento.

Para enfatizar el dato anterior, en España, según datos del INE, en 2023 el porcentaje de mujeres en los Consejos de Administración de las empresas cotizadas en el Ibex-35 era del 37,3%, una cifra 3,6 puntos superior a la del año 2022.



4

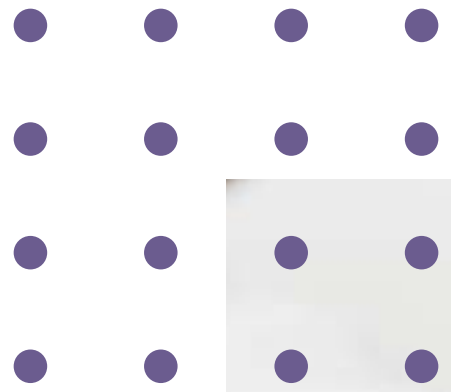
Empresas Family Friendly

Empresas Family Friendly

Una vez analizado el diagnóstico de la situación actual de la mujer en cuanto al empoderamiento y emprendimiento empresarial y evolución laboral en el sector turístico del interior de la Provincia de Málaga, **en este capítulo se describen las empresas denominadas Family Friendly, junto a ejemplos de estas que siguen dichas características y se definen con este nombre.**

Para la realización de este estudio, se ha partido de varios documentos, los cuáles han sido consultados y han servido de base en esta investigación. Entre estos caben señalar el documento sobre buenas prácticas de conciliación y corresponsabilidad en empresas con distintivo **“Igualdad en la Empresa” de la Red DIE y Subdirección General para la Igualdad en la Empresa y la Negociación Colectiva Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad**, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, el informe de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) **“Empresas Malagueñas que apuestan por la conciliación responsable” 2024**, y, el análisis dedicado a las entidades EFR en conciliación por Fundación Más Familia.





De su estudio exhaustivo se ha obtenido toda la información necesaria para poder definir qué es una empresa Family Friendly, sus características, buenas prácticas y objetivos.

En primer lugar, **comenzaremos definiendo qué es una empresa Family Friendly**. Estas empresas se caracterizan por responsabilizarse en cuanto a la conciliación familiar y laboral del/de la trabajador/a buscando su bienestar y su felicidad para maximizar la productividad empresarial. Además, tienen programas de medidas estudiados para aumentar la efectividad de su uso, optimizando el trabajo mejorando los resultados. Además, **priorizan el salario emocional, como una de las partes más importantes de la gestión de sus empleados/as**. A continuación, se exponen las medidas más comunes para llevar a cabo la conciliación y poder ser considerada empresa Family Friendly:

- **Horarios flexibles** para que los/as empleados/as puedan acomodar sus responsabilidades familiares, como cuidar a los hijos/as o asistir a citas médicas
- **Licencias por maternidad y paternidad extendidas después del nacimiento o adopción de un/a hijo/a**
- **Espacios saludables y seguros para las personas**
- **Programas de cuidado infantil** en las instalaciones de la empresa o en asociación con centros de cuidado cercanos, haciéndolos más asequibles
- **Posibilidad de trabajo remoto** para mejorar la conciliación laboral.
- **Apoyo para el cuidado de familiares**, proporcionando recursos y beneficios en situaciones de familiares enfermos o mayores
- **Seguros médicos familiares, planes de pensiones o ayudas orientadas a familiares con algún tipo de discapacidad.**
- **Planes de fomento del deporte, actividades de team building y programas de voluntariado en familia.**
- **Integración de un equipo especializado para escuchar las necesidades de los/as empleados/as y a desarrollar iniciativas para satisfacerlas.**

Este tipo de organizaciones Family Friendly terminan obteniendo mejores resultados que empresas que no lo son, tanto así, que cada vez **las empresas apuestan por invertir más en la salud mental y la conciliación laboral de sus empleados/as que en otros ámbitos**. Los beneficios encontrados por estas empresas se basan en la productividad, creatividad, proactividad, lealtad a la empresa, menor absentismo laboral, mejor respuesta a cambios, mejor control de situaciones de riesgo, y, aprovechamiento continuo de oportunidades que hacen crecer a la empresa y a sus trabajadores/as con ellas.

En Europa, muchos son los países que están implementando y promocionando las empresas sostenibles, y cada vez están surgiendo más empresas que tienen un compromiso real por lograr el equilibrio entre trabajo y vida laboral en todo su personal.

Algunos ejemplos de éxito son:

- **Deloitte (Reino Unido)**: ganadores de los premios 'Top Employers' otorgado por la asociación británica Working Families, por sus esfuerzos para conciliar la vida laboral de los/as trabajadores/as con hijos/as durante todas las etapas de la maternidad. La empresa ha introducido el 'Programa de Transición para Padres Trabajadores/as', todo para que, aquellos que esperen un nuevo hijo, reciban el mejor apoyo antes, durante y después de la baja, y además facilitarle su incorporación a la plantilla.
- **Barclays (Reino Unido)**: otro de los galardonados como 'Top Employers' de Working Families fue esta empresa de Londres que, tras escuchar a sus trabajadores/as, decidió cambiar la cultura de su empresa, entendiendo el trabajo como algo dinámico y la flexibilidad como una premisa indiscutible. De ese modo, la organización apoya a sus equipos para que desarrollen un modelo de trabajo dinámico en concordancia para lograr sus objetivos comerciales, profesionales y personales.
- **Heel (Alemania)**: Se trata de una de las empresas pioneras en añadir medidas de conciliación en el país alemán, tales como horarios flexibles y una gran variedad de jornadas partidas para que los/as empleados/as puedan elegir la que mejor se adapte a sus necesidades. Además, en su sede central, ofrecen servicios de guardería desde las 8 de la mañana hasta las seis de la tarde, así como servicios de apoyo a posibles emergencias de sus empleados/as.
- **Telecom Italia (Italia)**: Ha desarrollado el plan de 'People Caring' para apoyar al personal de la empresa y ayudarles a mejorar la conciliación de la vida laboral y familiar. Además, poseen un equipo especializado propio de la entidad, que se dedica íntegramente a escuchar las necesidades y problemas de los/as empleados/as y a desarrollar iniciativas para satisfacer esas necesidades.



Son distintas las condiciones que implementan las empresas según cada país y las facilidades que ofrece cada legislación; en Suecia, tanto madres como padres cuentan con 69 semanas de permiso por natalidad, además de otras 8 que se comparten entre los 2. Continuando con la misma medida, en cuanto a países con más permisos de paternidad y/o maternidad, destaca Noruega, con una media de 46 a 56 semanas para mujeres y 10 para hombres, y, Finlandia con 15 semanas para la madre y dos semanas y media para el padre, además de, 23 semanas para compartir. Otro ejemplo europeo es Dinamarca, donde los/as empleados/as tienen derecho a ayuda doméstica subvencionada con fin de desocupar trabajo y

tiempo en el ámbito familiar. Además de esta medida, se sugiere el derecho universal a la ausencia laboral por enfermedad del hijo/a o el “fondo flexible”, donde los/as empleados/as pueden permanecer un periodo de tiempo sin actividad laboral cuando los/as hijos/as son pequeños a cambio de posponer su jubilación. En Reino Unido, el gobierno ofrece ayudas y subvenciones como el subsidio de maternidad, o el crédito fiscal del trabajo, para poder volver a trabajar después de haber tenido un hijo/a. También, poseen asistencia a madres solteras con beneficios, y no solo para madres, el beneficio infantil o el crédito fiscal infantil son ayudas del gobierno hasta que el niño tenga 16 años.





Otra manera de conciliar la vida laboral y personal es el teletrabajo. **En la Unión Europea, el 17% de los/as empleados/as puede trabajar telemáticamente, siendo este porcentaje mayor en los países escandinavos y menor en países como Alemania, Hungría, Italia y España.**

En España, la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), acredita a las compañías que cumplen los requisitos para convertirse en empresas Family-Friendly con el certificado de Empresa Familiarmente Responsable, o EFR. La certificación EFR de la fundación MásFamilia ha sido reconocida por las Naciones Unidas y el programa Interreg Europe como “Good practice”, por impulsar políticas de gestión de conciliación en las empresas, considerando las necesidades de los/as empleados/as y ayudando a las empresas con directrices y ayudar a mejorar su ambiente de trabajo. Estas certificaciones son un modelo internacional de personas que, formando parte de la RSE y la Gestión de Excelencia, se encargan de dar respuesta en la responsabilidad y respeto a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral. También, fomenta el apoyo en la igualdad de oportunidades y la inclusión de miembros más desfavorecidos, de forma que las empresas que optan por la EFR realizan una autorregulación voluntaria.

La certificación requiere del diseño e implantación de procedimientos y métodos de trabajo, definidos en la norma de la EFR, que permitirán la definición de un grupo de medidas de conciliación, objetivos y planes de acción, indicadores y herramientas de seguimiento y medición. Incluyendo todos estos procesos en la empresa, la organización entrará en un momento de mejora continua que hará posible medir el avance de la organización en su gestión de conciliación.

Las empresas consideradas oficialmente Family Friendly, además de no ser muchas, no están mayormente presentes en el sector turístico, el cual es ocupado mayormente por mujeres. Sin embargo, cada vez hay más empresas dentro de este movimiento, luchando por la gestión y conciliación, para poder conseguir ser una empresa Family Friendly a través de la certificación EFR, gestionando así la conciliación empresarial.

Dentro de la Provincia de Málaga, existen muchas empresas que cumplen las condiciones de Family Friendly, como:

- **Grupo Aguas de Málaga, se destaca por su compromiso con la conciliación laboral y familiar.** La empresa ofrece políticas de horarios flexibles y la posibilidad de teletrabajar, permitiendo a sus empleados/as gestionar de manera efectiva sus responsabilidades familiares y sociales. Además, cuentan con programas de apoyo que incluyen permisos de maternidad y paternidad ampliados, contribuyendo así a un entorno laboral más inclusivo y familiar.
- **Sodecar, una empresa dedicada a servicios**, promueve un ambiente de trabajo que favorece la flexibilidad. Sus empleados/as pueden ajustar sus horarios según sus necesidades familiares o personales, lo que resulta especialmente útil para quienes tienen niños pequeños o responsabilidades de cuidado. Asimismo, la empresa fomenta el teletrabajo, facilitando a sus empleados/as evitar desplazamientos y estar más presentes para sus familias.
- **EQUIPO, una agencia de marketing digital**, se enfoca en crear un entorno inclusivo donde la conciliación es una prioridad. La empresa ofrece diversas iniciativas para apoyar a los padres, incluyendo recursos y soporte para la crianza. Fomenta una comunicación abierta entre empleados/as y directivos/as, permitiendo que las necesidades familiares sean reconocidas y atendidas.

5

**Propuestas Para La Mejora De La Conciliación
Familiar En El Turismo De Interior**

Una vez analizado el diagnóstico de la situación actual de la mujer en cuanto al empoderamiento y emprendimiento empresarial y a la evolución del empleo en el sector turístico del interior de la Provincia de Málaga, y, de analizar las empresas denominadas Family Friendly, en este capítulo se estudian y analizan ocho empresas que sirven de ejemplo para la puesta en marcha de acciones de conciliación familiar, llevadas a cabo actualmente, y, que puedan servir de implantación a otras empresas de turismo rural del interior de la Provincia de Málaga.

En este epígrafe se presenta un análisis comparativo de ocho empresas que aplican la conciliación familiar, cuatro de ellas empresas del interior de la provincia de Málaga dedicadas al turismo rural y las otras cuatro, grupos hoteleros nacionales que tienen sede en la Provincia de Málaga y dedican parte de sus hoteles al turismo rural, las cuáles sirven de ejemplo para la puesta en marcha de acciones de conciliación familiar en otras empresas de turismo rural con características similares. Las fuentes utilizadas para el desarrollo de este epígrafe han

sido, sobre todo, las páginas webs de las diferentes empresas turísticas seleccionadas, junto a entrevistas personales con los perfiles directivos de dichas empresas seleccionadas de turismo rural del interior de la provincia de Málaga.

De su estudio exhaustivo se ha obtenido toda la información necesaria para poder caracterizar cada una de las empresas analizadas, sus características, buenas prácticas y objetivos en conciliación familiar.





1 Hotel Rural Almazara

El Hotel Rural Almazara se ubica en un entorno paisajístico de ensueño, con un diseño al más puro estilo rural andaluz. En él se puede disfrutar de unas vacaciones en armonía con la naturaleza, ya que invita a la tranquilidad y el descanso entre paisajes.

Situado en la Axarquía malagueña, una de las comarcas más bonitas de España, cuya estructura arquitectónica conserva la esencia de nuestros antepasados árabes, ofreciendo toda la paz y el confort necesarios, unidos a una decoración cálida y acogedora, y, un trato cordial y personalizado.

La misión del hotel se centra en ofrecer a los huéspedes una experiencia de alojamiento única y confortable, donde puedan disfrutar de la tranquilidad de la naturaleza y la riqueza cultural de la región. Buscan fomentar el bienestar y la desconexión, garantizando un servicio excepcional y un entorno acogedor. Y, el objetivo de Carmen, dueña del hotel, es dar visibilidad de la relación que existe entre el turismo rural y el de playa, fomentando el disfrute no sólo de la naturaleza, sino de la playa también, gracias a su cercanía con el interior.

Para esta empresa, sus trabajadores/as son el principio y el final de la experiencia del consumidor, por lo que entra dentro de su filosofía el ofrecer las mejores condiciones para que sus empleados/as se sientan cómodos y felices en su puesto de trabajo, lo que hace que su desempeño sea el más óptimo y satisfactorio.

En primer lugar, este hotel prioriza contrataciones fijas o indefinidas, la estabilidad y bienestar del/de la trabajador/a es su mayor prioridad.

Otra de las medidas que se utilizan y son muy comunes en este sector son los turnos intercambiables. **Los/as trabajadores/as tienen unos turnos fijos** (semanas enteras de mañana y/o tarde) que pueden ir cambiando entre otros compañeros del mismo puesto para poder conciliar sus actividades diarias y así gestionar mejor su tiempo. En el caso de las mujeres, son muy pocas las que trabajan hasta tarde, incluyendo la noche, para mejorar la conciliación familiar con sus hijos/as.

Otra medida que utilizan es la gestión de las vacaciones. El hotel cierra al final de temporada, por lo tanto, todo el mundo disfruta de sus vacaciones durante ese mismo periodo. Además, estos meses siempre son los mismos y se informa con antelación, para que todos los/as trabajadores/as puedan organizarse.

2 Hotel Viñuela Bbou



Junto al Parque Natural de la Sierra de Tejeda-Almijara y a tan sólo unos minutos de la playa, se encuentra el Hotel BBOU, un hotel boutique andaluz. **Este hotel es un guiño a “somos boutique”, donde escuchan a sus clientes, y, además, las opiniones de estos tienen cabida en ese “Be”**, haciéndoles incorporar mejoras que contribuyan a continuar creciendo en un servicio exclusivo, impecable y de alta calidad, con el fin de proporcionar bienestar y experiencias icónicas en todo momento. Incluso, en cualquiera de los hoteles B bou, hacen de todo ello una experiencia única para sus huéspedes.

Se esfuerzan con la intención de **crear un ambiente perfecto de bienestar y tranquilidad**, dándole así la oportunidad de disfrutar al máximo de cada aspecto de su estancia a los huéspedes. Quieren que todo cliente forme parte de ese “Be” integrando y ayudando a transmitir las mejores sensaciones que experimenten, haciendo que su marca sea una referencia máxima de satisfacción y calidad.

B bou nace de la inquietud por compartir una forma diferente de viajar, sentir, disfrutar y vivir... En espacios únicos, que enamoran y llenan de sensaciones. Mucho más que la conjunción de simples hoteles en la Costa del Sol, B bou es una cadena donde cada hotel boutique en Málaga es fiel a su filosofía.

Las señas de identidad de B bou son una apuesta clara por las personas, sus clientes y el equipo que lo compone, la calidad como bandera, el cuidado del medioambiente y la seguridad en su entorno, el lujo por el detalle y la atención personalizada, guiados siempre, en cada paso, por la armonía y la pasión.

La empresa no tiene ningún certificado que premie su conciliación laboral y familiar, pero esto no significa que estén exentos de medidas que luchen por esta conciliación y el bienestar de sus trabajadores.

La mayoría de empresas del sector turístico hotelero tienden a **presentar medidas parecidas debido a su situación laboral y a la manera en la que estos negocios funcionan**. Por ejemplo, la mayoría de los puestos de trabajo de este sector tienen la necesidad de ser presenciales, debido a que los consumidores y el establecimiento se encuentran de forma física, siendo a su vez este el motivo por el cual las medidas suelen ser del ámbito de turnos laborales, tiempo libre, vacaciones, rotaciones etc...

Las medidas destacables de esta empresa son:

- **Libertad en los turnos rotativos**, existiendo la posibilidad de que compañeros en el mismo tipo de puesto de trabajo puedan elegir entre ellos su jornada, para así poder organizar su día a día según el turno rotativo elegido.
- **Las vacaciones también tienen libertad de elección según la organización que lleve la empresa**, donde la empresa pone a disposición diferentes opciones para que sus trabajadores puedan elegir sin problemas.

Las medidas adoptadas por la empresa tienen como objetivo el desempeño laboral impecable, ofreciendo a los clientes un servicio “boutique”, mientras sus empleados/as se sienten cómodos y felices, siendo este el aspecto más importante.

3 Complejo Turístico Rural La Garganta

El Complejo Turístico Rural La Garganta es un destino que **ofrece una experiencia única en la naturaleza, combinando alojamiento confortable con actividades al aire libre**. Situado en un entorno natural, se enfoca en el ecoturismo y la sostenibilidad, proporcionando a los visitantes la oportunidad de disfrutar de la belleza del paisaje, realizar senderismo, y participar en actividades relacionadas con la vida rural. Además, el complejo suele contar con instalaciones que fomentan el descanso y la desconexión, ideal para quienes buscan escapar del ajetreo urbano.

La misión de La Garganta se centra en **proporcionar a los visitantes una experiencia única y auténtica en la naturaleza, fomentando la conexión con el entorno y la cultura local, al tiempo que se promueve la sostenibilidad y el bienestar de la comunidad**. Y, la visión de ella, es intentar convertirse en un referente en turismo rural sostenible, atrayendo a viajeros /as que buscan experiencias enriquecedoras, mientras se protege y preserva el medio ambiente y se apoya el desarrollo económico de la región.

La empresa tiene entre sus certificados el Premio Nacional de Hostelería por Sostenibilidad, conseguido en 2023, un premio dado por su dedicación en respetar la naturaleza y compartir su compromiso por la sostenibilidad en todas sus acciones laborales.

El compromiso por sus trabajadores/as es mayor aún, gracias a su polivalente equipo que ayuda a que todo va sobre ruedas y todo funcione de manera eficiente. Por esta razón, La Garganta apuesta por buscar la mayor satisfacción y felicidad de sus traba-

jadores/as para obtener el mayor beneficio y rendimiento de estos.

La hostelería es un negocio muy dedicado y necesita atención constante a los consumidores debido a las posibles necesidades que estos tengan, siendo así, en la mayoría de casos, el teletrabajo no es una posibilidad, a no ser que su puesto en la empresa no depende de interactuar con los clientes.

La mayoría de medidas que pueden ser aplicadas a este sector son las conocidas por flexibilidad horaria, ya que, aunque existen otras medidas que puedan encajar en este sector, no todas las empresas tienen la oportunidad o los recursos para llevarlas a cabo debido a su nivel de trabajo o flujo de ingresos. Por ello, las medidas más sofisticadas se suelen encontrar en grandes empresas.

Continuando con La Garganta, esta empresa tiene puestos que funcionan con turnos rotativos, los cuales pueden ser elegidos e intercambiados entre trabajadores/as que desempeñen la misma función para cuadrar sus horarios laborales y familiares. Según la temporada en la que se encuentren, la empresa tiene una flexibilidad u otra, siendo la temporada alta la más rígida y viceversa.

La mayoría de estos negocios rurales funcionan según las temporadas y la mayoría de su servicio viene de la calidad de sus trabajadores/as. Es por esta y por más razones por la cual esta y más empresas **apuestan siempre por ayudar a sus empleados/as y tratarlos de la mejor manera posible para que su desempeño laboral sea óptimo**.





4 Molino del Santo

Molino del Santo es un hermoso hotel rural escondido, cerca de Ronda, Málaga. El hotel ha ganado muchos premios en los últimos años, incluyendo “Mejor hotel rural en España”, “Hotel más romántico en España”, y, en los últimos cinco años, ha sido ganador de premios de TripAdvisor.

Su oferta se extiende desde reservas para un fin de semana romántico, un tiempo para relajarse en los jardines o en la piscina, caminar o explorar el impresionante Parque Grazalema, un lugar para vacaciones en plan familiar o para celebrar un evento especial.

Molino del Santo fue una operación pionera en la región de Andalucía y todavía se considera un buen ejemplo de cómo dirigir un hotel pequeño con éxito. Además de, aprovechar las estructuras, ha sabido mantener a la perfección un diseño típico andaluz. Benaoján es un pueblo blanco típico de Andalucía en la Región de Málaga y más específicamente Ronda. Como no podía ser de otro modo, mantuvieron el estilo de la zona y ahora cuando uno se pasea por los jardines del hotel parece que lo haga en un pueblo blanco en medio de un oasis.

Esta empresa no tiene ningún certificado sobre conciliación laboral, sin embargo, está en activa búsqueda por ofrecer a sus trabajadores/as las mejores condi-

ciones posibles en el sector de la hostelería. Apuestan por encontrar la mayor satisfacción empresarial para conseguir los mejores resultados de cara al cliente, siendo estos dos aspectos esenciales para la empresa.

Las medidas de conciliación que practican con sus empleados/as se centran especialmente en las medidas de personalización temporal:

→ **La medida más común en Molino del Santo es el poder escoger el turno rotativo, para dejar libre el horario que mejor convenga al trabajador/a,** además de, poder intercambiar con sus compañeros de trabajo la jornada, si estos desempeñan la misma función.

→ **Otra de las medidas más utilizadas es la capacidad de escoger sus vacaciones.** Al ser un negocio que funciona por temporadas, los/as trabajadores/as pueden elegir entre diferentes temporadas el cómo gestionar sus vacaciones, siempre y cuando no coincidan con temporadas altas o la empresa tenga un motivo de peso para no poder concederlos.

Estas medidas fundamentales existen buscando la efectividad laboral del trabajador/a habituando su jornada laboral para sacar el máximo rendimiento en esta, buscando ofrecer el mejor servicio para el cliente.

5 Meliá Hotels International

Meliá Hotels International es una de las principales cadenas hoteleras del mundo, originaria de España. Fundada en 1956, la empresa opera una **amplia variedad de hoteles y resorts en destinos clave alrededor del mundo**, desde propiedades de lujo hasta opciones más asequibles.

La empresa es conocida por su enfoque en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, lo que la ha posicionado como una de las **cadenas hoteleras más reconocidas a nivel global**.

La misión empresarial es ofrecer experiencias únicas y memorables a sus huéspedes, a través de un servicio excepcional y una atención personalizada en un entorno de calidad. La empresa se compromete a promover el bienestar de sus empleados/as, la sostenibilidad ambiental y el desarrollo de las comunidades locales en las que opera. Y, la visión es ser la cadena hotelera líder en el mundo en el segmento de ocio y negocios, **reconocida por su innovación, sostenibilidad y calidad del servicio. Aspiran a crear un impacto positivo en el sector turístico**, fomentando un turismo responsable y sostenible que beneficie tanto a los huéspedes como a las comunidades locales.



Meliá Hotels International cuenta con varios certificados y reconocimientos que destacan su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad social. Algunos de los certificados más relevantes incluyen:

- **Certificado de Turismo Sostenible**: Reconocimientos que validan sus prácticas responsables en el sector turístico.
- **Green Key**: Este certificado ambiental se otorga a hoteles que cumplen con criterios de sostenibilidad y responsabilidad ecológica.
- **Travelife Gold**: Un programa de sostenibilidad que reconoce a las empresas turísticas que cumplen con estándares altos en sostenibilidad social y ambiental.

Meliá implementa diversas medidas de conciliación laboral para promover un equilibrio entre la vida personal y profesional de sus empleados. Algunas de estas medidas incluyen:

- **Horarios Flexibles**: donde los/as trabajadores/as pueden gestionar su jornada laboral
- **Teletrabajo**: En ciertas posiciones, permiten el trabajo remoto
- **Programas de Bienestar**: Implementan iniciativas que fomentan la salud y el bienestar
- **Licencias y Permisos**: Ofrecen políticas de licencias y permisos adaptadas a situaciones familiares, como maternidad, paternidad y cuidado de familiares.
- **Formación y Desarrollo**: Proporcionan oportunidades de capacitación y desarrollo profesional, lo que ayuda a los/as trabajadores/as a crecer en sus carreras mientras gestionan su vida personal.
- **Apoyo a la Crianza**: Programas que facilitan la conciliación de la vida familiar, como guarderías o apoyo en la búsqueda de centros educativos.

Estas medidas reflejan el compromiso de Meliá Hotels International con el bienestar de sus empleados/as, buscando crear un ambiente laboral positivo y productivo.

6 Iberostar Group

Iberostar Group es una destacada cadena hotelera española fundada en 1986, con una fuerte presencia en el sector turístico internacional. **La empresa se especializa en la gestión de hoteles y resorts**, ofreciendo una variedad de experiencias de alojamiento en destinos vacacionales clave en Europa, América Latina y el Caribe.

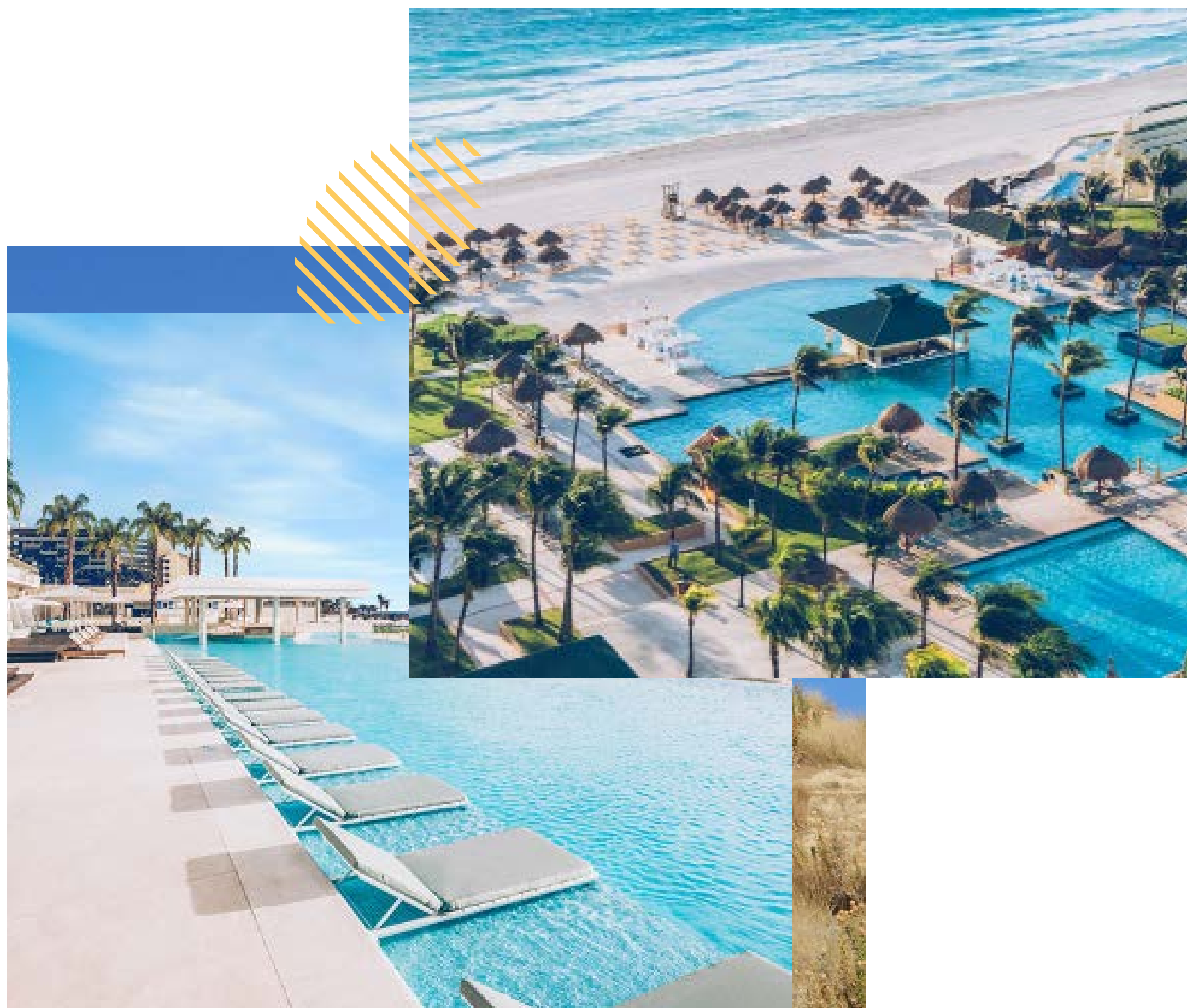
Su misión es ofrecer experiencias de viaje memorables y sostenibles a sus huéspedes, creando un **entorno donde la hospitalidad, la calidad y la innovación se unen**. La empresa se compromete a proteger los destinos turísticos y promover un turismo responsable que beneficie tanto a los/as viajeros/as como a las comunidades locales. Y, la visión de la empresa es ser un líder global en la industria hotelera, reconocido por su compromiso con la sostenibilidad y la excelencia en el servicio. Aspiran a transformar el turismo en una fuerza positiva para el medio ambiente y las comunidades, promoviendo un futuro más sostenible y responsable en el sector.

La entidad cuenta con **varios certificados y reconocimientos que reflejan su compromiso con la calidad**, la sostenibilidad y la responsabilidad social. Algunos de los más destacados incluyen:

- **Green Key**: Certificado ecológico que se otorga a hoteles que cumplen con estrictos criterios ambientales.
- **Travelife Gold**: Reconocimiento que valida su enfoque en prácticas sostenibles y responsables en el turismo.
- **Certificación de Accesibilidad**: Algunos hoteles de la cadena tienen certificaciones que aseguran que sus instalaciones son accesibles para personas con discapacidad.
- **Biosphere Certification**: Este certificado, otorgado por el Instituto de Turismo Responsable, reconoce el compromiso de Iberostar con la sostenibilidad en el turismo.

En materia de conciliación y organización del tiempo de trabajo, aplican las disposiciones que estipulan los convenios colectivos aplicables en cada lugar de operación y las legislaciones que establecen los países en los que opera el Grupo. Además, implementan medidas específicas para favorecer la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de sus empleados/as. Por ejemplo, en algunos de los hoteles en España se establecen medidas como horas mensuales para acompañar a hijos e hijas menores a médicos especialistas y se gestiona la solicitud de movilidad geográfica voluntaria cuando el trabajador o la trabajadora necesite realizar el cuidado de personas dependientes. Además, se aceptan las reducciones de jornada por guarda legal y se conceden todos los permisos retribuidos regulados en los Convenios Colectivos de aplicación.

Estas medidas reflejan el compromiso empresarial con el bienestar de sus empleados /as, creando un ambiente laboral positivo y productivo, maximizando su trabajo y su empeño en él.



7 Hoteles NH

NH Hoteles es una cadena hotelera española que forma parte del grupo NH Hotel Group. Fundada en 1978, se **especializa en ofrecer alojamiento de calidad en Europa y América Latina**. Los hoteles de NH son conocidos por su diseño moderno, confort y servicios orientados a los/as viajeros/as de negocios y turistas. La cadena ofrece diferentes marcas, como NH Collection y NH City Center, adaptándose a diversas necesidades y presupuestos. Además, NH se destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la mejora continua de la experiencia del cliente.

La misión se centra en proporcionar experiencias memorables y un servicio excepcional a sus huéspedes, enfocándose en la calidad, el confort y la satisfacción del cliente. En cuanto a la visión, NH busca ser líder en el sector hotelero en Europa y América Latina, destacándose por su innovación, sostenibilidad y el desarrollo de relaciones duraderas con los clientes. La empresa también se compromete a adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado y a contribuir positivamente a las comunidades en las que opera.

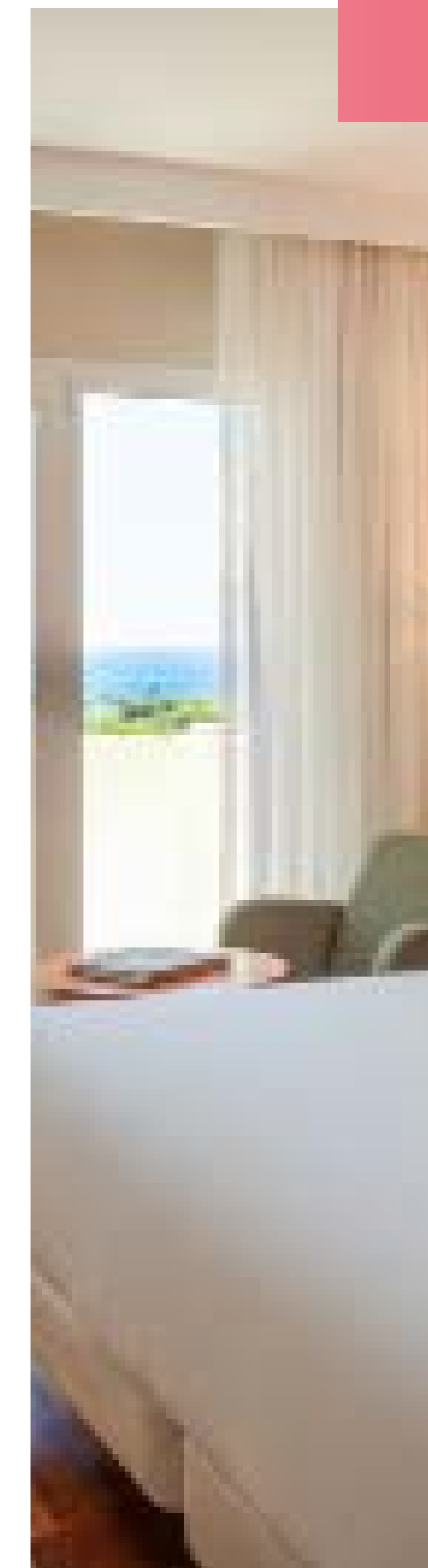
NH Hoteles ha obtenido varios certificados importantes que reflejan su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la seguridad. Las certificaciones más relevantes que tiene la empresa son:

- **Safe Travels**: Certificación de la WTTC que garantiza protocolos de salud y seguridad en respuesta a la pandemia.
- **Biosphere Responsible Tourism**: Reconocimiento por su enfoque en el turismo responsable y sostenible.
- **Green Key**: Certificación que distingue a los hoteles que cumplen con altos estándares de sostenibilidad ambiental.

Aunque no se puede afirmar que la Compañía dispone de una política de desconexión como tal, sí que su cultura continúa evolucionando hacia un modelo más flexible, en la que las personas pueden disfrutar de mayores facilidades en cuanto a la gestión del tiempo, y el desarrollo de su trabajo en entornos adaptados a sus actividades y con las herramientas necesarias.

El proyecto, denominado “New Way of Working”, se estructura en torno a tres ejes de actuación:

- **Redefinición y adecuación de los espacios físicos de la oficina** según las necesidades de los/as empleados/as
- **Nuevos equipos y sistemas tecnológicos** que facilitan la flexibilidad
- **Nueva cultura de trabajo flexible** tanto en horarios como en lugar de trabajo





De esta forma, en las oficinas corporativas de NH Hotel Group se ha definido la figura de los Majors o Alcaldes con la finalidad de facilitar la gestión del cambio, la comunicación, la involucración de los/as empleados/as y la resolución de preguntas. Estos 7 Majors representan a cada uno de los barrios o áreas de las oficinas (Comercial, Marketing, Recursos, Operaciones, Finanzas y Comunicación) y tienen las siguientes funciones:

- **Representar a su área en las reuniones semanales del Enhgagement Team**, equipo responsable del NH Enhgagement Commitment en las oficinas corporativas.
- **Canalizar posibles peticiones**, sugerencias o propuestas de mejora que se hayan generado en sus respectivas áreas y transmitirlos al Human Resources Business Partner (HRBP).
- **Proponer nuevos planes de acción**, con medidas tanto locales como transversales, a partir de los resultados de la Encuesta de Clima.
- **Consensuar las medidas propuestas con dos sponsors -Directivos de especial relevancia en la Compañía-** para recabar su feedback y buscar su apoyo en la presentación del Plan de Acción.
- **Presentar ante el CEO y en el Comité de Dirección el Plan de Acción elaborado.**
- **Hacer seguimiento de la implantación de las diferentes medidas en sus barrios y proponer, en caso de ser necesario, medidas correctoras.**
- **Tomar el pulso del clima de forma semanal.**
- **Sondear cómo las diferentes medidas lanzadas por Recursos Humanos son percibidas por sus compañeros.**

Desde 2010 que se firmó el Plan de Igualdad en España, en NH Hotel Group se han puesto en marcha varias medidas de corresponsabilidad en materia de conciliación:

- **Concesión de permisos retribuidos por el tiempo imprescindible para las trabajadoras en tratamiento de técnicas de reproducción asistida.**
- **Garantía de un permiso retribuido para las gestiones previas a las adopciones internacionales con una duración máxima de 2 días.**
- **Posibilidad de una excedencia de 4 a 6 meses para las personas en trámite de adopción internacional.**
- **Preferencia en la movilidad geográfica por motivos de cuidados de personas dependientes (menores y familiares).**
- **Uso e impulso de nuevas tecnologías de la información siempre que sea posible**, para evitar continuos viajes y desplazamientos.
- **Posibilidad de unir el permiso de paternidad a las vacaciones**, para facilitar el desplazamiento del otro progenitor/a cuando el hijo/a haya nacido fuera de España.
- **Los/as empleados/as con derecho a reducción de jornada podrán ejercer ese derecho y la adaptación horaria acumulando el periodo de reducción a los días completos cuando el causante viva en el extranjero**, este periodo se podrá disfrutar de forma ininterrumpida y acumulando en su caso a las vacaciones.
- **Reconocimiento de todos los permisos de pareja de hecho**, incluido un permiso remunerado igual al de matrimonio siempre que se acrediten.
- **Igualdad de mérito y capacidad entre varones**, adoptar medidas de acceder a procesos de promoción para aquellos que hayan disfrutado de permisos, suspensiones de contrato o excedencias por cuidados de personas dependientes.

Estas medidas buscan crear un ambiente laboral más equilibrado y satisfactorio, mejorando la calidad de vida de los/as empleados/as .



8 Fuerte Group Hotel

Fuerte Group Hotels es una cadena hotelera española con una sólida presencia en la costa andaluza, especialmente en la provincia de Málaga. Fundada en 1957, **se caracteriza por ofrecer un servicio de alta calidad y una experiencia centrada en la sostenibilidad y la cultura local**. Estos hoteles suelen estar ubicados en entornos naturales privilegiados, combinando el lujo con la tradición andaluza. Sus instalaciones incluyen spas, restaurantes que destacan la gastronomía local y actividades de ocio para todas las edades. Además, la cadena se ha comprometido con prácticas sostenibles, buscando minimizar su impacto ambiental y promover el turismo responsable.

Su misión es proporcionar experiencias únicas y memorables a sus huéspedes, **ofreciendo un servicio de alta calidad y un entorno acogedor**, al mismo tiempo que se promueve la sostenibilidad y el respeto por la cultura y el entorno local. Y, su visión es ser una cadena hotelera líder en el segmento de turismo sostenible, reconocida por su dedicación a la excelencia en el servicio, la innovación y la conservación del patrimonio cultural y natural de Andalucía, buscando siempre la satisfacción de sus clientes y el bienestar de sus empleados/as.

La empresa **ha obtenido el certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable)**, lo que refleja su compromiso con la conciliación de la vida laboral y personal de sus empleados/as.

Este reconocimiento indica que la cadena ha implementado políticas y prácticas que facilitan el equilibrio entre las responsabilidades laborales y las necesidades familiares de su equipo. Este certificado resalta el compromiso de Fuerte Group Hotels no solo con la calidad del servicio, sino también con el bienestar de su personal, lo cual es esencial para una gestión empresarial responsable y sostenible.

También ha implementado varias medidas de conciliación laboral para favorecer el equilibrio entre la vida personal y profesional de sus empleados/as. Entre el total de 30 medidas, destacan:

- **Seguro de salud familiar a precio reducido**
- **Ayudas económicas para gimnasios, guarderías y libros escolares**
- **Programas para la salud mental y mejoras ergonómicas en el lugar de trabajo.**

Estas medidas reflejan el compromiso de Fuerte Group Hotels con la responsabilidad social y el bienestar de su equipo, contribuyendo a un ambiente laboral positivo y productivo.



6

**Entrevistas a mujeres empresarias
del interior de la Provincia de Málaga**

Visión De 13 Mujeres Profesionales Y Empresarias Sobre La Situación Actual Y Futuro De La Mujer En La Actividad Turística En El Interior De La Provincia

La investigación cualitativa que a continuación se expone, se configura como un eje importante del presente estudio ya que **ilustra la visión que las distintas mujeres entrevistadas, profesionales y empresarias**, tienen acerca de la situación actual y el futuro de la mujer en la actividad turística del interior de la Provincia de Málaga, además de, otros aspectos analizados como la conciliación familiar y el emprendimiento y empoderamiento femenino.

El proceso de investigación se ha llevado a cabo a través de una serie de entrevistas personales con mujeres profesionales y empresarias seleccionadas a lo largo y ancho de toda la geografía del interior de la Provincia, contando con representación de cada una de las comarcas y de los distintos subsegmentos que conforman la industria turística. Estas entrevistas fueron realizadas durante el mes de septiembre de 2024. El objetivo principal del presente estudio es ofrecer una visión del protagonismo de la mujer en el mundo del Turismo de Interior.



La recogida de la información se realizó en base a 13 entrevistas personales con mujeres profesionales y empresarias, que intervienen en la actividad del Turismo Rural, desde empresarias de turismo activo, dueñas de alojamientos rurales, agencias de viajes, guías turísticas, productoras artesanales locales, entre otras actividades. Los aspectos claves tratados en las reuniones personales han sido:

1. **Recorrido personal y profesional hasta conseguir tener su propia empresa.**
2. **Y sobre su empresa, ¿a qué se dedica?, ¿cuáles son los servicios que ofrece?, ¿cómo fueron los inicios y en el punto en el que se encuentra actualmente?**
3. **¿Qué le motivó a emprender en este negocio? ¿Qué significa para usted este emprendimiento o en general emprender en un negocio?**
4. **¿Tiene objetivos a futuro? ¿cuáles serían esos mismos?**
5. **¿Cuál cree que es la situación actual de la mujer en la actividad turística en el interior de la Provincia de Málaga? ¿Considera que ha evolucionado el empleo femenino en el turismo del interior? ¿Cuáles crees que son las ventajas y desventajas del mismo?**
6. **¿Considera el emprendimiento femenino un punto importante y favorable para la actividad turística en el interior de la provincia de Málaga?**
7. **¿Considera que la mujer se ha empoderado en estos últimos años? Podría darnos ejemplos de ello**
8. **¿Cuál es su punto de vista sobre la conciliación familiar de la mujer en el turismo del interior?
¿Conoce empresas Family Friendly? Podría dar un ejemplo.**
9. **Tendría alguna propuesta de mejora en cuanto a la conciliación familiar de la mujer en esta actividad.**
10. **¿Cuál cree que es el futuro de la mujer en la actividad turística en el interior de la Provincia de Málaga?
¿Y en ámbito general, es decir, misma o distinta actividad en otra ubicación?**
11. **Finalmente, si una mujer quisiera emprender ¿qué le diría/aconsejaría?**



Elena González Gil

Aventúrate Sierra De Las Nieves, Tolox Turismo Activo



Elena desde bien pequeña era aficionada al Turismo Activo y la naturaleza, hasta tal punto que, con tan sólo 15 años ya realizaba actividades de turismo activo con el Ayuntamiento de Málaga y su sueño era estudiar para ser guía turística. Sin embargo, la inestabilidad y estacionalidad, además del poco beneficio resultante de este trabajo, le complicaba dedicarse a ello.

El tema económico era un hándicap en su futuro, debido a que pertenecía a una familia numerosa, con cuatro hermanos y muy humilde. Por ello, sus padres se esforzaron para que Elena estudiara, sin embargo, no podían costear unos estudios que no tuvieran salida profesional. Por ello, decidió estudiar Administración de Empresas, la que le dio trabajo durante unos años, hasta que consiguió ahorrar lo necesario para poder dejar este mismo y emprender en su propia empresa, y, en definitiva, su sueño.

Para poder emprender, Elena necesitaba el título de Técnico en conducción de actividades físicas y deportivas en el medio natural, por ello mismo, se propuso solicitar la inscripción en el mismo, pero sin éxito. Ese primer año no fue aceptada en dichos estudios y tuvo que esperar un año más, hasta poder inscribirse en el mismo.

Una vez desarrollados dichos estudios y con su título de Técnico, **comenzó a trabajar para el Ayuntamiento de Tolox como Dinamizadora de Juventud durante 3 años.** Además, combinaba esto mismo con trabajos para otras empresas, formándose y aprendiendo todo lo necesario, para montar su propia empresa.

Elena colaboraba con muchísimas empresas de turismo activo, sin embargo, el turista no visitaba su entorno. Por lo tanto, este detalle fue el que marcó la diferencia y engrandeció su sueño, emprender en Sierra de las Nieves, su territorio, y, además, dónde nadie trabajaba este tipo de actividad hasta el momento.

En 2011 comenzó su sueño, y hasta el momento, continúa con él trabajando y sobreviviendo de lo que realmente le apasiona, el turismo activo y la naturaleza.

Aventúrate Sierra de las Nieves, su negocio, ofrece servicios tanto de turismo activo y naturaleza, como actividades de educación ambiental. Los servicios que ofrece son en cuanto a turismo activo; descenso de cañones y barrancos, espeleología, senderismo, escalada, vías ferratas, rutas en bicicleta eléctrica y 4x4, etc. Además, incluye actividades de educación ambiental a colegios, grupos y asociaciones de divulgación.

La motivación principal que le llevó a emprender en este negocio fue el tema del autoempleo, dedicarse a lo que le gustaba y dar a conocer todo su territorio.

Emprender para ella significa superación, realización, ser capaz de conseguir todos los objetivos que te propongas mediante el crecimiento y la superación profesional y personal. En definitiva, emprender es un reto que Elena decidió tomar.

Pese a las desventajas que esto le supone a Elena, como son la parte de conciliación familiar, ya que en muchas zonas rurales hay falta de servicios, como guarderías, comedores, etc. Incluso, el marketing y la promoción es más complicado, en comparación a la costa. Las ventajas hacen que pueda llevar a cabo su sueño, ya que en estos pueblos la cercanía apoya en la crianza y evolución de los niños, además del lugar idóneo dónde se desarrollan de manera libre. **Un punto a favor es la poca oferta actual y competencia actual.**

La conciliación familiar es un hándicap en la actividad profesional de la mujer en el turismo de interior, Elena afirma que si no se tiene una red familiar/vecinal que apoye, sería imposible conciliar la vida laboral y personal en el interior. Debido a las desventajas comentadas, como son la falta de servicios, junto con los horarios fluctuantes que tienen este tipo de trabajos.

Elena ofrece una propuesta de mejora para conciliar en esta actividad que es, incluir infraestructuras mínimas para servicios que ayuden a la conciliación familiar de la mujer en el interior de la provincia.

Actualmente, **Elena es madre de tres niños, dedicada a su cuidado y a continuar haciendo crecer su sueño.** Sin embargo, el autoempleo, en ocasiones, es difícil de conciliar, y, sobre todo, esta estacionalidad comentada, ya que el verano es el momento de mayor demanda, y justamente, cuando los niños se encuentran en vacaciones.

Pese a ello, **Elena se encuentra dónde quiere estar, ya que está cumpliendo su sueño**, es cierto que durante el verano trabaja mucho, pero en invierno se sobrevive gracias al verano que ofrece bastante demanda turística. Por ello, en invierno intenta dedicar todo el tiempo posible a su familia, llevando a cabo servicios de actividades escolares y/u otros programas para colegios, de menor grado de implicación.

En un futuro, le gustaría seguir manteniendo la actividad como hasta ahora, sobreviviendo, pero ampliando el negocio, siempre y cuando la situación familiar lo permita.

En cuanto a la situación actual de la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga, **Elena considera que este sector está aún bastante masculinizado**. En su opinión, cree que hay muy pocas mujeres dedicadas a ello, pero que cada vez son más, y, las que se dedican a ello, son muy buenas.

“La mujer trata de destacar cada día más en el trabajo que realiza”

“Cada día, son más las mujeres que se atreven a emprender en este tipo de turismo”

Elena considera el emprendimiento en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga como básico y necesario para el crecimiento de los núcleos. En este caso, la mujer es muy importante, porque lo que hace, lo hace muy bien.

“Cada vez hay más mujeres empoderadas, siendo conscientes de lo que somos capaces de hacer, por lo tanto, sintiéndonos más realizadas”

En el subsector alojamiento rural, encontramos varios ejemplos de mujeres empoderadas, creciendo y mejorando sus servicios, como son las mujeres que trabajan a diario para tener sus alojamientos turísticos perfectos, impecables y con los mínimos detalles. Otros subsectores que dominan mujeres actualmente, son las queserías, ganaderías, agricultores, etc. En estos antiguamente la mujer se encontraba a la sombra, desde hace unos años en adelante, se ven ellas más como dueñas de los negocios.

El futuro de la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga a seguir creciendo gracias al desarrollo turístico de estas en entornos rurales. Gracias a que este tipo de actividad no te requiere en un horario fijo, sino flexible, con capacidad de organización y libertad

“Esta actividad tiene mayor rentabilidad con menor esfuerzo, aparentemente.”



El consejo que le daría Elena a otra mujer que quisiera emprender sería:

“Si es tu objetivo, lúchalo y ve a por ello. Pero estudia previamente todas las posibilidades, recorrido y hasta dónde puedes llegar, invirtiendo todos tus recursos.”

María José Caravaca, estudió turismo en la UMA, pero su vida laboral siempre había estado enfocada a trabajar en oficinas de turismo como recepcionista. Estuvo trabajando tanto en la oficina de Nerja como Frigiliana. Sin embargo, justo el año antes de la pandemia COVID-19, comenzó como guía en Fundación Cueva de Nerja.

Debido a la incertidumbre que produjo esta pandemia, el primer verano posterior al mismo, todas las oficinas turísticas estaban trabajando bajo mínimos, e incluso, se dejaron de hacer muchas de las excursiones turísticas por la reducción de grupos y la facilidad de contagio de dicha enfermedad.

María José, en este momento necesitaba trabajar en algo relacionado con sus estudios, turismo, tenía una edad superior a 50 años y sabía que iba a ser complicado poder entrar en procesos de contratación.

Por ello mismo, decidió tomar riendas en el asunto y emprender como autónoma en el negocio de guía turística. **Ella, es guía turística de grupos, empresas de incentivos, empresas de cruceros (tanto en Motril como en Málaga y hace visitas regulares a Frigiliana).**

Por otro lado, considera que es un trabajo complicado, ya que nunca se tiene una estabilidad. Lleva ya bastantes años en este oficio, y, todavía se está dando a conocer.

Sin embargo, para facilitarse el trabajo, **se ha inscrito a la asociación de Guías de Turismo Cultural de Málaga**, para poder recibir y dar apoyo entre los compañeros inscritos. Esta asociación está dirigida por una mujer quién recibe la demanda de servicios y reparte dicho trabajo en función al segmento dedicado por la guía. Esta asociación les ayuda y garantiza un trabajo estable, ya que una persona sola es complicada crecer, por muy buena que sea.

**María José
Caravaca Ruíz**

Frigiliana Tours
Guía Turístico

María José no tiene objetivos a largo plazo, para ella es muy complicado definirlos. Sus objetivos son a medio plazo, mes a mes, conseguir el dinero para poder cubrir los gastos mensuales.

“El turismo es muy inestable, este mundo es muy complicado, mi objetivo a corto-medio plazo es sobrevivir.”

Emprender para María José ha significado y significa realizarse dentro del mercado laboral, eliminando barreras que te pone el mismo mercado. Para ella, el emprendimiento femenino es un punto importante y favorable para la actividad turística del interior de la provincia de Málaga, ya que la visión de las mujeres es muy interesante, agradable y conecta muy bien con el turista. Sin embargo, considera que deberían tener más ayudas para poder trabajar mejor.

La situación actual de la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga, según María José, es muy complicada debido al exceso de burocracia exigida. Sin embargo, considera que se ha evolucionado, se contratan más mujeres y hay más de ellas que deciden emprender como autónomas.

“La labor de los CADE es excelente, sin embargo, sólo al nivel de trámites rápidos y sencillos. Los trámites más extensos como subvenciones requieren mucha burocracia sin éxito.”

El emprendimiento femenino tiene como ventaja la flexibilidad horaria, ya que te permite gestionar tu propio tiempo. Sin embargo, esto puede llegar a ser una trampa para ti misma, ya que nunca tienes tiempo porque siempre estás ocupada. Otra desventaja de lo mismo es la inestabilidad, si no se tiene claro un plan de actuación es difícil mantenerse.

“

Hay mucho futuro y muy abierto para la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga

”

En cuanto a la conciliación familiar, para María José, no existe esta misma como autónoma emprendedora. Considera que siendo una persona sola, es muy complicado poder conciliar sin ayuda. Como propuesta de mejora a ello, **considera que sería útil facilitar ayudas a emprendedoras para tareas que no incurren en el desarrollo de trabajo, como son las RRSS**, web u otros temas de este estilo. Ya que el coste de agencias encarece y si pudiesen tener esta facilidad que les apoye en ciertos temas, tendrían tiempo para conciliar.

Pese a ello, **María José opina que hay mucho futuro y muy abierto para la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga.** Ya que hay un turismo internacional muy bueno, demandando productos reales y muy positivo. Pero ha y que procurar que las personas dedicadas a todo ello no se aburran de hacerlo. Por ello, es necesario que las administraciones locales acoten, regulando el número, afluencia y forma de trabajar con el turismo.

María José, si una mujer quisiera emprender lo primero que le aconsejaría es que tenga muy en cuenta si la empresa en la que quiere emprender tiene mucho coste. En segundo lugar, que tenga una buena base económica de mínimo dos años para poder hacerlo. Y, por último, que se informe y forme de todo lo necesario mediante el uso de CADE y centros de emprendimiento. Para ella son lo mejor de las administraciones en el interior.



Carmen Costa

Hacienda Mellado

Casa rural en Lagar, para retiros y



Carmen nació y se crió en Barcelona. **Geóloga de profesión, se dedicó durante casi treinta años al mundo de las aguas, principalmente como funcionaria del Ministerio de Medio Ambiente.** Hace 25 años comenzó a practicar yoga debido a sus dolores de espalda, y su mejoría fue tan grande que decidió profundizar en la práctica y estudiar todo lo relacionado con el yoga para poder ser profesora. Posteriormente, montaría su propia escuela de yoga en Málaga ciudad.

Carmen, además, proviene de una familia peculiar. Sus padres eran miembros de la Sociedad Naturista-Vegetariana de Barcelona, y la han criado siguiendo el naturismo e higienismo, con comida natural, cuidando la combinación de alimentos, sin medicamentos y practicando el ayuno terapéutico.

Mientras dedicaba su vida al medio ambiente como funcionaria y a enseñar en su escuela de yoga, su vida dio un vuelco, y **en 2015 decidió poner en marcha su ilusión: una casa rural en plena naturaleza donde crear un centro de retiros**, para dar clases de yoga enseñar a comer bien. Fue entonces cuando pidió una excedencia en su trabajo de funcionaria, cerró la escuela de yoga, y buscó una finca para desarrollar lo que siempre había sido su sueño.

Carmen encontró una finca en los montes de Cártama, Hacienda Mellado, con un antiguo lagar de unos 300 años de antigüedad, rodeado de un gran espacio natural. Un lugar perfecto para poder emprender su sueño. Se puso manos a la obra para llevar a cabo la rehabilitación del antiguo lagar. Tras terminar la obra de rehabilitación, se está alquilando el espacio a otros grupos para retiros, mientras Carmen prepara sus propias actividades, y, de esta

“Necesitaba crear algo propio, es un impulso que parte desde mi alma hacia el exterior, sin pensar

”

Actualmente, se encuentra centrada en su proyecto de actividades, al que ha denominado “El Club de la Buena Salud”, que contará con actividades mixtas online y presenciales. Este proyecto tiene como objetivo fomentar hábitos saludables para mejorar el bienestar físico y mental, mediante una alimentación natural, la práctica del yoga, y actividades al aire libre para reconectar con la naturaleza. Su misión es crear una comunidad dedicada a mejorar la calidad de vida de sus miembros mediante un enfoque integral de salud.

Una parte importante es el acompañamiento personalizado, para ayudar a quien lo necesite a incorporar los hábitos saludables a su quehacer cotidiano, adaptándolos a sus horarios, a su constitución, y a sus preferencias.

Para un futuro próximo, Carmen está preparando la creación de la comunidad “El Club de la Buena Salud” así como las diferentes actividades online y en la casa rural Hacienda Mellado.

En cuanto a la situación actual de la mujer dentro del turismo de interior de la provincia de Málaga, Carmen considera que en el mundo rural se sigue teniendo una mentalidad en la que no se es consciente de que una mujer pueda emprender y montar un negocio sola, y cuando esta gente se percata de ello, se sorprende. Pese a esto, las mujeres siguen adelante y están haciendo muchas cosas, aunque sea en medio de esta mentalidad.

Algo que nos diferencia frente a los hombres es que **“Las mujeres emprendemos desde una especie de deseo interior, mientras que el hombre tiene más en cuenta que sea rentable”**. Además, otra desventaja para ambos sexos es el papel de la administración y su falta de apoyo en el medio rural cuando se quiere emprender en turismo. La burocracia es demasiado lenta y los trámites para solicitar ayudas son enrevesados, apoyando a las empresas grandes más que a las pequeñas.

La mujer se ha empoderado en estos últimos años. Carmen puede verlo día tras día a través del grupo al que pertenece de Andalucía Lab de Marbella, este grupo turístico contiene a casi 300 mujeres de Andalucía haciendo cosas maravillosas en referencia a actividades turísticas.

“El emprendimiento femenino es muy importante y favorable para la actividad turística en el interior de la provincia de Málaga porque aporta alma”

Muchos de los subsectores del turismo de interior están liderados por mujeres, el turismo gastronómico, ecológico, actividades de bienestar, etc.

“La mujer se está empoderando y creciendo en el sector turístico, su sector. La mujer tiene la capacidad de acoger a los demás. Todo esto hace que esté aquí bien ubicada. El tema del bienestar está en auge, así que la mujer seguirá creciendo.”

En cuanto a la conciliación familiar, Carmen nos cuenta que el trabajo de una emprendedora es 24/7, por lo tanto, es un tema difícil. Sin embargo, conoce casos de mujeres que han emprendido para poder conciliar con su familia, ya que consideran preferible trabajar para una misma y en casa. Les ayuda a organizarse y a adaptarse a los horarios, gracias a la mayor flexibilidad horaria.

A una mujer que quiera emprender, Carmen le diría:

“Que se deje llevar por el corazón, pero que haga números. Busque un equilibrio entre su deseo y la realidad factible”

”



Mónica Megías Megías

HERES EVENTOS

Viviendas de alquiler turístico y empresa de eventos

En esta ocasión os presentamos a **Mónica, una emprendedora de Antequera (Málaga), que, aunque siempre llevó en la sangre lo de emprender**, la vida y la oportunidad no la tuvo hasta ya entrados los 40. Sus comienzos fueron de lo más diverso, trabajando en un supermercado, sector, que una vez lo dejó, nunca se planteó volver, pero si considera que fue un canal para saltar a la vida laboral y poder ahorrar para casarse y montar su hogar. Una vez acabada esta etapa, se dedicó a estudiar y no había terminado sus estudios superiores, cuando le surgió trabajar en una franquicia de tiendas de bebe. Puesto de trabajo donde estuvo más de 20 años y que le ayudo a crecer como persona y como profesional. Después de todo este tiempo, sintió que había tocado techo y que no podría crecer profesionalmente como le gustaría y decidió abandonar la central de compras. Quiere agradecer a través de este artículo tanto a sus socios como a su jefe todo lo que le han enseñado y en la mujer que se ha convertido hoy en día.

Mónica se encontró frente a una realidad que era la de tener que buscar trabajo, cosa, que nunca había tenido que hacer, y esta vez sí, se planteó montar una empresa de alquiler vacacional. Lo primero que hizo fue asesorarse, pero no lo tuvo nada fácil, la legislación por aquel entonces tenía muchas lagunas, no había leyes concretas en este ámbito, no conocía el mundo y por supuesto no conocía las plataformas informáticas con las que tendría que trabajar, pero eso no fue impedimento para comenzar con la actividad. Llego a gestionar hasta 12 propiedades ella sola, en su gestión, entrega de llaves, y limpieza. Un 360° de la actividad los 365 días del año. Llego un día, en que se dio cuenta, que no tenía vida, ya que el turismo y en particular la gestión de viviendas es muy sacrificado y tenía sus hijos y su familia bastante desatendida.

Fue entonces cuando decidió quedarse con una única propiedad propia, que ha sido como su colchón de salvamento económico en muchos momentos (mientras encontraba un nuevo trabajo, en épocas más complicadas económicamente hablando, etc). Con los años, y aun trabajando en diferentes sitios como de comercial en Cadena Ser (época en la que pilló el covid y fue bastante complicado buscar clientes porque todo el mundo estaba cerrado), hasta dejarlo y trabajar en una empresa de unos amigos de distribución de chupetes personalizados y finalmente de directora de una clínica dental (sí, aunque os parezca raro, es bastante atrevida, y las oportunidades no las deja pasar, aun no conociendo el sector), pero como nos dice ella, si no se prueban las cosas, nunca se sabe si puede funcionar o no. En este caso, quiere agradecer a todas estas empresas por su apoyo incondicional. Con el tiempo decidió embarcarse en otras dos propiedades vacacionales propias.

Llegó el momento que su inquietud por nuevos retos, le llevó a montar algo que había estado haciendo en la franquicia durante muchos años y que con ayuda de su amiga Yolanda montaron como socias la empresa Heres Eventos. Empresa especializada en organizar cualquier evento B2B B2C, así como eventos para instituciones como son los ayuntamientos.

Nunca se llegó a plantear verse con tantos huevos en tantas cestas, pero la vida la ha llevado donde está ahora, **gestionando tres propiedades y llevando la empresa de organización de eventos**. Ambas con ayuda y colaboración de otras personas. Quiere recalcar que todos estos proyectos no se pueden llevar sola, que se necesita ayuda para llevarlos a cabo, por ello tener una socia en la empresa de eventos.

Mónica siempre ha emprendido por necesidad económica, pero por encima, ha estado la necesidad personal de crecer laboralmente, mujer bastante humilde pero ambiciosa a la vez por crear de la nada un negocio y ser referente en su sector. Estudia, aprende, se equivoca y vuelve a levantarse constantemente y sobre todo, no tiene miedo. Miedo serio quedarse en casa esperando a que la llamen para trabajar. Sin duda, le gusta la libertad de su tiempo y por ello, también se gusta emprender, le gusta gestionar su propio tiempo, siendo libre de hacer lo que quiere y estableciendo sus propias prioridades.

Actualmente, **la empresa de Mónica se encuentra totalmente en crecimiento**, aunque a nivel turístico ya está madurado, los eventos están en etapa de crecimiento total, por ello aspira a las nuevas oportunidades que la vida le dé, ¿que es una nueva gestión de vivienda vacacional? pues la cogerá si la vivienda es diferente, exclusiva y con prospección de crecimiento, mientras que en los eventos, su objetivo a futuro será crear como una empresa sólida, con buena reputación y con los valores acordes a su persona.

Actualmente, la situación de la mujer en la actividad turística del interior de Málaga según Mónica es en crecimiento total. Si sólo analizamos Antequera, solamente en el **campo de alquiler de apartamentos turísticos** existe un grupo de empresarios donde **más del 70% son gestionados por mujeres**, donde estas, cuidan el detalle, la organización, la atención personalizada (en la que también se incluye la limpieza, arraigada aún a la mujer), aunque nos remarca que también hay hombres muy válidos para esto, pero su entorno gira más en la mujer, ya que esta puede tener una mejor conciliación familiar.

Mónica considera el emprendimiento femenino un punto importante y favorable para la actividad turística del interior de la provincia de Málaga. Para ella, la mujer ve todo de manera diferente, y en cuanto a nivel turístico, la atención, cuidado y detalles en ciertos aspectos sólo lo sabe realizar una mujer. Lo piensa y lo ve día a día en un grupo de mujeres empoderadas que trabajan y actúan a nivel turístico en Andalucía Lab, (centro de Innovación turística de Andalucía) en la que participan centenares de mujeres aportando mucho valor al turismo en Andalucía. De aquí también quiere aprovechar para agradecer a las mujeres trabajadoras en este organismo, que se desviven por ellas para que su profesión tenga más calidad y sea mejor valorada.

Para concluir, Mónica **remarca la importancia de un buen asesoramiento a la hora de emprender, no solo fiscal o laboral sino de gestión de empresas, marketing y desarrollo de proyectos y área comercial**.



Pilar Villegas, originaria de Málaga, se trasladó a Madrid para cursar estudios en Secretaría Internacional y Empresariales, donde conoció a su esposo. Ambos trabajaron en la capital hasta que su marido fue destinado a Sudamérica en el sector bancario. Durante cinco años, vivieron y trabajaron en varios países. Al regresar a España, su marido continuó en la banca, mientras Pilar se unió al Consulado de Filipinas. Dado su interés por el campo, adquirieron una casa rural cerca de Málaga, donde pasaban los fines de semana. Posteriormente, Pilar dejó su empleo en el consulado y, junto a una compañera, fundó la Inmobiliaria *Málaga Inmuebles*.

A lo largo de los años, continuaron disfrutando su casa de campo. Sin embargo, cuando sus hijos comenzaron a estudiar fuera, dejaron de utilizarla. En ese momento, Pilar y su esposo reflexionaron sobre qué hacer con la propiedad.

Decidieron no venderla debido a los recuerdos que albergaba, pero también reconocieron la necesidad de cubrir los gastos asociados a su mantenimiento. Así, se interesaron por el turismo rural y optaron por alquilarla. Inicialmente, lo hicieron para amigos, pero pronto se dieron cuenta de que podía ser un modo de vida

y consideraron el alquiler como un negocio viable. A pesar de sus intentos de formarse en este sector, la escasa disponibilidad de formación los llevó a Madrid para asistir a congresos y cursos ofrecidos por empresas privadas.

Al observar la rentabilidad de la primera casa, decidieron adquirir más propiedades. Gracias a la experiencia adquirida, encontraron un nicho en el turismo rural de calidad, invirtiendo en casas amplias y adecuadas para grupos grandes. Realizaron un estudio de mercado y comprobaron que había una alta demanda de alojamientos para grupos grandes, lo que los llevó a diversificar su oferta.

La Carraca Rural se compone de cuatro casas rurales destinadas al alojamiento para grandes grupos y un centro de formación de la naturaleza para niños y jóvenes. El centro ofrece alojamiento, manutención y actividades relacionadas con la naturaleza para colegios que buscan formación y entretenimiento. Actualmente, está en un proceso de consolidación. Pilar y su esposo disfrutan de conocer a sus clientes y atender sus necesidades, haciendo que su experiencia vacacional sea inolvidable.

Siempre están dispuestos a ampliar y mejorar su negocio, intentando innovar y crecer en calidad.

Pilar Villegas Peña

La Carraca Rural
Alojamiento rural



Miriam Pérez Martín

Apícola Milosi
Miel artesana

Miriam Pérez, hija de padres apicultores, quiénes siempre habían tenido la apicultura como hobby, comenzaron a producir siendo ella bien pequeña. Pero el sueño su madre siempre había sido, además de producir la miel, comercializarla. Por ello, cuando Miriam se encontraba estudiando administrativo, su madre le propuso la idea de montar su propia tienda dónde comercializar la miel que producían. Fue entonces, cuando decidieron ponerle marca a su producto y poder defenderlo ellas mismas. Ella, tiene dos hermanas, Lorena y Silvia, de ahí el nombre de dicha marca MILOSI, por las dos primeras letras de cada uno de los nombres de las tres hermanas.

De las tres hermanas, las dos que decidieron incluirse en el negocio y apoyar tanto en la producción como la comercialización fueron Miriam y Lorena. Ellas siempre se han dedicado al campo, sin embargo, Miriam por sus estudios decidió además coger el puesto de comercial.

Tras el fallecimiento de su madre, Miriam y Lorena quedaron al mando del producto y la marca, aunque su padre nunca se desvinculó de la parte productiva. Junto a ellas, sus parejas también decidieron incluirse en el negocio.

Apícola MILOSI, es la empresa y marca que la familia de Miriam emprendió hace algunos años. Se dedican a la producción y comercialización de miel envasada extraída de diferentes zonas de la provincia de Málaga. Su madre, fue la persona que decidió llevar a cabo este sueño, por su forma de ser, siempre queriendo crecer, con motivación de expandirse y que su marca llegase a todos los sitios posibles.

Para Miriam, la motivación principal es seguir los pasos de su madre y llegar a conseguir lo que ella se propuso en su momento.

Actualmente, la envasadora y la parte comercial de Apícola MILOSI ha crecido exponencialmente teniendo muchos más clientes y llegando a más sitios. Su peculiaridad es que el envasado se sigue haciendo manual y de forma natural, cosa que ya casi no existe

Otro punto a favor, es la muy buena calidad de su producto. Sin embargo, tienen un inconveniente, el agua. La escasez de lluvia provoca que el campo no produzca lo suficiente.

Sus objetivos a futuro son poder llegar a los máximos clientes posibles, fuera de España, con gran capacidad y garantía de ofrecer tanto la misma calidad de producto que hasta ahora como la cantidad pedida del mismo.

En cuanto a la situación de la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga, Miriam opina que se encuentra en un buen momento. “Sólo necesitamos inculcar más. La mujer de hoy tiene todos los instrumentos para crecer, ahora tiene que saber tocarlos.”

Para Miriam no existe ningún tipo de discriminación, se tienen todas las herramientas necesarias para poder alcanzar el tipo de turismo que se requiere.

“El arma para llegar al turista es crear una marca que lo atraiga y compartirlo entre las empresas turísticas para su comercialización.”

El empleo femenino, según Miriam, ha evolucionado muchísimo. Un ejemplo que da es de sus inicios, cuando comenzó comercializando su marca siendo bien joven y la respuesta que recibía de los clientes no era la pensada. Incluso llegaron a reírse de ella con algunos aspectos de la procedencia del alimento de las abejas. Pero ya han pasado 20 años, ha cambiado todo, hay respeto y escucha. Sin embargo, Miriam cree que el futuro de la mujer en la actividad turística está estancado, le prevé un buen futuro, siempre trabajando para mejorarlo.

Miriam considera el emprendimiento femenino un punto importante y favorable para la actividad turística del interior, ya que la mujer tiene un punto de vista diferente al del hombre, aportando ideas y enriqueciendo todo. En cuanto al empoderamiento femenino, considera que hace ya bastante tiempo que la mujer se empoderó. Todo tiene que ver con la cultura dada a la misma.

Su ejemplo más importante de superación y emprendimiento es su propia madre. **Hace más de 20 años que su madre decidió empoderarse y montar su propia empresa.** Ella es su ejemplo a seguir, llegando a trabajar hasta en tres empleos diferentes para poder conseguir lo que quería. Por todo esto, consiguió el premio a Mujer Emprendedora en el año 2004, galardonado por Bruselas.

Entrando en el tema de la conciliación familiar, para Miriam no existe la conciliación familiar para la persona autónoma, ni hombres ni mujeres. En el caso de la maternidad, no considera que se respete en su caso o el de su esposo, es imposible cuando uno es emprendedor/a. Sin embargo, se tienen ciertos privilegios si tienes un negocio propio y ayuda, ya que tienes flexibilidad de horarios. Pero si no tienes ayuda, es muy complicado todo.

Miriam propone para mejorar la conciliación familiar en la actividad turística para emprendedores/as que se apliquen ayudas a estos mediante la facilidad de contratar horas necesarias a un perfil que encaje en el negocio y poder realizar dicha contratación y pago por horas.

Finalmente, Miriam aconsejaría a una mujer que quisiera emprender que tuviese muchos ánimos para cumplir su sueño, que estudie la idea, que sepa exactamente lo que quiere y le ilusione y lo realice.

“Las trabas que te vas encontrando las vas superando. Estas casi siempre son burocracia o papeleos. Una vez tengas clara la idea, ánimo”

“Emprender para mi significa independencia, sueños cumplidos, gratificación y satisfacción”



Stella Díaz Gómez

Rural Roots Tours

Rutas y actividades

Stella, comenzó estudiando química, aunque realmente nunca llegó a terminar dicha carrera. Comenzó a trabajar con su marido en actividades del sector agroalimentario debido a que este necesitaba personal. Así fue aparcando dichos estudios cada vez más, hasta dejarlos totalmente. Únicamente le faltaron algunas asignaturas para terminarlos. Durante 19 años trabajó en el sector agro, aunque su trabajo realmente concernía la formación, las estrategias de empresa y el crecimiento de la empresa dónde trabajaba. Como este era el ámbito que le gustaba, realizó un máster para Pymes en la Escuela de Negocios San Telmo. Con esto, consiguió mejorar los datos de su empresa y hacerla crecer.

A continuación, la llamaron del Ayuntamiento de Álora para trabajar en la **creación de la marca “Álora mucho gusto”**. Stella junto a un grupo de empresas formarán parte de dicho proyecto para promocionar los productos locales de Álora. Tras la finalización de este proyecto, y, una vez creada la marca, Stella tuvo la oportunidad de trabajar en la salida del Caminito del Rey promocionando los productos locales en una caseta allí instalada. Actualmente, se encuentra aquí. Aunque también, trabaja llevando todos los productos locales a eventos organizados por ayuntamientos, pero su vida y lo que realmente le gusta y llena es promocionar todos los productos locales en el Caminito del Rey.

Los productos que ofrece son vinos, quesos, aceites, todos locales. Aunque también trabaja con miel, y, sobre todo, con cítricos, esta es su especialización. Se encarga de hacer limonadas en el Caminito del Rey, zumos de naranjas cultivadas por ellos, entre otros.

Desde marzo del año pasado, intentando crecer utilizando sinergias, se le ocurrió la idea de utilizar los recursos que tiene Álora, junto con la promoción de los productos que ella trabaja. Stella es una enamorada de Álora y le fascina mostrar sus productos locales, además, Álora conserva todavía bastante su historia. Su idea era hacer un tour, como interpretadores del medio en el que se encuentran. Pero ella sola no po-

día hacerlo, entonces, se agrupó con uno de sus tres hijos/as a quien le entusiasmaba la idea tanto como a ella.

La idea de negocio que Stella y su hijo/a tenían era de hacer algo mucho más exclusivo, no querían tener volumen. Con una furgoneta de 9 plazas, recogían a los turistas en diferentes puntos de recogida desde Fuengirola hasta Álora, los desplazaban hasta el interior del pueblo y una vez ahí les explicaban las diferentes historias culturales y su influencia en lo que actualmente se come, se trabaja y se vive.

En definitiva, Rural Roots Tour, el negocio emprendido por Stella se encarga de promocionar la marca “Álora mucho gusto” a través de excursiones exclusivas por el entorno de Álora. Actualmente, se encuentran en **crecimiento total**, aún no han hecho un año desde su emprendimiento.

El principal motivo por el que emprendió Stella en sus negocios fue promocionar los productos locales con los que ella ha trabajado siempre. Para Stella emprender significa realizar lo que uno tiene en mente, llevar a cabo una idea.

“Llevar a cabo los sentimientos que se tienen, emprendes porque te apasiona algo.”

Sus objetivos a futuro son continuar mejorando y adaptando todo su negocio a las circunstancias del turismo. Evolucionar con las nuevas tecnologías, mejorando sus RRSS y web conforme crezca y se comporte el turismo. Pero sin perder la raíz.



Para Stella la situación actual de la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga es en evolución y crecimiento. **Considera que aún no hay muchas mujeres, pero que, en todos los sectores, no sólo en turismo rural, las mujeres están creciendo y que el empleo femenino está evolucionando totalmente.** Además, considera importantísimo el emprendimiento femenino para favorecer la actividad turística en el interior de la Provincia de Málaga y que las mujeres se han empoderado en estos últimos años. Como ejemplo de ello, visualiza las reuniones o formaciones a las que va, y, cada día se encuentran más mujeres en ella. Recordando la última reunión sobre turismo rural en la que estuvo, en la que sólo había dos hombres y el resto eran mujeres. Sin embargo, para Stella existe una desventaja, considera que todavía no hay una igualdad real entre hombres y mujeres en el turismo rural. Otro punto clave es la conciliación familiar, para las mujeres todavía es muy complicado optar a esta en el turismo rural. La cultura que se sigue teniendo es que los niños deben ser cuidados por las madres, y estas intentan compaginar todo y conciliar, pero es complicado.

Para poder solventar el problema de la conciliación familiar, **Stella propone organización, pero sobre todo colaboración con el entorno.** Pese a todo ello, Stella ve un futuro prometedor a la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga.

Stella conoce diferentes puntos a nivel rural donde un mayor número de mujeres se dedican al campo, creando sinergias de este con el turismo. A nivel general, Stella cree que la mujer está creciendo en todos los sectores, ella lo ve en las diferentes reuniones a las que asiste. Finalmente, si una mujer quisiera emprender, Stella le aconsejaría que primero se formasen, tuvieran las ideas claras, una buena estrategia e ir a por ello. Pero que emprendiese, arrancando y poco a poco dándole forma.



“Realmente creo que hoy en día la mujer cada vez invierte más en el turismo, poniéndole pasión a lo que realizan y le encanta”

María Herrero Salguero

B bou Iconic Hotels Hoteles Boutique gastronómicos

María Herrero, nacida en una familia de empresarios malagueños, confiesa que el emprendimiento forma parte de su ADN. Desde pequeña, ha estado rodeada de negocios familiares y siempre ha sentido que el emprendimiento era algo natural, como si llevaran un “chip” que les empujaba hacia ello.

Hace 50 años, sus padres fundaron una empresa de apartamentos turísticos, inmobiliaria y Rent a Car en Torre del Mar. Tanto María como su hermano Andrés crecieron inmersos en el sector turístico de la Costa del Sol, un entorno que, además de moldear sus vidas, también definiría sus trayectorias profesionales.

María recuerda con cariño los veranos de su infancia, cuando ella y su hermano Andrés deseaban pasar tiempo con sus padres, y para ellos tenían que ir a la oficina de sus padres a verlos. Lo que comenzó como un juego de niños, poco a poco se transformó en una valiosa experiencia formativa. Verano tras verano, ambos colaboraban en el negocio familiar, aprendiendo los secretos del sector turístico y adquiriendo conocimiento.

La evolución del sector turístico desde los años 80 hasta hoy ha sido notable. María rememora cómo sus padres gestionaban las reservas de apartamentos turísticos de manera manual, utilizando cartulinas para organizar las fechas de ocupación. Hoy en día, la tecnología ha revolucionado el sector, y las reservas se gestionan automáticamente desde los sistemas, algo impensable en los primeros días del negocio familiar.

Durante su etapa escolar, María estudió en un colegio de Málaga. Tras completar sus estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en Madrid y mejorar su inglés en Inglaterra, María decidió regresar a la empresa familiar. Durante un año, trabajó en los apartamentos turísticos, pero en 2001 tomó la decisión de involucrarse en un nuevo proyecto: el Hotel La Viñuela, un ambicioso emprendimiento que su padre había iniciado dos años antes con

la visión de crear un establecimiento referente en la región.

A pesar de su entusiasmo por el negocio familiar, María admite que le hubiera gustado trabajar en otras empresas antes de sumergirse completamente en el proyecto familiar. Considera que esta experiencia externa le habría permitido adquirir una perspectiva diferente que luego podría haber aplicado en su propio entorno, dado que sus estudios no estaban directamente relacionados con el sector hotelero tuvo que aplicar autoaprendizaje.

Sin embargo, **se comprometió al 100% con la empresa, aportando toda su energía y conocimiento.** Durante esos primeros años, María complementó su trabajo con varios masters.

El Hotel La Viñuela comenzó como un pequeño establecimiento rural de 15 habitaciones, en una época en la que el concepto de hotel rural apenas era reconocido en España. A lo largo de los años, gracias al esfuerzo y dedicación de la familia y el equipo, lograron convertirlo en un hotel boutique de referencia, ampliando sus instalaciones en 2007 a 37 habitaciones, y mejorando significativamente las áreas comunes, jardines y espacios dedicados a la restauración y el ocio.

Para María y su hermano Andrés, los valores con los que crecieron —excelencia, honestidad y diferenciación— siempre han guiado su gestión. La ubicación de sus hoteles, alejados del bullicio de la costa, pero lo suficientemente cerca de las playas de la Costa del Sol, les ha permitido atraer a una clientela que busca tranquilidad, paz y ser mimados. Ella destaca que el éxito de su hotel no habría sido posible sin un equipo comprometido y apasionado. “Sin un gran equipo no se logran grandes resultados”, afirma. La clave para el éxito de sus hoteles ha sido la capacidad de cuidar cada detalle, ofrecer experiencias únicas y hacer que los clientes deseen volver antes de terminar su estancia.

A partir de 2014-2015, **María y Andrés decidieron vender la empresa de apartamentos turísticos para centrarse exclusivamente en la gestión hotelera. Consolidado el proyecto del Hotel La Viñuela,** se embarcaron en nuevos proyectos, gestionando un total de cuatro hoteles boutique en diferentes ubicaciones de Málaga, Ronda y Sevilla. Este crecimiento los llevó a crear la marca B bou Hotels, un concepto que fusiona el lujo con la autenticidad. B bou, que proviene de “Be Boutique”, refleja su compromiso con la atención personalizada y el cuidado de cada detalle en los hoteles, convirtiendo la estancia en una experiencia con alma.

Estos años de expansión fueron intensos para María, que tuvo que compaginar su vida profesional con su rol como madre. Durante ese tiempo, viajaba semanalmente entre Málaga, Sevilla y Ronda, y aunque los proyectos le apasionaban, reconoce que fue un período muy demandante, tanto a nivel personal como profesional.



En 2018, surgió la oportunidad de adquirir Cortijo Bravo, un hotel que se alineaba con la visión de crear experiencias exclusivas y auténticas, como en La Viñuela. Este movimiento les permitió enfocarse en sus propios proyectos y alejarse de los hoteles en Sevilla y Ronda, donde compartían la propiedad con otros socios. Hoy, B bou Iconic Hotel La Viñuela y Cortijo Bravo ofrecen una combinación sinérgica de alojamiento, eventos y restauración, y representan el núcleo de su expansión futura.

El COVID-19 frenó temporalmente algunos de sus proyectos, pero actualmente María y Andrés están en una fase de crecimiento.

María reflexiona sobre los riesgos inherentes al emprendimiento, destacando que lo importante es aprender de los errores y seguir adelante. Personalmente, se siente en un momento pleno de su vida, disfrutando de su papel como madre de dos adolescentes y construyendo un futuro con su pareja, que reside en Madrid.

Laboralmente, María y Andrés tienen varios proyectos emocionantes en el horizonte. Ella ve con optimismo el futuro del turismo en el interior de Málaga, donde las mujeres están desempeñando un papel cada vez más relevante. “El turismo en el interior está creciendo, y las mujeres son clave en dinamizar este sector con su pasión y dedicación”, comenta. Para María, el turismo es una gran palanca de desarrollo que está ayudando a poner en valor las riquezas culturales y naturales del interior de la provincia.

“La Costa del Sol es maravillosa por su diversidad, en el interior hay riquezas maravillosas, con mujeres dinamizadoras que trasladan amor a todo lo que hacen. Esta diversidad y cariño hacen de La Costa del Sol un lugar más completo y deseado”.

María considera que hay evolución en el empleo femenino, aunque para ella la igualdad la ha visto desde siempre, cree que hombres y mujeres tienen que tener las mismas oportunidades, quién quiere emprender lo hace, y como buena elección que es requiere dedicación y esfuerzo.

En el emprendimiento María considera que ahora lo hace tanto el hombre como la mujer, pero si en el interior se emprende más o menos en el caso de la mujer en ocasiones está relacionado con la cultura en el entorno. Aunque considera que se ha avanzado bastante, ahora todos conciliamos mucho más.

Como propuesta de mejora para la mujer en cuanto a la conciliación familiar, María piensa que es parte de las mujeres, deben permitirse trabajar y no sentirse mal, emprender y disfrutar conciliando de la mejor de las maneras y sobre todo no castigarse.

“Las mujeres, al igual que los hombres, queremos ser independientes, tener libertad, y por consiguiente, queremos nuestra independencia económica, tomar decisiones.”

“Tenemos la fortuna de encontrarnos en un lugar muy especial, que tenemos que seguir cuidando, con estrategias claras que trabajen en excelencia para que nuestro destino sea cada día mejor y más fuerte. Hay muchos recursos, tenemos mucho recorrido aún.”

Su consejo para las mujeres que deseen emprender es ser valientes, atreverse a soñar y permitirse aprender de los errores. Para María, el éxito radica en la dedicación y el esfuerzo, y destaca la importancia de cuidar tanto los proyectos como a las personas que hacen posible su realización.

“Vivimos en una tierra muy especial, llena de oportunidades, y nuestro trabajo es seguir cuidándola y elevándola cada día más”

María Gil Orive

El Colmao Wine and Experiences
Bar de vinos, tiendas de vinos, experiencias
relativas a enoturismo, visitas a bodegas,
catas maridaje

María Gil, nació entre viñas en Labastida (La Rioja Alavesa), es descendiente de viticultores y su familia comenzó a emprender con su propia bodega en el 1992.

Estudió Bellas Artes en Bilbao y su objetivo en ese momento era realizar un Máster en Madrid en Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual en el MNCARS. Sin embargo, este máster requería de un nivel muy alto de inglés para obtener el título requerido, por ello, decidió marcharse durante un año a Manchester para practicar dicho idioma mientras cuidaba de 2 niños en una casa del barrio de Whitefield. Una vez obtuvo el título requerido de inglés, comenzó el máster y realizó las prácticas del mismo en el Museo Reina Sofía.

Tras acabar las prácticas, en el contexto de la crisis del 2008, trabajar dentro del circuito del arte en Madrid no fue nada fácil, por lo que María tuvo que comenzar a trabajar en hostelería como camarera para salir adelante.

Sus inicios fueron como simple camarera en Grupo Sagardi, pero acabó dirigiendo dos restaurantes. Esto le hizo crecer y formarse sobre el servicio en sala, la cocina y nociones básicas sobre la organización y administración de una empresa. Durante el último año de directora en el Restaurante Sagardi de la casa Vasca, **le surgió la oportunidad de estudiar el Máster de Sumillería de la Cámara de Comercio de Madrid**, y no lo dejó pasar. Estuvo cursando dicho máster durante un año, estando en activo trabajando a turno partido y realizando el máster entre servicio y servicio.

María tenía conocimiento sobre vinos de su zona natal, y también, lo aprendido durante su época de trabajo en Grupo Sagardi, pero quería ampliar dichos conocimientos para seguir creciendo en ello. A finales de 2014 volvió a su pueblo. Después de 2 años de preparación mientras vivía en Madrid, su sueño era unir sus dos ramas de conocimiento, el arte contemporáneo y el vino. Para ello, organizó un festival en su pueblo natal: "14 Grados Norte" que incluía una mezcla de actividades relativas al mundo del vino junto al del arte contemporáneo para todos los públicos.

Tras el festival, comenzó a trabajar, primero en el Asador Alai como camarera, y unos meses más tarde en el departamento de Relaciones Públicas como guía de visitas y Sumiller haciendo catas en Bodegas López de Heredia Viña Tondonia, donde estuvo tres años ejerciendo. En 2017, durante unas vacaciones en el sur de España visitando bodegas de Sevilla, Málaga y Granada, visitó Frigiliana, y en este preciso instante, fue cuando decidió alojarse allí y montar su negocio. Se enamoró del pueblo, su ambiente y turismo.



“Aunque no se tengan conocimientos empresariales, es importante tener una buena idea y una filosofía de negocio clara”

En este mismo año, primeramente, comenzó ayudando a la madre de un amigo a limpiar su casa rural mientras creaba su proyecto. Encontrar un local no fue fácil. Ella quería que fuera pequeño, en la parte histórica del pueblo, un lugar con magia y bien localizado para poder emprender en su proyecto de negocio. Una vez encontró el local indicado, justo en diciembre de este mismo año, comenzó con las reformas hasta marzo de 2018, que abrió sus puertas al público. Durante este período sin tener local aún, María realizaba visitas a bodegas, catas a domicilio, pero sin local físico, sólo contaba con su web.

Ella tenía una primera idea, y pensaba que su negocio sería más una tienda de vinos que un bar de vinos; sin embargo, los clientes fueron quienes dirigieron este negocio a lo que a día de hoy es. El 80% de las ganancias es procedente del bar y las catas maridaje, y el resto son complementos.

“El Colmao Wine and Experiences” es el nombre que recibe el negocio emprendido por María, quién ofrece en el bar vinos por copa, ibéricos, conservas y verduras de temporada y por supuesto sus catas maridaje. Así mismo ofrecen experiencias enoturísticas, tales como catas en velero, rutas a caballo, rutas de senderismo acabadas en una cata en el monte y las catas maridaje a domicilio. Aunque todo esto no se ofrece ni en Julio ni en agosto, por el calor y el clima extremo de estos meses y también porque las bodegas locales están en plena vendimia y algunas no abren al público durante estas fechas.

El eje principal del Colmao son las personas y su relación con el vino, la gastronomía y la música. Mediante las catas y experiencias que ofrece, intenta hacer llegar a sus clientes a través de los sentidos, el

paisaje del vino. Durante las experiencias, trata de explicar de dónde viene el vino, el paisaje del que procede, su historia y la historia de la familia que lo elabora, entendiendo el vino como un complemento a la comida y viceversa. La música también es parte I. Portante de la experiencia. Tienen un set de vinilos de música jazz, soul, disco, funky, flamenco, etc. Para María emprender es tener una buena idea, creer en ella y luchar por ella.

Actualmente, **María considera que su negocio se encuentra en un buen momento, con una amplia cartera de clientes habituales**. Aunque en verano aumenta, con mucha más gente y un turismo más rotativo. Se puede decir que en Frigiliana, hay turismo todo el año, no únicamente los meses de verano. Durante el invierno trabajan con otro tipo de turismo. Clientes que ya son familia, y que recomiendan El Colmao a su vez a amigos y clientes de sus propias casas rurales.

María no sabe que le deparará el futuro, no le gusta pensar en ello.

En cuanto a la situación actual de la mujer en la actividad turística en el interior de la provincia de Málaga, María considera que la mayoría de negocios del interior son regentados por mujeres, sobre un 80%.

“Somos mayoría, estamos innovando, añadiendo actividades culturales, artesanía, moda. Tenemos un papel muy importante”.

El empleo femenino ha evolucionado según María en los últimos años, gracias a la variedad ofrecida. También, porque se apuesta mucho por el producto local, un punto a favor para el turismo rural. Para María, ser mujer no tiene ventajas o desventajas para emprender, lo importante

“Nosotras solas podemos sacar las castañas del fuego, emprender, montar un negocio o trabajar para otras personas. Esto ya está totalmente superado.”

”

según ella es tener una buena idea y encontrar a alguien que pueda ayudarte. Además, considera que el emprendimiento femenino es un punto importante y favorable para la actividad turística en el interior de la provincia de Málaga, porque es necesario el punto de vista femenino y masculino, así se estará representando un global, más plural, diverso, y en consecuencia, más rico será lo producido.

Un punto importante en los pueblos de interior de la provincia de Málaga, según María, es la riqueza de nacionalidades en un mismo pueblo, ya que hay mujeres de toda Europa junto a españolas. Esto enriquece todo a la hora de organizar eventos o mostrar la oferta de cada pueblo.

Por otro lado, María considera que la mujer se ha empoderado en los últimos años, actualmente es totalmente independiente. Ya no existe la dependencia con su pareja o marido para poder montar un negocio, eso es historia.

En relación a ello, María ve mucho futuro a la mujer en la actividad turística del interior de la Provincia de Málaga, básicamente porque la provincia de Málaga es una de las más potentes de España. Pero las zonas del interior son las grandes desconocidas de Málaga, aunque entre ellos mismos se promocionan.

“El éxito depende de tener una buena idea y de llevarla a cabo correctamente. En todos los aspectos y sectores, las mujeres tenemos mucho que decir y que aportar.”

Finalmente, si una mujer decidiese emprender, María le aconsejaría primeramente tener una buena idea. A continuación, informarse, contactar con otros emprendedores del mismo sector que ya hayan iniciado su camino y que puedan darte consejos sobre su experiencia. Por último, preparar y desarrollar un estudio de mercado previo y, en lo que se refiere al sector turístico y hostelero es clave tener una buena localización.



Ana Pérez Marcos

The African House Alojamiento rural

Ana Pérez Marcos es madrileña de nacimiento y desde hace más de ocho años malagueña de adopción. Su curiosidad insaciable y su buena pluma la llevó a estudiar periodismo. Desde muy joven se describe como una mujer inquieta, a la que su pasión por los viajes y su facilidad para aprender idiomas, la empujaron a viajar y vivir en países como Italia, Australia o Estados Unidos.

Al terminar la carrera de periodismo, se especializó en comunicación corporativa trabajando durante los años 90 para compañías tecnológicas. Fue cuando nació su primer hijo Lucas (hoy tiene casi dieciséis años) cuando se dio cuenta, que su puesto de responsabilidad como coordinadora de equipos internacionales y la exigencia de horarios, era incompatible con el cuidado y la dedicación que quería darle a su bebé. Entonces cuando decidió dar un giro a su vida profesional y tras un año dedicándose al cuidado de su hijo Lucas decidió trabajar en una empresa en Madrid, con horarios más adaptados a su maternidad y dar el salto al sector turístico como responsable de promoción de destinos como Kenia.

Durante cinco años fue responsable de organizar diversos viajes de periodistas, agencias de viajes y fotógrafos a este país y en 2013, Ana y su marido deciden dar un cambio de rumbo a su vida en España y marcharse a Kenia a montar su propio negocio, para renovar en el parque natural del Masai Mara un hotel de tiendas (lo que hoy conocemos como glamping) y gestionarlo como directores del hotel, responsables de marketing y ventas.

En este momento su hijo Lucas tan sólo tenía 4 años y medio y junto a él iniciaron este apasionante proyecto durante el cual Ana afirma que, “aunque fue duro en algunos momentos porque no es fácil levantar un negocio de éxito en mitad de la nada y en un lugar donde hay mucha competencia. Sin embargo, fue

apasionante, sin esa etapa en la que hubo tantos aprendizajes de vida y trabajo no podría entenderse hoy nuestro proyecto actual en Málaga y cómo afrontamos momentos de dificultad en el presente”.

Después de dos años y medio de esta aventura, decidieron volver a España. En este momento, su hijo tenía 6 años, y, tras haber vivido 2 años y medio en contacto con la naturaleza salvaje, en espacios abiertos y siempre en contacto con la gente del medio rural, la vida en la gran ciudad fue un choque importante, sobre todo para su hijo acostumbrado a vivir con mucha libertad. Fue entonces cuando decidieron buscar en España un lugar que les ofreciera ese contacto con la naturaleza al que habían estado ligados hasta ahora. En ese momento Ana decidió junto a su marido buscar un segundo hijo y en solo un año llegó al mundo Mathis.

Para entonces ya habían descubierto, en uno de sus viajes buscando casa, la Sierra de las Nieves a donde llegaron en el 2017. Allí, muy cerca del pueblo de Tolox, compraron una casa que reformaron y decoraron ellos mismos con detalles traídos de África hasta convertirla en una casa rural, un lugar donde poder ofrecer a sus huéspedes esa tranquilidad y desconexión que te ofrece la naturaleza y donde se aprecian mucho más los pequeños detalles como, un cielo estrellado, tomarte un vinito rodeado de bellos paisajes o dedicar tiempo a charlar con los locales

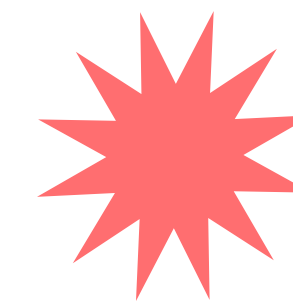
Así fue como **nació The African House, primero como un bed and breakfast, alquilando habitaciones y ofreciendo, además del desayuno con productos locales, cenas bajo petición (a Ana le encanta cocinar).** Posteriormente, por motivos personales, decidieron mudarse a la ciudad de Málaga, donde existían más medios y recursos para atender a sus hijos con algunas necesidades especiales (Lucas fue diagnosticado años más tarde con TDA) y con una mayor oferta de actividades culturales y personas con las que compartir sus aficiones. Fue a partir del COVID cuando decidieron cambiar su enfoque comercial y alquilar la casa íntegramente para grupos de amigos y familias.

El objetivo principal de Ana y su familia con este emprendimiento ha sido poder recuperar y mantener el contacto con la naturaleza, mostrando a los huéspedes esa cercanía, el contacto humano y la ayuda que se presta la gente en los pueblos. Tal y como nos cuenta Ana, el primer año de este proyecto fue bastante complejo, debido a la compra de la casa, su reforma para la adaptación de la misma como alojamiento turístico y la comercialización mediante la creación de su propia web (ella misma la diseñó, hizo sus propias fotografías) y la gestión del alquiler en diversas plataformas como Booking, VRBO o Airbnb.

Además, **Ana siempre apostó por la sostenibilidad desde la concepción de la idea (poniendo en valor siempre los valores locales,** la pro-

tección del entorno en un parque nacional, las costumbres y los productos locales) hasta la construcción de la casa, donde su energía eléctrica es 100% solar, muchos de los muebles son con materiales reciclados o se cuida el uso responsable de los recursos. No podía ser de otra manera, al estar ubicada la casa en el que ha sido declarado recientemente como parque nacional de la Sierra de las Nieves.

A partir del segundo año, comenzaron a diseñar la página web, utilizando herramientas de coste casi 0 mediante tecnología gratuita y con el uso de plantillas. Para Ana, emprender en un proyecto es dedicar mucho tiempo al mismo, mucho esfuerzo y tener un plan de desarrollo claro. Necesitas estudiar desde el tipo de cliente al que te quieres dirigir, de qué manera llegar a este cliente (promoción) y cómo comercializarlo (directamente o través de plataformas). **Uno de los aspectos que Ana destaca como más importantes son tener una página web propia, aunque sea sencilla, la promoción y el marketing.** Teniendo tu propia web **te permite dirigir tu tráfico desde las redes sociales a tu página y también se consigue un efecto rebote en tus ventas** (mucha gente te encuentra en plataformas como Booking para luego contactarte por la página web). Incluir algunos elementos en la web como un botón para contactar por WhatsApp afirma que les ayudó mucho a gestionar y cerrar reservas de forma prácticamente inmediata.



Actualmente, The African House es un negocio totalmente maduro, superando ya todas las fases iniciales; reformas, servicios, comercialización, gestión en varias plataformas y página web. Aunque Ana piensa que aún se podrían hacer muchas más cosas y dedicar mas esfuerzo que repercutiese en el negocio, considera que su proyecto ya está suficientemente maduro, la gente de Málaga y la Costa del Sol empieza a conocerlo y recomendarlo a amigos y familiares para sus reuniones. Han pasado de tener más del 70% de clientes internacionales a que ahora sean sobre todo de proximidad (Andalucía, Málaga y Costa del Sol).

Uno de los proyectos pendientes de Ana es crear experiencias gastronómicas en contacto con los productores malagueños y crear eventos a medida que aúnen la naturaleza, el bienestar y la gastronomía en The African House.

Ana define emprender en su negocio como querer conciliar y hacer un proyecto tuyo propio, poniendo tu alma, tus detalles, tu gestión.

“Cuando eres mujer emprendedora, y sobre todo cuando eres madre, es un factor importante que tu proyecto te permita esa conciliación necesaria. Pero también que te permita priorizarte a ti misma. Cuando tienes un puesto de responsabilidad en una empresa, con horarios fijos e inflexibles, es complicado conciliar y tener tiempo para ti.”

Ana nos cuenta que, en el ámbito rural, considera que todavía escasean las redes de ayuda y muchas empresarias o emprendedoras necesitan apoyarse en la familia para conciliar, en muchos casos tirando de hermanos mayores, abuelas o tías y donde el papel de la mujer como cuidadora es el que predomina. Por ello, Ana cree que en este ámbito falta apoyar más a las emprendedoras turísticas para crear redes de colaboración, de networking y ayudas económicas directas.

Apunta que actualmente hay muchas iniciativas que ofrecen formación, pero el problema es que muchas de las empresarias no tienen el tiempo para ello. Por eso una mayor colaboración por

“Poder crear un proyecto que tenga parte de uno mismo, mi creatividad, ideas, detalles y pasión.”

parte de la administración pública para que pudieran subcontratar personas que les ayuden con la promoción, la comercialización o el marketing les ayudaría muchísimo.

“La formación está muy bien, pero debe ser previa al emprendimiento, una vez dentro del negocio, ya no se tiene mucho tiempo para ello.”

En cuanto a la situación actual de la mujer en el turismo del interior de la provincia de Málaga, Ana considera que hay cada vez más emprendedoras mujeres, y que esta tendencia irá en aumento.

“Las mujeres tenemos una mayor capacidad de resiliencia y de adaptación. Esto es muy importante cuando eres emprendedora. Sobre todo, la parte pasional que nos guía a emprender, y esa resiliencia de no ver los problemas como problemas, sino como aprendizajes. Apoyándonos unas a las otras, creando redes de ayuda y colaboración.”

Ana forma parte de un grupo de emprendimiento turístico femenino de Andalucía Lab y lo pone como ejemplo de éxito para compartir clientes, dudas legales o simplemente “desahogarte” cuando te enfrentas a muchos retos diarios en el camino de emprender y gestionar tu propio negocio.

Para ella una de las principales desventajas de emprender siendo mujer es la conciliación familiar. “Tu vida se complica un poco más si no tienes familia cerca que te ayude como es nuestro caso (mi familia está en Madrid y la de mi marido en Francia). Por ello, Ana, para mejorar la conciliación familiar y tras varios años compatibilizando su trabajo como consultora y la gestión de la casa sin vacaciones prácticamente durante el verano, decidió por ejemplo subir la estancia mínima a una semana en periodos estivales y poder así hacer escapadas cercanas o disfrutar de las vacaciones con su familia. Otra propuesta de mejora para ello es tener lo que se denomina como “coanfitrión”, es decir, una persona cercana, incluso en el mismo pueblo que pueda estar para recibir a sus huéspedes y gestionar el alojamiento cuando ella no pueda. Ella lo define como externalizar el servicio, es decir, contratar una persona que pueda gestionar ciertos temas, para dar facilidad a la conciliación y a disfrutar de tu tiempo sin que el coste sea muy elevado.

“Nosotras siempre llevamos ese sentimiento de culpa. La sociedad ha transmitido que el cuidado familiar pertenece a la mujer. Por lo tanto, el pensar que no estamos dedicando suficientemente tiempo a nuestros hijos a veces nos hace sentir culpables.”

El emprendimiento femenino es un punto importante y favorable para la actividad turística del interior de la provincia de Málaga, según Ana, debido a que las mujeres aportan al sector valores y atributos muy importantes. Ana tiene conocimiento de datos y propuestas emprendedoras de Málaga, todas ellas femeninas, empujando proyectos muy potentes y apoyando a la economía local de la provincia.

“Ser empresaria, supone que tú recuperas parte de esa riqueza que aportas al negocio, como persona y profesional. Si se han conseguido cosas, pero en el ámbito rural todavía queda por hacer, por ese sentimiento de dedicación al negocio familiar y la culpa que a veces nos imponemos a nosotras mismas por sentir que los beneficios de nuestro esfuerzo y negocio no es sólo para nuestra familia”. En cuanto al futuro de la mujer en el turismo, Ana considera que este es bastante prometedor, gracias a su capacidad.

“A nosotras no nos gana nadie en pasión, en creatividad, en entusiasmo, en empatía, en capacidad de trabajo y en resiliencia. Así que el futuro es todo lo prometedor que esas cualidades son y hablan de la mujer.”

Pero esto sí, Ana afirma que se necesitan ayudas en la parte de conciliación, como más iniciativas en el ámbito rural que permitieran conciliar a la mujer. Ejemplos de ello son, lugares donde poder dejar a tus hijos y/o coworking rurales donde puedas compartir con otras personas ideas o tiempo y tener en un espacio de trabajo que no sea tu casa, donde muchas veces es más difícil desconectar de las tareas domésticas, tu familia o vivir en “modo multitarea”.

“El emprendimiento también impone tener capacidad para poder desconectar. Separar trabajo y familia es muy importante para poder dar lo mejor de ti como profesional”.

Finalmente, si una mujer quisiera emprender, Ana le aconsejaría que se apoyase en redes, en el CADE de Málaga o de su municipio, el ayuntamiento de su localidad, asociaciones de empresarias y entre los vecinos. También, le aconsejaría que estudiase el territorio, no vas a poder emprender en el medio rural sin conocerlo, y, sobre todo, colaboración entre emprendedoras, saber quién organiza actividades o puede ser un proveedor o socio en ciertos servicios, en definitiva, buscar valores añadidos a tu negocio entre las empresas cercanas.

“Ten mucha paciencia, las cosas no vienen rápido, hay que tener una estrategia y poner mucho trabajo y esfuerzo. Pero sobre todo, la estrategia con pasión son la clave del éxito”



Elena Sanchis Sanz

Plan A Málaga

Visitas turísticas y Consultoría turística

Elena, madrileña y con estudios universitarios en turismo. Se trasladó a Alemania para realizar su posgrado mediante ERASMUS. Al finalizar todos sus estudios, comenzó a trabajar en turoperadores, tanto receptivos como emisores en su ciudad natal, Madrid. Posterior a ello, durante su último año en Madrid, trabajó en la cadena Meliá del sector hotelero. Ella, decidió trasladarse a Málaga, en concreto a la Axarquía debido a que su pareja era de esta zona.

Una vez asentados en la Axarquía, Elena comenzó a trabajar en Torremolinos, en el Palacio de Congresos como consultora turística. Posteriormente en diferentes hoteles de la Axarquía, dónde vive actualmente.

Sus últimos puestos de trabajo fueron como jefa de recepción en un hotel céntrico de Nerja y como directora de hotel en Torre del mar. Durante esta época en la que ejercía de directora de hotel, fue madre por dos veces, pero pudo compaginar bien su vida laboral con la personal. Aunque, con el tiempo, el tema de la conciliación se hacía más duro y decidió realizar un cambio laboral.

En un primer momento, estuvo durante 3 años en el CEDER Axarquía como técnico de turismo, dónde desarrolló proyectos comarcales interesantes, conoció mucho de la comarca en la que reside, y fue entonces, cuando le llegó la idea de emprender en su propia empresa.

En 2017, arrancó con esta cuyo nombre es “Plan a Málaga”, con el principal objetivo de crear experiencias diferentes en la comarca de la Axarquía, poner valor a los productos locales de esta comarca menos conocida, compaginando todo ello con la consultoría turística y de desarrollo rural, especialmente durante el período de la pandemia COVID-19.

Elena se dedica a ofrecer experiencias turísticas únicas en su comarca,

junto a desarrollar el trabajo de guía turística en toda la provincia para otras empresas y agencias. Además, continúa con proyectos puntuales de consultoría y formación turística. Entre los servicios que ofrece destacan la ruta de uva moscatel y pasa, las rutas a cooperativas de aceite y tropicales, y las rutas por distintos pueblos con patrimonio andalusí.

Elena siempre intenta promocionar todo lo que la Axarquía ofrece junto a sus productos y sus tradiciones.

Actualmente, se encuentra en un punto muy interesante, con sus dos actividades en funcionamiento. Siendo además, para los próximos dos años, la presidenta de la Asociación de Guías Oficiales de la Provincia de Málaga, “AGP Málaga Cultural”, con aproximadamente 100 socios.

Elena considera que se encuentra en su momento de esplendor, con mucho trabajo gracias a una empresa ya conocida en la zona, a un turismo de interior que no para de crecer, y a la comunidad de residentes extranjeros en la comarca.

A ella se le mezclaron dos asuntos que le motivaron a emprender. En primer lugar, la conciliación familiar, necesitar más flexibilidad horaria para atender a las necesidades de sus dos hijos. En segundo lugar, darse cuenta del potencial tan grande que tiene la comarca de la Axarquía y de todo lo que había por enseñar y trabajar. Uno de los nichos de mercado para ella fue la comercialización de muchas actividades de calidad de pequeñas empresas de la zona, en una única web y en varios idiomas, ofreciendo los servicios de ‘activity planner’.



“Emprender en un negocio para mi significa, lo primero, ser muy valiente, sobre todo cuando toda tu vida anterior has trabajado por cuenta ajena; pero sobre todo es luchar por cumplir un sueño.”

Aunque Elena considera que conciliar trabajando, es, en general, complicado. Sobre todo, en pueblos pequeños de interior, donde los niños deben desplazarse a otros municipios para estudiar, los horarios de los centros son limitados, y el transporte público es escaso. Pero, ser freelance le permite estar en casa cuando lo necesita, marcar su ritmo de trabajo y poder conciliar. Para ella, este sistema de trabajo es atractivo, puesto que, aunque el emprendimiento es complicado en un principio, cuando se tiene esta libertad horaria y posibilidades de conciliación, le parece el sistema más interesante con el que trabajar.



“Sabemos lo que queremos y estamos aquí para quedarnos”



En cuanto a mejoras para conciliar más en el medio rural, ella propone que se amplíen los horarios de las guarderías rurales, ya que el horario de estas es muy limitado. Otras propuestas son el teletrabajo, servicios de ludoteca y turnos seguidos rotativos en empresas turísticas que no pueden aplicar una jornada reducida.

Los objetivos a futuro de Elena en cuanto a su negocio son en primer lugar, la focalización. Actualmente está sobrepasada de trabajo y necesita replantear algunos cambios en la empresa, focalizando las actividades que mejor funcionan. Por otro lado, trabajar en el nuevo proyecto en el que va a colaborar denominado “Red nacional de pueblos acogedores”, que pretende poner en contacto a pequeños pueblos con nómadas digitales y nuevos pobladores, y a desarrollar proyectos de innovación social rural.

Según Elena, la situación actual de la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga es cada vez con más presencia en puestos de responsabilidad. El porcentaje de mujeres que estudian turismo es mucho más elevado que el de hombres, y eso es lógico que se note en todas las escalas.

Para Elena el emprendimiento en general se encuentra en un punto importante y favorable para el turismo de la provincia de Málaga, ya que hay muchas posibilidades en las comarcas de interior. Hay un turista de calidad que busca zonas poco masificadas y auténticas, experiencias distintas, conocer las tradiciones. Tenemos un interior lleno de posibilidades, y una tecnología que nos permite llegar a este público. Además, en relación al emprendimiento femenino, **considera que el papel de la mujer rural ha cambiado mucho en estos últimos años, aunque considera que hay mucho por hacer.** Según su opinión, todavía hay jóvenes y mujeres que debido a la educación recibida mantienen una

mentalidad más antigua y una carga mayor en las familias. Creo que es algo que la mujer debe poder decidir libremente, porque conozco mujeres que dicen ser más felices así. Aunque también veo cada vez más mujeres en nuestros pueblos que han estudiado, se han preparado, han salido de su entorno y están más empoderadas, luchando por una igualdad más real.

Para ella, uno de los cambios que ha permitido una mayor igualdad es la baja paternal, ya que ese mismo periodo de cuidado de los hijos, tanto del padre como la madre, ayuda a mejorar este tema tan delicado. Elena cree que el futuro de la mujer en la actividad turística del interior de la provincia es creciente, con mayor formación, muchas ganas y buenas iniciativas.

“Creo que a las mujeres les depara un futuro prometedor en la actividad turística y emprendedora. Tenemos por lo general bastante capacidad de organización. Además, la mujer es quien afianza a la familia en el territorio rural.”

Finalmente, si una mujer quisiera emprender lo primero que Elena le aconsejaría sería tener muy clara la idea de negocio, preparándola, haciendo estudios de mercado, testeándola y, sobre todo, dedicándole muchísimas horas sin esperar retorno hasta un mínimo de uno o dos años.

Algo que **Elena aprendió durante su emprendimiento, es hacerlo con un producto mínimo viable, invirtiendo poco para probar.** Salvo en casos excepcionales, nunca recomiendo hacer un gran desembolso para empezar, ya que el porcentaje de necesidad de cambio de idea y de fracaso está ahí. Esto es un aprendizaje continuo.



Macarena es Artista visual, Aprendiz de agricultora, Payasa, Creadora de proyectos y Directora de la Asociación Cultural La Ciutat de Les Parauls y de Almazén (www.almazén.net) entre otras iniciativas. Es licenciada en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona, Docente y Gestora Cultural con más de 25 años de experiencia. M.A. por la Winchester School of Arts.

Ponente en varios congresos nacionales e internacionales. **Ha desarrollado sus proyectos en la Fundación Miró, Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA) y Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB). Miembro asesor del Consejo de las Artes de La Ciudad de Barcelona y del CoN-Ca (Consejo de Las Artes de Cataluña).** Experta en Centros de Creación Artística Autogestionados por Artistas, ha desarrollado su trabajo de investigación sobre este tema en el Centro La Filature, Axeneo de Quebec con una beca del gobierno canadiense. Ha publicado varios artículos en revistas especializadas en arte y cultura.

Su obra artística como componente de la Fundación Joan Tabique, se encuentra en La Fundación Miró, Fundación Tapiés, MACBA, Reina Sofía, Colección Leo Castelli, Whitney Museum y MOMA de Nueva York (<https://youtu.be/XKqKNUesx-M?si=IGN7AQiBEM2sWsJm>).

Macarena González de Vega Borrajo

MOLINO DE LAS PILAS
Hotel Rural & Centro Cultural

Oriunda de Teba, en 2016, acompañada de su madre (la Emprendedora Senior) decidió volver a sus orígenes, y tomar las riendas de Molino de Las Pilas. Este no solo es un singular Hotel, sino que su espectacular patio y la imponente Almazara/Museo le dan especial carácter como espacio de encuentro y difusión cultural.

Fue durante la pandemia, en el verano 2020, reinventando las posibilidades de este emblemático lugar, puso en marcha el proyecto “Noches de Verano en El Molino de Las Pilas”, de esta forma el enorme patio se convirtió en un teatro al aire libre donde Artistas y vecinos pudieron volver a encontrarse bajo las estrellas, en un espacio privilegiado, con olor a azahar, jazmín y dama de noche.

Esta experiencia ha tenido tanto éxito en la zona que se ha repetido en sucesivas ediciones poniendo de manifiesto el interés por parte del público tebeño y localidades próximas, la implicación en nuestras propuestas culturales. Igualmente, **tiene un papel destacado en nuestra programación los ciclos de “Encuentros Ponte Las Pilas”** que vienen realizándose desde 2022 y en los que se reivindica y fomenta el liderazgo y emprendimiento cultural femenino desde el ámbito rural.

Para Macarena las Artes son un poderoso motor de innovación social, cree en el poder transformador de los proyectos liderados por artistas, como los que desde hace años ha venido desarrollando en el entorno urbano, en un barrio complejo, el Raval de una gran ciudad, Barcelona. Es precisamente ese impulso la que en 2016 la trajo de vuelta a sus orígenes, a las raíces maternas, las menos escuchadas, las que no perduran en los apellidos y que le han hecho redescubrir el Alma Rural del que proviene y al que quiere aportar ilusión y experiencia para evitar la paulatina desaparición de unas formas de entender la vida que tienen mucho que contar en una sociedad hiper conectada, pero muy carente del calor humano que generan los encuentros cara a cara y la sabiduría popular.

La motivación principal para emprender en este negocio fue retomar las riendas de un proyecto familiar en el que la emprendedora Senior es su madre, Maria Antonia, que le propuso trasladarse a sus orígenes y aunar sus conocimientos profesionales para darle una identidad única a su proyecto. Aceptar el reto y hacerlo sostenible es su principal motivación, además de poder conciliar la vida y responsabilidades familiares con un proyecto profesional viable.

Sus objetivos a futuro son dar más visibilidad a nuestros proyectos, situar Molino de Las Pilas y Teba, como destino turístico, les encan-

taría que las rutas turísticas que van a Ronda o Antequera desde Málaga se desviasen un poquito para ir a conocer este excepcional Molino. Las visitas guiadas, junto con las actividades culturales y artísticas son su especialidad, pueden atender grupos sin ningún problema. El Alojamiento está limitado a 12 personas, pero su principal objetivo a futuro es impulsar Ecoturismo y oleo turismo, junto con encuentros sectoriales.

Macarena cree que el emprendimiento femenino es un factor fundamental, por el compromiso personal que comportan en muchos casos las iniciativas de emprendimiento lideradas por mujeres, lo que conlleva un compromiso orgánico con los proyectos que favorece una nueva manera de entender el emprendimiento, la actividad turística desde una nueva óptica más sostenible, humana y





con nuevos retos que le confieren un incalculable valor añadido. Hay un nuevo modelo que lideran las mujeres que es novedoso y necesario. En cuanto a la situación actual de la mujer en la actividad turística en el interior de la provincia de Málaga, **Macarena cree que es muy importante y que cada vez hay más iniciativas desde las distintas administraciones para fomentar el emprendimiento femenino.** Quizá el reto sea crear una red sólida de apoyo para que los proyectos puedan consolidarse y superar las dificultades iniciales, ahora el reto debería ser, no solo el impulso inicial para que más mujeres emprendan sus negocios, sino conseguir que estos perduren y crezcan en el tiempo. Aunque, por desgracia hay muchos emprendimientos que se marchitan en los 3 primeros años... En el interior de la provincia, y especialmente en la Comarca de Guadalteba son muy pocas y no tienen tiempo de conocerse. Sería muy importante consolidar esta red con otras zonas de la provincia donde hay emprendimientos femeninos más consolidados.

“Las mujeres llevamos siglos “empoderándonos” para poder sobrevivir, la cuestión es que ha llegado el momento de demostrar que sabemos hacer las cosas de otra manera y que podemos hacerlas viables. No es tanto que las mujeres nos “empoderemos” como que la sociedad acepte que podemos hacer las cosas de forma diferente y apoyarnos y creen en

nosotras. El “empoderamiento” no sirve de nada sin el Reconocimiento de los demás. Eso es lo más importante. Que se nos RECONOZCA nuestra valía y nuestras capacidades.” La ventaja de emprender en la actividad turística es que cada vez hay más mujeres dispuestas a tomar las riendas de su vida laboral, la desventaja, que no se mira de frente la conciliación familiar, que no solo es necesaria en la etapa de crianza de los hijos, sino en la etapa de cuidado de los mayores. Se hace especial hincapié en el emprendimiento juvenil, pero no se cuida e incentiva lo suficiente del emprendimiento senior, el de mujeres que a una cierta edad deciden emprender.

En cuanto a este tema, Macarena cree que la CONCILIACIÓN es un tema muy presente en los emprendimientos femeninos, conciliar el cuidado de otras personas (menores o mayores) con el desarrollo profesional es el gran reto del S.XXI.

“No podemos seguir siendo superheroínas, haciendo todo a la vez, es imposible, y por eso, fracasan tantos emprendimientos femeninos, por no poder calcular el coste emocional y personal que supone la muy deficiente conciliación de los cuidados y el desarrollo laboral.”

En cuanto a propuestas de mejora para conciliar más familiarmente las mujeres en esta actividad, Macarena cree que debe haber más conciencia,

más ayudas económicas por parte de las instituciones, más en forma de exenciones fiscales que en ayudas o subvenciones directas que tardan siglos en llegar y que no resuelven, sino que cronifican el problema.

“Mas debate, este es el quid de la cuestión del emprendimiento femenino que se resume en dos conceptos RECONOCIMIENTO, que se valore una forma de hacer diferente con prioridades humanas más que mercantilistas y CONCILIACIÓN que nos permita cuidar de los nuestros sin que suponga un descalabro profesional.”

Macarena ve un futuro prometedor para la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga. Opina que este nuevo negocio turístico de pequeño formato, donde el cuidado, la conservación del patrimonio y el entorno, la cultura, la oferta esmerada y diferente, la calidad y calidez humanas son valores importantísimos que pueden situar este tipo de oferta en lugar muy alto que cada vez más público demanda.

Finalmente, si una mujer quisiera emprender, Macarena le aconsejaría conocerse bien, enamorarse de su proyecto, buscar mucha información y ayuda, creer en sí misma, no sentirse sola, y lanzarse.

”

Te mereces intentarlo

Fina Márquez Rojas

CABAÑAS ENTRE CASTAÑOS

Ecoturismo

Fina, nacida en entorno rural, siempre había tenido claro que su vocación era trabajar por y para el entorno rural dónde vivía. Proveniente de una familia de agricultores, estudió magisterio en Málaga capital, pero todos los veranos realizaba cursos con el medio rural, quería relacionar su formación en magisterio con el desarrollo rural.

Tras varios cursos de desarrollo rural, trabajó de ello en el Ayuntamiento de Jubrique por varios años. Sin embargo, Fina no era conformista.

Por otro lado, Fina heredó de sus padres una amplia finca de cerezos y castaños, la cuál había sufrido un fuerte declive en los últimos 10 años, o más bien sobre todo en los últimos 5. Todo ello provocado por la sequía, el cambio climático y plagas y enfermedades muy graves e importantes. Esto provocó una menor producción, y, en consecuencia, menor beneficio.

Fina, quería poner en valor el paisaje que esta finca contenía, siendo este árbol una tipología que sólo se da en zonas determinadas con características específicas, necesitan una altitud, tierra y suelo determinados.

Por ello, **Fina decidió emprender en ello, cultivando el campo, trabajándolo, manteniéndolo, pero al mismo tiempo dándo-**

le valor añadido. Fue entonces cuando se le ocurrió la idea de construir unas cabañas en esta finca tan especial. De esta manera, con este sustento y valor añadido, podrían ofrecer al turismo aprendizaje y visitas de todo ello, hasta incluso en el trabajo del campo. A lo que ella denomina, ecoturismo.

Aunque esto no fue en ese momento, sino que Fina hacía 20 años que tuvo esta idea, pero fue en 2019 cuando comenzó a informarse y realizar gestiones para ello.

En 2022, comienzan con las obras y el montaje in situ de las cabañas, ya que estas se han montado a medida entre los árboles, no son casas prefabricadas.

Y, finalmente, **en 2024 arrancó con la comercialización de dichas cabañas.**

Por ello, este emprendimiento tiene el nombre de Cabañas entre castaños, ya que el servicio principal es el alojamiento en las cabañas rodeadas de castaños. Sin embargo, esto no es sólo un slogan, es más que eso. Para Fina, se trata de compartir su vida en el campo con los demás, ya que según la época en la que los visitantes decidan alojarse allí, se pueden encontrar una tipología de flor, fruto y/o trabajo relacionado con el cultivo.

Actualmente, este negocio se encuentra en estado de comercialización, creación de web y puesta en marcha de redes sociales.

El motivo principal por el que Fina emprendió en este negocio fue su amor por la finca, por el pueblo y por el campo, pero sobre todo por el campo. Aunque, una parte de este negocio es cumplir un sueño, otra parte ha significado encontrarse a ella misma con mil obstáculos, muchísima burocracia, pero finalmente conseguir lo deseado. Su principal objetivo a futuro es que todas sus cabañas estén ocupadas y que sus huéspedes se vayan súper felices.

Para Fina, la situación actual de la mujer en la actividad turística en el interior de la provincia de Málaga no es tan buena como en otros entornos. En su entorno no existe esa figura, hay falta de empleo y de personas cualificadas. Hay mucha inversión

en casas rurales gestionadas por los propios propietarios y hoteles de propiedad municipal que se gestionan externamente. Pero en cuanto a actividad turística fuera del alojamiento falta mucha, pero sobre todo formación de turismo rural. Sin embargo, considera que la mujer se ha empoderado en los últimos años, por lo menos ella misma se ve así.

Para Fina, a día de hoy existe un boom de casas rurales y alojamientos de turismo rural en general, pero lo que ella ofrece no existe, por eso ella ha querido innovar. Cuya ventaja es el nuevo nicho de mercado, camino de empleo que se abre con ello.

En cuanto al emprendimiento y empoderamiento femenino, Fina considera que es indispensable, pero que tendría que haber más. No sólo en ofrecer lo que todo el mundo ofrece, sino en innovar, hacer un turismo de calidad, con información y formación de base.

Pudiendo ser la conciliación familiar un problema para la mujer emprendedora en el turismo de interior, Fina considera que es de lo mejor, ya que este tipo de actividad permite compatibilizar tu vida y trabajo, ejemplos son los propietarios o emprendedores en alojamientos rurales. Sin embargo, en el caso de actividades de campo no es así, ahí es mucho más complicado.

Pese a todo ello, Fina cree que el futuro de la mujer en la actividad turística del interior de la provincia de Málaga es el emprendimiento de calidad, ya no solo en alojamientos, sino en ofrecerle servicios a ellos, mediante rutas, masajes, yoga, etc.

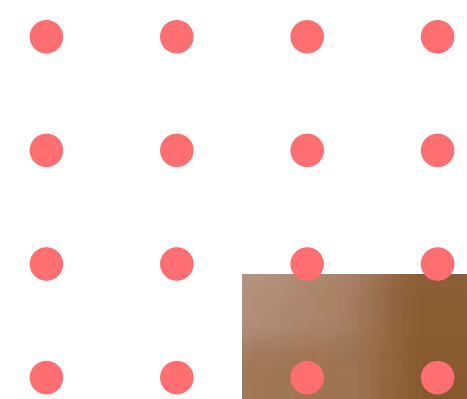
“La mujer de hoy en día está mucho más avanzada, preparada y con decisión. Ha cambiado muchísimo todo.”

Finalmente, si una mujer quisiera emprender, Fina le aconsejaría que estudie todo muy bien, aclare todo, recurra a profesionales, asesores y consultoras. Una vez todo eso hecho, que se anime y lo haga.



7

**Informe sobre perspectivas
internacionales**



Informe sobre perspectivas internacionales

Una vez analizado el diagnóstico de la situación actual de la mujer en el turismo rural del interior y la evolución laboral en el sector turístico del interior de la provincia de Málaga, el análisis del empoderamiento y emprendimiento femenino en estos últimos años, el estudio de las empresas Family Friendly y propuestas de mejora de empresas de conciliación familiar destacando empresas analizadas del interior de la provincia de Málaga y las entrevistas personales a mujeres profesionales y empresarias en la actividad turística rural del interior de la provincia de Málaga. **En este capítulo se hace una pequeña reflexión sobre la visión general de las perspectivas internacionales en cuanto a la integración laboral de la mujer en el sector turístico.**

Las fuentes utilizadas para el desarrollo de este epígrafe han sido, sobre todo, informes de la Organización Mundial del Turismo “Las mujeres ocupan el primer plano del desarrollo turístico” y “Estrategia de igualdad de género para las empresas turísticas 2022”. Además del informe de mercado de trabajo de las mujeres estatal facilitado por el Servicio Público de Empleo Estatal 2023.

De su análisis exhaustivo y de los datos recabados a partir de la Organización Mundial de Turismo (OMT) se obtiene que, el 54% de la fuerza laboral mundial que se dedica al sector turístico, es femenina. Unos datos que reflejan la importancia de la fuerza de este sexo en el turismo.

Los cambios vividos las últimas décadas para dejar la estigmatización laboral de la mujer, han hecho que se expandan en sectores tan importantes en nuestro país como lo es el turismo, donde han conseguido llegar a puestos directivos anteriormente ocupados en su mayoría por hombres, propiciando una victoria a la igualdad y al esfuerzo femenino.

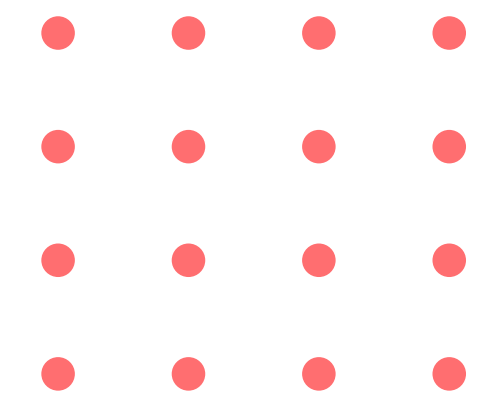
Otro de los informes de la OMT, afirma que en 2023 el 22,7% de los parlamentos de todo el mundo estaban ocupados por mujeres. Siendo en España, el 42,4% de mujeres parlamentarias. Por otro lado, solo trece gobiernos en el mundo alcanzan o superan el 50% de mujeres en sus Consejos de ministros, entre los que se encuentra España, que con el 63,6% ocupa el tercer lugar tras Albania y Finlandia.

Hablando de las bases del Turismo, según la Universidad Rey Juan Carlos, se afirma que en 2022 el 70% de personas que cursaban los grados de Turismo eran mujeres, siendo un soplo de aire fresco a la gran preparación y bases de nuestras expertas en turismo.

El porcentaje de mujeres empresarias es casi el doble en el sector turístico que en la media de otros sectores económicos (siendo el 36% respecto al 22% del resto de sectores). Sin embargo, según datos recogidos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), uno de cada cinco ministerios internacionales de turismo está comandado por una mujer. Encontrando los mejores resultados en El Caribe con un 60%, seguido de Latinoamérica. Mientras que los peores los vemos en Estados Árabes, en Asia y el Norte de África.

Tras el análisis de todos estos datos acerca de la visión internacional que se tiene acerca del futuro de la mujer, la OMT y la UN Women, crearon diferentes líneas de actuación para aumentar la integración de la mujer en trabajos internacionales. A continuación, se exponen las cinco acciones definidas:

- **Empleo, incrementando la conciencia de darle la importancia a la mujer en la industria turística**, reforzando la protección legal al empleo femenino, con regulaciones de salario y legislación de igualdad retributiva.
- **Emprendimiento**, facilitándole la entrada con el libre acceso al crédito, tierra y propiedad.
- **Educación**, promoviendo la educación en el turismo y su experiencia para ser un pilar competente en su área.
- **Liderazgo**, apoyando la oportunidad de presidir y dirigir instituciones, empresas y demostrar sus competencias en situaciones de poder.
- **Comunidad**, asegurándose de que su trabajo sea sabido y reconocido en el mundo, para que con el tiempo el resto del mundo recoja estas ideas.



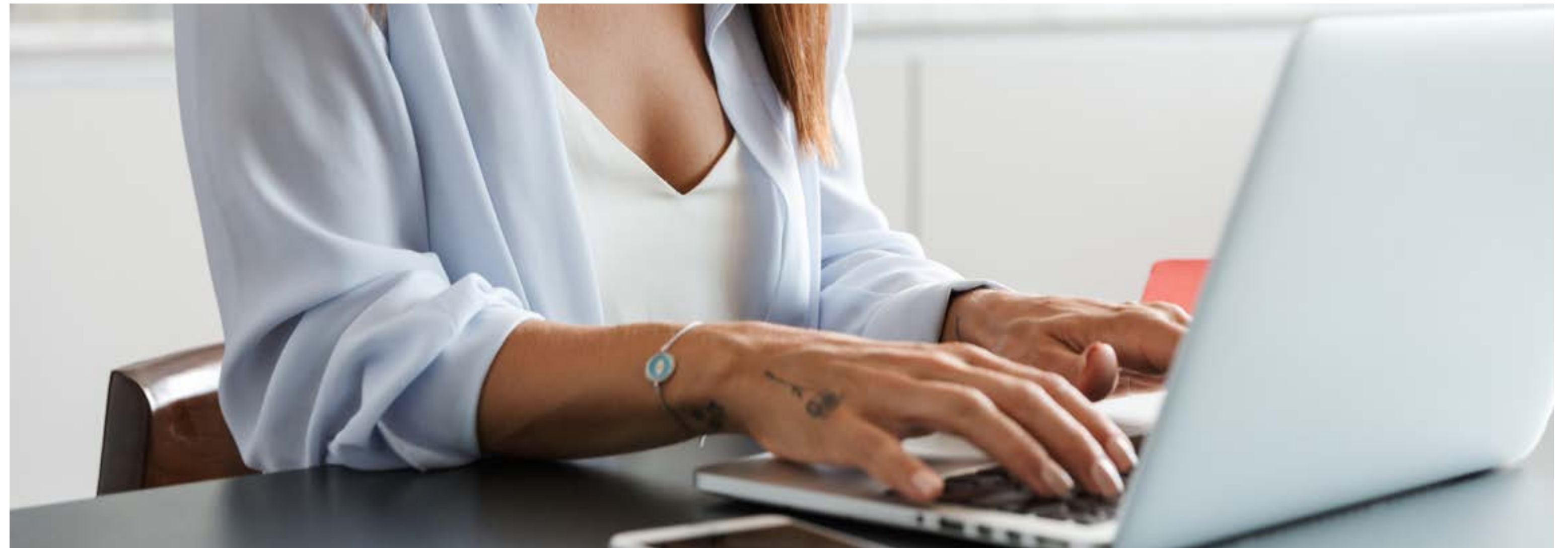


Todas estas ideas tienen como factor común el turismo, y su objetivo principal es, aumentar la integración de la mujer en trabajos, y, sobre todo, puestos comúnmente ocupados por hombres.

Además de todas las líneas de actuación propuestas por la OMT y la UN Women, la Unión Europea propone planes de igualdad con la obligación de implantarlos en empresas con más de 50 personas empleadas, haciendo así, la mejoría de las empresas frente a la igualdad y la efectividad de las acciones. Uno de los ejemplos más destacados fue el plan de igualdad de los Hoteles Meliá, que se implantó en 2011, y que, actualmente, obtiene resultados favorables en cuanto a igualdad laboral. El 46% de las nuevas contrataciones del primer trimestre de 2024, en todos los niveles, fueron mujeres, y, del total de personal del Consejo de Gobernanza, un 45% también fueron mujeres, superando así el objetivo de diversidad marcado. Entre las medidas utilizadas por esta empresa está la de obligar a los perfiles directivos a firmar y renovar cada año una cláusula de compromiso por la igualdad.

Además de estos avances, encontramos diferentes iniciativas punteras en la igualdad laboral internacional, extraídas de artículos de investigación universitaria y empresarial sobre la igualdad de género en el sector turístico:

- **Rutas**: un programa de la Fundación Codespa para fomentar el turismo rural, encontrado en Perú, Bolivia y Ecuador.
- **Afrikable**: ONG en Kenia con el proyecto “Vacaciones solidarias”. Viajes en Kenia donde todos los servicios contratados son con mujeres locales.
- **Women in Travel CIC**: Una empresa de Reino Unido que trabaja por la igualdad de género utilizando el turismo, con servicios de empleo y emprendimiento para mujeres



Sin embargo, **existen datos algo preocupantes en cuanto a la temporalidad del empleo de la industria turística ocupado por la mujer**. Pese a que las mujeres tienen mayor ocupación turística que los hombres, el empleo en su caso es parcial o estacional, afectando esta temporalidad a algunos datos sobre el papel de las mujeres en el sector turístico.

Otros objetivos que encontramos son la relación de la inteligencia emocional aplicada en las organizaciones y la variable del género. Con esto nos referimos a que la mujer tiene un valor más alto en cuanto al valor sentimental de la empresa y sus trabajadores/as, en el ámbito directivo. Siendo estas mejores receptoras emocionales. Por lo que, si se quiere llegar a adaptar a estas empresas para que sean más laxos y amigables con sus trabajadores/as, **se está demostrado que el equilibrio e igualdad es la mejor opción en puestos decisivos**. Esta relación es respaldada por autores como Goleman

o Mayer, Salovey y Caruso, investigadores de la inteligencia emocional y figuras importantes en este ámbito. Según sus estudios e investigaciones recabadas, midieron diferentes áreas cerebrales, entre ellas destacan la percepción, la facilidad de pensamiento, la comprensión y la gestión.

Finalmente, la sección de objetivos de desarrollo sostenible del Plan Europeo "Agenda 2030" reconoce la necesidad de abordar los problemas de contratación e importancia de los puestos de trabajo de la mujer tanto en empresas privadas como públicas. Siendo estas las afectadas para tomar relevancia y fomentar su empoderamiento.



8

Bibliografía

Bibliografía

- **ARA, Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía, (2024), Rural y Femenino, visibilización de las mujeres que emprenden en Andalucía,**
Disponible en: <https://www.andaluciarural.org/rural-y-femenino-visibilizacion-de-las-mujeres-que-emprenden-en-andalucia/>
- **B bou Iconic Hotels - La Viñuela & Spa, Sitio web oficial de la entidad.**
Disponible en: <https://www.hotelvinuela.com/trabaja-con-nosotros.html>
- **Castillo de Zalia, “Apartamentos Rurales Castillo de Zalia en Málaga”.**
Disponible en: <https://castillodezalia.com/>
- **CEM Confederación de Empresarios de Málaga, 2024, Empresas Malagueñas que apuestan por la conciliación responsable.**
Disponible en: <https://cem-malaga.es/las-empresas-de-malaga-apuestan-por-la-conciliacion-corresponsable/>
- **COMPLEJO TURISTICO LA GARGANTA S.L., Sitio web oficial de la entidad.**
Disponible en: <https://lagarganta.com/>
- **Elena Gómez Del Pozuelo, 2019, Europa Press, Comunicados sociedad: El movimiento “Baby Friendly Companies” alcanza en España las 100 empresas.**
Disponible en: <https://www.europapress.es/comunicados/sociedad-00909/noticia-comunicado-movimiento-baby-friendly-companies-alcanza-espana-100-empresas-20190910153539.html>

→ **FiturNext, (2021), ¿Cómo puede el turismo contribuir al empoderamiento de las mujeres?**

Disponible en: <https://www.ifema.es/fitur-next/como-puede-el-turismo-contribuir-al-empoderamiento-de-las-mujeres>

→ **FUERTE GROUP, “Web de contratación de Fuerte Group”.**

Disponible en: https://talent.fuerte-group.com/?_ga=2.89661534.434261391.1728473035-889276817.1727186751&_gl=1%2A9b9c3s%2A_ga%2AODg5Mjc2ODE3LjE3MjcxODY3NTE.%2A_ga_KYWCC6HEVV%2AMTcyODQ3MzAzNS40LjEuMTcyODQ3MzA1OC4wLjAuMA

→ **Fundación Más Familia, “Entidades efr en conciliación”,**

Disponible en: <https://masfamilia.org/entidades-efr/>

→ **Grupo Ático 34, “La igualdad de género en el sector turístico”,**

Disponible en: <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/igualdad-sector-turistico/>

→ **Holiday World Resort, “Somos efr, Empresa Familiarmente Responsable Holiday World Resort”.**

Disponible en: <https://www.holidayworld.es/es/efr/>

→ **Iberostar Hotels and Resorts, “Portal de empleo de Iberostar Group”.**

Disponible en: <https://grupoiberostar.com/es/portal-de-empleo/>

→ **Meliá Hotels International, Sitio oficial de la entidad, “Sobre nosotros”.**

Disponible en: <https://www.meli-hotels.com/es/perfil-compania/sobre-nosotros>

→ **Milagros Alario Trigueros, (2014), MUJERES Y TURISMO RURAL EN CASTILLA Y LEÓN.**

Disponible en: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/8473/7.-Mujeres-y-turismo-rural-en-Castilla-y-Le%C3%B3n.-M.-Alario.-Libro-Entre-noche-y-d%C3%ADa.pdf?sequence=1>

→ **Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente Secretaría General Técnica, 2013, “Medio Rural: trabajando en femenino”.**

Disponible en: https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/igualdad_genero_y_des_sostenible/MR%20trabajando%20en%20femenino_digital_tcm30-131214.pdf

→ **Minor Hotels Europe & Americas, “Portal de Empleo NH Hoteles”.**

Disponible en: <https://www.nh-hotels.com/es/corporate/empleo/por-que-nh>

→ **ONU Turismo, (2019), Las mujeres ocupan el “primer plano” del desarrollo turístico,**

Disponible en: <https://www.unwto.org/es/news/las-mujeres-ocupan-el-primer-plano-del-desarrollo-turistico>

→ **ONU Turismo, El empoderamiento de las mujeres y el turismo**

Disponible en: <https://www.unwto.org/es/el-empoderamiento-de-las-mujeres-y-el-turismo>

- **Oscar David Marcenaro Gutierrez y Área de Igualdad de Oportunidades de la mujer del Excmo. Ayuntamiento de Málaga, “CONCILIANDO LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y PROFESIONAL DE LAS MUJERES Y HOMBRES MALAGUEÑAS/OS”.**
Disponible en: https://areadeigualdad.malaga.eu/export/sites/igualdad/galleries/Beca-de-investigacion-malaga-mujer/Conciliando_la_vida_personalx_familiar_y_profesional_de_las_mujeres_y_de_los_hombres_malaguexas_y_malaguexos.pdf

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

- **Servicio Público de Empleo Estatal, (2023), Informe del Mercado de Trabajo de las Mujeres Estatal,**
Disponible en: https://www.igualdadenlaempresa.es/recursos/estudiosMonografia/docs/Informe_del_Mercado_de_Trabajo_de_las_Mujeres_2024.pdf

- **Sien Consulting, (2023), Retos y perspectivas del turismo en España, una mirada femenina al futuro del sector.**
Disponible en: <https://sienconsulting.com/retos-y-perspectivas-turismo-espana-mirada-femenina-futuro-del-sector/>

- **Subdirección General para la Igualdad en la Empresa y la Negociación Colectiva Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD, Buenas prácticas de conciliación y corresponsabilidad en las empresas con distintivo “Igualdad en la empresa” (Red DIE),**
Disponible en: https://www.igualdadenlaempresa.es/enDestacado/docs/BBPP_Conciliacion_Corresponsabilidad_Red_DIE.pdf

- **World Tourism Organization (2019), Global Report on Women in Tourism – Second Edition, UNWTO, Madrid, DOI:**
Disponible en: <https://doi.org/10.18111/9789284420384>



La situación de la mujer en el turismo rural del interior de la Provincia de Málaga



**COSTA DEL SOL
MÁLAGA**

Proyecto cofinanciado por:

