

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Campaña de comunicación de género para el empoderamiento femenino en
empresas de tecnología en la ciudad de Quito.**

Bárbara Jaramillo Gallegos

Fabiana Isabel Moure Chacón

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciatura en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 18 de diciembre de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Campaña de comunicación de género para el empoderamiento femenino en empresas de tecnología en la ciudad de Quito.

Bárbara Jaramillo Gallegos

Fabiana Isabel Moure Chacón

Nombre del Profesor, título académico

María José Enríquez Cruz, PhD

Quito, 18 de diciembre de 2020

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas. Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Bárbara Jaramillo Gallegos

Código: 00141043

Cédula de Identidad: 1727428326

Nombres y apellidos: Fabiana Isabel Moure Chacón

Código: 00135935

Cédula de Identidad: 1757917610

Lugar y Fecha: Quito, 18 de diciembre de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

DEDICATORIA

Dedicamos nuestro Trabajo de Titulación a todas las personas que han sido parte de nuestro desarrollo. Su inspiración, ánimo y apoyo hoy se ven reflejados en los resultados obtenidos. Agradecemos a la Universidad San Francisco de Quito por brindarnos la oportunidad de soñar, alcanzar nuestras metas y educarnos con los valores de la verdad, bondad, belleza y libertad, con la guía de María José Enríquez y Gustavo Cusot, nuestros mentores e impulsores de nuestra carrera profesional.

Reconocemos con mucha gratificación el apoyo de lideresas que hoy forman parte de la industria tecnológica, de nuestros aliados y la comunidad que hemos podido formar en el camino. Nos sentimos orgullosas de cada logro que hemos alcanzado en conjunto.

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a mi Vallita, por concederme la fuerza para llegar a mis logros y sonreír ante ellos, darme salud y tener la oportunidad de compartir cada paso y cada meta alcanzada con mi familia.

A mi mamá, Gloria, mi tía, Maryelis y mi abuela, Nancy, porque gracias a ellas, a su ejemplo, su crianza y su amor aprendí los valores de la humildad, la superación y el sacrificio para lograr todos mis objetivos. A ustedes les debo todo lo que tengo, son mi mayor inspiración y anhelo ser una gran mujer como ustedes lo son.

A Alex, por ser mi compañero, por todo tu amor y por siempre impulsarme a crecer y dar lo mejor de mí en cada momento.

A mi papá Tiberio, a mis primos adorados: Valeria, Tiberio, Loredana, Gabriella, Mathias y Miguel, y a mi tía Loren, por todo su amor y su apoyo.

A Barbie, por ser la mejor compañera y amiga, porque este camino lo recorrimos juntas y estoy muy agradecida de finalizarlo contigo, este logro es de las dos.

Majo, te agradezco por tu apoyo, por tu paciencia y por guiarnos en el camino para alcanzar este gran logro.

Gracias a la vida, por bendecirme con tantas personas incondicionales y llenas de amor.

Fabiana

AGRADECIMIENTOS

Con gran orgullo y felicidad, dedico todo el esfuerzo y metas alcanzadas a mis padres, a mi hermano y a mis abuelos. Agradezco a toda mi familia por acompañarme en esta etapa de mi vida y ser el pilar fundamental para entregar lo mejor de mí.

Estoy agradecida con Dios y la vida por permitirme disfrutar cada año y por ayudarme a superar cada obstáculo. Es muy grato reconocer que gracias a mi mamá, Cristina, me he formado como una profesional responsable y dedicada, y que por el ejemplo de mi padre, Gustavo, he aprendido la importancia de la perseverancia y el esfuerzo.

Estoy eternamente agradecida con mis abuelitos Emperatriz y José por ser mi inspiración y mayor apoyo en cada sueño. Admiro a mi abuelita Marcia por ser una mujer trabajadora, llena de amor para toda su familia.

A mi hermano Benjamín, por ser la alegría de la casa y brindarme tanto cariño.

Gracias a ti Fabi por tanta dedicación y ser una compañera ejemplar. Es un gran honor culminar esta etapa junto a ti, cumpliendo nuestros sueños y metas.

Gracias a José, por brindarme su apoyo incondicional, cariño y fuerzas para sacar lo mejor de mí.

Finalmente, agradezco a Raúl Moreno y Juan David Núñez por creer en mí y llevar mi carrera profesional a un nivel superior.

Bárbara

RESUMEN

La tecnología es uno de los campos profesionales con mayor demanda, crecimiento y poder en la actualidad. La Comisión Europea estimó que en 2020 existirá una vacante de medio millón de empleos en áreas como Inteligencia Artificial, Cloud o Administración de Sistemas por falta de perfiles tecnológicos (Innovación en Formación Profesional, 2019). Sin embargo, la participación de las mujeres en esta industria es de menos del 50% a nivel mundial. Varios estudios revelan que uno de los limitantes son las estructuras tradicionales en el ámbito social y empresarial. Es así como, a partir de un análisis amplio desde empresas tecnológicas líderes a nivel mundial y nacional, estos obstáculos son investigados y analizados para encontrar métodos en los cuales las mujeres se sigan sumando a las cifras en la industria que está moldeando nuestro futuro. *Juntas Despegamos* nace como una iniciativa comunicacional que busca motivar a jóvenes y mujeres emprendedoras de la ciudad de Quito a explorar la tecnología a través del empoderamiento femenino.

Palabras Clave: Empoderamiento Femenino, Mujeres en la Tecnología, Transparencia Laboral, Comunicación.

ABSTRACT

Nowadays, technology is one of the industries with greatest demand, growth-rates and power in the world. The European Commission estimated that there will be vacancy of a half a million jobs in areas such as Artificial Intelligence, Cloud or Systems Administration due to lack of technological profiles (Innovation in Professional Training, 2019). However, the participation of women in this industry is less than 50% globally. Studies make evident that the involvement of women in executive roles has been limited by traditional social and business structures and practices. Based on a broad analysis from worldwide and national leading Tech companies, these obstacles are analyzed to find methods through which women can achieve leading roles as Directors and CEOs. *Juntas Despegamos* is a strategic communication initiative which seeks to motivate girls and women in Quito to venture into the technological field through female empowerment.

Key Words: Women Empowerment, Women in Tech, transparency, communication.

TABLA DE CONTENIDO

JUSTIFICACIÓN DE TESIS.....	13
INTRODUCCIÓN.....	16
Antecedentes.....	16
¿Por qué se necesitan más mujeres en la tecnología?.....	17
Datos mundiales, regionales y locales.....	17
CAPITULO 1: DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO EN LAS EMPRESAS.....	21
1.2 Qué es discriminación de género y qué se entiende por discriminación.....	21
1.2 Causas efectos de la discriminación.....	23
1.3 El techo de cristal.....	24
1.4 Violencia simbólica y carga familiar.....	26
CAPITULO 2: PROCESOS DE RECLUTAMIENTO PERSONAL Y PROMOCIÓN DE CARRERA.....	28
2.1 Transparencia del proceso.....	28
2.2 Condicionamientos del rol de la mujer en la sociedad.....	31
2.3 Empoderamiento femenino.....	33
2.4 Mujeres líderes en la industria tecnológica.....	34
CAPITULO 3: LA COMUNICACIÓN COMO MEDIO PARA IMPULSAR EL EMPODERAMIENTO FEMENINO.....	36

	11
3.1 La comunicación de masas.....	36
3.2 Tecnologías de la información y comunicación.....	38
3.3 Tecnología, comunicación y género.....	39
CAPITULO 4: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN.....	41
4.1 Presentación de Campaña.....	41
4.1.1 Pertinencia del tema.....	42
4.1.2 Problema Social trabajado en campaña.....	45
4.1.3 Territorio de Acción.....	45
4.1.4 Alcance de la causa social.....	46
4.2 Diagnóstico de Comunicación.....	46
4.2.1 FODA.....	46
4.2.2 Eje de Campaña.....	47
4.2.3 Concepto de la Campaña.....	48
4.2.4 Nombre de la Campaña.....	48
4.2.5 Misión.....	48
4.2.6 Visión.....	48
4.2.7 Logotipo.....	48

	12
4.3 Públicos.....	49
4.3.1 Públicos Beneficiados.....	49
4.3.2 Públicos Estratégicos y Aliados.....	50
4.3.3 Públicos de interés.....	51
4.4 Objetivos.....	51
4.4.1 Objetivo General.....	51
4.4.2 Objetivos Específicos.....	51
4.5 Estrategias y Fases de la campaña.....	52
4.5.1 Fase Conciencia.....	53
4.5.2 Fase Inspiración.....	60
4.5.3 El Despegue.....	63
4.5.4 No hay vuelta atrás.....	72
4.6 Tácticas.....	75
4.7 Presupuesto.....	75
4.9 Logros Alcanzados.....	77
4.9.1 Webinars y Live en Instagram.....	77

	13
4.10 Indicadores de gestión.....	79
4.10.1 Medios de comunicación.....	79
4.11 Metas Inesperadas.....	81
CONCLUSIÓN.....	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87

JUSTIFICACIÓN DE TESIS

La presencia de más mujeres en la industria tecnológica es fundamental para impulsar espacios equitativos que permitan impulsar a toda la sociedad a un desarrollo holístico a nivel económico y social. De acuerdo con los datos obtenidos en el informe de Empleo It Mujer, se estima que el porcentaje de mujeres involucradas en la carrera de Informática ha disminuido hasta el año 2017, (El Economista, 2019). Esto ha limitado que las decisiones que marcan nuestro futuro sean tomadas en conjunto, pues la perspectiva de mujeres no tiene la presencia necesaria en la industria que influye en nuestro futuro. En el sector tecnológico se evidencia que únicamente 1 de cada 10 directivos son mujeres, según el estudio de Fundación L'Oréal en 2014 y específicamente en Ecuador, los datos recabados más reciente, establece que sólo el 34% de mujeres estudian carreras afines a la Ingeniería Informática (INEC, 2010).

Si bien en este escenario, pueden existir varias razones por las cuales las cifras son alarmantes, los datos reflejan que las construcciones sociales han llevado a que deben elegir entre el éxito profesional o formar una familia, pues las mujeres en Ecuador “destinan un promedio de cuatro veces más [de su] tiempo al trabajo no remunerado”, lo que plasma una diferenciación en su relacionamiento con el ámbito laboral (INEC, 2018). Es así como en la actualidad es necesario analizar a profundidad los procesos de reclutamiento para conocer su nivel de transparencia y así determinar el estado actual de la brecha laboral de género, pues a pesar de que desde el legislativo de algunos países se ha implementado leyes para equilibrar la participación de hombres y mujeres en una empresa, hoy debemos ir un paso más allá y

comenzar a formar lideresas que aumenten las cifras de mujeres en cargos directivos de empresas tecnológicas. En consecuencia, esta situación nos obliga a reflexionar y a actuar desde el enfoque comunicacional para permitir que más mujeres conozcan las oportunidades que existen en la industria tecnológica.

Mediante la concientización y análisis se podrá abordar las diferenciaciones que aún forman parte de la brecha laboral de género. De esta manera, la propuesta se centra en encontrar indicadores que permitan marcar el camino de una transformación continua de la realidad. Ante esta problemática, queremos utilizar la comunicación como medio para lograr el empoderamiento femenino a través de una campaña para el logro del éxito profesional mediante la autovaloración de las mujeres en la ciudad de Quito.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes.

Moreira Weigel, de Harvard Fellow y fundadora de Logic Magazine, relaciona al pensamiento Marxista frente al capitalismo que se desarrolla en función de la explotación, con la idea de que para el crecimiento de una empresa se requiere de estrategias para pagar menos de lo que el trabajo de una persona vale. En una entrevista en TechCrunch, Wigel menciona que “... el género ayuda a que este proceso de explotación se invisibilice” y de hecho, en el sector tecnológico, a medida que más mujeres se unen a la comunidad existe una tendencia en que las habilidades o lenguajes de programación que aprenden se desvalorizan en el mercado. Un ejemplo de ellos es JavaScript, “mientras más mujeres aprenden, JavaScript, se lo visualiza como más femenino- es visto como una habilidad menos impresionante o valorado a comparación de Python...” (Epstein, 2019).

En la industria de la tecnología es importante generar un espectro amplio donde se integren las distintas realidades que vive la humanidad, pues este campo trae consigo disrupción y oportunidades de implementar nuevas formas de trabajo que se adaptan a la constante transformación que vivimos hoy en día. Es así como reflexionar y repensar en cómo se está dando el desarrollo empresarial en este campo, es fundamental para la inserción de proyectos y campañas que impulsen a un futuro digno, justo y equitativo para la sociedad.

¿Por qué se necesitan más mujeres en la tecnología?

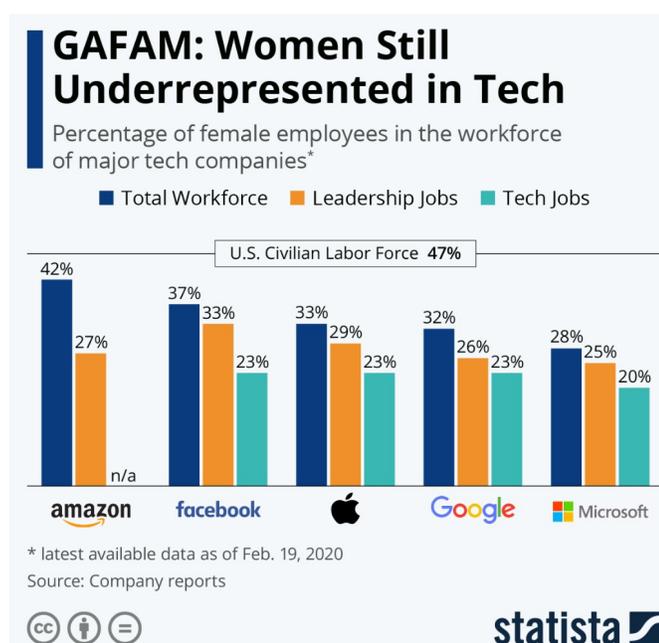
“La tecnología es la industria más potente del mundo. Está creando la manera en que viviremos nuestras vidas. Si las mujeres no están presentes en la tecnología, no tendrán poder” (Gates, 2019, p. 269). Melinda Gates, cofundadora de la Fundación Bill y Melinda Gates y exdirectora de productos en Microsoft, menciona en su libro *No hay vuelta atrás: el poder de las mujeres para cambiar el mundo* que el porcentaje de mujeres licenciadas en informática es del 19% en las plantillas laborales de esta área a nivel mundial. Esto supone un problema de género ya que la industria tecnológica actualmente es uno de los motores económicos más importantes del planeta, y al no tener una presencia igualitaria de género, la hegemonía masculina seguiría siendo la única con poder de toma decisiones en el mercado creando jerarquías de poder de género que son perjudicial para la sociedad (p. 269). *Juntas Despegamos* plantea empoderar a las mujeres para la integración en este campo promoviendo la diversidad y equidad de género en el mundo tecnológico, para que de esta manera se consiga un balance y equidad entre hombres y mujeres donde todas las personas tengan oportunidades que se basen en esfuerzo, habilidades y logros sin importar el género y las construcciones sociales que a este constituye.

Datos mundiales, regionales y locales.

World Bank Group estima que a nivel mundial existe una pérdida de riqueza de alrededor de \$23,620 dólares americanos per cápita como consecuencia de la desigualdad de género (Wodon & De La Briere, 2018, p. 2). Es decir que, a nivel global la pérdida de riqueza de capital humano es de aproximadamente \$160 trillones de dólares. De esta manera, si se asume que las

mujeres ganarían tanto como los hombres, se podría incrementar en un 14% la riqueza mundial (Wodon & De La Briere, 2018, p. 2).

En base a datos del 2020 en Statista, cuatro de las empresas más grandes de tecnología en Estados Unidos cuentan con menos del 50% de la fuerza laboral de mujeres y menos del 30% de mujeres en cargos directivos (FEMALE WORKERS IN THE TECH INDUSTRY, 2020), Facebook con el 33% de mujeres en cargos directivos es la empresa con mayor representación, seguida de Apple con el 29% y Amazon con el 27% (Statista, 2020).



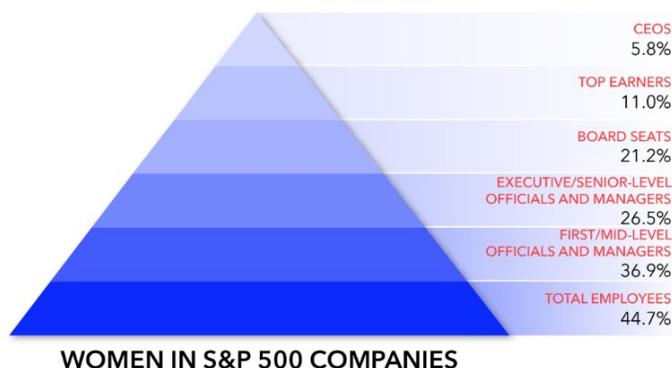
Así mismo, a nivel global, en el índice S&P 500 las mujeres representan el 5.8% de CEOs en las empresas más grandes en EE. UU. (CATALYST, 2020).



RESEARCH

Pyramid: Women in S&P 500 Companies

Jan 15, 2020



En Latinoamérica existe escasez de cifras e información precisa acerca de la participación de mujeres en la informática y tecnología. Gloria Bonder, coordinadora de la Cátedra Regional Unesco Mujer, Ciencia y Tecnología en América Latina, enfatiza que “numerosas ONG y redes de mujeres científicas y técnicas de la región llevan a cabo actividades con mirar sensibilizar a las personas acerca de las desigualdades de género en la ciencia, la tecnología y la innovación (CTI)” (Duque, 2020). Por ejemplo, la UNESCO establece que únicamente el “35% de los estudiantes matriculados en las carreras vinculadas a las ciencias, tecnologías, ingenierías y matemáticas son mujeres” (Duque, 2020).

Actualmente, con iniciativas como DigiGirlz alrededor de tres mil niñas y mujeres de distintos sectores socioeconómicos han podido ser parte de programas de educación tecnológica mediante Tech Girls Ecuador (Girls in Tech, 2019). Sin embargo, a pesar de que existen más organizaciones y grupos que suman esfuerzos para crear una comunidad de mujeres en las TIC,

el informe Empleo IT Mujer recalca que las cifras en las aulas son más alentadoras pero, en el mercado laboral esto no está tomando efecto (García, 2019), una muestra de ello son los datos nacionales de Girls in Tech Ecuador, los cuales registran que únicamente el 12% de mujeres trabajan en tecnología en el país.

CAPITULO 1: DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO EN LAS EMPRESAS

La discriminación de género es un factor que ha marcado de manera negativa a las mujeres a lo largo de la historia, limitando su crecimiento y desarrollo en varios ámbitos. Actualmente, una de las áreas donde el género femenino se ve más afectado por la discriminación, es en el sector el laboral. Los estereotipos dominantes en la sociedad durante los siglos pasados continúan arraigados en los sistemas y estructuras sociales. A pesar de vivir en una época donde el ser humano y sus creencias se están transformando, siguen presentes en el imaginario colectivo actual condicionamientos sociales que siguen invisibilizando temas que requieren cambios urgentes. Por esta razón, analizar la discriminación de género en las empresas es importante para evaluar el estado actual y desarrollar un plan que permita reforzar desde distintos ejes su importancia.

1.2 Qué es discriminación de género y qué se entiende por discriminación.

Desde los primeros estudios sobre género, el poder y el logro son características que han sido atribuidos a los hombres, mientras que a las mujeres se les atribuyen características consideradas ‘femeninas’ como la afiliación o la intimidad (Barberá & Ramos, 2004, p.149). Se considera importante citar a Barberá y Ramos debido a que hasta la actualidad se siguen atribuyendo estas características a las mujeres. Los prejuicios y estereotipos atribuidos por género constituyen los roles impuestos por la sociedad que un hombre debe tener en términos productivos y que una mujer debe tener en términos reproductivos, teniendo como resultado aquellas actitudes sexistas hacia el género femenino a través de la necesidad social de diferenciar a hombres y mujeres estableciendo expectativas y funciones a cada género.

En su artículo *Liderazgo y Discriminación de Género*, Ester Barberá y Amparo Ramos, profesoras e investigadoras de la Universidad de Valencia, mencionan que el poder masculino es considerado como un poder que esta sobre las personas dependientes y subordinadas mientras que, el poder femenino es considerado como, para y por los grupos, concluyendo que el poder masculino es reactivo y es ejercido con impetuosidad con respecto a las demás personas, y que el poder femenino se basa en el apoyo y la ayuda que se le da a otras personas (2004, p.149).

Según Francisco Morales e Isabel Cuadrado, investigadores de la facultad de psicología de la Universidad Nacional de Educación a Distancia Española, en su artículo *Introducción: Teoría de Congruencia de Rol del Prejuicio hacia Líderes Femeninos* (2004, p.136), que es importante mencionar debido a que se analiza la Teoría de la Congruencia de Rol, se analiza que las conductas estudiadas siguen siendo válidas en la actualidad. Es así como existen dos tipos de expectativas asociadas a los roles sociales que debe tener cada género:

a. Descriptivas

Son aquellas creencias sobre los atributos característicos de hombres y de mujeres por separado. Por ejemplo, las mujeres discriminadas que están en ocupaciones tradicionalmente masculinas con comportamientos tradicionalmente femeninos.

b. Injuntivas

Son aquellas creencias sobre los atributos a los que hombres y mujeres deben acomodarse debido al género. Por ejemplo, mujeres que son discriminadas por no seguir preceptos sobre cómo debe comportarse una mujer. Desde la perspectiva de Morales y Cuadrado, también

señalan que las expectativas descriptivas son atribuidas a los estereotipos de género y las injuntivas a elementos prescriptivos y normativos (p.136).

1.2 Causas efectos de la discriminación.

Las causas efectos de la discriminación de género en términos laborales son las construcciones de creencias en el desarrollo profesional de las mujeres, creando aún más expectativas sobre qué características debe tener el género femenino para ser apto para ciertas actividades laborales y puestos de trabajo (Barberá & Ramos, 2004, p. 152). Estas construcciones sociales representan impedimentos para las mujeres a la hora de apuntar a cierto puesto de trabajo, ascenso, etc., y son cuestionamientos con respecto a labores del hogar (no remuneradas), hijos, autovaloración, causantes de la brecha salarial de género.

Según Martín y Garí, los cuales estudiaron en el 2002 los obstáculos de ser mujer en el ámbito laboral y siguen estando vigentes en la actualidad, como consecuencia de la discriminación de género laboral se produce el aislamiento de este género de la siguiente manera:

Las mujeres en puestos de responsabilidad parecen estar excluidas de las relaciones con sus iguales (redes de iguales) y de las relaciones con sus superiores (mentorías y esponsorías). En cambio parece que su aislamiento se vuelve hacia sus subordinados (posición donde la presencia femenina es más numerosa), haciendo con ellas uso de estrategias comunicativas femeninas con el fin de aproximarse a ellas, y quienes, a su vez, decididamente las rechazan (Martín & Garí, 2002, p. 137)

Esto conlleva a la exclusión del género femenino lo cual tiene un efecto negativo sobre la igualdad laboral de las mujeres. Parte importante de la inclusión es que las personas desarrollen

el sentimiento de pertenencia con la empresa y sus pares. A pesar de que la integración sea vital para las organizaciones, muy pocas lo emplean lo cual hace que no solo este problema afecte a las mujeres, sino al resto de la empresa, “al incluir a un grupo que ha sido excluido, todo el mundo sale beneficiado... La igualdad de género ayuda a despegar a todo el mundo” (Gates, 2019, p.35).

1.3 El techo de cristal.

En el artículo *El Techo de Cristal en la Promoción Profesional de las Mujeres* se explica que el ‘techo de cristal’ es un término que se utiliza para ilustrar aquellas barreras invisibles que impiden que las mujeres alcancen altas posiciones a nivel laboral y que se promocionen profesionalmente (Sarrió, Barberá, Ramos, & Candela, 2002, p.169). En el marco de la discriminación de género y las imposibilidades de las mujeres para escalar profesionalmente, los autores mencionados describen una realidad que sigue vigente en la actualidad a pesar de haberlo abordado hace 18 años atrás. Entre las causas del techo de cristal, se puede recalcar que la exclusión de género debido a estereotipos y construcciones sociales sobre qué se espera tradicionalmente de las actuaciones de las mujeres son los principales factores presentes.

En la “Teoría de congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos” establecida por Eagly y Karau (2002), la cual es importante mencionar ya los temas tratados y analizados en esta teoría son de gran importancia actualmente, se plantea un modelo llamado “teoría de congruencia de rol” que propone tres postulados sobre el techo de cristal (p. 589):

- a. Los roles estereotipados de género constituyen una influencia sobre la mente y el comportamiento de los humanos.

- b. Existe una vinculación estrecha entre el rol del líder y las características que conforman la masculinidad.
- c. Las consecuencias de los roles generan que el desarrollo de prejuicios sociales contra el género femenino y mujeres que tienen posiciones de líderes se sigan favoreciendo.

La explicación psicológica sobre el techo de cristal se explica en cuatro áreas de trabajo que fueron obtenidos mediante experimentos (Sarrió, Barberá, Ramos, & Candela, 2002, p. 169):

- a. Análisis comparativo de rasgos motivacionales y de personalidad, donde se favorece a las mujeres en capacidades como la comunicación, mientras que los hombres sobresalen en fidelidad a la organización, poder y ambición personal.
- b. Eficacia en la acción directiva, donde se manifiesta que los hombres tienen un estilo de dirección autocrático y orientado a la tarea, mientras que las mujeres tienen un estilo de liderazgo interpersonal y democrático.
- c. En el sistema de valores y nivel de compromiso personal donde ambos géneros presentan actitudes similares, y las diferencias existentes provienen del carácter, la formación y tener o no responsabilidades familiares.
- d. Las opiniones de los subordinados respecto a de sus directivos donde prevalece la variabilidad interindividual, y se refuerza la tesis de que los estereotipos de género disminuyen cuando la referencia es realizada a personas en concretos y no a una categoría.

Estas áreas de trabajo permiten concluir que no existen muchas diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a capacidades, y que las diferencias encontradas se deben a factores

personales tales como carácter o cargas familiares. Este experimento ratifica que los estereotipos de género son los principales obstáculos en cuanto al ascenso y promoción profesional de las mujeres. Estos obstáculos se convierten en creencias aprendidas y compartidas que favorecen a los hombres e impiden la autovaloración de las mujeres con respecto a sus habilidades, aptitudes, logros y competencias.

1.4 Violencia simbólica y carga familiar.

La violencia simbólica es aquella que se ejerce sobre los cuerpos invisiblemente y se articulan relaciones de poder como en este caso el género (Plaza, 2007, p.140), definición que sigue vigente hasta la actualidad. En el ámbito laboral, la violencia simbólica se representa en los estereotipos que impiden a las mujeres escalar en puestos de trabajos y la promoción profesional. El tema de las cargas familiares está directamente relacionado con la violencia simbólica y sus consecuencias.

Históricamente, la relación laboral normal funcionó sobre la base de un modelo de familia de padre proveedor-madre cuidadora, limitando una división sexual del trabajo claramente establecida: la mujer asumía un rol cuidador y reproductivo sin remuneración, dedicado al parto, la crianza, las tareas del hogar y el cuidado de los menores, enfermos y dependientes; y el hombre, asumía un rol productivo, en cuanto por norma debía proveer la subsistencia familiar con su trabajo como cabeza de familia (Sabater, 2014, p.165)

Este estereotipo dentro de la relación laboral-familiar da paso a la violencia simbólica en el ambiente laboral y profesional, existiendo una relación de poder de género donde el hombre es

el proveedor, jefe o cabeza del hogar, y la mujer es la cuidadora por lo tanto no debe trabajar, sino mantenerse en el hogar.

En las organizaciones, esta situación también representa la violencia simbólica hacia las mujeres ya que en el ambiente laboral se encuentra arraigado este estereotipo dentro del imaginario de las personas donde se refuerza la discriminación de género. Es así que, a partir de este análisis, es importante profundizar en la influencia de las estructuras y metodologías de reclutamiento para el desarrollo laboral.

CAPITULO 2: PROCESOS DE RECLUTAMIENTO PERSONAL Y PROMOCIÓN DE CARRERA

En el marco laboral, los mecanismos tradicionales de selección son uno de los factores que forman parte de las desventajas que han ampliado la brecha de género. Para contar con una perspectiva amplia de la situación laboral es imprescindible analizar el funcionamiento y tácticas de Recursos Humanos en una organización para replantear y examinar la transparencia en los procesos de selección.

En el área de Recursos Humanos se han implantado tácticas y parámetros que se alinean a estrategias enfocadas en aumentar la productividad de una empresa, la cual se la entiende como la capacidad evitar el acceso de personas que representen una alta posibilidad de tener que cumplir con tareas socialmente impuestas, como lo es la maternidad o mayor ausencia en horas extras de trabajo, que ‘limitan’ la participación continua y activa en la empresa.

2.1 Transparencia del proceso.

Los procesos de contratación laboral han sido desarrollados en base a mecanismos de selección de personal influenciado por “técnicas y procedimientos que se han desarrollado en otros países” y en gran manera han sido estructurados con un enfoque en la demanda del mercado laboral (Didier, 2019, p. 11). Este proceso se ha ido fundamentando en estructuras tradicionales y antiguas donde los condicionamientos sociales marcan el lineamiento del rol de las personas que conforman una sociedad. De acuerdo con el análisis que emplea Didier, en cuanto a determinantes de discriminación, es importante reflexionar lo que Justus Veenman

determinó en su investigación *'Measuring Labor Market Discrimination: An Overview of Methods and Their Characteristics'*:

Dentro de la tradición económica, la discriminación laboral se ha esbozado entorno a lo que sería calificado como un tratamiento diferencial de un grupo debido a características que no son relevantes en el ciclo de empleo, tales como el nivel socioeconómico, género, edad, etnia, religión, y orientación sexual (Discriminación laboral desde recursos humanos: un debate técnico pendiente, 2019 p. 14).

A partir de ello, podemos notar que dentro de los procesos de selección no existe imparcialidad, pues las características y capacidades de los aplicantes pueden ser desvirtuados por características ajenas a su función dentro de una organización. Asimismo, en relación con los lineamientos de gestión de recursos humanos, Didier analiza su estructura en función a cuatro subsistemas, los cuales funcionan para medir los “niveles óptimos de desempeño, el tipo de relación laboral que puede ofrecer la organización, hasta los procesos para la desvinculación de los empleados” (Discriminación laboral desde recursos humanos: un debate técnico pendiente, 2019 p. 15):

- a. Incorporación (reclutamiento): mediante este subsistema el proceso de reclutamiento puede enfocarse en responder criterios arbitrarios.
- b. Desarrollo de Carrera (planes de progresión): es importante cuestionar lo que representa poder ascender de puesto como por ejemplo “criterios extralaborales”
- c. Gestión de Desempeño (evaluación desempeño, capacitación): este subsistema puede caer en el sesgo cuando los procedimientos de evaluación de desempeño no tienen mecanismo que evite esto.

- d. Relaciones Laborales: este subsistema nos permite analizar la calidad de un contrato, aspectos legales, calidad contractual, criterios de desvinculaciones. (p. 18)

Por otro lado, en un estudio con base en PubMed, CinahlPlus, Scopus y revisión de literatura científica publicada entre 2006 y 2016, se determina que en función a siete artículos “las mujeres tienden a encontrar más obstáculos que los hombres para la contratación y promoción debido a estereotipos de género” (Segovia, Briones, Roland, González, & Gea, 2019). En este análisis se destaca que uno de los principales factores que influyen dentro del proceso de reclutamiento es el condicionamiento a nivel cultural por el balance entre la vida profesional y personal. En los hogares y en la sociedad es visto como un limitante el hecho de que una mujer esté casada y tenga hijos, pues aparentemente implica una responsabilidad que es primordial para las mujeres. Investigadores y analistas lo definen de la siguiente manera:

Las opciones de desarrollo profesional, productividad y acceso a altos cargos se ven limitadas por interrupciones en la carrera académica con permisos de maternidad, multiplicación de contratos temporales (que retrasa la tenencia de plazas) o limitaciones de movilidad para asistir a actividades en horario extralaboral (como conferencias internacionales (Segovia, et al., 2018, p. 3).

Un ejemplo de ello, son los discursos implantados en la sociedad y aplicadas desde personas encargadas de los procesos de contratación. Dentro de un estatuto reclutamiento Carmen Blanco Gaztañaga, Administradora del Estado en España, acota que existe “mayor presencia masculina en puestos directivos y predirectivos de la Administración”, pues afirma que existen “dificultades de conciliación de la vida profesional y laboral y los horarios prolongados [que] pueden hacer que estas cifras continúen” (La figura del directivo público profesional:

reclutamiento y estatuto, 2010, p. 198), demostrando que desde la perspectiva de encargados de selección siguen presentes este tipo de prejuicios.

De la misma forma, en Colombia, un estudio realizado a 260 empresas aleatoriamente seleccionadas desde las plataformas de la Cámara de Comercio y DANE, se demostró que “la transparencia en los procesos de selección en las medianas empresas de Barranquilla no existe” (Naranjo, 2012), pues a pesar de que el artículo 9 del Decreto Reglamentario 1398 de 1990 la Organización Internacional del Trabajo (OIT) establece que no debe existir discriminación por género, existe un 11.7% de exclusión en los procesos de selección en empresas de la ciudad de Barranquilla que se basa en género del participante.

2.2 Condicionamientos del rol de la mujer en la sociedad.

En la prensa se encuentra una tendencia en temáticas que abordan el la equidad de género como un camino en construcción, sin duda, esto ha sido un tema que ha logrado posicionarse en los últimos años en el interés público. Sin embargo, aún se resalta el hecho de que las empresas siguen inclinando la balanza hacia los hombres, especialmente para los cargos directivos (El Tiempo, 2018).

El tiempo que una mujer emplea en el trabajo no remunerado en Ecuador es uno de los indicadores más cercanos a la realidad acerca del rol de la mujer en la sociedad. De acuerdo con datos de Ecuador en Cifras en una semana una mujer trabaja un promedio de 77,39 horas mientras que un hombre trabaja 59,57 horas (Encuesta de Uso del Tiempo, 2018).

No obstante, en lo que respecta al área de Recursos Humanos, existe evaluación de costos de contratación donde las mujeres tienen una desventaja en la balanza de lo que le convendría a

la empresa por los posibles periodos de maternidad y en general “leyes de protección social diferenciadas por género”, pues en función a esto analizan la capacidad y productividad actual y futura de los trabajadores (Didier, 2019). A su vez, los datos a nivel nacional respaldan este hecho, pues en la tasa de desempleo entre 2014 - 2019, solo en la población económicamente activa (PEA), se observa una brecha de 1,9 p.p donde el 5,7% de mujeres se encuentran desempleadas y el 3,8% representa a hombres desempleados (INEC, 2019).

Figura 5. Tasa de desempleo por sexo a nivel nacional, 2014-2019
(En porcentaje respecto a la PEA)



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Dentro de la sociedad, el hecho de que una mujer que forma parte de un hogar esté desempleada, muchas veces no causa una preocupación latente, pues aún son dominantes las ideologías donde en las estructuras familiares tradicionales, el hombre es el principal proveedor. Uno de los factores clave que en gran manera ha sido la mayor influencia en la sociedad frente a los roles de género ha sido la publicidad. En un análisis cualitativo realizado por Carina Gisell y Viviana Cisneros, se analiza la representación de la mujer en la publicidad y el rol que se le ha dado durante varios años en medios masivos, dando como resultado una idea generalizada donde “... culturalmente la mujer, manejada por su sexo, era obligada socialmente a desarrollarse o desenvolverse en un ámbito de dominio del sexo opuesto (el varón), en el que el hecho de nacer con el sexo mujer era sinónimo de represión, inferioridad y abuso” (López & Cisneros, 2013, p.

139). Asimismo esto ha llevado a que también la mujer sea examinada como un producto, pues la sociedad ha sido condicionada a establecer una relación tras la examinación de un hombre hacia una mujer (López & Cisneros, 2013, p. 140). A partir de ello, las autoras reflexionan cómo esto hace que

... las mujeres que son capaces de articular la labor de madre con el trabajo; y a su vez presentan una mayor preocupación por su desarrollo personal, podrían ser consideradas como ‘disruptivas’ de la normatividad y la organización simbólica en lo doméstico, lo comunitario y lo social (López & Cisneros, 2013, p. 139).

2.3 Empoderamiento femenino.

“Cuando las mujeres obtenemos información, herramientas, financiación y conciencia de nuestro poder, despegamos”- Melinda Gates. La sororidad es uno de los fundamentos clave para impulsar mayor presencia de mujeres en campos que toman decisiones que influyen en el futuro. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo destaca que “se centra en la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer no sólo como derechos humanos, sino también como la vía para alcanzar Objetivos de desarrollo del Milenio y el desarrollo sostenible” (PNUD, 2020). Es así como el Empoderamiento Femenino es un puntal clave que permite destacar y visibilizar las capacidades que van más allá de los estereotipos y condicionamientos sociales.

En la actualidad, el empoderar mujeres es un movimiento e ideología esencial dentro de la sociedad para trabajarlo tanto en el ámbito como colectivo y fortalecer así como brindar una visión fresca a las mujeres en los distintos sectores laborales. Es así como, los ODS que impulsamos son los siguientes:

- ODS 5 Igualdad de Género
- ODS 8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico
- ODS 10 Reducción de las Desigualdades
- ODS 17 Alianzas para Lograr los Objetivos

2.4 Mujeres líderes en la industria tecnológica.

En LATAM los esfuerzos en el proceso de inserción laboral de mujeres en el mundo de la tecnología han ido evolucionando gracias a las iniciativas como *Laboratoria*, *Women Leaders in STEM* y *Latin American Women in Technology Conference (Latinity)*. Desde *Laboratoria* alrededor de 1,300 mujeres se han especializado en la programación y UX design. De la misma manera, en México *Women Leaders* ha diseñado un programa para preparar a las mujeres en carreras de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática (STEM) impulsando la interconectividad laboral con países como Estados Unidos. Eventos como *Latinity* logra reunir a más de 400 líderes en un espacio que ha permitido profundizar y visibilizar los problemas que enfrentan las mujeres en la informática y tecnología (PLS Corp, 2020).

El crecimiento e inserción en la industria tecnológica se ha comenzado a visibilizar mucho más en Ecuador a través de mujeres que lideran empresas de transformación digital. Un ejemplo de ello es Pierangela Sierra, CEO y Cofundadora de *Tipti*, una aplicación e-commerce de crecimiento más rápido en la región. En los E-Commerce Awards 2019 *Tipti* fue reconocido como la mejor Pyme y fue nombrado el mejor emprendimiento ecuatoriano en la empresa emergente Summit (IT Ahora, 2020). Por otro lado, Daniela Espinosa Cofundadora de *Kushki*,

forma parte de la transformación a nivel de las TIC donde ha logrado posicionar en Latinoamérica una plataforma que ofrece soluciones de pagos online.

Dentro de esta investigación, la socialización de las oportunidades y casos de éxito son esenciales para expandir el conocimiento e iniciativas que inspiren a más personas a construir proyectos escalables que cambien los paradigmas y construcciones sociales arraigadas. Desde la academia es vital, seguir impulsando y apoyando estos logros, para generar mayor visibilidad y participación de mujeres en la tecnología, una industria que se caracteriza por estar en constante transformación y es esencial para nuestro desarrollo. Por lo tanto, a través de la comunicación estratégica y la tecnología, se puede impulsar una proyección de alto impacto creando un camino hacia un mayor desarrollo social, económico y cultural.

CAPITULO 3: LA COMUNICACIÓN COMO MEDIO PARA IMPULSAR EL EMPODERAMIENTO FEMENINO

La comunicación se ha convertido en un factor determinante para el desarrollo en todos los ámbitos de la vida, gracias a ella se transmite la información que permite que el mundo se conecte y se expanda. Utilizarla para generar cambios positivos en la sociedad es indispensable para la evolución y adaptación al mundo actual, haciéndolo un lugar con igualdad de oportunidades para todas las personas.

Desde una perspectiva de igualdad, la comunicación de género es un tópico que permite persuadir a las personas para que problemas de estereotipos que se han desarrollado en los capítulos anteriores, sean erradicados y se produzca un cambio de mentalidad que promueva mayores avances en las sociedades modernas. Para ello, es importante implementar un análisis de la evolución que tenemos como sociedad para poder proyectar de manera estratégica soluciones viables y escalables.

3.1 La comunicación de masas.

La comunicación es el elemento más básico que el ser humano utiliza para coexistir en un mundo donde es necesario adaptarse al contexto en el que se vive. La comunicación intercultural y la globalización son factores que han escalado el conocimiento de distintas ideologías y han llevado a una reflexión acerca de la tolerancia para las conductas ambiguas. Esto ha creado una atmósfera de cooperación y entendimiento donde existe mayor sensibilidad y meditación. Para comprender las transformaciones que hemos tenido como sociedad, cabe recurrir al análisis del

desarrollo de la visión de la comunicación. Desde un espectro reflexivo hacia la comunicación, Carlos Collado, un destacado científico mexicano, desarrolló un análisis en 1988 de cómo la comunicación no verbal ha sido la base de un comportamiento heredado que ha marcado la forma en la que visualizamos nuestra identidad, análisis que sigue vigente debido a los comportamientos actuales de la sociedad (La comunicación humana en el mundo contemporáneo, 2001).

En la teoría de Lazarsfeld, existe una ruptura relevante para la historia, frente a la visión de la media como un ente omnipotente y contempla el hecho de que la influencia de nuestra forma de pensar y actuar forma parte de nuestro círculo de comunicación primario. Esto, nos conecta a lo que Eric Maigret, sociólogo francés, establece como refuerzo de las opiniones preexistentes, las cuales “se manifiestan por una fuerte atención a los mensajes que van el sentido de nuestras opiniones y por una débil atención a los demás” (Maigret, 2005, p. 130) donde es importante reflexionar en cómo las sociedades han sido moldeadas en base a su contexto y se ha replicado de generación en generación.

La importancia de comprender cómo funciona el razonamiento humano y cómo influyen las ideologías en la sociedad, trae consigo la importancia del uso de la comunicación para informar, persuadir y motivar. Durante la historia, se ha visto cómo la *mass media* ha tenido un impacto negativo por las visiones limitantes y su mal uso como medio manipulador. No obstante, la mirada hacia la comunicación como un potenciador positivo en la sociedad necesita crear aún más presencia en causas sociales que han luchado durante varios años en pro de una sociedad donde prime la igualdad, la tolerancia y el respeto.

3.2 Tecnologías de la información y comunicación.

En este contexto, la comunicación es importante mencionar a Manuel Castells, quien afirma en su artículo *Tecnologías de la Información y la Comunicación y Desarrollo Global* en la *Revista de Economía Mundial* que gracias a la transformación y consolidación de un nuevo sistema económico en el mundo donde las tecnologías de la información y de la comunicación han desarrollado mayor importancia, ha salido a la luz la desigualdad y exclusión social en los sistemas globales, hecho que sigue siendo válido hasta la actualidad (2002, p. 91).

La relación del ser humano con la tecnología es compleja. Por un lado, la utilizamos para ampliar nuestros sentidos y capacidades. A diferencia de los animales, el ser humano transforma su entorno, adaptándolo a sus necesidades, las reales y las socialmente inducidas, pero termina transformándolo a él mismo y a la sociedad. En este sentido, podríamos decir que somos producto de nuestras propias criaturas (Adell, 2006, p. 1)

Es importante mencionar a Adell ya que reflexiona que el ser humano adapta la tecnología a sus necesidades y las “socialmente inducidas” y este hecho seguirá siendo así a través del tiempo. Como se ha mencionado en capítulos anteriores, las construcciones sociales que definen el rol de la mujer en la vida y en el ámbito laboral se han instalado en las mentes de las personas normalizando y generando expectativas sobre cómo debe comportarse una mujer. Al momento de adaptar las tecnologías de la información y la comunicación a las necesidades sociales se excluye automáticamente a la mujer de la configuración comunicativa de la tecnología. La tecnología está integrada a nuestra vida por completo y es por esto por lo que

debemos darle un giro a cómo afecta al género femenino convirtiéndola en un campo de inclusión y equidad.

3.3 Tecnología, comunicación y género.

Castell menciona que se ha producido una revolución cultural donde concientizar la importancia de la mujer y su emancipación de una cultura misógina y machista en las últimas tres décadas de una manera irreversible (2002, p. 92). “La industria tecnológica cuenta con un poder desproporcionado para definir el futuro” (Gates, 2019, p. 242), es por esto que la comunicación es el eje fundamental de cambio para el empoderamiento femenino dentro de la industria tecnológica, de esta manera, el futuro sería la igualdad de género influenciado por la industria tecnológica mundial.

Pilar Riaño en su artículo *El Género en la Comunicación: las Contribuciones de las Mujeres* menciona cómo los discursos dominantes difunden mensajes estereotipados que establecen roles de género, pero a su vez estos discursos están presentes en alternativas de representaciones de la participación de la mujer (1996, p. 54). Este tipo de discursos dominantes se siguen difundiendo hasta el día de hoy.

La carencia de un análisis cuidadoso de estas representaciones y de los aspectos silenciados, ha tenido impacto en las estrategias de comunicación al generar propuestas que instrumentalizan, fragmentan y niegan la realidad de la mujer. Es, precisamente, en el encuentro entre la propuesta crítica de participación para la liberación, por un lado, y las experiencias cotidianas de los participantes en actividades de comunicación grupal, por el

otro, en donde surgen muchas tensiones y se evidencian muchos silencios (Riaño, 1996, p. 54)

Desde los distintos ejes de acción de la comunicación, existe un gran potencial para el desarrollo tanto a nivel de comunidades como en la sociedad en general. Por esta razón, es imprescindible recalcar que a partir de un continuo análisis y evaluación, se pueden construir iniciativas que aporten a un futuro con mayores oportunidades y accesibilidad a un avance interpersonal y colectivo.

CAPITULO 4: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

4.1 Presentación de Campaña.

Juntas Despegamos es una campaña de comunicación que se desarrolló en el contexto del COVID-19 e impulsó a mujeres de 4 provincias exploren la industria tecnológica a través de una comunidad que inspira y conecta. Mediante espacios de aprendizaje y conversatorios, se fomentó la reflexión del alto impacto de esta industria, así como la importancia de la presencia equitativa en el campo que moldea nuestro futuro y brinda grandes oportunidades de crecimiento social y económico. De esta manera, la campaña tuvo 2 preceptos principales:

1. La importancia de desarrollar las capacidades tecnológicas para potenciar el negocio de mujeres emprendedoras
2. La necesidad de incrementar la inserción temprana de mujeres adolescentes en campo tecnológico

Estos preceptos fueron apalancados por espacios de socialización y alianzas impulsadas por Fabiana y Bárbara en colegios, comunidades y grupos de mujeres. De esta manera, la campaña logró alcanzar a una comunidad activa de 110 inscritas y un promedio de 30 mujeres participantes en cada encuentro virtual. Desde la visión de lideresas que han logrado ocupar puestos directivos en empresas de desarrollo de software y compañías que han apalancado su modelo de negocio a través de la tecnología, la comunidad de Juntas Despegamos tuvo un impacto positivo en su vida profesional, crecimiento en su vida personal y empoderamiento para reconocer el valor que tienen para hacer los cambios que necesita la sociedad a través de la industria tecnológica.

Es así como al estar “la comunicación [convirtiéndose] en la herramienta más efectiva para muchas mujeres que han optado por mostrar al mundo el valor que son capaces de generar en la sociedad” (García, 2020), para Juntas Despegamos, la comunicación en el nuevo mundo digital fue la base fundamental para el crecimiento de la iniciativa.

4.1.1 Pertinencia del tema.

La presencia de las mujeres en el campo STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas por sus siglas en inglés) es fundamental para construir una sociedad de oportunidades y equidad, pues es una industria que ha logrado acelerar el desarrollo económico y en la evolución de nuestra sociedad. La tecnología tiene una amplia gama de oportunidades para las nuevas generaciones, así como para los pequeños y medianos negocios, pues influye en la toma de decisiones en el mundo. Se estimó que en 2020 existiría una vacante de medio millón de empleos en áreas como Inteligencia Artificial, Cloud o Administración de Sistemas por falta de perfiles tecnológicos, según la Comisión Europea (Innovación en Formación Profesional, 2019). Asimismo, según un artículo del diario Dinero de Colombia, en el año 2020, especialistas de la aplicación de aprendizaje Babbel realizaron un estudio exhaustivo a partir de estadísticas actuales consecuentes de la pandemia del COVID-19 sobre las diez profesiones del futuro, de las cuales ocho pertenecen a la industria tecnológica:

- Estratega de contenido web
- Especialista de experiencia de usuario
- Líder de comunidades digitales
- Desarrollador de blockchain
- Hacker de crecimiento

- Director de data
- Especialista de SEO
- Analista de seguridad cibernética

En el contexto del COVID-19, esto fue palpable a nivel mundial por las necesidades del mercado, un ejemplo de ello son las Fintech como la de Pierpaolo Barbieri, Fundador de la aplicación financiera Ualá, que inició el año con alrededor de 190 colaboradores y cerrará el 2020 con más de 500 trabajadores (Lendit Fintech LATAM, 2020). Sin duda, la tendencia indica que la demanda de profesionales en este campo seguirá teniendo un incremento significativo en la próxima década, pero en Ecuador muy pocas mujeres están enroladas desde temprana edad en esta industria y existe poca socialización acerca de este campo.

Menos del 60% de mujeres son estudiantes de carreras afines a la Ingeniería Informática (INEC, 2010), no obstante, las cifras indican que Ecuador tiene el 33,6% de mujeres emprendedoras, lo que le hace ocupar el primer puesto de 50 naciones (Statista, 2020). Este dato nos hace reflexionar sobre la importancia de impulsar espacios que permitan explorar cómo la tecnología puede potenciar ideas, emprendimientos y el desarrollo de toda una comunidad.

Objetivos y Metas de Desarrollo Sostenible.

En base a la investigación realizada, la campaña fue desarrollada con el fin de aportar a que los siguientes ODS:



Igualdad de Género: este objetivo es el principal motor de nuestra campaña al ser uno de los fundamentos “esenciales para construir un mundo pacífico, próspero y sostenible” (Naciones Unidas, 2020). Empoderar y brindar acceso de primera mano, permite inspirarnos para despegar juntos como sociedad.

Reducción de las desigualdades: Durante la pandemia de 2020, las desigualdades y cifras de desempleo han aumentado de manera significativa (Naciones Unidas, 2020), por lo que la importancia de socializar las oportunidades en el campo laboral es fundamental para aumentar replantear las necesidades educativas.

Trabajo decente y crecimiento económico: A través de las soluciones y oportunidades de generar mayor inclusión de la sociedad desde productos y servicios tecnológicos, se puede fomentar “crecimiento económico inclusivo y sostenido” para generar mayor progreso (Naciones Unidas, 2020).

Alianzas para lograr objetivos: La gestión de Juntas Despegamos permite generar mayor presencia de soluciones que permitan construir una sociedad más inclusiva. Gracias al alcance en medios tradicionales, la iniciativa pudo llegar a instancias políticas en la participación de sus gestoras en un conversatorio de la candidata a vicepresidenta María Sara Jijón.

4.1.2 Problema Social trabajado en campaña

En base a la investigación y datos existentes se evidencia que la participación de las mujeres en cargos directivos en la industria tecnológica se ha visto limitada por estructuras tradicionales en el ámbito social y empresarial. De acuerdo con los datos obtenidos se estima que el porcentaje de mujeres involucradas en la carrera de Informática ha disminuido hasta el año 2017, según informe Empleo IT Mujer (El Economista, 2019), a pesar de ser una de las industrias con más impacto en la sociedad.

En Ecuador, según Girls in Tech, se registra que únicamente el 12% de mujeres trabajan en tecnología en el país demostrando que la brecha digital sigue siendo un reto a nivel nacional. De esta manera, es necesario impulsar iniciativas con un alcance a nivel, social, empresarial y de gobierno.

4.1.3 Territorio de Acción

Juntas Despegamos formó una comunidad con mujeres de cuatro provincias principales de Ecuador: Pichincha, Tungurahua, Guayas y Napo. Gracias al aceleramiento de uso de herramientas virtuales en el contexto del COVID-19, la campaña logró expandir su territorio de acción inicial que se centraba únicamente en Quito y Valle de Los Chillos.

4.1.4 Alcance de la causa social

A través de espacios de aprendizaje se generó una comunidad de 110 mujeres interesadas en explorar la industria tecnológica. Mediante webinars y charlas, inspiramos e informamos a adolescentes y emprendedoras de las oportunidades que tienen en el campo tecnológico desde la perspectiva de lideresas que han logrado alcanzar puestos directivos en empresas de tecnología.

En los webinars hubo ponentes que hoy son parte de la industria tecnológica

1. Ivanna Zauzich - Gerente de E-Business SaludSA
2. Pierangela Sierra - Cofundadora y Presidente Ejecutiva de Tipti
3. Silvia Ruiz - Data Scientist, Risk Analytics en Morgan Stanley
4. Mónica Torres - Psicóloga, Experta en Innovación de Contract Work Places

4.2 Diagnóstico de Comunicación.

4.2.1 FODA.

FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Alianzas con comunidades y grupos de mujeres. ● Presencia en medios tier 1 y 2. ● Apoyo de lideresas que trabajan en empresas reconocidas a nivel mundial y nacional. ● Experiencia en el campo tecnológico. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Interés de mujeres emprendedoras en el campo tecnológico. ● El empoderamiento femenino y la tecnología, son temas de tendencia en el ámbito laboral. ● Alianzas con empresas privadas para llegar a adolescentes de escasos recursos.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Limitación de eventos presenciales. ● Falta de interés y entendimiento de 	<ul style="list-style-type: none"> ● Rechazo por movimientos asociados al feminismo.

directivos en colegios públicos y privados.	<ul style="list-style-type: none"> ● Confusión acerca de lo que es feminismo. ● Desinterés por falta de conocimiento.
---	---

4.2.2 Eje de Campaña.

Juntas Despegamos es una campaña social enfocada en el impulso y empoderamiento femenino. Incentivamos la inserción temprana de mujeres adolescentes en la industria tecnológica para que tengan más oportunidades laborales de liderazgo. Apuntamos al campo tecnológico porque es una de las industrias con mayor potencial de crecimiento y está moldeando nuestro futuro.

Estrategia	Propósito	Público	Táctica	Actividades
Impulsar la inserción temprana de mujeres adolescentes en un campo que moldea nuestro futuro	Informar de manera clara la importancia de la inserción temprana de mujeres en una industria con alto potencial que hoy está moldeando nuestro futuro.	Mujeres adolescentes de 16-18 años en los últimos 3 cursos de bachillerato Emprendedoras de 25-35 años	Difusión y promoción en redes sociales de webinars y charlas con mujeres líderes en la tecnología. A través de estos espacios de aprendizaje inducir a que exploren las oportunidades en la tecnología, impulsando la importancia de apoyarnos entre mujeres.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar mujeres líderes en la industria tecnológica para que sean parte de nuestros webinars y charlas 2. Establecer un plan de redes sociales para generar engagement, promocionar nuestros espacios de aprendizaje e impulsar nuestro mensaje "juntas despegamos" 3. Definir el calendario de speakers 4. Generar alianzas con empresas privadas

4.2.3 Concepto de la Campaña.

El concepto de Juntas Despegamos es socializar la importancia de la presencia de mujeres en el campo tecnológico, al ser una industria que define constantemente la manera en la que vivimos. Se generó una red de mujeres donde junto con el apoyo de lideresas en esta industria brindamos información de primera mano y las herramientas principales para despegar en el campo, lo cual permitió que mujeres de todas las profesiones lograran utilizar a la tecnología como una herramienta impulsora de su carrera profesional.

4.2.4 Nombre de la Campaña.

Juntas Despegamos

4.2.5 Misión.

Promover la inserción de mujeres en el campo tecnológico a través de la educación, el empoderamiento y la construcción de una red de relaciones públicas fomentando la equidad de género entre mujeres y hombres en la industria digital de manera transversal.

4.2.6 Visión.

Para diciembre de 2020, ser una comunidad referente en el ámbito tecnológico en cuanto a la integración de distintos grupos de mujeres dentro de la industria a través del asesoramiento y alianzas que permitan su despegue personal y profesional.

4.2.7 Logotipo.



dc4450

441c58

4.3 Públicos.

4.3.1 Públicos Beneficiados.

Las mujeres adolescentes de 16-18 años en los últimos 3 cursos de bachillerato y emprendedoras de 24-60 años forman parte de la comunidad de Juntas Despegamos, la cual inspira, conecta e impulsa a explorar el campo tecnológico.

4.3.2 Públicos Estratégicos y Aliados.

Colegios.

- Educar 2000
- Montebello Academy

Comunidades.

- Cooperativa Luz del Valle
- CEPAM
- Quiero ser ingeniera
- Mujeres Ambato

Gremios-Empresas

- Front End UIO
- TIPTI
- Salud SA
- María Sara Jijón

4.3.3 Públicos de interés.

Para impulsar el aumento de cifras de mujeres en la tecnología, es necesario fomentar la inserción temprana de adolescentes en el mundo tecnológico. Es así como uno de los públicos principales de Juntas Despegamos son mujeres de 16-18 años en los últimos 3 cursos de bachillerato. En la toma de decisión de la carrera a seguir, es esencial que exista acceso a la información y consultorías que brinden un panorama amplio de las tendencias en el mercado y las oportunidades de este.

Asimismo, para seguir fomentando el desarrollo económico, las mujeres emprendedoras son un público importante que requiere de mayor apoyo para sacar adelante sus proyectos. A través de comunidades que compartan prácticas y herramientas para comprender el mundo tecnológico, fortalecemos las capacidades que generen mayor desarrollo.

4.4 Objetivos.

Impulsar una campaña digital en el contexto del COVID para socializar la importancia de aumentar las cifras de mujeres en la industria tecnológica abriendo espacios de aprendizaje y empoderamiento.

4.4.1 Objetivo General.

Generar espacios de aprendizaje mediante charlas con líderes en la industria tecnológica para que emprendedoras y adolescentes en proceso de graduarse del colegio comiencen a explorar el campo de la tecnología durante una campaña de 1 mes y medio.

4.4.2 Objetivos Específicos.

1. Informar de manera clara la importancia de la inserción temprana de mujeres en una industria con alto potencial que hoy está moldeando nuestro futuro.
2. Fomentar espacios de aprendizaje a través de webinars con lideresas en la industria tecnológica.
3. Socializar la causa en colegios, comunidades y grupos de mujeres.
4. Impulsar el empoderamiento femenino a través del apoyo entre mujeres.

4.5 Estrategias y Fases de la campaña.

Estrategia de la campaña	
<i>Conciencia</i>	<p>Socializar el impacto de la industria tecnológica a nivel mundial y nacional con cargos directivos de colegios, comunidades y grupos de mujeres.</p> <p>Creación de contenido para socializar la campaña a través de redes sociales (Instagram y Facebook)</p> <p>#JuntasDespegamosEnLaTecnología</p>
<i>Inspiración</i>	<p>Crear <i>engagement</i> a través de redes sociales de adolescentes y mujeres emprendedoras con aras de superación y oportunidades para el desarrollo.</p>
<i>El Despegue</i>	<p>Empoderar e inspirar a la comunidad de mujeres impulsando la importancia de la sororidad y auto-educación a través de webinars interactivos con lideresas en la industria tecnológica.</p>
<i>No hay vuelta atrás</i>	<p>Mantener activa a nuestra comunidad a través de contenido de valor para ser parte de su continuo proceso de aprendizaje el cual les permite seguir explorando oportunidades en la industria a través de herramientas e información</p>

4.5.1 Fase Conciencia.

Conciencia		
Táctica	Acción	Medios
Reuniones con directivos de colegios, comunidades y grupos de mujeres	Presentación de cifras y objetivo de campaña	Zoom
Creación de contenido para introducir la campaña	Publicaciones en redes sociales para dar a conocer la causa	Facebook e Instagram
Uso de medios masivos para socializar la campaña y llegar a más personas	Mapeo de espacios para gestión de Free Press	<p>Telesucesos Programa: Vida y Tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"> • Youtube • TV <p>Radio Hot 106.1 FM Programa: Al Fin Solos</p> <p>Radio de la Casa de la Cultura Programa: Voces en Cabina</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook Live • Radio <p>Ecos de Rumiñahui Programa: Vive la tarde</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook Live • Radio

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Interacciones: 31 Impresiones: 384 Me gusta: 58 Comentarios: 3 Alcance: 314</p>	<p>Alcance: 914 Reacciones: 15 Clicks: 65 Comentarios: 0 Compartido: 6</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
<p>Somos Fabiana y Barbara</p> <p><i>Mujeres que impulsan a otras a despegar</i></p>	<p>Interacciones: 26 Impresiones: 398 Me gusta: 57 Comentarios: 1 Alcance: 327</p>	<p>Alcance: 914 Reacciones: 15 Clicks: 65 Comentarios: 0 Compartido: 6</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Interacciones: 49 Impresiones: 410 Me gusta: 64 Comentarios: 4 Alcance: 338</p>	<p>Alcance: 914 Reacciones: 15 Clicks: 65 Comentarios: 0 Compartido: 6</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
<p>DESPEGAR <small>VERBO INTRANSITIVO</small></p> <p>COMENZAR, AVANZAR O DESARROLLARSE NOTABLEMENTE</p>	<p>Interacciones: 38 Impresiones: 304 Me gusta: 52 Comentarios: 1 Alcance: 237</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Clicks: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Interacciones: 212 Impresiones: 408 Me gusta: 73 Comentarios: 1 Alcance: 331</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>TECNOLOGÍA SUSTANTIVO</p> <p>CONJUNTO DE TEORÍAS Y DE TÉCNICAS QUE PERMITEN EL APROVECHAMIENTO PRÁCTICO DEL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO.</p>	<p>Interacciones: 10 Impresiones: 334 Me gusta: 52 Comentarios: 1 Alcance: 263</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>WEBINAR GRATUITO</p> <p>JUNTAS DESPEGAMOS</p> <p>Conecta con una Comunidad de Mujeres y descubre oportunidades en la tecnología</p> <p>Vie 16 Oct - 18h00</p> <p>zoom ID: 335 022 9851 / Contraseña: 486979</p>	<p>Interacciones: N/A Impresiones: Me gusta: Comentarios: Alcance:</p>	<p>Reacciones: 95 Comentarios: 0 Compartido: 13</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>Hoy tuvimos la oportunidad de conversar con los chicos de tercero de bachillerato del colegio Educar 2000</p> <p>Responder a juntas.despegamos...</p>	<p>Acciones: 2 Respuestas: 1 Visitas al perfil: 1 Alcance: 119</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>Hablamos de la importancia de la presencia de las mujeres en campos como el tecnológico y el mundo digital</p>	<p>Acciones: 1 Respuestas: 1 Visitas al perfil: 0 Alcance: 115</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

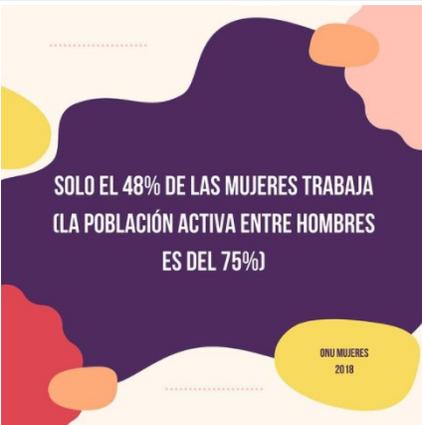
Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Acciones: 19 Respuestas: 1 Visitas al perfil: 4 Alcance: 103</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Acciones: 5 Respuestas: 1 Visitas al perfil: 4 Alcance: 116</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

4.5.2 Fase Inspiración.

Inspiración		
Táctica	Acción	Medios
Primera fase de inscripciones a los webinars	Inscripciones a través de link de la página web y Google Forms.	Instagram y Facebook
Creación de contenido para inspirar y empoderar a la comunidad	Publicaciones en redes sociales con frases motivacionales y casos de éxito	Facebook e Instagram

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>PIERANGELA SIERRA</p> <p>Esta empresaria ecuatoriana es la co-fundadora y CEO de la empresa TIPTI. Tiene experiencia internacional en planificación estratégica, posicionamiento de marcas, marketing global, project management y optimización de modelos de negocios.</p>	<p>Interacciones: 33 Impresiones: 349 Me gusta: 53 Comentarios: 1 Alcance: 293</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Clicks: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>SOLO EL 48% DE LAS MUJERES TRABAJA (LA POBLACIÓN ACTIVA ENTRE HOMBRES ES DEL 75%)</p> <p>ONU MUJERES 2018</p>	<p>Interacciones: 11 Impresiones: 313 Me gusta: 46 Comentarios: 0 Alcance: 258</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Clicks: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p> Visitas al perfil: 178 Visitas al sitio web: 7 Me gusta: 68 Comentarios: 4 </p>	<p> Alcance: N/A Impresiones: Reacciones: Comentarios Compartido: </p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p> Interacciones: 6 Impresiones: 302 Me gusta: 36 Comentarios: 0 Alcance: 260 </p>	<p> Alcance: N/A Impresiones: Reacciones: Comentarios Compartido: </p>

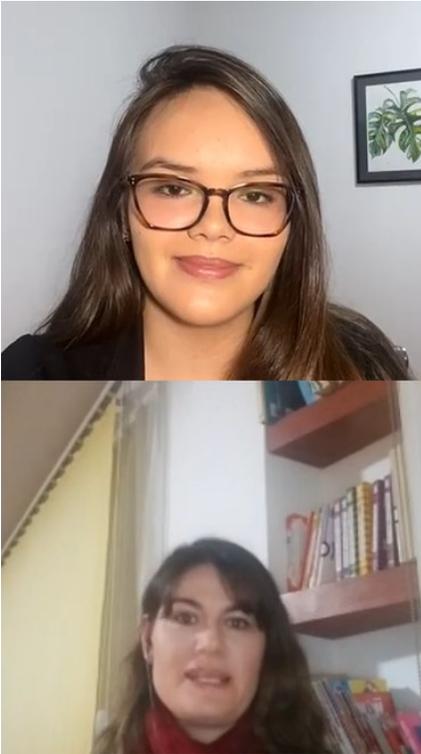
Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>EN EL MUNDO, LAS 10 PRINCIPALES CARRERAS MEJOR PAGADAS Y MÁS DEMANDADAS DURANTE EL 2020 SON DE LA INDUSTRIA TECNOLÓGICA Y DIGITAL</p> <p>IES MADRID</p>	<p>Interacciones: 8 Impresiones: 299 Me gusta: 34 Comentarios: 0 Alcance: 238</p>	<p>Alcance: N/A Impresiones: Reacciones: Comentarios Compartido:</p>

4.5.3 El Despegue.

El Despegue		
Táctica	Acción	Medios
Inscripciones activas a los webinars	Inscripciones a través de link de la página web y Google Forms	Instagram y Facebook
Promoción de webinars y lives de instagram gratuitos para la comunidad de Juntas Despegamos	Publicaciones en redes sociales informativas	Facebook e Instagram
Transmisiones en vivo de Facebook y Sesiones de Zoom Interactivas	Webinar interactivo con The Launch Team (lideresas de la industria tecnológica) a través de Zoom y retransmitido por Facebook Live	Zoom y Facebook

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Acciones: 5 Respuestas: 1 Visitas al perfil: 4 Alcance: 116</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Interacciones: 23 Impresiones: 341 Me gusta: 50 Comentarios: 3 Alcance: 276</p>	<p>Alcance: N/A Impresiones: Reacciones: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Interacciones: 5 Impresiones: 328 Reproducciones: 172 Me gusta: 56 Comentarios: 0 Alcance: 253</p>	<p>Alcance: N/A Impresiones: Reacciones: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Interacciones: 15 Impresiones: 301 Me gusta: 38 Comentarios: 1 Alcance: 252</p>	<p>Alcance: 101 Reacciones: 6 Clicks: 1 Comentarios: 0 Compartido: 1</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>PAOLA VILLARREAL La joven mexicana aprendió de programación de forma autodidacta a los 12 años, a los 15 se dedicaba profesionalmente a desarrollo web. En 2013 y 2014 fue directora de Innovación Tecnológica en el Laboratorio de Innovación de Ciudad de México y actualmente desarrolla el proyecto Data for Justice en Estados Unidos.</p>	<p>Interacciones: 6 Impresiones: 275 Me gusta: 38 Comentarios: 0 Alcance: 235</p>	<p>Alcance: 55 Reacciones: 1 Clicks: 0 Comentarios: 0 Compartido: 0</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>Ivanna Zauzich Gerente de E-Business de SaludSA</p> <p>WEBINAR GRATIS</p> <p>Las nuevas habilidades laborales para los retos laborales en el mundo digital</p> <p>JUNTAS ESPEQUEMOS Sábado, 7 de noviembre 10:00 a.m</p>	<p>Interacciones: 9 Impresiones: 275 Me gusta: 26 Comentarios: 1 Alcance: 232</p>	<p>Alcance: 202 Reacciones: 8 Clicks: 5 Comentarios: 0 Compartido: 2</p>

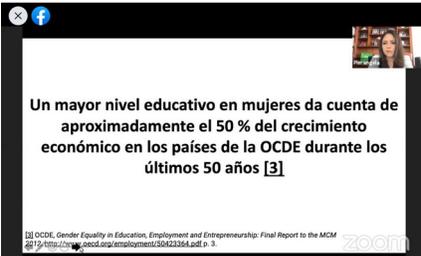
Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Interacciones: N/A Impresiones: Me gusta: Comentarios: Alcance:</p>	<p>Alcance: 389 Reproducciones: 276 Reacciones: 13 Clicks: 88 Comentarios: 13 Compartido: 2</p>

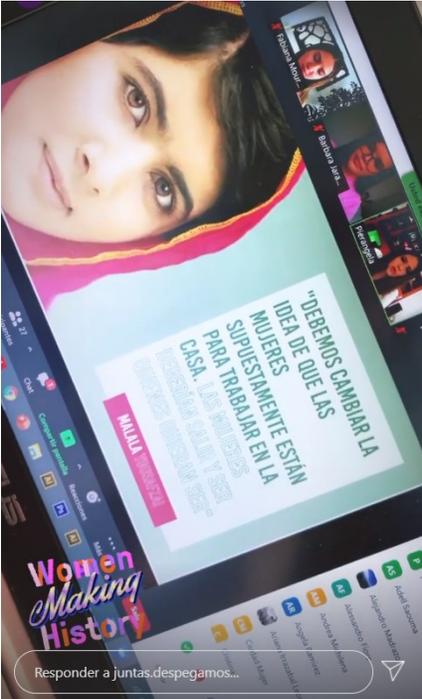
Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Acciones: 2 Respuestas: 1 Visitas al perfil: 1 Alcance: 59</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>MAYA ANGELOU</p> <p>“Cada vez que una mujer se levanta por sí misma, sin saberlo posiblemente, sin clamarlo, se levanta por todas las mujeres”</p>	<p>Interacciones: 1 Impresiones: 262 Me gusta: 32 Comentarios: 1 Alcance: 222</p>	<p>Alcance: 5 Reacciones: 3 Click: 0 Comentarios: 0 Compartido: 0</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>4 HERRAMIENTAS GRATUITAS PARA EMPEZAR A CAPACITARSE EN MARKETING DIGITAL</p> <p>QUE APRENDIMOS EN EL WEBINAR CON IVANNA ZAUZICH</p>	<p>Interacciones: 3 Impresiones: 367 Me gusta: 46 Comentarios: 3 Alcance: 270</p>	<p>Alcance: 70 Reacciones: 5 Clicks: 1 Comentarios: 0 Compartido: 0</p>

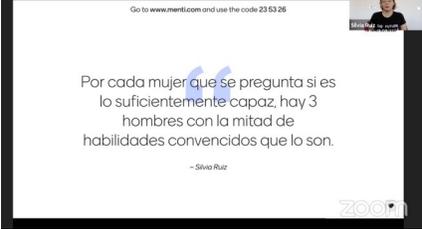
Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>WEBINAR GRATIS</p> <p>Pierangela Sierra Co-fundadora y CEO de Tipti SA</p> <p>La importancia de tener más mujeres en el campo tecnológico</p> <p>JUNTAS DESPEGAMOS</p> <p>Sábado, 14 de noviembre 11:00 a.m.</p>	<p>Interacciones: 119 Impresiones: 27.817 Me gusta: 58 Comentarios: 2 Alcance: 17.121</p>	<p>Alcance: 143 Reacciones: 7 Click: 1 Comentarios: 0 Compartido: 1</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>Un mayor nivel educativo en mujeres da cuenta de aproximadamente el 50 % del crecimiento económico en los países de la OCDE durante los últimos 50 años [3]</p> <p><small>[3] OCDE, Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM 2017. https://doi.org/10.1787/5e904336a.pdf, p. 9.</small></p>	<p>Interacciones: N/A Impresiones: Me gusta: Comentarios: Alcance:</p>	<p>Alcance: 484 Reproducciones: 244 Reacciones: 6 Clicks: 51 Comentarios: 4 Compartido: 3</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Acciones: 2 Respuestas: 0 Visitas al perfil: 1 Alcance: 61</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Click: Comentarios Compartido:</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p>Interacciones: 5 Impresiones: 268 Me gusta: 31 Comentarios: 0 Alcance: 226</p>	<p>Alcance: 78 Reacciones: 8 Clicks: 0 Comentarios: 0 Compartido: 0</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>WEBINAR GRATIS</p> <p>Silvia Ruiz Analista de Riesgos, Morgan Stanley</p> <p>Las carreras que son parte de la industria que moldea nuestro futuro y su demanda en el campo laboral</p> <p>JUNTAS ESPEQUEMOS Sábado, 21 de noviembre 11:00 a.m</p>	<p>Interacciones: 78 Impresiones: 13.238 Me gusta: 49 Comentarios: 5 Alcance: 10.216</p>	<p>Alcance: 99 Reacciones: 6 Clicks: 1 Comentarios: 0 Compartido: 0</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>Go to www.menti.com and use the code 23 53 26</p> <p>Por cada mujer que se pregunta si es lo suficientemente capaz, hay 3 hombres con la mitad de habilidades convencidos que lo son.</p> <p>- Silvia Ruiz</p>	<p>Interacciones: N/A Impresiones: Me gusta: Comentarios: Alcance:</p>	<p>Alcance: 772 Reproducciones: 303 Reacciones: 12 Clicks: 88 Comentarios: 0 Compartido: 2</p>

4.5.4 No hay vuelta atrás

Inspiración		
Táctica	Acción	Medios
Amplificación del público a través de la prensa escrita	Entrevista motivadora e informativa	Revista Líderes Semanario del Diario El Comercio
Lobbying con organizaciones y comunidades	Conversatorio sobre el empoderamiento femenino y la presencia activa de mujeres para la reactivación económica con la candidata a Vicepresidenta del Ecuador por el partido Izquierda Democrática	Facebook e Instagram
Contenido a través de redes sociales con contenido de valor para la comunidad	Posts informativos con herramientas de aprendizaje digitales	Facebook e Instagram

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>Más mujeres en la tecnología es su meta Justas Anzures y Fabiana Muñoz a través de talleres y webinars, dos alumnas de la Univ. San Francisco impulsan una mayor incorporación femenina, particularmente de emprendedoras, en la industria digital.</p>	<p>Interacciones: 41 Impresiones: 437 Me gusta: 124 Comentarios: 17 Alcance: 321</p>	<p>Alcance: 807 Reacciones: 43 Clicks: 6 Comentarios: 0 Compartido: 3</p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p> Interacciones: 12 Impresiones: 316 Me gusta: 67 Comentarios: 3 Alcance: 257 </p>	<p> Alcance: 210 Reacciones: 19 Clicks: 3 Comentarios: 0 Compartido: 0 </p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
	<p> Interacciones: N/A Impresiones: Me gusta: Comentarios: Alcance: </p>	<p> Reproducciones: 698 Reacciones: 42 </p>

Publicación	Indicadores Instagram	Indicadores Facebook
 <p>5 APPS PARA APRENDER A PROGRAMAR</p>	<p>Interacciones: 3 Impresiones: 365 Me gusta: 43 Comentarios: 2 Alcance: 270</p>	<p>Alcance: N/A Reacciones: Clicks: Comentarios: Compartido:</p>

4.6 Tácticas.

Las tácticas que se llevaron a cabo para posicionar a Juntas Despegamos en la mente del público fueron las siguientes:

- Creación de contenido de valor y difusión de los mismos a través de Instagram y Facebook sobre la campaña, los beneficios de trabajar en la industria tecnológica y casos de éxito de mujeres que se han posicionado como lideresas a nivel internacional.
- Webinars gratuitos e interactivos denominados “Conversaciones que Inspiran” con cuatro mujeres pertenecientes al “Launching Team” (El equipo de lanzamiento) donde se tocan distintos enfoques para apoyar a que mujeres jóvenes y mujeres emprendedoras impulsen sus carreras.
- Gira de medios de comunicación donde se promuevan distintos ejes de la campaña como conversaciones sobre la importancia de la presencia de mujeres en el mundo tecnológico, promoción de los webinars gratuitos y ampliación de la comunidad.

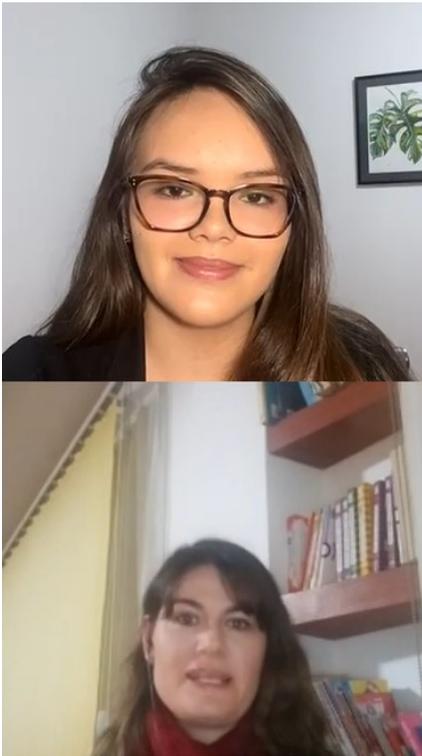
4.7 Presupuesto.

El presupuesto se basa en promoción de publicaciones y regalo corporativo final:

GASTOS CAMPAÑA VINCULADOS	
Promoción de webinars	\$20
Camisetas	\$22
Promoción webinar Pierangela Sierra	\$10
Promoción webinar Silvia Ruíz	\$10
6 libros - No hay vuelta atrás - Melinda Gates	\$96
6 cajas con taza y cuchara personalizada	\$78
TOTAL GASTOS	\$236

4.9 Logros Alcanzados.

4.9.1 Webinars y Live en Instagram.

	<p>Fecha: 28 de octubre de 2020</p> <p>Tema: Si nos apoyamos entre nosotras ¿qué logramos? La importancia de los espacios disruptivos.</p> <p>Invitada: Mónica Torres, psicóloga experta en innovación.</p> <p>Número de asistentes: 30 personas</p> <p>Medio: Live de Instagram</p>
--	---

Empoderamiento femenino

- + Compartir conocimiento
- + Crear comunidades
- + Impacto social
- + Mayor empatía
- + identificar oportunidades
- + Contratar más mujeres

"Hay que desmitificar ese concepto machista de que las mujeres no se llevan. Trabajar con mujeres es la experiencia más enriquecedora"

Fecha: 7 de noviembre de 2020

Tema: Las nuevas habilidades para los retos laborales en el mundo digital

Invitada: Ivanna Zauzich, Gerente de E-Business de Saludsa

Número de asistentes: 30 personas

Medio: Zoom/Transmisión en vivo por Facebook

Un mayor nivel educativo en mujeres da cuenta de aproximadamente el 50 % del crecimiento económico en los países de la OCDE durante los últimos 50 años [3]

[3] OCDE, Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM 2012, <http://www.oecd.org/employment/50423364.pdf> p. 3.

Fecha: 14 de noviembre de 2020

Tema: La importancia de tener más mujeres en el campo tecnológico

Invitada: Pierangela Sierra, CEO de TIPTI SA

Número de asistentes: 30 personas

Medio: Zoom/Transmisión en vivo por Facebook

Go to www.menti.com and use the code 23 53 26

Por cada mujer que se pregunta si es lo suficientemente capaz, hay 3 hombres con la mitad de habilidades convencidos que lo son.

— Silvia Ruiz

Fecha: 21 de noviembre de 2020

Tema: Las carreras que son parte de la industria que moldea nuestro futuro y su demanda en el campo laboral

Invitada: Silvia Ruíz, Analista de Riesgos de Morgan Stanley, NY

Número de asistentes: 30 personas

Medio: Zoom/Transmisión en vivo por Facebook

4.10 Indicadores de gestión

4.10.1 Medios de comunicación.

El desarrollo de la campaña fue durante la coyuntura del COVID-19, por lo que las entrevistas en los medios de comunicación fueron en su mayoría realizadas a través de herramientas digitales.

Fecha	Medio	Hora
26 de octubre	Voces en Cabina Radio CCE EQ Radio 593	7:30 p.m
28 de noviembre	Fuego Hot 106.1	6:00 p.m
5 de noviembre	Ecos de Rumiñahui	3:00 p.m
16 de diciembre	Revista Líderes Semanario del Diario El Comercio	7:00 a.m

Voces en Cabina



Fuego Hot 106.1



Telesucesos



Ecos de Rumiñahui



Revista Líderes Online



Sección Líderes/Diario El Comercio



4.11 Metas Inesperadas

Fuimos invitadas a un conversatorio denominado “Por Ellas” impulsado por la candidata a vicepresidenta del Ecuador por el partido Izquierda Democrática, María Sara Jijón. Durante el conversatorio, se tocaron distintos temas relacionados al empoderamiento femenino y la importancia de la participación de las mujeres para la reactivación económica del país. Este espacio permitió que se hable acerca de la importancia del apoyo de colegios públicos y privados para apoyar a iniciativas enfocadas en el apoyo femenino.



Por otra parte, la publicación realizada por la Revista Líderes/Diario El Comercio, nos abrió más puertas y reconocimiento en el ámbito empresarial. La redistribución de este espacio se dio principalmente en LinkedIn, fue publicadas por la página oficial de TIPI, por colegas de la red social de Fabiana y Bárbara, lo que generó mayor tráfico en nuestras redes sociales. A partir de los reposteros y publicación, empresarios de la industria se contactaron con la campaña brindándonos asesoramiento gratuito sobre cómo realizar talleres educativos a futuro.



Tipti S.A.
3.806 seguidores
1 mes · 🌐

¡Más mujeres en la #tecnología!
Este sábado 14 nuestra CEO **Pierangela Sierra** habló sobre la importancia de la presencia de m ... ver más

Más mujeres en la tecnología es su meta

Juntas Despegamos A través de talleres y webinars, dos alumnas de la Univ. San Francisco impulsan una mayor incorporación femenina, particularmente de emprendedoras, en la industria digital

REDACCIÓN QUITO (3)
redaccion@elcomercio.com.ec

Comenzó un proyecto que más mujeres, sobre todo jóvenes, se vinculan a la industria tecnológica es el proyecto que impulsan Bárbara Jaramillo y Fabiana Moore.

Ambas son egresadas de la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), con experiencia en 'Innovate' y prototipado de aplicaciones, respectivamente. Juntas Despegamos es el nombre que le dieron a esta iniciativa, que es un proyecto de tesis.

Al inicio buscaban la inserción temprana de niñas y adolescentes en el mundo digital, a través de talleres y webinars en los que pudieran interactuar con líderes en la industria tecnológica. Pero, sobre la marcha, se dieron cuenta que mujeres adultas, particularmente emprendedoras, estaban interesadas en participar.

Una de ellas es Paulina León, quien forma parte de un grupo denominado Mujeres Ambato y tiene un proyecto para vender vino por catálogo al que le llamó 'La botella del catador'. Participó en la provincia de Frutilla Zumbado, gerente de E-Business de Salta SA. 'Me pareció muy bueno. Me gustó la exposición porque está



Bárbara Jaramillo y Fabiana Moore son las estudiantes que pusieron en marcha el proyecto de inserción.

apegada a la realidad. Nos mostró como funciona el mundo del marketing digital. Yo también destaque que la expositora brindó sus conocimientos sin guardarse nada', comenta la empresaria.

Hasta el momento, se han desarrollado dos webinars a través de Juntas Despegamos. Quedan por realizar, dos más. También se

hicieron lives en Instagram. El proyecto arrancó en enero cuando con la investigación. Más adelante, las universitarias comenzaron a concebir alianzas con colegas y colectivos, para que las mujeres que pertenecen a esas instancias puedan acceder a los beneficios de su propuesta.

Entre los grupos a los que han

contactado están Ciudad Mujer, de Daule; Mujeres que Inspiran, con impacto en la Amazonía; Mujeres Ambato, en dicha ciudad.

Al inicio, comenta Bárbara Jaramillo, se buscaba apoyar a 15 jóvenes de colegios públicos de Quito. Sin embargo, las dificultades derivadas de la pandemia les obligaron a dar un giro a sus iniciativas.

Se contactaron con las agrupaciones y se expandieron hacia otras provincias. Cuarenta, al momento, son 70 mujeres inscritas para participar en los webinars.

Estos encuentros se realizan a través de la plataforma Zoom, todos los sábados a las 10:00. Los ponentes exponen qué es lo que hacen dentro de la industria tecnológica, explican de qué se trata este sector e interacciones.

Fabiana Moore agrega que las mujeres también aprenden sobre cómo manejar redes sociales digitales y redes sociales, qué es el comercio electrónico, cómo tener más ventas a través de Internet y cómo utilizar las herramientas.

Las universitarias han registrado que las participantes a los primeros webinars tienen de 25 años en adelante. Al primer encuentro asistieron 30 personas, que pertenecen a diversos sectores entre los que están editoriales y alimentos.

Para el sábado 14 estaba previsto un webinar con Pierangela Sierra, CEO de Tipti, para hablar de la importancia de la presencia de mujeres en el mundo digital, por qué se debe buscar el porcentaje de mujeres en ingeniería informática y otras carreras similares y qué profesiones, en el ramo tecnológico, requieren las empresas. Las impulsoras de este proyecto también esperan poder impactar en estudiantes de colegio.

👍👍👍 71

3 comentarios

Encantar Comentar Compartir Enviar

Pierangela Sierra · 2°
Co-Founder & CEO at Tipti S.A. Liderando el Sta...
Muy honrada y orgullosa de tan lindo proyecto #womanstem

Inicio Mi red Publicación Notificaciones Empleos

CONCLUSIÓN

La comunicación forma parte fundamental de la evolución de la humanidad al facilitar e impulsar el desarrollo económico y social constantemente. Al investigar la comunicación desde hace siglos atrás, se evidencia su influencia en el actuar y pensar de las personas, un ejemplo de ello es la propuesta de McLuhan, en la cual reflexiona la transformación de la forma en la que comprendemos y codificamos la comunicación. Cada generación se caracteriza por ideales principales de cómo ven la vida y esto se ve plasmado en los principales difusores de información (López, 2020). Desde los primeros estudios realizados sobre género se ha evidenciado que la sociedad condiciona las características que deben tener las mujeres formando prejuicios que son contraproducentes para las mujeres y para la sociedad en general. Es así como, la invisibilización y normalización de las desventajas a las cuales las mujeres se enfrentan en la actualidad en el campo laboral persisten y deben ser transformadas mediante estrategias que empoderen y creen disrupción tanto en la sociedad como en los medios tradicionales.

A través de la campaña Juntas Despegamos, se ha podido evidenciar cómo la comunicación estratégica es uno de los elementos que permiten impulsar la igualdad y la equidad de género en un campo de gran influencia como lo es la tecnología. Este se construye como un factor determinante capaz de generar un cambio social y el ascenso de las mujeres ante una sociedad machista y misógina. Hasta la actualidad, se evidencia que en el ámbito laboral las mujeres siguen siendo discriminadas y aún están arraigados estereotipos que a través del tiempo han sido reforzadas y siguen presentes.

El techo de cristal, el cual por prejuicios y condicionamientos es uno de los ejemplos que demuestra que se crean barreras invisibles que imposibilitan a las mujeres a alcanzar ascensos laborales. Este término engloba todas las expectativas y estereotipos atribuidos a las mujeres para que no logren dar lo mejor de ellas y haciendo de menos sus esfuerzos para crecer profesionalmente. Tanto las expectativas como los condicionamientos han perjudicado no solo a las mujeres sino a la empresa en general, ya que si no se les permite crecer en la misma no tiene la oportunidad de brindar todas sus habilidades para el crecimiento de la organización.

Por otra parte, en el proceso de reclutamiento de personal, se han impuesto mecanismos tradicionales junto a tácticas de Recursos Humanos que se enfocan en buscar el mayor beneficio productivo para las empresas y limitar el acceso a un segmento de colaboradores, a través de la contratación selectiva a personas que no sean propensas a requerir periodos de maternidad. A raíz de esto, se ha podido evidenciar que los roles y ascensos en una empresa tienen una relación estrecha con las construcciones sociales y existe imparcialidad así como falta de transparencia en el reclutamiento. De acuerdo con las cifras, se puede concluir que uno de los principales factores que requieren ser trabajados, es el balance entre la vida profesional y personal. En el contexto del empoderamiento femenino aún hay varios factores por trabajar y por ello, es importante debatir, visibilizar y hablar acerca de la brecha en las horas de trabajo no remunerado realizado por una mujer. Es esencial repensar y transparentar los procesos de contratación para lograr un cambio significativo en las estadísticas y cifras de mayor presencia masculina en puestos directivos, ya que se requiere generar ambientes que impulsen el desarrollo en conjunto desde perspectivas que engloban la visión así como las necesidades de todas y todos.

El continuo apoyo y alcance de programas que impulsan un desarrollo colectivo, son un punto clave, que en la actualidad aporta a que se visibilicen las necesidades de cambio. En este marco, la comunicación es fundamental para persuadir y motivar a las personas a seguir generando un cambio significativo. Dentro del ámbito comunicacional, la tecnología ha jugado un papel importante para sacar a la luz las desigualdades y la exclusión social que sufren las mujeres. La interconectividad ha permitido que exista un mayor alcance y difusión, brindando a las mujeres una ventana por la cual pueden ventilar los problemas y situaciones excluyentes y discriminatorias que han tenido que atravesar debido a su género en su ambiente laboral.

Juntas Despegamos ha buscado romper barreras y prejuicios para establecer un espacio comunicativo y colaborativo con mujeres que comparten historias de éxito. Bajo la premisa de que “Cuando las mujeres obtenemos información, herramientas, financiamiento y conciencia de nuestro poder, despegamos y llevamos al grupo a donde queremos que vaya” (Gates, 2019, p. 34) abrimos espacios de inspiración, aprendizaje y conexión, donde logramos potenciar el empoderamiento femenino desde la visión de mujeres que hoy son parte de las decisiones que moldean nuestro futuro. Junto a nuestra comunidad creamos una dinámica de combatir los limitantes e inhibiciones impuestas por la sociedad hacia el género femenino para encontrar las oportunidades en una industria tan potente que impulsa el desarrollo económico y social. De esta manera, *Juntas Despegamos* logró consolidar un espacio donde las mujeres son inspiradas e impulsadas a tomar conciencia de su valor profesional, para incursionar en el área de la tecnología y a su vez a apuntar siempre más alto, dirigiendo su carrera a puestos directivos, porque “igual que necesitamos mujeres sobre el terreno ofreciendo estos servicios, también necesitamos mujeres en altos cargos con visión y poder” (Gates, 2019, p. 61).

Desde la academia, aún hay mucho trabajo más por hacer, pues las estructuras tradicionales siguen arraigadas en instituciones y organizaciones que forman parte del proceso de crecimiento de los adolescentes. Durante la campaña, se evidenció la limitación y falta de apoyo en colegios a iniciativas en pro de las mujeres, pues existe una resistencia a la participación de iniciativas que impulsen el empoderamiento femenino. En la actualidad, combatimos las ideologías que han tergiversado la lucha femenina por una sociedad que despegue en conjunto manteniendo la igualdad y equidad como principal bandera del desarrollo. Es así que, con base en distintas teorías del desarrollo comunicacional, es esencial seguir impulsando iniciativas que generen cambios en factores como la publicidad, la cual ha moldeado y reforzado ideologías en cuanto a los roles de género. Mediante la experiencia de campaña, se puede resaltar que la socialización de iniciativas con propósito debe ser impulsadas por las empresas y tener la meta de llegar a medios tradicionales para tomar mayor relevancia y generar impacto.

Finalmente, es fundamental destacar que desde la tecnología existe una gran oportunidad para construir nuevos modelos de negocio que se adapten al estilo de vida de las personas. Desde su capacidad de crear disrupción, se puede llevar a cabo proyectos que continuamente aportan a crear espacios más transparentes, equitativos y escalables. Por lo cual, desde el empoderamiento femenino, es necesario seguir desarrollando una influencia positiva que transforma los paradigmas y permite dar mayor accesibilidad así como oportunidades a la sociedad. Al lograr integrar un propósito social a un plan estratégico de comunicación, se generará un mayor desarrollo colectivo a través de un impacto con cambios positivos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ardell, J. (2006). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa* (7), 1-21. doi:
<https://doi.org/10.21556/edutec.1997.7.570>
- Barberá, E., & Ramos, A. (2004). Liderazgo y Discriminación de Género. *Revista de Psicología General y Aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, 57(2), 147-160. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=997845>
- Barbieri, P. (2020). Lendit Fintech Latam. *Simplicity and Power of Inclusive Banking*. Lendit Fintech. Obtenido de Lendit: <https://www.lendit.com/latam/2020/>
- Blanco, C. (2010). *La figura del directivo público profesional: reclutamiento y estatuto*. Recuperado el marzo de 2020, de DA. *Revista Documentación Administrativa*:
<https://revistasonline.inap.es/index.php/DA/article/view/9669/9737>
- CATALYST. (2020). Pyramid: Women in S&P 500 Companies. Obtenido de
<https://www.catalyst.org/research/women-in-sp-500-companies/>
- Didier, N. (2019). *Discriminación laboral desde recursos humanos: un debate técnico pendiente*. Chile: NOVUM.
- Duque, S. (2020). Unesco: América Latina supera la media mundial de mujeres investigadoras. Anadolu Agency. Recuperado de Unesco:

<https://www.aa.com.tr/es/pol%C3%ADtica/unesco-am%C3%A9rica-latina-supera-la-media-mundial-de-mujeres-investigadoras/1731331>

Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573–598. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>

Epstein, G. (2019). Women in Tech. Gender, race, and social change in tech; Obtenido de Women in Tech: <https://techcrunch.com/2019/05/22/moira-weigel-on-the-internet-of-women-part-two/>

Estas son las 10 nuevas profesiones que se impondrán. (2020). Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/tecnologia/articulo/cuales-son-las-profesiones-del-futuro-que-recomiendan-los-expertos/283316>

Gates, M. (2019). Cuando los hombres escriben las normas. En M. Gates, *No Hay Vuelta Atrás: El Poder de las Mujeres para Cambiar el Mundo* (pág. 340). Nueva York: Penguin Random House.

García, N. (2020). *La comunicación como clave para empoderar a la mujer*. Obtenido de RRHHDigital: <http://www.rrhhdigital.com/editorial/144375/La-comunicacion-como-clave-para-empoderar-a-la-mujer>

García-Retamero, R., & López-Zafra, E. (2006). Congruencia de Rol de Género y Liderazgo: el Papel de las Atribuciones Causales sobre el Éxito y el Fracaso. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 38(2), 245-257.

Girls in Tech. (9 de Julio de 2018). DigiGirlz 2018 - español. Obtenido de Girls in Tech-

Ecuador: <https://www.youtube.com/watch?>

[time_continue=28&v=QF_ZI0VpZxM&feature=emb_logo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=28&v=QF_ZI0VpZxM&feature=emb_logo)

González, M. (2002). Ciencia, Tecnología y Género. *Revista Iberoamericana de Ciencia,*

Tecnología, Sociedad e Innovación (2), 5. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10261/9488>

Innovación en Formación Profesional. (2019). 500 mil empleos se quedarán sin cubrir por falta

de perfiles tecnológicos. Obtenido de Innovación en Formación Profesional:

<https://www.ifp.es/blog/500000-de-empleos-se-quedaran-sin-cubrir-por-falta-de-perfiles-tecnologicos>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Mujeres y Hombres del Ecuador en cifras III.*

Obtenido de INEC:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/>

[Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). Encuesta de Uso del Tiempo. Obtenido de

INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Uso_Tiempo/

[Presentacion_%20Principales_Resultados.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Uso_Tiempo/Presentacion_%20Principales_Resultados.pdf)

IT Ahora (2020) Tipti integra el hábito de consumo y los canales digitales. Obtenido de It Ahora:

<https://www.itahora.com/actualidad/comercio-electronico/tipti-integra-el-habito-de-consumo-y-los-canales-digitales/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). Encuesta de Uso del Tiempo. Quito: INEC.

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Quito: Dirección de Estudios y Análisis de la Información. Recuperado el abril de 2020, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/Boletin_mar2019.pdf
- López, C., & Cisneros, V. (junio de 2013). *La representación de la mujer en la revista SOHO de Ecuador*. Recuperado el abril de 2020, de Universitas: Revista de Ciencias Sociales y Humanas: <https://revistas.ups.edu.ec/index.php/universitas/article/view/881>
- López, M. (2020). Connect-Investigando la Comunicación, Quito: Universidad San Francisco de Quito. Extraído noviembre 2020, de <https://www.facebook.com/comunicacionusfq/videos/212448310235689/>
- Maigret, É. (2005). La teoría Lazarsfeld Diana de los efectos límites. En *Sociología de la comunicación y de los medios* (págs. 123-144). Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Martín, L., & Garí, A. (2002). El Obstáculo de ser Mujer* Prácticas comunicativas en el trabajo. *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüistics.*, VII, 129-143.
- Morales, F., & Cuadrado, I. (2004). Introducción: Teoría de Congruencia de Rol del Prejuicio hacia Líderes Femeninos. *Revista de Psicol. Gral y Aplic.*, 57(2), 135-146. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/28169642_Introduccion_teor%C3%ADa_de_la_congruencia_de_rol_del_prejuicio_hacia_lideres_femeninos

Naciones Unidas. (2020). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Obtenido de 17 objetivos para transformar nuestro mundo: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

Naranjo, R. (2012). *Pensamiento & Gestión*. Obtenido de El proceso de selección y contratación del personal en las medianas empresas de la ciudad de Barranquilla (Colombia): http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100005

Plaza, M. (2007). Sobre el concepto de "violencia de género". Violencia simbólica, lenguaje, representación. *Extravío* (2), 132-145.

PLS Corp. (2020). Women in Tech: Latin America's Visionary Approach to Gender Equality. PLS News. Obtenido de Women in Tech: <https://www.pslcorp.com/resources/news/women-in-tech-latin-america-s-visionary-approach-to-gender-equality/>

Redacción Economía. (2018). Las mujeres de Ecuador trabajan más horas y ganan menos que los hombres. El Universo.

Redacción Empresarial. (07 de marzo de 2018). Mercado laboral femenino en Ecuador. El Tiempo.

Riaño, P. (1996). El género en la comunicación: las contribuciones de las mujeres. *Signo y Pensamiento*, 15(28), 51-66. Obtenido de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3078>

- Sabater, M. (2014). La interacción trabajo-familia. La mujer y la dificultad de la conciliación laboral. *Lan Harremanak* (30), 163-198.
- Santaemilia, J., Gallardo, B., & Santamartín, J. (2002). El obstáculo de ser mujer. Prácticas comunicativas. En J. Santaemilia, B. Gallardo, & J. Santamartín, *Sexe I Llenguatge: la Construcción Lingüística de les Identitats de Género* (pág. 137). Valencia: Vniversitat De Valencia.
- Sarrió, M., Barberá, E., Ramos, A., & Candela, C. (2002). El techo de Cristal en la Promoción Profesional de las Mujeres. *Revista de Psicología Social*, 17(2), 167-182.
doi:<https://doi.org/10.1174/021347402320007582>
- Segovia, V., Briones, E., Roland, P., González, M., & Gea, M. (2019). Techo de cristal y desigualdades de género en la carrera profesional de las mujeres académicas e investigadoras en ciencias biomédicas. *Sciencedirect*, 1-8. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0213911118302504?token=C2458DC42F39DECC5379688966AD3F3379AB90FB5684467CAB3B6D2F339C436B79E36C98B94B6E33330160D6F6B6FB45>
- Silicon Valley Bank. (2019). Women in Technology Leadership. Obtenido de Silicon Valley Bank: <https://www.svb.com/women-in-technology>
- Statista. (2020). FEMALE WORKERS IN THE TECH INDUSTRY. Obtenido de GAFAM: Women Still Underrepresented in Tech: <https://www.statista.com/chart/4467/female-employees-at-tech-companies/>

Wodon, Q., & De La Briere, B. (2018). THE COST OF GENDER INEQUALITY: World Bank

Group. Obtenido de:

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29865/126579-Public-on-5-30-18-WorldBank-GenderInequality-Brief-v13.pdf?sequence=1&isAllowed=y>