

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE LAUTREC



**CREACIÓN DE PROGRAMA VIRTUAL DE CAPACITACIÓN EN EL DESARROLLO
PERSONAL Y PROFESIONAL PARA LAS MUJERES DE 18 A 25 AÑOS EN EL PERÚ**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación
Audiovisual Multimedia

AUTOR:

GIANFRANCO VARGAS CAMPOS

ORCID: 0009-0002-8804-0519

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de
Interiores.

AUTOR:

MELISA MURIEL ROCHA ORIUNDO

ORCID: 0009-0005-5064-2196

Asesor

MILAGROS ISABEL IBÁÑEZ OTORO

ORCID: 0009-0002-4590-1702

Lima-Perú

2023

NOMBRE DEL TRABAJO

Rocha Oriundo Melisa Muriel -Vargas Campos Gianfranco.docx

RECUENTO DE PALABRAS

7307 Words

RECUENTO DE CARACTERES

43180 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

40 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.5MB

FECHA DE ENTREGA

Feb 14, 2024 7:18 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Feb 14, 2024 7:19 PM GMT-5**● 11% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado

Resumen del Trabajo de Investigación

El proyecto en territorio peruano se centra en potenciar a mujeres jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años, enfrentando los retos educativos y de género que afrontan en el ámbito laboral. Esta propuesta integradora combina entrevistas, encuestas y talleres generativos con el fin de comprender sus obstáculos y necesidades. A través de metodologías interactivas de formación y herramientas de mercadeo digital, se está configurando un programa virtual que busca potenciar en aspectos de liderazgo y empleabilidad.

Esta iniciativa influye directamente en una diversidad de categorías de mujeres: líderes profesionales entre los 30 y 45 años, madres solteras y trabajadoras jóvenes de 18 a 25 años, estudiantes universitarias en momentos de transición y jóvenes profesionales ambiciosas. Al empoderar a estas mujeres, el proyecto aspira a generar un impacto positivo que se expanda a sus familias y círculos cercanos, mejorando indirectamente la calidad de vida a través de la aplicación de habilidades y conocimientos adquiridos.

Para alcanzar un mayor alcance y fomentar un cambio duradero, el programa se fundamenta en la creación de comunidades sólidas. Esta estrategia se concreta mediante la utilización estratégica de plataformas en línea (LinkedIn, TikTok, Instagram, Facebook, YouTube) para dar visibilidad al programa, y alianzas con organizaciones estudiantiles, emprendedoras y expertas en distintas industrias. Los ingresos generados por medio de inscripciones y patrocinios de marcas contribuyen a la sostenibilidad financiera del proyecto.

La principal meta de esta iniciativa es combatir las desigualdades de género presentes en el mercado laboral peruano. Mediante formación y la promoción de liderazgo sólido, el propósito no solo es desarrollar capacidades prácticas, sino también transformar mentalidades y promover un cambio positivo en la sociedad. La finalidad última es lograr igualdad de oportunidades laborales y eliminar las barreras que persisten en el panorama profesional del país.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de investigación	
1. Contextualización del problema.....	12
2. Justificación.....	13
3. Reto de Innovación.....	16
4. Sustento teórico.....	18
4.1 Estudios previos	18
4.2 Marco teórico.....	23
4.2.1 Conceptualización de un programa de capacitación para mujeres en el liderazgo e inserción en el mercado laboral	24
4.2.1.1 Metodología de enseñanza virtual	25
4.2.2.2 Capacitación virtual.....	25
4.2.2.3 Cursos de liderazgo femenino y empleabilidad.....	26
4.2.2.4 Proyecto de impacto.....	26
4.2.3 Estrategia de promoción digital.....	27
4.2.3.1 Web informativa del programa e inscripción	27
4.2.3.2 Estrategias de comunicación en sitios de redes sociales	27
4.2.3.3 Redes sociales	28
4.2.3.4 Interacción social	29
4.2.4 Importancia del empoderamiento femenino a través de un programa de capacitación virtual para su inserción laboral y liderazgo	29
5. Beneficiarios.....	30
5.1 Beneficiarios directos.....	30
5.1.1 Mujer líder.....	30
5.1.2 Madre soltera y trabajadora.....	31
5.1.3 Universitaria en transición	32
5.1.4 Joven profesional ambiciosa	33
5.2 Beneficiarios indirectos.....	33
5.2.1 Familias y entornos cercanos.....	33
6. Propuesta de valor.....	34

6.1 Propuesta de valor.....	34
6.2 Segmento de clientes.....	34
6.3 Canales.....	34
6.4 Relación con los clientes.....	35
6.5 Actividades clave.....	35
6.6 Recursos clave.....	35
6.7 Aliados clave.....	36
6.8 Fuentes de ingreso.....	36
6.9 Presupuesto.....	36
7. Resultados.....	37
8. Conclusiones.....	38
9. Bibliografía.....	38
10. Anexos.....	42
10.1 Encuestas	43
10.2 Talleres generativos.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Nombre de la tabla</i>	1
Tabla 2. <i>Nombre de la tabla</i>	4

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Nombre de la figura</i>	1
Figura 2. <i>Nombre de la figura</i>	4

1. Contextualización del Problema

La situación de desigualdad laboral peruana es una de las más acentuadas en comparación con otros países de América Latina. Las mujeres enfrentan una serie de barreras que les impiden acceder a empleos de calidad, como la falta de educación, la discriminación y la sobrecarga de trabajo doméstico. (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2021). Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG). Lima, Perú.

Hacia el final del año 2021, existía una necesidad de recuperar aproximadamente 4.5 millones de puestos de trabajo. Esta cifra engloba tanto a individuos desempleados como a aquellos que aún no han regresado a sus labores. Mayoritariamente, esta categoría está compuesta por mujeres, quienes no han experimentado mejoras en sus tasas de desempleo. Esto es evidente al observar que el promedio de desempleo durante los primeros tres trimestres de 2020 y 2021 se mantuvo constante, registrando un valor del 12.4%. (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2019).

La discriminación en el lugar de trabajo está vinculada a elementos como el techo de cristal, la brecha salarial o las barreras profesionales y, en consecuencia, el acceso a puestos de liderazgo. (Zeler et al., 2022)

La discriminación en el mercado laboral también es un obstáculo para la participación laboral de las mujeres en Perú. Según un estudio del INEI, las mujeres reciben un salario promedio 20% menor que los hombres por realizar el mismo trabajo. (INEI,2021)

Los análisis estadísticos descriptivos revelan una similitud considerable en términos de capacidad cognitiva entre los CEO masculinos y femeninos. Además, no se observan disparidades significativas en la dimensión conductual, tal como se evidencia en

las variables sustitutas como el índice de apalancamiento y la cantidad de interacciones interindustriales. (Zhang et al., 2022)

La problemática del mercado laboral en las mujeres en Perú es un problema complejo que requiere de soluciones integrales. El gobierno, las empresas y la sociedad deben promover la igualdad de oportunidades para las mujeres en el mercado laboral. (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2019). La brecha de género en el mercado laboral: América Latina y el Caribe. Ginebra, Suiza: OIT.

Lan et al. (2022), argumenta que gran parte de la literatura sobre liderazgo refleja una orientación del Norte Global que no identifica ni explora importantes fenómenos contextuales y temporales, especialmente cómo las mujeres líderes de culturas del Sur Global dan sentido a sus experiencias de liderazgo y al proceso de desarrollo.

2. Justificación

La participación laboral de las mujeres en Perú enfrenta significativas barreras, entre las cuales destaca la limitada educación. De acuerdo con datos del INEI, únicamente el 12,2% de las mujeres en la nación poseen un grado universitario, en contraste con el 27.1% de los hombres. (INEI, 2021)

Los estudios realizados en la literatura de finanzas corporativas han encontrado que la presencia femenina en la sala de juntas estaba asociada con un mejor desempeño financiero. Sin embargo, un estudio multinacional mostró que las cuotas tenían un efecto negativo o insignificante en el rendimiento de las empresas, excepto en Italia. (Périlleux & Szafarz, 2022).

"El estudio encontró que las empresas con una mayor representación de mujeres en puestos de liderazgo eran un 21% más rentables que las empresas con una menor

representación de mujeres en puestos de liderazgo." (McKinsey & Company, 2021)

Cuando observamos la Población Económicamente Activa (PEA) en situación de empleo, se puede notar que la presencia femenina se sitúa alrededor de 10 a 12 puntos porcentuales por debajo de la masculina, una brecha que se mantiene constante durante más de dos décadas. Además, investigaciones corroboran que las mujeres enfrentan condiciones laborales de menor calidad en comparación con los hombres, abarcando aspectos como ingresos, prestaciones y oportunidades de promoción. (Beltrán, 2023)

Por esto, el proyecto en lo social, beneficiará directamente a las jóvenes peruanas de 18 a 25 años, al proporcionarles un espacio de crecimiento y fortalecimiento para superar las barreras y limitaciones que enfrentan en el ámbito laboral. También se beneficiarán al recibir orientación y apoyo para convertirse en líderes en el mercado laboral. Además, la sociedad en su conjunto se beneficiará al impulsar la creación de condiciones equitativas y la igualdad de género, se contribuirá a la construcción de una sociedad caracterizada por su justicia e inclusión.. Buscamos impactar positivamente en la vida y las oportunidades de estas mujeres, proporcionándoles un espacio que promueva su desarrollo profesional y personal, y les brinde las herramientas necesarias para enfrentar y superar los obstáculos que limitan su crecimiento.

Según Cook et al. (2022), sugiere al menos dos mecanismos a través de los cuales la comunidad internacional puede tratar de aliviar las desigualdades de género en el liderazgo local bajo la descentralización.

En lo práctico, ayudará a resolver la desigualdad laboral en las jóvenes peruanas. Al ofrecer un espacio de crecimiento y fortalecimiento, estamos

abordando las barreras culturales, sociales y de género que restringen las oportunidades y opciones profesionales para estas mujeres. Al proporcionarles orientación y apoyo, se amplían sus posibilidades de acceder a empleos de calidad y convertirse en líderes en el mercado laboral, rompiendo con los estereotipos y roles de género tradicionales. El impacto a largo plazo será el establecimiento de una comunidad caracterizada por su equidad, inclusión y prosperidad, donde el talento y el potencial de las mujeres jóvenes se aprovechen plenamente.

Se ha observado que las mujeres en puestos directivos tienen un efecto positivo significativo en las medidas de explotación de las empresas, como la utilización de la capacidad de sus trabajadores. (Laidoja et al, 2022)

Por último, en lo metodológico, se usa un enfoque mixto que combina diferentes metodologías para obtener una comprensión completa de la problemática y generar soluciones efectivas. A través de 10 entrevistas en total a profundidad de 3 expertos y 7 mujeres jóvenes, se puede comprender éstas experiencias, desafíos y aspiraciones en el ámbito laboral. Además, se llevaron a cabo 80 encuestas sobre las barreras específicas que enfrentan estas mujeres y sus necesidades de apoyo. Por último, se realizó un taller generativo con el propósito de estimular la participación activa de las mujeres líderes y mujeres que inician en su carrera laboral, generando ideas y soluciones colectivas. Estas herramientas y técnicas de investigación permitieron obtener un panorama de la problemática y desarrollar una propuesta de valor efectiva para abordar la desigualdad laboral en las mujeres jóvenes en el Perú.

Un estudio muestra que las mujeres líderes se consideran a sí mismas con comportamientos de liderazgo más favorables que los hombres líderes, y que son percibidas de forma similar por sus subordinados. (Larsson et al., 2022)

3. Reto de innovación

Crear un programa virtual de capacitación constante para mujeres peruanas de 18 a 25 años, enfocado en fortalecer su liderazgo, habilidades y mentalidad para su inserción en el mercado laboral a través de proyectos de impacto, que busquen reducir la desigualdad de género.

3.1. Preguntas

3.1.1 Pregunta general

¿De qué manera a través del programa virtual de capacitación constante para mujeres peruanas de 18 a 25 años puede contribuir a cerrar la brecha de desigualdad de género en el mercado laboral?

3.1.2 Preguntas específicas

p1: ¿De qué manera el programa virtual de capacitación constante beneficiará a las mujeres de 18 a 25 años que inician su carrera profesional y quieren incursionar en el campo laboral?

p2: ¿Cuáles son las necesidades que cubrirá este programa virtual de capacitación constante para mujeres peruanas de 18 a 25 años?

p3: ¿Quiénes serán los encargados de dirigir el programa virtual de capacitación constante para mujeres peruanas de 18 a 25 años?

Reto de innovación

Crear un programa virtual de capacitación constante para mujeres peruanas de 18 a 25 años, enfocado en fortalecer su liderazgo y habilidades para su inserción en el mercado laboral a través de proyectos de impacto, que busquen reducir la desigualdad de género.

3.2. Objetivos

3.2.1 Objetivo general

Desarrollar un programa de liderazgo estratégico diseñado para apoyar a las mujeres de 18 a 25 años que inician su desarrollo profesional en el mercado laboral.

3.2.2 Objetivos específicos

01: Investigar cómo el programa de liderazgo puede llegar al público objetivo.

02: Identificar las necesidades que cubrirá el programa de liderazgo mujeres del mañana (MDM).

03: Definir los beneficios que obtendrán las mujeres de 18 a 25 años al inscribirse en el servicio brindado.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Restrepo Quintero, K., & Cuadra Palma, L. N. (2022). Ecosistema Mujer: empoderamiento empresarial femenino a través del *mentoring* y las redes de trabajo en Chile. *Revista Científica General José María Córdova*, 20 (39), 673-690.

El objetivo consiste en establecer un programa de mentoría en colaboración con emprendedoras en Valparaíso (Chile) con el fin de fomentar la creación de redes de colaboración en torno a la identificación de “role models” y comprender el valor de la sororidad en el impulso de su desarrollo profesional y empresarial. Este estudio de investigación se centró en entrevistar a las involucradas y emplear un enfoque de análisis de percepción conductual para explorar los aspectos relacionados con empoderamiento, solidaridad entre mujeres, figuras inspiradoras y el proceso de mentoría. (Restrepo & Cuadra, 2022)

Los resultados del estudio concluyen que el proceso de mentoring mejoró su enfoque, percepción y alineamiento en el mundo de los negocios y es una propuesta sobre el futuro avance en áreas de crecimiento individual, laboral y de negocios para el género femenino. El mentoring, como señalan Núñez y Grande (2012), puede contribuir a la integración de las mujeres dentro del entorno empresarial, al proporcionar apoyo para afrontar las transformaciones que surgen durante la fase de transición entre los diversos desafíos gerenciales y empresariales. La adquisición de nuevos conocimientos a través del apoyo, incluida la experiencia, así como la visibilización del aprendizaje genera una

motivación adicional y ayuda a superar con serenidad y conciencia los retos actuales y futuros. (Restrepo & Cuadra, 2022)

La utilidad de esta tesis es que nos enseña que si se comparte el conocimiento y se pueden mirar los problemas desde otra perspectiva, es posible llenar los vacíos existentes en el mundo empresarial encontrando fórmulas que puedan resolver los problemas. El énfasis en la cooperación, la validación y la confianza es el objetivo primordial de la sororidad; se basa en construir ideales que acorten los caminos del conocimiento y la experiencia para formar comunidades, formar lazos y empoderar a otros. Las mujeres encontraron que su contribución cambió más o menos la situación, enfatizando así su papel. Un modelo necesario para ampliar el campo de participación de las mujeres. (Restrepo & Cuadra, 2022)

Nadia de la Luz Briseño Aguirre, Angelica Riveros Rosa, Karen Gisela Velázquez Rojas (2018). Mentoring para mujeres emprendedoras. *Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. México.*

El propósito es promover la comprensión acerca del concepto de mentoría, analizar de qué manera esta estrategia contribuye a contrarrestar los obstáculos que limitan el progreso de mujeres emprendedoras, y explorar las iniciativas implementadas en América Latina, las cuales están orientadas hacia la equidad de género. (de la Luz et al., 2018)

Los resultados del estudio muestran que el asesoramiento y orientación personalizados, conocidos como mentoring, se erigen como recursos habilitantes

que brindan a mujeres emprendedoras las herramientas necesarias para superar los desafíos que surgen en su actividad diaria y en su modo de gestionar. Sin embargo, a pesar de las ventajas en la ejecución de programas de mentoring con perspectiva de género, la disponibilidad actual de tales programas sigue siendo limitada, especialmente en el contexto de América Latina. (de la Luz et al., 2018)

La utilidad de esta tesis es para poder corroborar mediante diferentes estadísticas fundamentadas como es que el mentoring a través de mujeres empresarias calificadas y con mayor experiencia en diferentes ámbitos pueden ayudar a mujeres que recién están empezando a emprender y fungen como líderes en sus respectivos trabajos, además de poder aplicarlas a mujeres que estén empezando dentro del mundo laboral, preparándose y potenciando su confianza ya que aún tienen que lidiar con diversas barreras que frenan su desarrollo, como la cultura, la educación, la administración del tiempo, y la percepción que tienen de sí mismas, así como la percepción de los demás hacia ellas. (de la Luz et al., 2018)

María I. Osorio y Meisy C. Prens (2023). La influencia del proceso de mentoring femenino y los referentes de liderazgo en GRUPO ÉXITO: la percepción de las mujeres directivas. *Para optar el título de Magíster en Desarrollo Humano Organizacional (Colombia)*.

El objetivo se centra en comprender cómo las mujeres que desempeñan roles de liderazgo en Grupo Éxito perciben la influencia que el proceso de

mentoring y los modelos a seguir han ejercido sobre su desarrollo profesional.

(Osorio & Prens, 2023)

Los resultados del estudio denotan que el programa ha sido recibido de manera positiva por el público objetivo. Específicamente, se destacó la influencia positiva de la guía proporcionada por los mentores, y se hizo evidente que uno de los impactos más considerables consiste en el desarrollo de una mayor conciencia en busca de equilibrio entre lo personal, familiar y profesional. Además, se observó una tendencia común de reconocer la presencia del síndrome del impostor en diferentes etapas de sus experiencias. A pesar de que todas están de acuerdo en que la orientación hacia resultados es una habilidad crucial, subrayan la relevancia de incentivar a los equipos para lograr dichos hitos mediante la empatía y la comprensión. (Osorio & Prens, 2023)

La utilidad de esta tesis es poder recoger datos y extraer ciertos métodos de mentoring a nuestra solución. Grupo Éxito constituye una entidad cuyo enfoque primordial, según su propia declaración, radica en la capacidad de proporcionar y fortalecer posibilidades en el contexto colombiano. Asimismo, destaca la existencia de una de sus iniciativas denominada "Mujeres Líderes", donde enseñan con mentorías de personas capacitadas en liderazgo a afrontar desafíos no solo en el contexto profesional, sino también en lo referente a la dimensión personal, la superación de uno mismo y potenciar todas las habilidades blandas que uno necesita para poder liderar y guiar a un equipo. (Osorio & Prens, 2023)

Villareyes M. (2020) Liderazgo empresarial y empoderamiento de la mujer artesana en Sullana, Piura. *Tesis para obtener el grado académico de maestría de gestión pública.*

El objetivo consiste en ofrecer un programa de liderazgo empresarial con el propósito de fortalecer el empoderamiento de las mujeres artesanas pertenecientes a la Asociación Manos Creativas en la provincia de Sullana, Piura, durante el año 2020. (Villareyes, 2020).

Los resultados de este estudio revelan un nivel moderado de autoconfianza en las habilidades humanas, así como la disposición para seleccionar actividades, mantener la motivación, dedicar esfuerzo y perseverar en ellas a pesar de los obstáculos. (Villareyes, 2020).

La utilidad de la tesis reside en determinar la naturaleza de la conexión entre el liderazgo en el ámbito empresarial y el empoderamiento de las mujeres artesanas en la Provincia de Sullana. (Villareyes, 2020).

Matouq Kattan, M. (2015). Factors of successful women leadership in Saudi Arabia. *Tesis de doctorado, Universidad Rey Juan Carlos.*

El objetivo de este estudio es indagar en los componentes que impulsan el logro en contextos organizativos de manera general, con un enfoque particular en el liderazgo ejercido por mujeres. Pone especial énfasis en la posición de las mujeres saudíes en relación con estos componentes. Además, tiene como meta elaborar un enfoque que presente gráficamente los aspectos de mayor influencia en la consecución del éxito en el liderazgo femenino. (Maatouq, 2015)

La utilidad de esta investigación radica en que habla en relación a los elementos que tienen impacto en el liderazgo femenino y de cómo las habilidades requeridas por las mujeres difieren de las de los hombres para tener éxito como líderes a lo largo de sus carreras, ya que las culturas tradicionales limitan las oportunidades para cargos de dirección en la mayoría de las comunidades. (Maatouq, 2015)

Los resultados de este estudio señalan que las mujeres con mayores habilidades de liderazgo poseen más estudios, una amplia base de conocimientos y experiencia. Los hallazgos también apuntan a la inexperiencia de las mujeres saudíes en las organizaciones de liderazgo. Un análisis DAFO (12 participantes) mostró que un 17% de los participantes en el estudio contaba con menos de una década de experiencia en roles de gestión, el 42% tenía menos de 20 años, el 25% tenía menos de 30 años y solo el 16% tenía menos de 10 años. Los entrevistados contaban con menos de cuatro décadas de experiencia en el ámbito profesional. El conocimiento afecta negativamente a la cultura. Esta situación implica que el acceso al conocimiento tiene el potencial de disminuir las barreras de entrada que enfrentan las mujeres para lograr la obtención de posiciones más destacadas. En efecto, existe una correlación favorable entre la edad y la experiencia. En otras palabras, cuanto más mayores se vuelven las mujeres, más conocimientos tienen. (Maatouq, 2015)

4.2. Marco teórico

Programa virtual de capacitación constante para mujeres peruanas de 18 a 25 años en el liderazgo y su inserción en el mercado laboral.

4.2.1. Conceptualización de un programa de capacitación para mujeres en el liderazgo e inserción en el mercado laboral.

Los programas de capacitación en habilidades relacionadas con el liderazgo y el desarrollo profesional pretenden concienciar a este colectivo de lo significancia de contar con las herramientas adecuadas para afrontar los retos derivados del liderazgo en sus propias empresas y en las ya existentes, teniendo éxito en el mercado laboral. (Chacón et al., 2014)

Chacón et al. (2006, como se citó en Aguilar, 2014) describe la capacitación como una forma de que las personas adquieran y desarrollen los conocimientos necesarios para ocupar el puesto y desarrollar las competencias necesarias para el desarrollo profesional, satisfaciendo las necesidades técnicas, de personal y de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, el empoderamiento de las habilidades de las mujeres trabajadoras y de los diferentes sectores de la economía debe basarse en tres dimensiones: facilitar la organización del trabajo y el enfoque estratégico de las mujeres, potenciar su poder de sugerencia, gestionar y negociar recursos y el conocimiento de sus derechos laborales.

Como indica Guerrero et al. (2014), la autoeficacia, la orientación al logro, los factores culturales y el apoyo de asesores cercanos permiten a las mujeres desarrollar sus proyectos empresariales. De igual forma, estos autores encontraron que los factores sociales que motivan a las mujeres a desarrollar proyectos

incluyen niveles económicos más altos, satisfacción personal y flexibilidad que les permita conciliar la vida laboral y personal.

4.2.2. Características del programa virtual de capacitación en liderazgo para mujeres jóvenes y su inserción en el mercado laboral.

4.2.2.1. Metodología de enseñanza virtual

Gómez (2021) se refiere al enfoque y los métodos utilizados para enseñar y promover el aprendizaje en un entorno de enseñanza remota de emergencia. Esta técnica implica el uso de herramientas y recursos digitales, estratégicamente diseñados desde una perspectiva pedagógica y con una metodología educativa bien definida.. La metodología de enseñanza se centra en favorecer la implicación, la colaboración y las relaciones académicas entre los participantes, ya sean estudiantes o docentes, a través de la utilización estratégica de tecnología. Esto implica diseñar actividades y diversos métodos de educación que promuevan la participación activa de los estudiantes, fomenten la colaboración entre ellos y faciliten las interacciones académicas en un entorno virtual.

4.2.2.2. Capacitación virtual

Pérez (2019) se refiere a las prácticas tecnológicas que es capaz de contribuir de manera positiva a las dinámicas de enseñanza, es por ello que se implementó a las líderes para gestionar un equipo de trabajo basándose en estrategias, habilidades y competencias, generando valor y basándose en capacitaciones virtuales como una unidad de estudio, en donde podrán

adaptarse a una nueva tecnología y nuevas formas de trabajo exigido por el mismo mercado y por talentos.

4.2.2.3. Cursos de liderazgo femenino y empleabilidad

Tellaache (2019) señala que las mujeres y su estilo de liderazgo, está más orientado a personas que presentan la clave de fortalecer una estructura de diversificación para las empresas. Se ha evidenciado de forma generalizada que las mujeres demuestran tener habilidades blandas, lo cual significa que están ganando relevancia, además de ello muestran tener mayor empatía y capacidad de trabajar en equipo, lo cual resulta esencial para nuevas organizaciones.

4.2.2.4. Proyecto de impacto

Raúl et al. (2020) indican que la evaluación de proyecto de impacto es una herramienta esencial para determinar si se están logrando los efectos deseados en los beneficiarios. Se reconoce la importancia de considerar tanto la dimensión económica como la social en la evaluación, pero se enfatiza particularmente en el aspecto social. Los estándares de pertinencia, efectividad, eficiencia, repercusión y perdurabilidad se utilizan para evaluar si se están alcanzando los efectos deseados en los beneficiarios. Es fundamental poder determinar si los proyectos están generando los impactos positivos esperados en aquellos a quienes están destinados. *Revista del procedimiento para evaluar impacto de proyectos de desarrollo local de tipo económico en un territorio. Universidad y Sociedad.*

4.2.3. Estrategia de promoción digital

Vicente et al. (2021) señalan que el auge del Marketing Digital surgió en los 90, con su enfoque en promocionar negocios. En el transcurso, surgieron nuevas herramientas que permitieron la interacción con los clientes o usuarios. La metodología del marketing ha ido transformándose, ajustándose a la transición tecnológica, económica, financiera y social. Esta evolución en el campo del marketing se ha amoldado a los cambios continuos en las tecnologías, lo que prácticamente exige una constante innovación y ajuste de las estrategias previamente planificadas.

4.2.3.1. Web informativa del programa e inscripción

Dueña y Laso (2017) indican que la web ofrece a las empresas una vía de comunicación innovadora para lograr sus metas y subraya la importancia de su utilidad por parte de las compañías. Esto se debe, en parte, a la necesidad de establecer una comunicación eficaz con sus audiencias clave. En este sentido, resulta esencial desarrollar páginas web efectivas que fomenten y fortalezcan estas conexiones.

4.2.3.2 Estrategias de comunicación en sitios de redes sociales

Rock Content (2019) indica que realizar una estrategia de comunicación, asegura que la audiencia no solo tenga conocimiento relacionado con los productos o servicios proporcionados por la empresa, sino que también adquiera una comprensión profunda de su significado y valor, el cual cuenta con aspectos como objetivos generales a alcanzar, los

mensajes que se transmitirán, acciones que se llevarán a cabo, las variables que se medirán para evaluar el rendimiento de la estrategia, los instrumentos de comunicación y los plazos de ejecución de cada programa.

Las estrategias de comunicación en redes sociales pueden ser muy efectivas para promocionar un programa virtual de capacitación constante para mujeres peruanas de 18 a 25 años en el liderazgo y su inserción en el mercado laboral, algunas de estas estrategias son: el uso de hashtags, creación de contenido relevante, colaboración con influencers, colaboración de programas estudiantiles y campañas publicitarias en redes sociales. (Rock Content, 2019)

4.2.3.3. Redes sociales

Llonch (2021) señala que las redes sociales se presentan como entornos digitales que enlazan a personas con intereses, actividades o vínculos compartidos, como amistad, parentesco o labor. Estos espacios posibilitan la comunicación entre sus usuarios, operando como canales para el intercambio de información.

Las redes sociales son entornos en línea, tanto en forma de sitios web como aplicaciones, creados con el propósito de facilitar a las personas la capacidad de compartir contenido de forma ágil, eficaz y en tiempo real. Algunas de las principales redes sociales más destacadas son Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Tik Tok y Youtube. Cada plataforma de redes sociales tiene sus propios objetivos y usos específicos, lo que implica que el contenido compartido debe ser ajustado de manera acorde a

las características de cada una. Es por ello que el uso masivo de estas plataformas digitales por parte de los usuarios ha generado un espacio donde las marcas pueden mostrarse e interactuar con sus clientes, generando así grandes ventajas de las redes sociales, como: aumentar la visibilidad de sus marcas, difundir información relevante y proporcionan un alcance masivo en corto tiempo. (Llonch, 2021)

4.2.3.4 Interacción social

Agorapulse (2021) indica que la dinámica de la interacción social modela pautas de conducta y conexiones entre individuos, así como entre grupos, instituciones y la comunidad donde interactúan. Estas relaciones evolucionan a partir de percepciones y vivencias compartidas en la comunidad y el grupo, conformando actitudes frente al entorno en sus múltiples facetas, e incluso influyendo en cambios políticos, sociales y económicos.

La participación en las redes sociales tienen un papel crucial en la consecución de los fines estratégicos. En plataformas como Facebook, la interacción se integra en el algoritmo que influye en la exposición de tu contenido. Aunque las noticias se organizan por tiempo, la interacción conlleva a una mayor difusión y alcance del contenido compartido.

(Agorapulse, 2021)

4.2.4. Importancia del empoderamiento femenino a través de un programa de capacitación virtual para su inserción laboral y liderazgo

Facilitar el empoderamiento de las mujeres es un procedimiento fundamental que contribuye al bienestar en niveles personales y familiares, además de tener influencia en la salud y el progreso de la comunidad. Implica tomar el control sobre la propia autonomía, las creencias y los recursos que ejercen influencia. Estos recursos abarcan lo humano, lo intelectual, lo económico, lo físico y lo personal. Es una trayectoria personal en la cual cada mujer debe cultivar su propio empoderamiento, y aunque no se pueda otorgar poder a otras personas, se pueden crear espacios y oportunidades para fomentar este proceso. Es crucial generar conciencia sobre la desigualdad de género, como también, comprometer a las entidades como catalizadoras del empoderamiento. (Natalia et al., 2019)

5. Beneficiarios

5.1. Beneficiarios directos

5.1.1. Mujer líder

Son mujeres profesionales que rondan entre la edad de 30 y 45 años. Buscan activamente empoderarse y superar las barreras que enfrentan, y tienen una mentalidad abierta para colaborar con otras mujeres jóvenes en la lucha contra este desafío de desigualdad laboral.

Se recopiló en 4 entrevistas a profundidad donde 2 expertos y 2 mujeres jóvenes peruanas comentan y representan que la mujer líder experimenta la frustración de presenciar cómo personas menos calificadas obtienen mejores oportunidades únicamente debido a su género. Además le preocupa que sus ideas

y opiniones sean infravaloradas o no se le brinde la suficiente importancia en el campo laboral.

El arquetipo de este tipo de mujer se refleja en Ariel, de 24 años de edad, soltera. Trabaja en una agencia de publicidad donde enfrenta el desafío de una baja remuneración. Esta situación genera una serie de reflexiones y pensamientos en su mente. Es indignante para ella observar cómo personas menos calificadas acceden a mejores oportunidades laborales por su género, y anhela que se reconozca el mérito y el esfuerzo en lugar de basarse en estereotipos de género.

5.1.2. Madre soltera y trabajadora

Son madres solteras que rondan entre la edad de 18 a 25 años y se desempeñan en el ámbito académico y laboral. Buscan una vida estable y sólida para ellas y sus hijos, con el objetivo de brindarles oportunidades y asegurar su bienestar.

Se recopiló en 3 entrevistas con 1 experto y 2 mujeres peruanas que estas mujeres se esfuerzan el doble para lograr estabilidad y bienestar para ellas y sus hijos. Muestran perseverancia, altas expectativas y firmeza en sus valores. Les preocupa la dificultad de encontrar empleo que les permita pasar tiempo con sus hijos, y la presión de ser las únicas proveedoras les genera estrés. También se destacó la falta de tiempo para atender sus propias necesidades. Necesitan apoyo y empleos que respeten sus responsabilidades familiares porque su objetivo principal es proporcionar educación de calidad y oportunidades de crecimiento a sus hijos.

El arquetipo de este tipo de mujer se refleja en Esther, una madre soltera de 23 años y estudiante de marketing en los últimos ciclos, personifica la perseverancia y la estabilidad. Su motivación es brindar estabilidad y seguridad a su hija de 2 años, siendo un ejemplo de fortaleza y sacrificio. Esther se niega a rendirse y no permite que las expectativas disminuyan. Su determinación y valores sólidos la destacan, y su situación como madre soltera no ha afectado su avance académico, estando cerca de culminar su carrera. Anhela encontrar un empleo que le brinde tiempo para su hija, y equilibre su futuro laboral y personal.

5.1.3. Universitaria en transición

Son mujeres estudiantes que rondan entre la edad de 18 y 25 años que están pasando de la etapa académica a la búsqueda de empleo. Buscan conseguir un trabajo en su área de estudio, rompiendo las barreras de género en sus carreras profesionales.

Se recopiló en 4 entrevistas con 4 mujeres jóvenes que la transición de la universidad al mundo laboral puede ser abrumadora para ellas. Sienten temor y presión al enfrentarse a un campo dominado por hombres, donde existe la posibilidad de ser subestimadas o enfrentar prejuicios de géneros.

El arquetipo de este tipo de mujer se refleja en Ariana, una joven de 23 años que estudia ingeniería mecánica y busca un empleo en su área. Ariana es apasionada por su carrera y desea encontrar un equilibrio saludable en su vida personal y profesional. Sin embargo, se siente presionada por su familia, quienes dudan de su elección y desean que opte por otra carrera. Además de esto, siente

que enfrenta desventajas en el campo laboral, como la falta de oportunidades para aplicar sus conocimientos sin prejuicios.

5.1.4. Joven profesional ambiciosa

Son mujeres profesionales entre la edad de 18 a 25 años. Buscan romper los estereotipos de género en sus respectivas áreas, siendo reconocidas por sus capacidades. Consideran que el pensamiento conservador y retrógrado limitan sus oportunidades laborales.

Se recopiló en 5 entrevistas de 1 experto y 4 mujeres que las jóvenes profesionales ambiciosas se enfrentan a comentarios negativos y desalentadores por parte de su entorno laboral y familiar en relación a la carrera profesional que están desarrollando. Les fastidia las expectativas sociales restrictivas sobre las profesiones consideradas inapropiadas para las mujeres, teniendo como desventaja la desigualdad salarial y la falta de oportunidades basadas en méritos.

El arquetipo de este tipo de mujer se refleja en Danitza, una egresada de 25 años en ingeniería de minas. A pesar de los comentarios negativos y las barreras de género en el ámbito laboral, Danitza se mantiene firme en su elección y sigue buscando oportunidades para aprender y crecer en su campo. Ignora las opiniones de los demás y se rodea de amistades que comparten sus ideas y la apoyan. Está enfocada en sus intereses personales y busca actualizarse continuamente en su vida profesional.

5.2. Beneficiarios indirectos

5.2.1. Familias y entornos cercanos

Las familias y entornos cercanos experimentan mejoras en la calidad de vida porque las mujeres jóvenes que participen en el programa podrán aplicar las habilidades y conocimientos adquiridos en su vida diaria y en la toma de decisiones con estos.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

Ofrecer un espacio de crecimiento y fortalecimiento mediante un programa de cursos para las mujeres jóvenes, donde se construirá comunidades sólidas y recibirán orientación para convertirse en líderes en el mercado laboral.

6.2. Segmento de clientes

Se compone de mujeres entre 18 a 25 años, así como mujeres líderes con experiencia laboral que se encuentran en el rango de edad de 30 a 45 años. También nos dirigimos a universitarias en transición y mujeres que cuentan con empleo o están en búsqueda de uno. Nos enfocamos en los niveles socioeconómicos A y B. Nuestro enfoque se dirige a aquellas mujeres dispuestas a desarrollarse profesionalmente y que buscan liderar proyectos de impacto, con el objetivo de visibilizar sus resultados y contribuir al crecimiento y empoderamiento femenino.

6.3. Canales

La publicidad en redes sociales se lleva a cabo en canales como LinkedIn, Tik Tok, Instagram, Facebook y YouTube. LinkedIn se enfoca en el ámbito profesional, mientras que Tik Tok e Instagram son ideales para el contenido creativo y visual. Facebook ofrece opciones de segmentación precisa, y YouTube es adecuado para

anuncios de video. De esta manera, se puede maximizar el impacto del programa de capacitación virtual mediante las redes sociales.

6.4. Relación con los clientes

Se van a promocionar fechas programadas gratuitas a través de publicidad en las redes sociales anteriormente mencionadas, con el objetivo de atraer potenciales clientes interesados en inscribirse en el curso completo. Además, durante los primeros 6 meses de proyecto, se ofrecerá un descuento del 60% en la inscripción de los cursos. Cada programa tendrá una duración de 8 a 10 sesiones, brindando a los participantes un amplio período de aprendizaje y desarrollo. Esta propuesta establece una sólida base para generar confianza y captar la atención de los clientes, garantizando beneficios significativos.

6.5. Actividades clave

En el enfoque estratégico, se encuentra la creación de una web oficial y una estrategia de publicidad continua en redes sociales para resaltar sus ofertas comerciales. Además de un plan de contenido y un diseño de su marca definido, buscando establecer una identidad visual distintiva. En línea con los valores de inclusión, se prioriza la contratación de mujeres líderes, fomentando la diversidad y el empoderamiento de la mujer.

6.6. Recursos clave

El programa virtual se beneficia del apoyo de diversas empresas, ONGs y comunidades que promueven activamente el liderazgo femenino. Para empoderar a las mujeres jóvenes, se puede colaborar con ONGs estudiantiles que brindan capacitación adicional. Además, se cuenta con las redes de mujeres emprendedoras, lo que permite establecer conexiones valiosas; y, orientación y conocimientos de profesionales y

expertos en la industria empresarial, lo que potencia sus capacidades. Por último, están los influencers que respaldan este propósito.

6.7. Aliados clave

Nuestros aliados claves del programa virtual de capacitación constante para mujeres peruanas de 18 a 25 años, estará dirigidos por profesionales expertos en la industria empresarial, organizaciones estudiantiles como universidades o institutos que apoyan la causa, la cual se brindará capacitación a las mujeres jóvenes que están por terminar su carrera profesional, redes sociales de mujeres emprendedoras y influencers.

6.8. Fuentes de ingresos

El programa virtual de liderazgo generará ingresos mediante los costos de inscripciones de las mujeres jóvenes interesadas en llevar a cabo su liderazgo, el patrocinio de marcas, empresa o entidad para promover la realización del proyecto del programa de liderazgo que se llevará a cabo con especialistas.

6.9. Presupuestos

LIENZO DE PRESUPUESTOS				
Inversión Inicial				
Recursos		Precio/Salario	Subtotal	Total
Recursos de producción	Plataforma Zoom	S/. 530	S/. 2530	S/. 7830
	Programador Web	S/. 2000		
Recursos administrativos	2 Laptops	S/. 5000	S/. 5000	
R. logísticos	Página web	S/. 500	S/. 500	

Gastos Mensuales				
Recursos		Precio/Salario	Subtotal	Total
Recursos de Producción	Contador	S/. 2500	S/. 4200	S/. 7381
	Soporte técnico	S/. 500		
	Atención al cliente (2)	S/. 1200		
R. logísticos	Paquete Adobe	S/. 181	S/. 181	
Recursos de difusión	Diseñador gráfico	S/. 1500	S/. 3000	
	Community Manager	S/. 1500		

7. Resultados

Se logró cumplir satisfactoriamente con el reto de innovación al contar con un programa que presentó un marco teórico sólido, una planificación detallada y un presupuesto alcanzable para la inversión necesaria. Además de cumplir con el objetivo de reducir la desigualdad de género en el mercado laboral peruano, fortaleciendo su liderazgo y habilidades para su inserción en éste a través de proyectos de impacto.

Se logró validar el proyecto junto con personas reales del público objetivo elegido. En este caso, mujeres jóvenes de 18 a 25 años, algunas madres de familia y estudiantes, que residen en Perú, mediante entrevistas y encuestas en el cual compartieron sus desventajas en el mercado laboral y dieron sus puntos de vista con respecto a la creación de este programa virtual de

capacitación en el desarrollo personal y profesional para mujeres. Los comentarios demostraron firmeza e interés al colaborar con el progreso de éste proyecto.

Estos resultados fueron posibles, se deben al enfoque claro y la planificación adecuada en la creación del programa de capacitación. El programa fue diseñado para abordar las problemáticas específicas que enfrentan las mujeres jóvenes en el mercado laboral peruano y se ajustó a las necesidades y aspiraciones de los diferentes arquetipos identificados a través de los talleres generativos. Además, se tuvo en cuenta el impacto que tendría en las familias y entornos cercanos de las mujeres participantes, lo que contribuyó a una solución más integral para reducir la desigualdad de género en el mercado laboral en el país.

8. Conclusiones

Según los datos expuestos, la propuesta de un programa de capacitación virtual para mujeres peruanas de 18 a 25 años representa un enfoque integral y transformador para abordar las desigualdades de género arraigadas en el mercado laboral. Al empoderar a mujeres líderes, madres solteras, universitarias en transición y jóvenes profesionales, este programa busca no solo desarrollar habilidades, sino también cambiar mentalidades y catalizar un impacto positivo en la sociedad. A través de esta iniciativa, se aspira a romper barreras, impulsar el cambio cultural y crear un camino hacia la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral en el Perú.

9. Bibliografía

Andrades Marulanda, N. L., Palacio Flórez, A. K., y Blanco-Ariza, A. B. (2019).

Empoderamiento femenino e igualdad de género en las organizaciones. *Liderazgo*

Estratégico, 9(1), 140–148.

<https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/3809>

Beltrán, A.(2023). *Desde la academia: Retos para la mujer peruana*. Universidad del Pacífico. Lima, Perú. <https://sisisemail.up.edu.pe/sisisemail/docs/2023/385/RETOS-PARA-LA-MUJER-PERUANA.pdf>

Briseño N., Riveros A. y Velázquez K. (2018, del 3 al 5 de octubre) Estudio de género de las organizaciones [Investigación] *XXIII congreso internacional de contaduría, administración e informática. Mentoring para mujeres emprendedoras*. Ciudad de México, México. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2018/10.05.pdf>

Cook, N., Benedum, M., Gorti, G., Thapa, S. (2022) Promoting women’s leadership under environmental decentralization: The roles of domestic policy, foreign aid, and population change. *Environmental Science & Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2022.11.007>

Giraldo-Zuluaga, M. C., Ochoa-Escobar, J. I. y Vélez-Madrid, C. I. (2020). Experiencia de capacitación virtual sobre bioseguridad en odontología en tiempos de la COVID-19. Universidad CES. *Acta Odontológica Colombiana*, 10((Supl.COVID–19)). <https://doi.org/10.15446/aoc.v10n3.89313>

Gómez-Gómez, M. (2021). La formación del profesorado ante las nuevas oportunidades de enseñanza y aprendizaje virtual desde una dimensión tecnológica, pedagógica y humana. *Publicaciones*,51(3), 565–584. <https://doi.org/10.30827/publicaciones.v51i3.18123>

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], (2021). Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG). Lima, Perú.

Kawano R. (2021) Interacción en redes sociales: Motiva a tu audiencia a responder. Agorapulse. <https://www.agorapulse.com/es/blog/interaccion-en-redes-sociales/>

Larsson, G., Mattson Molnar, M., Ljungberg, H., Björklund, C. (2022) Leadership through the subordinates' eye: perceptions of leader behaviors in relation to age and gender. Emerald Insight. <https://www.emerald.com/insight/0143-7739.htm>

Laidoja,L., Li,X., Liu, W., Ren,T. (2022) Female Corporate Leadership and Firm Growth Strategy: A Global Perspective. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su14095578>

Lan, T., Taylor, G., Gibson, P. Gordon, R. (2022) Advancing a critical social psychological perspective on women's leadership: A case illustration from the Global South. <https://doi.org/10.1111/apps.12383>

Lozano-Torres, B., Toro-Espinoza, M., Calderón-Argoti, J. (2021) *El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. Dominio de las ciencias*, 6, 907-921. <http://doi.org/10.23857/dc.v7i6.2371>

Marín-Dueñas, P., Lasso de la Vega-González, M. (2017).*La efectividad de las páginas web en la comunicación empresarial de las pequeñas y medianas empresas.Zer-Revista de Estudios de Comunicación*,22(42) 53-51. 10.1387/zer.17797

Matouq Kattan, M. (2015). Factors of successful women leadership in Saudi Arabia. *Tesis de doctorado, Universidad Rey Juan Carlos*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=113776&orden=0&info=link>

Mckinsey & Company. (2021). *Women in the Workplace*. Lean In.

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>

Montes Perez L.M (2019) “Liderazgo de equipos virtuales: factores del éxito”.

http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1515_MontesPerezLM.pdf

Organización Internacional del Trabajo [OIT], (2019). *Panorama Laboral 2021 América Latina y el Caribe*

Organización Internacional del Trabajo [OIT], (2019). *La brecha de género en el mercado laboral: América Latina y el Caribe*. Ginebra, Suiza

Osorio, M., Prens, M. (2023) *La influencia del proceso de mentoring femenino y los referentes de liderazgo en el Grupo Éxito: la percepción de mujeres directivas*. [Tesis de maestría, Universidad EAFIT].

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/32364/Trabajo%20de%20Grado_Influencia%20del%20proceso%20de%20mentoring%20femenino%20y%20los%20referentes%20de%20liderazgo%20en%20el%20Grupo%20%C3%89xito_La%20percepci%C3%B3n%20de%20mujeres%20directivas.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Pérrilleux, A., Szafarz, A. (2022). *Women in the boardroom: a bottom-up approach to the trickle-down effect*. *Small Bus Econ.* <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00475-8>

Restrepo Quintero, K., & Cuadra Palma, L. N. (2022). Ecosistema Mujer: empoderamiento empresarial femenino a través del *mentoring* y las redes de trabajo en Chile. *Revista Científica General José María Córdova*, 20 (39), 673-690.

Ruíz Domínguez, Raúl Gerardo, Becerra Lois, Francisco Ángel, Pons García, Roberto Carmelo. (2020). Procedimiento para evaluar impacto de proyectos de desarrollo local de tipo económico en un territorio. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 312-318. Epub 02 de junio de 2020. Recuperado en 14 de agosto de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300312&lng=es&tlng=es.

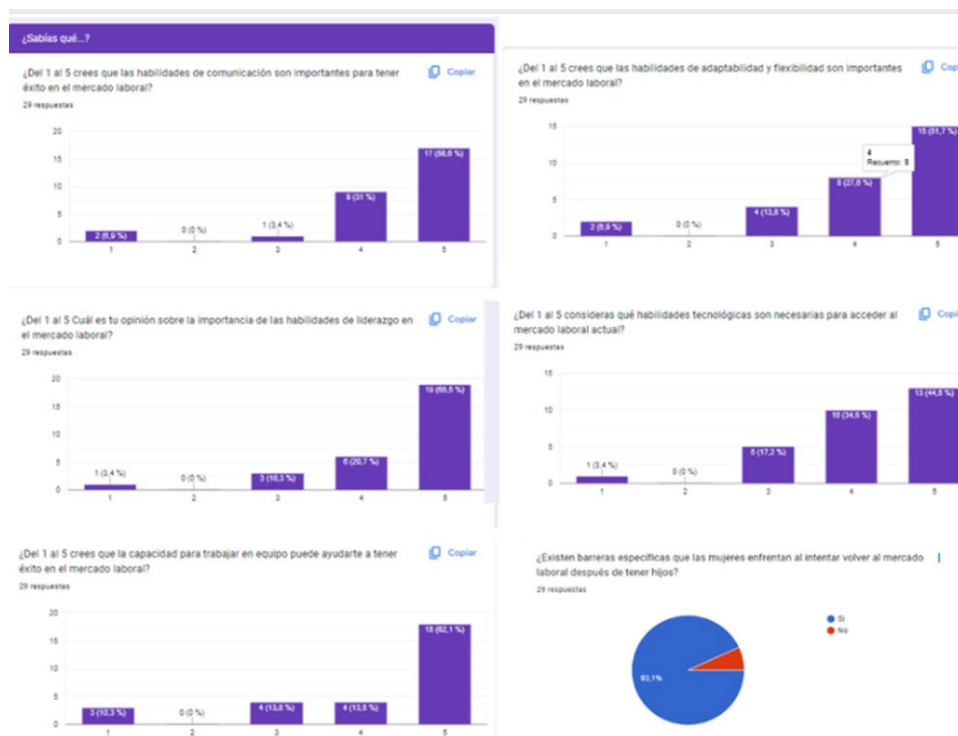
Villarreyes M. (2020) Liderazgo empresarial y empoderamiento de la mujer artesana en Sullana, Piura. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51675/Madrid_VCM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zeler, I., Fuentes-Lara, C., Moreno, A.(2022) Female leadership in communication management in Spain: making a difference in a sexist culture. Emerald Insight. <https://www.emerald.com/insight/1356-3289.htm>

Zhang, G.; Jia, Z.; Yan, S.Does Gender Matter? The Relationship Comparison of Strategic Leadership on Organizational Ambidextrous Behavior between Male and Female CEOs. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su14148559>

10. Anexos

10.1. Encuestas



<p>¿Crees que la discriminación de género es un factor que puede impedir que las mujeres encuentren trabajo? ¿Por qué?</p> <p>29 respuestas</p> <p>Si por que se les dificulta más encontrar un empleo</p> <p>Si, debido a la discriminación las mujeres no pueden acceder a puestos de liderazgo justamente por el estigma machista que hay detrás. Se minimiza sus capacidades y hay constante acoso laboral.</p> <p>Si, debido a percepciones machistas que todavía persisten sobre todo en el país.</p> <p>Puede ser que en algunos rubros sí porque siempre han existido esos estereotipos de sociedad hacia la mujer</p> <p>si, por que los hombres ganan mejor que las mujeres y también por qué subestima lo q una mujer puede hacer o lograr.</p> <p>Si, algunos empleadores tienen prejuicios o estereotipos de género que afectan a las mujeres, creyendo que son menos capaces o menos comprometidas con el trabajo debido a la creencia común de que son más emocionales o menos competentes en áreas específicas.</p> <p>Porque muchas de ellas prefieren dejar de buscar trabajo y quedarse sin empleo.</p>	<p>¿Cómo puede esto afectar su capacidad para encontrar trabajo?</p> <p>29 respuestas</p> <p>Porque se consideran menos capaces porque tienen que llevar a sus hijos al colegio, a pesar de que el padre también puede tener las mismas responsabilidades pero se adjudican únicamente a la mujer</p> <p>El rendimiento debido a las horas de sueño y concentración pensando en el hijo podría a llegar a ser un factor crítico en algunos casos.</p> <p>En gran medida. Si anteriormente no contaba con un trabajo estable, un buen currículum o no tiene contactos en su profesión, suele tomarse a las mujeres con hijos como personas sin tiempo, con bajo índice de aporte o poco flexible en horarios, por lo que suelen ser poco tomadas en cuenta para un puesto de trabajo.</p> <p>Las afecta al buscar trabajo ya que puede hacerlas sentir inseguras y dudar de a qué trabajos postular por el ambiente laboral, lo que hace que se puedan demorar mucho en ver opciones hasta encontrar una que las haga sentir seguras.</p> <p>Por los años o meses que no estuvieron trabajando dejan de contratarlas o piensan que no estarán bien concentrada en el trabajo</p>
<p>¿Cómo puede el acoso sexual o la discriminación en el lugar de trabajo afectar la capacidad de la mujeres para buscar trabajo o mantener un empleo?</p> <p>29 respuestas</p> <p>Puede llegar afectar o quedar marcada de por vida al tener miedo a la sociedad o a la hora de encontrar otro trabajo espor ello que las mujeres hoy en día buscamos un emprendimiento propio</p> <p>Las afecta mucho de manera emocional principalmente</p> <p>Puede complicar la búsqueda de empleo, generar problemas psicológicos y un menor autoestima para las mujeres en la búsqueda de empleo o mantenerla</p> <p>En la mayoría de casos las mujeres buscarían otro empleo, dejando así el donde se encuentran debido a estos problemas, pero, en caso de no poder hacerlo seguirán trabajando por miedo a perder su empleo o papel en la empresa, aunque en muy pocos casos, algunas mujeres buscan el aumento de sueldo o un ascenso si es que el problema sucede con alguien que tiene influencia y contactos en el trabajo.</p> <p>Genera incomodidad y, definitivamente, viene siendo un tipo de agresión. Repercute en baja autoestima, poco incentivo para desempeñar sus labores, estrés, entre otros, siendo un motivo para bajar rendimiento en el cumplimiento de sus labores en caso de contar con un trabajo. Por otra parte, si la discriminación es excesiva o si algunas mujeres no aceptan ser cooficadas, pues es difícil acceder a un puesto de trabajo en muchos casos.</p>	<p>¿Qué otras barreras o desafíos crees que las mujeres pueden enfrentar al buscar trabajo?</p> <p>29 respuestas</p> <p>Por ejemplo el aspecto físico para escuelas. No contratan mujeres voluptuosas en algunas instituciones educativas.</p> <p>Considero que la discriminación y el acoso sexual vienen siendo los principales en cuanto a cuestión de géneros. Cuestiones como la edad, experticia, entre otros, se dan de forma general para ambos géneros.</p> <p>Una inseguridad excesiva respecto a menospreciar sus capacidades para aplicar a un empleo.</p> <p>Que se sobrepasen con ella, que la tarta en cómo si no sirvieran</p> <p>Que les pidan más experiencia laboral que a los hombres.</p> <p>Gordofobia, xenofobia y racismo</p> <p>Otros son como raza, religión, nacionalidad,</p> <p>Las labores no compartidas en el hogar, crean menos flexibilidad para las mujeres</p>

10.2. Talleres generativos

