

Alimentaria

BARCELONA
20-23 Abril 2020
Recinto Gran Via

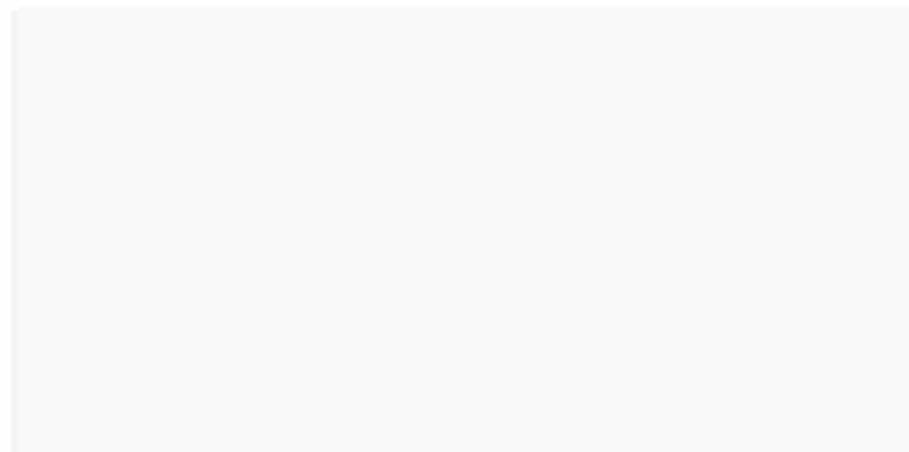
WebRETAIL

[Inicio](#) [Industria](#)

¿Cambió el paradigma?

19 noviembre, 2019 en [Industria](#)

0



Pese al crecimiento de grandes movimientos de mujeres, la desigualdad laboral por cuestiones de género sigue latente.

¿Sabías qué...?

En igual puesto de trabajo las mujeres ganan 25% menos que los hombres. Sólo 1 de cada 5 puestos de decisión son ocupados por mujeres. Sólo el 16% de las personas que estudian carreras universitarias relacionadas a la programación en Argentina son mujeres. Sólo el 5% de los jugadores profesionales de fútbol en Argentina son mujeres. Menos del 13% de la grilla de festivales musicales corresponden a mujeres.

El propósito en el contexto

El propósito de Sedal es inspirar a niñas y mujeres a nuevas posibilidades, invitándolas a reflexionar y a repensarse fuera de los roles preestablecidos socialmente, para que puedan decidir a conciencia sobre su futuro. En línea con este nuevo propósito, Sedal exploró la brecha de género entre mujeres y hombres en el ámbito laboral, dando cuenta de la desigualdad de salarios por igual puesto de trabajo, de las pocas posibilidades de llegar a un cargo jerárquico y, por sobre todo, de muchas industrias que están tradicionalmente asociadas con el mundo masculino y donde las mujeres tienen que luchar desproporcionadamente para hacerse un lugar: la ciencia, la música, el fútbol, etc.

La campaña

En este contexto, la marca realizó la campaña "Repensemos el ROSA, JUNTAS!", como metáfora para invitar a niñas y mujeres a repensarse fuera de los roles preestablecidos socialmente. Para darle vida al propósito Sedal reunió a tres referentes de ámbitos considerados como masculinos: Zoe Gotusso, cantante, Carolina Hadad, co-fundadora de Chicas en Tecnología y Maca Sánchez, la primera jugadora de fútbol profesional de la Argentina, para

¿Cambió el paradigma?

Argentina - Web Retail (Online) [Online]

 P. --  0 cm²  9409 cc  28.791,54 Peso Argentino  Sin autor

que cuenten sus historias y cómo decidieron romper con lo que esperaban de ellas desarrollándose profesionalmente más allá de estereotipos y convenciones sociales.

“Queremos convertirnos en agentes activos en este proceso de cambio que busca libertad de decisión e igualdad de posibilidades, donde, si bien avanzamos un montón, todavía hay un largo camino por recorrer para romper con los mandatos preestablecidos. Por eso, en Sedal queremos inspirar a las mujeres en relación a nuevas posibilidades” agregó Florencia Canevari, Brand Manager de Sedal Argentina.

Las Role Models (referentes)

Es por ello que la marca eligió tres referentes que luchan, desde su lugar, por más posibilidades para las mujeres dentro de su ámbito. Maca Sánchez, es futbolista profesional y defensora de los derechos de las mujeres en este deporte. Ella comenzó a cuestionar la poca importancia que se le daba a la mujer sobre la cancha y la abismal brecha salarial en relación con sus colegas. Su lucha está en intentar mejorar las condiciones laborales y contractuales de su género en el deporte para abrir más posibilidades a niñas y mujeres de todo el país. “El mundo del fútbol es muy difícil cuando sos mujer. A los hombres todo les molesta. Hacer repensar a la sociedad genera miedo, dudas. El miedo o te moviliza para bien o para mal”, asegura y agrega: “Mi máximo sueño es equiparar los derechos de ambos sexos, que el fútbol femenino sea profesional, que todas las jugadoras de todos los equipos del interior puedan tener un contrato y que cobren tanto o más que un hombre que hace lo mismo que ella en la cancha”.

Carolina Hadad, en cambio, está en el ámbito de las ciencias duras y cómo co-fundadora de Chicas en Tecnología, dedica su tiempo en trabajar para reducir esta brecha de género que hay en la industria. Esta organización sin fines de lucro trabaja para motivar, formar y acompañar a mujeres adolescentes argentinas en todo el país para que se conviertan en la próxima generación de líderes en tecnología, a través de un enfoque de tecnología con impacto social y potenciándolas como agentes de cambio de sus comunidades.

En contrapartida, Zoe Gotusso con tan sólo 22 años es una de las voces que más resuena en la escena musical argentina. “Tener 22 y ser mujer, en este momento y en esta industria me motiva mucho. Me hubiese gustado a mi edad tener más referentes y decir “que lindo lo que está haciendo, yo también quiero hacer. Creo que estoy dando ese ejemplo y esa es mi lucha, hacerme cargo del lugar que ocupo para inspirar a mujeres de todas las edades a que se animen a la música”.

Más acciones

Dentro de las distintas acciones impulsadas por Sedal que buscan equipar a niñas y mujeres, se encuentra el programa “Explorar Más Posibilidades”. Una propuesta educativa desarrollada en conjunto con Girl Rising, para escuelas primarias y secundarias de todo el país (orientado a niñas y adolescentes de 11 a 18 años) con el fin de inspirarlas para que, cuando se piensen como mujeres, puedan elegir más allá de lo que está socialmente establecido.

Los datos a los que la marca accedió

Las niñas y las mujeres cargan con una parte desproporcionada de las responsabilidades domésticas respecto de los miembros masculinos de la familia. Alrededor del mundo, las niñas de entre 5 y 14 años pasan un 40% más de tiempo realizando tareas hogareñas que los niños de su edad. La disparidad aumenta a medida que las niñas crecen, ya que las niñas de entre 10 y 14 años pasan un 50% más de tiempo que los niños de su edad 1 .

En Argentina, según un estudio del INDEC, la población que no estudia ni trabaja, crece en las mujeres alcanzando un 22,3% vs un 9,9% en los hombres 2 . Es decir, aumenta la cantidad de horas dedicadas al trabajo no remunerado en las mujeres y disminuyen sus ingresos propios, causando falta de autonomía económica.

¿Cambió el paradigma?

Argentina - Web Retail (Online) [Online]

P. -- 0 cm² 9409 cc 28.791,54 Peso Argentino Sin autor

A eso se le suma la desigualdad de género en salarios, según los datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las mujeres cobran un 25% menos que los varones. Además, un estudio realizado por la consultora Grant Thornton reveló que solamente 1 de cada 5 cargos ejecutivos es ocupado por una mujer. Y lo más preocupante es que, pese al crecimiento de diferentes movimientos en la lucha por la igualdad de género, el año pasado las mujeres ejercían en cargos jerárquicos en un 23%, mientras que en el 2019 bajó al 20%.

En este contexto también existen carreras tradicionalmente asociadas con el mundo masculino, desde la concepción de la idea cuando los niños transitan su etapa temprana de formación, hasta la inserción al mercado laboral. Es más habitual encontrar mujeres en carreras de perfil humanístico como abogacía, enfermería, psicología y trabajo social, que en carreras duras como ingeniería en sistemas, computación, ciencia e ingeniería, etc.

“Cuando les preguntamos a las adolescentes cómo eligen su profesión, nos dicen que eligen carreras en las que sean buenas. ¿Cómo van a sentirse buenas en algo que jamás experimentaron? Además, el mundo de la tecnología está lleno de estereotipos que las alejan aún más del área: cuando nos imaginamos a un programador o a un innovador tecnológico pensamos en un hombre, blanco, privilegiado que trabaja desarrollando productos para llenarse de plata. Piensan también que en esta profesión es solitaria, sin colaboración y sin comunicación. La realidad no es esta, el mundo de la ciencia y tecnología está llena de posibilidades. Por eso en Chicas en Tecnología trabajamos para que estés donde estés y con tu tecnología puedas transformar el mundo”, asegura Carolina Hadad co-fundadora de Chicas en Tecnología y referente de la nueva campaña de propósito de Sedal que invita a repensarse fuera de lo establecido.

A raíz de las cifras y hechos observados, existe un establecimiento de “mandatos” de lo femenino y lo masculino que reflejan tanto los patrones explícitos o implícitos como las reglas sobre lo que es “normal” para los hombres y las mujeres. Para muchos es “normal” que los hombres jueguen al fútbol y no las mujeres. Estos mandatos condicionan a niñas y niños a elegir roles y caminos socialmente aceptables y al mismo tiempo configuran el poder de una manera que genera vulnerabilidad en las niñas y les deja menos opciones disponibles.

Al “seguir el mandato”, las niñas pueden limitar sus propios intereses o su participación en ciertas actividades. Los mandatos de género pueden provocar una amenaza de estereotipo y la autoexclusión de entornos educativos o laborales particulares. Se llama “amenaza de estereotipo” al riesgo de considerar el estereotipo de un determinado grupo social una característica propia. Es el sentimiento de vulnerabilidad por no amoldarse a un estereotipo dominante o por confirmar un estereotipo negativo. Por ejemplo, una niña que es buena en matemática puede evitar destacarse en un examen para no salirse de la norma dominante a nivel social que indica que las niñas no son buenas en matemática. La internalización de estos estereotipos puede debilitar la orientación futura de las niñas, socavar su autoconcepto y autoeficacia, y dar lugar a creencias artificiales condicionantes que persisten durante la adultez. En este contexto Sedal quiere inspirar a las niñas para que sueñen con un futuro lleno de posibilidades, sin las restricciones impuestas por la sociedad en torno a lo que “deben” ser o lo que “no pueden” hacer. Sedal reconoce la importancia de apoyar a las niñas durante la adolescencia, que es el momento en el que forman sus objetivos y aspiraciones de vida y en el que más necesitan que se las anime a soñar, para que puedan desafiar sus propias ideas y las expectativas de la sociedad.

Etiquetas: Empleo género Liderazgo femenino Sedal Trabajo

Pese al crecimiento de grandes movimientos de mujeres, la desigualdad laboral por cuestiones de género sigue latente. ¿Sabías qué...? En igual puesto de trabajo las mujeres ganan 25% menos que los hombres. Sólo 1 de cada 5 puestos de decisión son ocupados por mujeres. Sólo el 16% de las personas que estudian carreras universitarias relacionadas a la programación en Argentina son mujeres. Sólo el 5% de los jugadores profesionales de fútbol en Argentina son mujeres. Menos del 13% de la grilla de festivales musicales corresponden a mujeres.

El propósito en el contexto

El propósito de Sedal es inspirar a niñas y mujeres a nuevas posibilidades, invitándolas a reflexionar y a repensarse fuera de los roles preestablecidos socialmente, para que puedan decidir a conciencia sobre su futuro. En línea con este nuevo propósito, Sedal exploró la brecha de género entre mujeres y hombres en el ámbito laboral, dando cuenta de la desigualdad de salarios por igual puesto de trabajo, de las pocas posibilidades de llegar a un cargo jerárquico y, por sobre todo, de muchas industrias que están tradicionalmente asociadas con el mundo masculino y donde las mujeres tienen que luchar desproporcionadamente para hacerse un lugar: la ciencia, la música, el fútbol, etc.

La campaña

En este contexto, la marca realizó la campaña "Repensemos el ROSA, JUNTAS!", como metáfora para invitar a niñas y mujeres a repensarse fuera de los roles pre establecidos socialmente. Para darle vida al propósito Sedal reunió a tres referentes de ámbitos considerados como masculinos: Zoe Gotusso, cantante, Carolina Hadad, co-fundadora de Chicas en Tecnología y Maca Sánchez, la primera jugadora de fútbol profesional de la Argentina, para que cuenten sus historias y cómo decidieron romper con lo que esperaban de ellas desarrollándose profesionalmente más allá de estereotipos y convenciones sociales.

"Queremos convertirnos en agentes activos en este proceso de cambio que busca libertad de decisión e igualdad de posibilidades, donde, si bien avanzamos un montón, todavía hay un largo camino por recorrer para romper con los mandatos preestablecidos. Por eso, en Sedal queremos inspirar a las mujeres en relación a nuevas posibilidades" agregó Florencia Canevari, Brand Manager de Sedal Argentina.

Las Role Models (referentes)

Es por ello que la marca eligió tres referentes que luchan, desde su lugar, por más posibilidades para las mujeres dentro de su ámbito. Maca Sánchez, es futbolista profesional y defensora de los derechos de las mujeres en este deporte. Ella comenzó a cuestionar la poca importancia que se le daba a la mujer sobre la cancha y la abismal brecha salarial en relación con sus colegas. Su lucha está en intentar mejorar las condiciones laborales y contractuales de su género en el deporte para abrir más posibilidades a niñas y mujeres de todo el país. "El mundo del fútbol es muy difícil cuando sos mujer. A los hombres todo les molesta. Hacer repensar a la sociedad genera miedo, dudas. El miedo o te moviliza para bien o para mal", asegura y agrega: "Mi máximo sueño es equiparar los derechos de ambos sexos, que el fútbol femenino sea profesional, que todas las jugadoras de todos los equipos del interior puedan tener un contrato y que cobren tanto o más que un hombre que hace lo mismo que ella en la cancha".

Carolina Hadad, en cambio, está en el ámbito de las ciencias duras y cómo co-fundadora de Chicas en Tecnología, dedica su tiempo en trabajar para reducir esta brecha de género que hay en la industria. Esta organización sin fines de lucro trabaja para motivar, formar y acompañar a mujeres adolescentes argentinas en todo el país para que se conviertan en la próxima generación de líderes en tecnología, a través de un enfoque de tecnología con impacto social y potenciándolas como agentes de cambio de sus comunidades.

En contrapartida, Zoe Gotusso con tan sólo 22 años es una de las voces que más resuena en la escena musical argentina. "Tener 22 y ser mujer, en este momento y en esta industria me motiva mucho. Me hubiese gustado a mi edad tener más referentes y decir "que lindo lo que está haciendo, yo también quiero hacer. Creo que estoy dando ese ejemplo y esa es mi lucha, hacerme cargo del lugar que ocupo para inspirar a mujeres de todas las edades a que se animen a la música".

Más acciones

Dentro de las distintas acciones impulsadas por Sedal que buscan equipar a niñas y mujeres, se encuentra el programa "Explorar Más Posibilidades". Una propuesta educativa desarrollada en conjunto con Girl Rising, para escuelas primarias y secundarias de todo el país (orientado a niñas y adolescentes de 11 a 18 años) con el fin de inspirarlas para que, cuando se piensen como mujeres, puedan elegir más allá de lo que está socialmente establecido.

Los datos a los que la marca accedió

Las niñas y las mujeres cargan con una parte desproporcionada de las responsabilidades domésticas respecto de los miembros masculinos de la familia. Alrededor del mundo, las niñas de entre 5 y 14 años pasan un 40% más de tiempo realizando tareas hogareñas que los niños de su edad. La disparidad aumenta a medida que las niñas crecen, ya que las niñas de entre 10 y 14 años pasan un 50% más de tiempo que los niños de su edad 1.

En Argentina, según un estudio del INDEC, la población que no estudia ni trabaja, crece en las mujeres alcanzando un 22,3% vs un 9,9% en los hombres 2. Es decir, aumenta la cantidad de horas dedicadas al trabajo no remunerado en las mujeres y disminuyen sus ingresos propios, causando falta de autonomía económica.

A eso se le suma la desigualdad de género en salarios, según los datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las mujeres cobran un 25% menos que los varones. Además, un estudio realizado por la consultora Grant Thornton reveló que solamente 1 de cada 5 cargos ejecutivos es ocupado por una mujer. Y lo más preocupante es que, pese al crecimiento de diferentes movimientos en la lucha por la igualdad de género, el año pasado las mujeres ejercían en cargos jerárquicos en un 23%, mientras que en el 2019 bajó al 20%.

En este contexto también existen carreras tradicionalmente asociadas con el mundo masculino, desde la concepción de la idea cuando los niños transitan su etapa temprana de formación, hasta la inserción al mercado laboral. Es más habitual encontrar mujeres en carreras de perfil humanístico como abogacía, enfermería, psicología y trabajo social, que en carreras duras como ingeniería en sistemas, computación, ciencia e ingeniería, etc.

"Cuando les preguntamos a las adolescentes cómo eligen su profesión, nos dicen que eligen carreras en las que sean buenas. ¿Cómo van a sentirse buenas en algo que jamás experimentaron? Además, el mundo de la tecnología está lleno de estereotipos que las alejan aún más del área: cuando nos imaginamos a un programador o a un innovador tecnológico pensamos en un hombre, blanco, privilegiado que trabaja desarrollando productos para llenarse de plata. Piensan también que en esta profesión es solitaria, sin colaboración y sin comunicación. La realidad no es esta, el mundo de la ciencia y tecnología está llena de posibilidades. Por eso en Chicas en Tecnología trabajamos para que estés donde estés y con tú tecnología puedas transformar el mundo", asegura Carolina Hadad co-fundadora de Chicas en Tecnología y referente de la nueva campaña de propósito de Sedal que invita a repensarse fuera de lo establecido.

A raíz de las cifras y hechos observados, existe un establecimiento de "mandatos" de lo femenino y lo masculino que reflejan tanto los patrones explícitos o implícitos como las reglas sobre lo que es "normal" para los hombres y las mujeres. Para muchos es "normal" que los

hombres jueguen al fútbol y no las mujeres. Estos mandatos condicionan a niñas y niños a elegir roles y caminos socialmente aceptables y al mismo tiempo configuran el poder de una manera que genera vulnerabilidad en las niñas y les deja menos opciones disponibles. Al "seguir el mandato", las niñas pueden limitar sus propios intereses o su participación en ciertas actividades. Los mandatos de género pueden provocar una amenaza de estereotipo y la autoexclusión de entornos educativos o laborales particulares. Se llama "amenaza de estereotipo" al riesgo de considerar el estereotipo de un determinado grupo social una característica propia. Es el sentimiento de vulnerabilidad por no amoldarse a un estereotipo dominante o por confirmar un estereotipo negativo. Por ejemplo, una niña que es buena en matemática puede evitar destacarse en un examen para no salirse de la norma dominante a nivel social que indica que las niñas no son buenas en matemática. La internalización de estos estereotipos puede debilitar la orientación futura de las niñas, socavar su autoconcepto y autoeficacia, y dar lugar a creencias artificiales condicionantes que persisten durante la adultez.

En este contexto Sedal quiere inspirar a las niñas para que sueñen con un futuro lleno de posibilidades, sin las restricciones impuestas por la sociedad en torno a lo que "deben" ser o lo que "no pueden" hacer. Sedal reconoce la importancia de apoyar a las niñas durante la adolescencia, que es el momento en el que forman sus objetivos y aspiraciones de vida y en el que más necesitan que se las anime a soñar, para que puedan desafiar sus propias ideas y las expectativas de la sociedad.