



**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**

Y Ellas, ¿Qué?

Desafiando La Brecha De Género En El Sector Automotriz:

El Papel Crucial De Las Mujeres

Michelle Cundy Pombo

Juan Simón Villamil Mor

Pregrado

Colegio De Estudios Superiores De Administración-Cesa Administración De Empresas

Bogotá, Colombia

2023

Y Ellas, ¿Qué?

Desafiando La Brecha De Género En El Sector Automotriz:

El Papel Crucial De Las Mujeres

Michelle Cundy Pombo

Juan Simón Villamil Mor

Directores: María Andrea Trujillo Y Alexander Guzmán

Pregrado

Colegio De Estudios Superiores De Administración-Cesa Administración De Empresas

Bogotá, Colombia

2023

Tabla de Contenidos

Resumen	7
<i>Introducción</i>	8
<i>1. Revisión de la literatura</i>	22
1.2 Definición de las variables	22
1.2.1 Barreras de entrada	22
1.2.2 Remuneración Recibida.....	24
1.2.3 Participación en las empresas	26
1.2.4 Estereotipos de Género	27
<i>2. Metodología</i>	29
2.1 Tipo de investigación	29
2.2 Enfoque de la investigación	29
2.3 Población y Muestra	30
2.4 Técnicas de Recopilación de información	32
2.4.1 Las Encuestas	33
2.4.2 Las Entrevistas.....	36
2.5 Técnicas de Procesamiento de Datos	37
<i>3. Análisis de Resultados</i>	39
3.1 Participación y Discriminación	39
3.2 Barreras de Entrada, Brecha de Género y Estereotipos de género	54
3.2.1 Techos de Cristal	68
3.2.2 Cultura y Tradición.....	70
3.3 Remuneración.....	73
3.4 Avances	74
<i>Conclusiones y Recomendaciones</i>	78
<i>Referencias</i>	83

Tabla de Figuras

Figura 1	35
Figura 2	40
Figura 3	42
Figura 4	42
Figura 5	43
Figura 6	55
Figura 7	56
Figura 8	57
Figura 9	58

Tabla de Tablas

Tabla 131

Tabla de Anexos

Anexo 1: Encuesta sobre barreras de entrada sector automotriz	94
Anexo 2: Encuesta sobre barreras de entrada de mujeres a cargos directivos del sector.	99

Resumen

La presente investigación se lleva a cabo con el fin de identificar del tipo de participación de las mujeres en el sector automotriz colombiana, para así analizar las posibles barreras de entrada y obstáculos para la participación de ellas en altos cargos directivos en el sector.

Para desarrollar esta investigación, se empezó con los antecedentes de investigaciones pasadas, las cuales habían sido de temáticas similares, en el cual se relacionan variables principales de este estudio; las barreras de entrada, los estereotipos de género, la participación y la remuneración.

Se realizaron 160 encuestas y 5 entrevistas a profundidad con personas importantes en el sector para probar la hipótesis planteada que sugiere que las barreras de entrada para las mujeres en el sector automotriz se deben a los estereotipos de género, lo cual está directamente relacionado con la participación de ellas en los altos cargos directivos.

Los resultados demuestran que sigue habiendo techos de cristal que impiden a las mujeres ascender a puestos directivos, así como obstáculos de entrada que están directamente relacionados con algunos estereotipos de género que restringen la participación y las discriminan. Así como la imagen de las mujeres a lo largo la historia, afectan como se ve la participación de ellas en el sector automotriz colombiana. Para fomentar una mayor participación femenina en el sector, se aconseja eliminar las barreras de entrada y adoptar políticas de igualdad de género.

Palabras Clave: Barreras de entrada, prejuicios, estereotipos de género, igualdad de género, participación femenina y techo de cristal, sector automotriz, Colombia.

Introducción

Este documento de análisis se ha preparado por estudiantes de administración de empresas del Colegio de Estudios Superiores de Administración, como base para discusiones, contexto y ejemplo. El primer capítulo contiene la revisión de la literatura, y una contextualización de las variables relevantes para el análisis. El segundo capítulo, describe la metodología utilizada para el análisis de los desafíos de las mujeres en el sector automotriz en términos de remuneración recibida, la participación en la empresa, los estereotipos de género y las barreras de entrada. El tercer capítulo, es una recopilación de los hallazgos basados en los resultados de la investigación y los objetivos del trabajo para llegar las conclusiones y recomendaciones que se encuentran en el último capítulo.

En el contexto de una investigación sobre desigualdad de género en el sector automotriz colombiano, es muy importante tener en cuenta el concepto de que la oferta de mujeres interesadas en ingresar a dicho sector no es tan alta. Puede que la oferta esté relacionada con las barreras de entrada o la percepción de que ellas no encajan en la industria. Pero es muy importante tener en cuenta que los números de representación femenina también se ven afectados. Sin embargo, el objetivo de la investigación es comprender como se manifiestan las barreras existentes, la brecha de género y la discriminación, a pesar de la oferta.

La oferta en este caso hace referencia a la cantidad de personas, hombres y mujeres que están dispuestas y calificadas para ingresar a trabajar en el sector. La investigación, reconoce que la proporción de mujeres interesadas en buscar empleo o desarrollar una carrera en el sector puede ser menor en comparación con los hombres y debe ser considerada al momento de analizar los números y porcentajes de participación en la industria, ya que puede llevar a una menor representación femenina en los puestos de trabajo, lo que contribuye a la

perpetuación de la desigualdad de género en el sector. Sin embargo, un reflejo de la falta de habilidades o aptitudes de las mujeres, sino más bien el resultado de factores externos que limitan su acceso y participación. Lo anterior debe ser tomado en cuenta, pero es clave entender que no tiene efecto sobre los resultados de las encuestas, y entrevistas especialmente en lo que se refiere a la experiencia de aquellas que hacen parte de la industria y luchan actualmente para mantenerse y crecer laboralmente en ella.

Este documento de análisis aborda los desafíos y oportunidades que enfrentan las mujeres en las principales empresas del sector automotriz en Colombia, específicamente en el acceso a los altos cargos directivos. El sector automotriz colombiana debe seguir desarrollando su enfoque centrado en la igualdad de género para el futuro de las mujeres. Y para eso, es necesario dirigir sus esfuerzos a:

- (i) asegurar una participación justa de las mujeres, que les permita un futuro desarrollo igualitario basado únicamente en mérito, superando las barreras de entrada.
- (ii) aprovechar al máximo el potencial de progreso social y el crecimiento de la importancia corporativa de la igualdad de género en las plantillas de las empresas, para lograr una equidad en la remuneración recibida por los empleados, sin importar su género.
- (iii) promover internamente políticas de tolerancia cero a discriminación, con el fin de: romper estereotipos de género.

El sector automotriz de Colombia es un sector vital para la economía del país, que abarca la fabricación, ensamblaje, comercialización y distribución de vehículos y sus partes y accesorios. En esta investigación, planteamos un problema fundamental que afecta a este sector: la desigualdad de género. Es importante destacar que, aunque el sector automotriz ha evolucionado y ha logrado avances en materia de innovación y tecnología, aún persisten barreras y prejuicios en cuanto a la participación y el progreso de mujeres y hombres en este

campo. Por tanto, es fundamental analizar en profundidad los sesgos de género en el sector y proponer soluciones para promover la igualdad y la inclusión.

Esta investigación tiene como objetivo explorar los factores que contribuyen a la desigualdad de género en las principales empresas del sector automotriz colombiana, así como sus impactos en la sociedad y en la economía del país. A través del análisis de datos y de las experiencias de trabajadores y trabajadoras en el sector, proponemos estrategias y recomendaciones para fomentar la equidad de género y la diversidad en el sector, generando un impacto positivo para el desarrollo sostenible de Colombia. Las principales empresas automotrices que operan en Colombia son nacionales y extranjeras, y ensamblan y comercializan una amplia variedad de vehículos, incluyendo automóviles, camiones, buses y motocicletas. También existen empresas que se dedican a la fabricación y exportación de partes y componentes para el sector automotriz.

Para comprender mejor el tema que abordamos en esta investigación, es fundamental tener en cuenta el contexto en el que se desenvuelve el sector automotriz de Colombia. El sector automotriz en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, gracias a la mejora en la economía del país, la estabilidad política y la inversión extranjera. Además, el gobierno ha implementado políticas y programas de incentivos para fomentar la producción y exportación de vehículos y sus partes.

Por otro lado, la situación laboral de las mujeres en altos cargos directivos en Colombia es un tema que ha sido abordado por diversas investigaciones. Según datos del Observatorio Laboral para la Educación de Colombia, en el año 2018, solo el 35% de los empleos de nivel directivo en Colombia eran ocupados por mujeres. Además, según un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el año 2020, en Colombia, el 58% de las mujeres que ocupan cargos directivos en empresas no reciben un salario igualitario al de sus pares masculinos. Por otra parte, el informe "Mujeres en la alta

dirección en Colombia" elaborado por la consultora Mercer en el año 2020, señala que solo el 22% de los cargos de alta dirección en Colombia son ocupados por mujeres.

La brecha de género en los altos cargos directivos de las empresas en Colombia es un problema que afecta no solo a las mujeres, sino también a la economía del país. Según un estudio de la firma Grant Thornton, si las mujeres tuvieran una mayor representación en los cargos directivos de las empresas, el PIB colombiano podría aumentar en un 11%. En general, la situación laboral de las mujeres en altos cargos directivos en Colombia es desigual, y aún hay mucho trabajo por hacer para lograr la igualdad de género en el mercado laboral. Las cifras y estudios mencionados muestran la necesidad de continuar trabajando en políticas y acciones afirmativas para fomentar la inclusión y la diversidad de género en el mercado laboral. En Colombia, la presencia de mujeres en altos cargos directivos en el sector automotriz es todavía baja. Según el informe de diversidad e inclusión en el sector automotriz en Colombia de 2021, elaborado por la firma PwC, las mujeres ocupan solo el 10% de los cargos de alta dirección en este sector. Esta baja representación de las mujeres en cargos directivos en el sector automotriz colombiana se refleja en otros países de la región, como México y Brasil. Según un estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en América Latina y el Caribe, solo el 3,5% de los miembros de los consejos de administración de las empresas son mujeres.

A pesar de las políticas y acciones afirmativas que algunas empresas han implementado para fomentar la inclusión y la diversidad, la brecha de género en el sector automotriz persiste. De acuerdo con el informe de PwC, uno de los mayores desafíos es la falta de modelos de rol femeninos y la falta de visibilidad de las mujeres en el sector. En este sentido, la investigación académica sugiere que la falta de diversidad de género en los altos cargos directivos del sector automotriz colombiana puede tener un impacto negativo en la competitividad y la innovación de las empresas. Un estudio realizado por la Universidad de

los Andes en Colombia encontró que las empresas con mayor diversidad de género en los cargos directivos tienden a ser más innovadoras y a obtener mejores resultados financieros.

La presencia de mujeres en altos cargos directivos en el sector automotriz en Colombia es aún baja y representa un desafío para las empresas del sector. Es necesario seguir trabajando en políticas y acciones afirmativas para fomentar la inclusión y la diversidad de género en el sector. La investigación académica sugiere que la diversidad de género puede ser un factor clave para la innovación y la competitividad de las empresas. Con la realización de este estudio se espera conocer a fondo el desequilibrio de género que existe en el sector automotriz y cómo afectan las barreras de entrada, la participación de las mujeres en estas empresas. A pesar de que en la actualidad, el papel de las mujeres ha tomado un importante protagonismo, las barreras de entrada de las mujeres a los altos cargos directivos obstaculizan el crecimiento y la participación de ellas en las empresas, especialmente en aquellas que hacen parte de un sector dominado, principalmente por los hombres; como lo es la automotriz.

Esta problemática tiene una complejidad de tiempo, ya que, desde el principio de la humanidad, la mujer ha jugado un papel sumamente importante para el desarrollo de las sociedades y el avance de estas. En cada una de las civilizaciones la posición de la mujer se ha ubicado en diferentes puntos, aunque en general así lo afirma Perdomo OCCIDENTE (2017) ha sido renegada o subvalorada, pues antes se le daba una interpretación como el de un sexo netamente hecho para procrear y para la crianza del ser humano en sus primeras etapas, así como lo afirmaba Aristóteles (1254 a.C.) (Citado por Femenías, 1988) El macho es por naturaleza superior y la hembra inferior; uno gobierna y la otra es gobernada; este principio de necesidad se extiende a toda la humanidad (párr. 8). Esta posición, estaba basada en los estudios de la época y en la visión platónica de que el hombre era un ser perfecto y la mujer imperfecta, debido a que sangraba y en dicha época se desconocía la explicación de

esto, lo que más adelante se conoció como el periodo menstrual, este tipo de visiones del género femenino se basaban a su vez como lo explicaba Harari (2011) en un juicio de valor donde en las sociedades neandertales la mujer estaba ocupada debido a periodos de embarazo largos y el hombre al estar físicamente disponible tenía la tarea de buscar recursos para asegurar la supervivencia de ambos, así como lo afirma el autor en los siglos siguientes evolucionó en el establecimiento de diferentes papeles en la sociedad y que puso a la mujer en desventaja en comparación con el hombre, este tipo de parámetros fueron poco a poco perdiendo validez por medio de la lucha que dieron muchas mujeres por sus derechos (como el del voto) y por demostrar una realidad que ya conocemos, y es que las mujeres y los hombres somos igual de capaces de desempeñar todas las tareas y más importante aún los cargos de liderazgo y de gerencia estratégica.

Aunque así como lo afirma Perdomo (2017) a pesar de que las empresas tienen muchas mujeres en sus filas y sobre todo en manos medias esto no significa que tengan equidad de género, y que por más de que las mujeres estemos trabajando en gran medida en las organizaciones colombianas las mujeres no estamos tomando decisiones y las organizaciones no se han adaptado a un mundo donde las mujeres tienen que compaginar su vida laboral con su vida personal; y es aquí donde se habla de equidad de género como la posibilidad de ofrecer tanto a mujeres como a hombres, oportunidades iguales, las mismas condiciones, y mismo trato, sin desconocer particularidades de cada uno(a) de ellos (as) que tengan garantía y permitan la accesibilidad a los derechos que se les confieren como ciudadanos(as), como lo es el derecho al trabajo digno. Actualmente en el mundo (para tener una visión general) hay muchos síntomas que demuestran esta desigualdad entre hombres y mujeres y esa inequidad que existe en el marco laboral. Según la OIT la participación masculina en el mercado laboral era de 72.2% de hombres empleados y solo un 27.8% desempleados, mientras que en mujeres era de 47.1% empleado y 52.9% desempleado.

Además de eso, según el World Bank (2020) el salario de las mujeres en el mundo era del 60% al 70% el de los hombres, comparando los mismos cargos; así como en 2014: 143 países tenían un 90% de diferencias legislativas que limitaban laboralmente a la mujer, según ONU Mujeres (2014) 79 países tenían leyes explícitas que limitaban y 15 países donde los esposos pueden oponerse. Esto lo que demuestra es la desigualdad global entre hombres y mujeres en el marco laboral.

según Liévano (2019) superintendente de sociedades, en las 200 empresas más grandes del país, solo 8 son dirigidas en las primeras 100, ahora bien por ingresos operativos consolidados en 2019 únicamente se encontraron 5 mujeres; y que la equidad de género en el sector empresarial continúa siendo una tarea pendiente para las grandes firmas del país La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) recopila y publica una amplia gama de estadísticas relacionadas con la igualdad de género, incluidos datos sobre la brecha de género en los distintos sectores. Según los datos más recientes disponibles (2021), la brecha de género en las tasas de empleo en los países de la OCDE es, en promedio, de 13 puntos porcentuales, con las mujeres menos propensas que los hombres a estar empleadas en todos los sectores. La brecha de género es mayor en los sectores de construcción, manufactura y transporte, donde las mujeres están subrepresentadas y enfrentan barreras significativas para ingresar. Por el contrario, las mujeres están sobrerrepresentadas en los sectores de salud y educación, donde constituyen la mayoría de los trabajadores. Sin embargo, incluso en estos sectores, las mujeres tienden a ocupar empleos de menor remuneración y estatus más bajo que los hombres.

Ahora bien, en Colombia la situación no es muy diferente, pues por ingresos operativos en 2019, que salen en el listado de la superintendencia de sociedades.

La desigualdad de género en el mundo laboral, y específicamente en los cargos directivos, aquellos que hacen parte de la alta gerencia de una compañía en adelante, por

ejemplo, los C- Level (CEOs, CFOs, entre otros) los V-Level (vicepresidentes) y las Juntas Directivas o similares (Harnán, 2010), es un problema que afecta a muchas mujeres en todo el mundo. Según un informe del Foro Económico Mundial de 2021, la brecha de género en el ámbito laboral global no se cerrará completamente hasta dentro de 136 años.

En cuanto a los cargos directivos, la desigualdad de género se evidencia en la baja representación de mujeres en estos puestos. Según informe del Foro Económico Mundial (2020), a nivel global, solo el 28% de los cargos de dirección son ocupados por mujeres. Además, según un informe de la consultora Grant Thornton de 2020, sólo el 29% de los cargos de alta dirección en empresas en todo el mundo son ocupados por mujeres.

La brecha salarial de género también es una forma en la que se evidencia la desigualdad de género en los cargos directivos. Según el informe del Foro Económico Mundial (2021), a nivel global, las mujeres ganan en promedio un 16% menos que los hombres en puestos de dirección.

Otra forma en que se evidencia la desigualdad de género en los cargos directivos es la falta de acceso de las mujeres a oportunidades de liderazgo y desarrollo profesional. Según un informe de la consultora McKinsey & Company de 2020, las mujeres tienen menos probabilidades que los hombres de recibir patrocinio y apoyo en su desarrollo profesional, lo que limita su acceso a puestos de liderazgo.

Queda claro que, la desigualdad de género en los cargos directivos es un problema global que afecta a las mujeres en todo el mundo. La baja representación de mujeres en estos puestos, la brecha salarial de género y la falta de acceso a oportunidades de liderazgo y desarrollo profesional son algunas de las formas en que se evidencia esta desigualdad. Se requieren políticas y acciones afirmativas para lograr una mayor igualdad de género en el mercado laboral.

Existen muchos síntomas que describen cada una de las situaciones, y que son conceptos necesarios para entender qué ocurre realmente: El primero son los Techos de Cristal, El concepto de "techo de cristal" se refiere a las barreras invisibles que enfrentan las mujeres en su carrera profesional, que les impiden avanzar a posiciones de liderazgo y poder en el mundo laboral. El término fue acuñado por primera vez en la década de 1980 por la periodista feminista Gay Bryant en un artículo publicado en el Wall Street Journal.

El término "techo de cristal" se utiliza para describir una serie de barreras invisibles que dificultan que las mujeres accedan a los puestos de mayor responsabilidad y poder en el mundo laboral. Estas barreras pueden incluir estereotipos de género, prejuicios y prácticas discriminatorias en la contratación y promoción, así como políticas laborales y culturales que limitan el acceso de las mujeres a oportunidades de liderazgo.

Este concepto ha sido ampliamente estudiado y discutido en la literatura académica y en el ámbito de los negocios. Estudios como el de EAE Business School (2022) han encontrado que las mujeres enfrentan barreras significativas para acceder a puestos de liderazgo y poder, y que estas barreras se deben en gran medida a la discriminación de género y a las prácticas laborales y culturales sesgadas. Según EAE Business School en conjunto con DCH (Organización Internacional de Directivos de Capital Humano) (2022) Las mujeres ocupan el 34% de las posiciones de liderazgo de las organizaciones; a su vez, según el World Economic Forum (2021) para Colombia la brecha salarial es de 0,54 en promedio; En relación y de acuerdo con los datos del Ranking PAR 2021 de Aequales (organización que busca promover empoderamiento laboral de las mujeres por medio de consultoría especializada en diferentes procesos, así como cultura y políticas organizacionales, teniendo como enfoque el género). persiste una brecha salarial del 30.13%, esto para cargos de primer nivel, evaluando 356 organizaciones tanto públicas como privadas. En este sentido y de

acuerdo con el Club del 30% capítulo Colombia (2021) actualmente solo 18,7% de las juntas directivas están conformadas por mujeres.

Es por esto por lo que según Mia Perdomo (2017) CEO de Aequales (Empresa de consultoría dedicada a construir estrategias de negocio con enfoque en equidad y diversidad) es importante tener una política de equidad de género y diversidad, siendo como la constitución dentro de la empresa que dice que en ningún proceso se va a discriminar a nadie según su sexo, raza, orientación sexual, entre otras. Lo segundo es tener una política balance vida trabajo, es decir como mujeres y hombres compaginen su vida personal con la laboral para que así las mujeres no tengan que renunciar a cargos altos porque la disponibilidad de tiempo no se los permite, lo otro es que los procesos de selección no tengan sesgos de género, es común que a las mujeres se les descalifique por el hecho de ser madres o de ser madres potenciales. Pues existen muchas barreras de entrada actualmente que no permiten a las mujeres entrar fácilmente o ser seleccionadas para cargos en juntas directivas en diferentes sectores de la economía.

Para responder la pregunta, ¿Cómo se manifiestan las barreras de entrada para la participación de las mujeres en altos cargos directivos del sector automotriz en Colombia?, en esta investigación se determinaron objetivos de análisis, se caracterizaron las barreras de entrada y se utilizaron herramientas de investigación como encuestas y entrevistas.

Como justificación de este trabajo, buscamos a partir de lo mencionado anteriormente lograr entender cuáles son esas barreras de entrada que afectan a las mujeres a la hora de aspirar a juntas directivas o altos cargos en el sector automotriz dado que existen diferentes teorías en cuanto al papel de estas en las empresas. Por un lado, hay unas que argumentan que la presencia de las mujeres aumenta la eficiencia de las juntas directivas. Este es el caso de un estudio publicado en 2009 por Adams y Ferreira (citado por Guzmán; et al, 2015) el cual pone sobre la mesa que “las mujeres tienen mejores niveles de asistencia a las reuniones en

comparación con los hombres. Además, la asistencia de los directores hombres incrementa en la medida en que se hace mayor la participación de las mujeres en la junta. Por otra parte, las directoras mujeres tienden más a involucrarse en comités de supervisión, como los de auditoría, nominación y gobierno corporativo. Con respecto al gobierno corporativo de las empresas, las juntas con mayor diversidad de género son más exigentes con sus gerentes, lo que se evidencia en una mayor sensibilidad de la rotación del gerente en relación con el desempeño financiero de la empresa” (pp. 76). De ser así, al tener conocimiento de estas barreras y sus efectos, se pueden generar diferentes espacios de mejora para suprimirlas y que se logren resultados positivos en el sector automotriz.

El resultado de este estudio, puede beneficiar a diferentes organizaciones e incluso al estado mismo, pues de acuerdo con Hersh (2022) de Harvard School of Public Health: Las compañías con mujeres en sus juntas directivas se desempeñan mejor que aquellas que no, por ejemplo en Fortune 500 las compañías fueron rankeadas de acuerdo al número de mujeres en sus juntas directivas, aquellas que estaban en el primer cuartil en 2009, reportaron un retorno mayor al 42% en ventas y un retorno del 53% mayor del capital que el resto. En este sentido, las empresas privadas ubicadas en el sector financiero se beneficiarán pues podrán suplir a sus equipos de inclusión, diversidad y equidad, de material guía para disminuir los sesgos y ser organizaciones más sostenibles en materia social, así mismo las entidades públicas pueden usar esta información como muestra de la situación actual de las mujeres en juntas directivas del sector financiero y tener un panorama nacional de esto, para entender cómo está el país en esta materia y saber hacia dónde dirigirlo para mejorar la situación. Por otro lado, unos de los grupos más beneficiados serían las mujeres mismas que se ubiquen dentro de esta población, ya que podrán saber qué les espera en estos momentos y cómo ayudar a otras desde los cargos que desempeñen, para así en prospectiva mejorar su situación, como lo afirma IVAMER (2022): “Casi un tercio de los empresarios encuestados percibieron

un aumento de la paridad de género en sus organizaciones como una forma de aumentar el bienestar”

El objetivo general de este trabajo es determinar la manera en la que las barreras de entrada afectan la participación de las mujeres en altos cargos del sector automotriz en Colombia.

Para lograr lo anterior, es necesario identificar específicamente las barreras de entrada para el acceso de las mujeres a los altos cargos en el sector automotriz. Para desarrollar este objetivo específico e identificar las barreras de entrada para el acceso de las mujeres a los altos cargos en el sector automotriz, fue necesario realizar una investigación detallada y exhaustiva que tuviera en cuenta factores como la cultura organizacional, los estereotipos de género, la falta de oportunidades de capacitación y desarrollo, así como la discriminación y el acoso laboral. El primer paso sería recopilar datos y estadísticas sobre la representación de mujeres en los diferentes niveles jerárquicos del sector automotriz. Esto ayudaría a identificar las áreas donde las mujeres están infrarrepresentadas y a evaluar la magnitud del problema. Luego, sería necesario llevar a cabo entrevistas y encuestas con personas que trabajan en el sector automotriz para comprender las barreras específicas que enfrentan para avanzar en sus carreras. Estas entrevistas podrían ser tanto con mujeres que han alcanzado posiciones de liderazgo o aquellas que aún luchan por avanzar en la jerarquía empresarial, como también hombres que hacen parte del sector.

Igualmente, es importante realizar una caracterización del tipo de participación de las mujeres en el sector automotriz. Para así poder cumplir con el último objetivo específico de analizar las posibles relaciones entre las barreras de entrada y la participación de las mujeres en cargos directivos.

Este documento de análisis busca probar la hipótesis de que si las barreras de entrada para las mujeres en el sector automotriz se deben a los estereotipos de género, lo cual está

directamente relacionado con la participación de ellas en los altos cargos directivos. Las mujeres tienen que lidiar con más dificultades para acceder a cargos directivos o de Top Management, especialmente en las empresas del sector automotriz. Estas dificultades están relacionadas con la remuneración recibida, la participación en la empresa, los estereotipos de género y los techos de cristal. En este Sector, las mujeres son asignadas a posiciones para las que están sobrecalificadas. Esto genera que reciben menores salarios de los que se merecen.

Esta desigualdad tenaz en los salarios medios de las mujeres y los hombres se mantiene en todos los países y sectores, debido a que el trabajo de ellas se infravalora y que tienden a estar concentradas en empleos diferentes a los de los hombres. Aunque el empleo requiere los mismos esfuerzos y habilidades, o más, su trabajo está menos valorado y peor remunerado. (ONU, 2019, párr. 2)

Para empezar, estudios como el del Club del 30% (2021) han demostrado que las mujeres en posiciones altas tienen un impacto en el desempeño de las empresas, es decir que cuando estas se encuentran en posición de líder, el rendimiento de los negocios es mayor. Esto demuestra que, en un proyecto, la diversidad de género es un factor importante y decisivo. Sin embargo, Según el Informe sobre la Brecha Global de Género de 2021 del Foro Económico Mundial, en el mundo la remuneración de las mujeres es 37% inferior que la de los hombres en trabajos similares. Dado que muchos sectores se ocupan de oportunidades de empleo que se consideran casi exclusivamente disponibles para los hombres, algunas de ellas están siendo invadidas por creencias estereotipadas, lo que repercute en las oportunidades profesionales de las mujeres para entrar en las empresas, pero si lo logran, entrarán a puestos bajos y con menores salarios que sus compañeros, aunque cuenten con las mismas capacidades. Como es el caso del sector automotriz en Colombia.

La importancia de los resultados de esta investigación permitió dar una claridad sobre este tema, de esta manera beneficiosa para que en futuras investigaciones se logre encontrar la manera de disminuir del todo los porcentajes de inequidad de género en los altos cargos de las empresas en Colombia, específicamente las grandes empresas del sector automotriz, que es donde esperamos enfocarnos. Igualmente, por medio de esta investigación se presenta una oportunidad de crecimiento para las organizaciones, en cuanto hay estudios como el de Harvard School of Public Health (2022) que demuestran lo beneficioso que es para una empresa el contar con mujeres en todos los niveles de la organización. Esto se ha evidenciado en varios ámbitos, pues de acuerdo con Hersh (2022) de Harvard School of Public Health: Las compañías con mujeres en sus juntas directivas se desempeñan mejor que aquellas que no las tienen. Las conclusiones de este estudio pueden ayudar a las empresas del sector automotriz, pero en particular a las empresas con una influencia y audiencia mayoritariamente masculina que intentan lograr la igualdad de género en sus plantillas.

1. Revisión de la literatura

1.2 Definición de las variables

1.2.1 Barreras de entrada

En el caso de esta investigación, es importante definir tres conceptos que pueden ser confundidos entre ellos por su naturaleza similar. a brecha, la discriminación y las barreras de entrada. Según el World Economic Forum, 2021; la brecha de género son las diferencias y disparidad que ya existen entre hombres y mujeres en varios aspectos, como diferencias de salario o de participación existentes en el sector automotriz basadas únicamente en el género, la discriminación se refiere a el trato injusto o acciones negativas contra las mujeres, puede ser acoso, rechazo o intimidación entre otras y las barreras de entrada a un mercado son varios tipos de obstáculos que dificultan o complican la entrada de nuevas empresas, marcas o productos. Dicho de otro modo, estas barreras son cualquier obstáculo que dificulte o impida la entrada de nuevos competidores en un mercado.

Estas se aplican al caso de las mujeres que buscan entrar a altos cargos en las empresas del sector del motor en Colombia. Según El Economista de España (8 de mayo, 2018), “Las barreras que responden a normas y valores tradicionales que dificultan la participación de la mujer en cargos de responsabilidad en todos los ámbitos: social, político y económico.” (párr. 3)

En este texto hacemos un enfoque hacia las barreras de entrada y las relacionamos con factores que incluyen tanto las brechas que existen como la discriminación y la relación que

estas tienen entre ellas y los obstáculos que enfrentan las mujeres a la hora de intentar entrar al sector, únicamente por ser mujeres.

“En todos los países del mundo, las mujeres se enfrentan a múltiples barreras y a la discriminación por motivos de género en el lugar de trabajo. La discriminación aparece de forma temprana: desde el tipo de educación que reciben las niñas hasta la clase de trabajo al que son relegadas. Tanto en la esfera privada como pública, las mujeres se enfrentan a la segregación profesional, los estereotipos y las costumbres, las barreras para ejercer sus derechos sobre la propiedad, falta de acceso a los créditos, los recursos, y la tecnología, a la violencia de género y a muchos otros obstáculos que dificultan la igualdad con los hombres en el mundo laboral.” ONU Mujeres (párr. 1)

1.2.2 Remuneración Recibida

La variable de remuneración recibida ha sido clave para el entendimiento de la desigualdad de género en las empresas, ya que es uno de los aspectos más notorios donde las mujeres se encuentran en desventaja.

Esta variable ha sido una de las principales formas de medición de desigualdad en todas los sectores en el mundo. Por eso es importante utilizarla para analizar el sector automotriz, y así entender cómo se manifiesta en el sector automotriz.

Primeramente, sabemos que las diferencias de salario tienen más de una razón, en una empresa un puesto de trabajo puede ser remunerado de manera diferente a otra. Sin embargo, en la actualidad, existe un fenómeno, y es la diferencia innegable de pago cuya única variable es el género de la persona que realiza una misma tarea. La remuneración recibida es una de las más claras demostraciones del sexismo laboral. Más a fondo, Granovetter, M. S. (2018). Revisa los enfoques que reconocen la posibilidad de la variabilidad de organización a organización en la desigualdad salarial entre puestos de trabajo, y las tasas salariales del mercado con sesgo de género.

Pero para entender este sesgo es muy importante analizar cuál es el razonamiento que lleva a la discriminación salarial, y aún más importante, a la aceptación o resignación de la sociedad frente a este evidente fenómeno. Las principales conclusiones de (Meza Martínez, 2017) implican que los prejuicios sociales basados en la división sexual del trabajo son los que conducen a la discriminación salarial y laboral de las mujeres. Básicamente, la discriminación va más allá de las capacidades de una persona, la discriminación es histórica. Lo cual también sugiere que los mercados nunca han funcionado de forma justa debido a que

la remuneración recibida por las mujeres siempre ha sido menor que la de los hombres que realizan el mismo trabajo.

Es verdad que, en el pasado, las normas destinadas a “salvar” a las mujeres de la explotación les prohibía trabajar en determinadas profesiones. Más recientemente, sigue habiendo casos en los que a las mujeres se les niega el acceso a ocupaciones de mayor nivel o mejores pagos. Esta exclusión puede manifestarse como una denegación de empleo o una limitación de las posibilidades de promoción. Aunque es difícil demostrar que los empresarios discriminan intencionadamente, es posible examinar el patrón de empleo dentro de las empresas para ver si los hombres y las mujeres son asignados a las ocupaciones de forma proporcional a sus cualificaciones. El artículo de Treiman, D. J., & Hartmann, H. I. (1981), examina que en la actualidad primero se deciden los salarios y se distribuye el trabajo para comprender por qué siguen existiendo disparidades salariales entre hombres y mujeres. En este artículo se menciona como las tareas del hogar, tener hijos o responsabilidades familiares, afectan la experiencia laboral que pueden llegar a tener las mujeres. Lo cual es en su naturaleza un argumento sexista.

Asimismo, el origen de la diferencia en la remuneración recibida por las mujeres es histórico. Esta variable básicamente tiene que ver con los roles de género: las características sociales, las estructuras familiares, la religión, la cultura y los choques históricos. Todas las anteriores generan un impacto en la remuneración, porque afectan la percepción de las mujeres y su valor. (Giuliano, P) lo explica muy bien, la razón por la que las creencias culturales de hace miles de años afectan el pago de las mujeres actuales es porque los pensamientos son prácticamente hereditarios, o en sus propias palabras “Las creencias

culturales son inherentemente pegajosas”. De hecho, “el logro de un futuro más feminista depende de un conocimiento rico, plausible y bien informado del pasado” (Bennett, 2007)

La remuneración recibida será una variable clave durante el desarrollo de este texto, será uno de los factores más importantes para entender el rol del género en el sector automotriz y en la empresa. Se tomará una posición analítica donde la desigualdad o igualdad se verá reflejada en la remuneración.

1.2.3 Participación en las empresas

El sector automotriz se caracteriza por su predominio masculino. Hay muchas razones por las que esto es cierto. En primer lugar, a los niños se les enseña a jugar con carros y a las mujeres con muñecas. Es lo que hay. Por eso es comprensible que haya más hombres que quieran dedicarse al negocio del automóvil. Cuando se trata del sector automotriz, será difícil negar que este negocio está dominado por los hombres.

Hay un par de elementos en juego, pero la causa fundamental es que este campo se asocia con frecuencia a los hombres. Incluso los pilotos en la Fórmula 1 son todos hombres, e históricamente lo han sido siempre. En el 2016, el director de la F1 Bernie Ecclestone (citado en Revista Marca, 20 de abril, 2016), dijo “No conozco a ninguna mujer que físicamente sea capaz de conducir un coche de Fórmula 1 de forma rápida. No deberían ser tomadas en serio” (párr. 2 y 3). Esto solo demuestra lo interiorizado que ha estado el machismo en el sector. A menudo, las mujeres de los países occidentales se ven obstaculizadas por los estereotipos y la falta de modelos de conducta en estos ámbitos. Los padres no suelen ser tan comprensivos cuando las niñas expresan su interés por este campo como opción empresarial. En particular, hay una especie de estigma contra cualquier persona en relación con esto. Hoy en día, se

espera que las mujeres manejan peor que los hombres, o no sepan cambiar una llanta, también se espera que sean peores que ellos en los estudios relacionados con las matemáticas, y viceversa en las asignaturas relacionadas con los idiomas.

“Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), 37.2% de las mujeres con educación media superior y superior no ha tenido la oportunidad de acceder a empleos formales, aunado a que, de ellas, 33% ha sufrido en su trabajo trato inequitativo por cuestiones de género.” (Citado por Deloitte, 2020, párr. 3)

1.2.4 Estereotipos de Género

Las Naciones Unidas (s.f.) definen los estereotipos de género como una visión generalizada o una idea preconcebida sobre los atributos o las características, o los papeles que poseen o deberían poseer o desempeñar las mujeres y los hombres. (párr. 1)

Según la definición de Unicef, el género es el conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas que las distintas sociedades asignan a los individuos para distinguirlos como hombres o mujeres. Poniendo estas ideas en perspectiva, "Equidad de género" se refiere a la distribución equitativa de oportunidades, recursos y recompensas entre hombres y mujeres; no se refiere a la meta de hacer a hombres y mujeres iguales, sino a que sus oportunidades de vida sean iguales y se mantengan iguales. Martínez-Gutiérrez (2010), se refiere a las características positivas que definen a un grupo social y permiten la inclusión de las personas en diversos grupos sociales (Velandia, Morales y Rincón, 2014). Pero en el ámbito laboral, existe un sistema de segregación y estereotipos que facilita que ciertos trabajos, profesiones o sectores sean descritos y prescritos como propios de hombres o mujeres (Cabrera, Sauer y Thomas-Hunt, 2009). Por estereotipos entendemos el conjunto de creencias -tanto positivas como negativas- que definen a un grupo

social y permiten incluir a las personas en diversos grupos sociales (Velandia, Morales y Rincón, 2014).

De los estereotipos de género, sobresalen en este caso, las que se relacionan con el mundo del deporte. Los estereotipos de género han establecido al sexo como una variable discriminatoria con relación a la participación en actividades deportivas (García y Asís, 1994).

2. Metodología

La información fue obtenida directamente con las personas que hacen parte del sector automotriz colombiana. Nos dirigimos a estas personas a través de encuestas y entrevistas a profundidad.

La fuente fue primaria, se fue a las empresas directamente con personas que hacen parte de los altos cargos directivos o que aspiran a ellos para comprender la situación actual.

2.1 Tipo de investigación

La presente investigación se orienta a analizar las barreras de entrada que impiden a las mujeres acceder a altos cargos en empresas del sector automotriz colombiana. Lo anterior, permitirá aumentar la comprensión sobre este tema y lograr entender las razones por las que sucede este fenómeno.

De acuerdo con la información presentada en esta investigación, pudimos entender que hoy en día las mujeres aún tienen ciertas barreras que les impiden generar un desarrollo de su carrera igual al de los hombres, específicamente en un sector históricamente dominada por el género masculino.

2.2 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación fue de carácter mixto, tanto cualitativo como cuantitativo dado que por un lado se realizaron entrevistas semiestructuradas en donde se logró recopilar información que permitió entender cómo el personal de la organización ve el acceso de las mujeres a altos cargos en la empresa y que tan fácil es para ellas acceder a

estos, en comparación con los hombres. Igualmente, cuáles son los principales factores que las afectan según lo que ellos han podido observar y evidenciar a lo largo del tiempo que han estado en la empresa.

Asimismo, para la parte cuantitativa se realizaron 160 encuestas de opción múltiple y preguntas abiertas, que permitieron el acceso a datos numéricos y estadísticos, para lograr tener una visión real de lo que sucede dentro de la empresa a la hora de contratar y contar con mujeres en cargos directivos, además de los principales problemas con los que ellas cuentan a la hora de acceder a estos.

2.3 Población y Muestra

Para la población, se entrevistaron tanto a hombres como mujeres de las empresas seleccionadas anteriormente, que hacen parte de diferentes niveles jerárquicos de la organización. Enfocándose principalmente, pero no exclusivamente en altos cargos corporativos o personas que aspiran a estos cargos.

Tabla 1***Ficha Técnica***

TABLA DE FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Universo	Hombres y Mujeres que hacen parte del sector automotriz colombiano. Personas que hacen parte del sector, tanto de cargos directivos como aquellas que aspiran a ellos en la industria.
Objetivo	El objetivo de la encuesta sobre la desigualdad de género en la industria automotriz es evaluar la percepción de los encuestados sobre la existencia de desigualdad de género en la industria automotriz y Comprender las experiencias y barreras enfrentadas por las personas en cargos directivos o que aspiran a serlo en la industria automotriz.
Tipo de población	Infinita
Tipo de muestra	Cuando la población es infinita, no es posible obtener una muestra verdaderamente representativa de toda la población
Tiempo de realización	2 meses
Cantidad de Encuestas	160
Nivel de confianza	No es aplicable a una muestra infinita
Persona que realizó la encuesta	Juan Simón Villamil Y Michelle Cundy Pombo

Nota. La tabla muestra la ficha estadística de la población de sector automotriz a la que se le harán las encuestas.

La población total que trabaja en el sector automotriz en Colombia se denomina población estadística del sector. Esta población puede abarcar desde trabajadores de líneas de producción hasta gerentes y directores de empresas automotrices. Lamentablemente no existe información confiable que respalde a la población en Colombia. Debido a la falta de datos fiables y actualizados en Colombia, no es posible proporcionar una cifra exacta sobre la población estadística del sector del automóvil en el país. A pesar de las dificultades que

plantea la falta de datos, fue posible realizar un análisis exhaustivo de la oferta gracias a más de 160 encuestas y 5 entrevistas en profundidad. El mercado objetivo eran los colombianos que trabajan en el sector automotriz. A pesar de la falta de datos precisos, está claro que el sector automotriz colombiana es una importante fuente de empleo en el país. Y se conocen las más grandes empresas. En el caso de esta investigación, realizamos entrevistas y encuestas a personas que hacen parte de ellas.

El grupo tomado en consideración está formado por expertos que trabajan o han trabajado en el sector automotriz en Colombia. Es importante mencionar que la investigación trató de ser equitativa en todas las circunstancias, pero lamentablemente se enfrentó a una limitación importante. La muestra no logró un equilibrio entre hombres y mujeres. Con un 29,4% de mujeres y un 70,6% de hombres, se trata de un grupo variado, sin embargo, dispar. A pesar de esta disparidad de género, todos ellos trabajan para las mayores empresas de este sector en Colombia y tienen en común su pasión por el sector.

2.4 Técnicas de Recopilación de información

La elección de utilizar tanto encuestas como entrevistas se debe a la necesidad de obtener tanta profundidad como extensión en la información recolectada. Las encuestas permitieron recopilar datos de una amplia variedad de personas, lo que proporcionó una representación más amplia de las opiniones y perspectivas sobre el tema. Por otro lado, las entrevistas permitieron profundizar en las perspectivas individuales y obtener información detallada y rica en contexto sobre las experiencias personales y las opiniones más elaboradas.

La combinación de ambas técnicas nos permitió tener una visión más completa y representativa del tema de la desigualdad de género y las barreras de entrada de las mujeres a el sector automotriz en Colombia. Además, la inclusión de ambas técnicas nos permitió verificar y comparar los resultados obtenidos, lo que aumenta la validez de los hallazgos.

Para conseguir respuestas de personas que forman parte del sector, se utilizó una combinación de contactos y el método del "boca a boca", lo cual resultó en interacciones con algunas de las personas más importantes del sector en el país. Es importante mencionar que la falta de participación de mujeres en la investigación no es necesariamente indicativa de su falta de interés en el tema, sino que puede ser un reflejo de las barreras de entrada y la falta de oportunidades que enfrentan en el sector. En general, la distribución de género de las personas encuestadas y la dificultad para obtener respuestas de mujeres son aspectos importantes a tener en cuenta al analizar los resultados de la investigación.

2.4.1 Las Encuestas

La encuesta (consultar *anexo 1*) consta de un total de 16 preguntas, de las cuales 6 son abiertas y 10 son cerradas. Las preguntas cerradas se utilizan para obtener respuestas específicas del encuestado, mientras que las preguntas abiertas permiten al encuestado responder con mayor libertad y brindar información más detallada. La estructura de la encuesta es importante para recopilar información detallada y precisa sobre la percepción y las experiencias de los encuestados con respecto a la igualdad de género en el sector automotriz.

Las preguntas cerradas se responden seleccionando una opción de respuesta predeterminada, lo que permite una recopilación más eficiente de los datos y una mayor

facilidad para analizar los resultados. Las preguntas abiertas permiten a los encuestados proporcionar información más detallada y personal, mientras que las preguntas cerradas permiten una recopilación más eficiente de datos que se pueden analizar fácilmente para obtener información valiosa.

La primera pregunta que permitió filtrar los resultados obtenidos de manera que fueran tomados en cuenta únicamente las respuestas de personas del sector automotriz. Esta pregunta se utilizó como una forma de segmentar a la audiencia que se deseaba encuestar. El objetivo fue asegurarse de que las respuestas obtenidas fueran de personas que tienen experiencia en el sector automotriz colombiana, lo que permitirá obtener resultados más precisos y relevantes para el sector.

Asimismo, se formulan preguntas más específicas sobre la percepción que tiene el encuestado del sector y su relación con el género. Estas preguntas son abiertas y no selectivas para evitar respuestas sesgadas o predecibles. Las preguntas se refieren a si los encuestados creen que el mundo del automóvil es un dominio masculino y, en caso afirmativo, de dónde han sacado esta creencia.

Las preguntas también exploran si el encuestado ha experimentado barreras de entrada o discriminación de género en el sector del automóvil. Se pregunta a los encuestados si han experimentado barreras de entrada en el sector debido a su género y, en caso afirmativo, se les pide que describan la barrera a la que se enfrentaron. También se les pregunta si han sufrido alguna vez discriminación por razón de sexo en el sector, y se les pide que describan la situación en la que se produjo.

Igualmente, con la segunda pregunta se buscó conocer en qué empresas trabajan las personas que hacen parte de la muestra encuestada, en este análisis se permitió a los encuestados mantener el anonimato. Sin embargo, se procuró que la muestra fuera relevante asegurándose que en su mayoría las compañías donde trabajan o han trabajado, tuvieran un gran peso en el sector automotriz en Colombia, las más relevantes y las que más se repiten son: General Motors, Distoyota, Moto Europa, Porsche, Autogermana, Mercedes Benz, Casa Toro, Chevrolet y Husqvarna/KTM. Se debía asegurar que la muestra involucrara diferentes empresas del sector y estuvieran repartidos de manera relativamente homogénea, es decir que ninguna empresa se viera significativamente representada con respecto a otra, para asegurar que los resultados sean más objetivos y que permitan dar una conclusión que se pueda generalizar al final de la investigación.



Figura 1

Logos de Marcas más grandes de carros

Nota: Tomado de la página oficial de cada una de las marcas

Otras preguntas se refieren a la percepción que tienen los encuestados de la presencia de mujeres en puestos de liderazgo en el sector del automóvil y cómo les afecta la percepción de que el sector está dominada por los hombres. También se pregunta si los estereotipos de género son un obstáculo para la participación de las mujeres en puestos de liderazgo en el sector del automóvil y si los encuestados creen que las empresas del sector del automóvil deberían hacer más esfuerzos para promover la diversidad de género en los puestos de liderazgo. En general, la encuesta pretende explorar las percepciones y experiencias de los encuestados sobre la igualdad de género en el sector del automóvil y conocer los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres para alcanzar puestos de liderazgo. La encuesta está estructurada de modo que las preguntas no están dirigidas a un público concreto ni sugieren respuestas específicas para evitar respuestas sesgadas.

2.4.2 Las Entrevistas

La entrevista a profundidad, es una entrevista en su esencia desestructurada, lo que permite indagar un poco y hacerla conversaciones para poder tener resultados más detallados. La entrevista consta de un total de 12 preguntas abiertas que buscan explorar las barreras de entrada que enfrentan las mujeres en el sector automotriz para acceder a cargos directivos. Estas preguntas permiten a los entrevistados expresar sus opiniones y experiencias de manera detallada y en sus propias palabras.

Las preguntas abiertas incluyen temas como discriminación de género en el acceso a cargos directivos (pregunta 1), comparación de dificultades enfrentadas por mujeres y hombres en el acceso a estos cargos (pregunta 2), dificultades en el sector automotriz en términos de remuneración, participación en empresas, estereotipos de género y techos de

cristal (pregunta 3), comparación de barreras de entrada para mujeres y hombres en el sector automotriz (pregunta 4), relación entre estereotipos de género y participación de mujeres en cargos directivos (pregunta 7), y oferta limitada de mujeres para ciertos cargos y su impacto en los estereotipos de género o la inclusión (pregunta 12), entre otros temas relevantes.

Estas preguntas abiertas permiten a los entrevistados compartir sus percepciones y experiencias en profundidad, lo que puede proporcionar perspectivas valiosas sobre las barreras de entrada que enfrentan las mujeres en el sector automotriz para acceder a cargos directivos. Las respuestas a estas preguntas pueden revelar patrones, tendencias y desafíos específicos que las mujeres enfrentan en este campo, así como posibles soluciones o formas de mejorar la inclusión de género en cargos directivos en el sector automotriz. Al igual que la encuesta, esta entrevista fue hecha de manera que las preguntas no fueran guiadas a respuestas obvias o direccionadas de forma sesgada.

2.5 Técnicas de Procesamiento de Datos

Para el procesamiento de los datos encontrados en los dos instrumentos, realizamos principalmente un análisis de los datos encontrados. Esta técnica implica la identificación y categorización de los temas y patrones recurrentes en los datos de las entrevistas y encuestas. El análisis de contenido puede realizarse de manera manual o con la ayuda de software de análisis de datos, lo que permite identificar y evaluar las tendencias y los patrones en los datos de manera más eficiente.

Logramos realizar una identificación y categorización de los temas y patrones recurrentes en los datos obtenidos de entrevistas y encuestas. El análisis de contenido fue hecho a través de la revisión cuidadosa de los datos para identificar temas y patrones, y lograr

una identificación y evaluación de las tendencias en las respuestas y la relación con la descripción demográfica de las personas que nos proporcionaron la información.

En el caso de la encuesta y las entrevistas sobre las barreras de entrada de las mujeres a el sector automotriz en Colombia, el análisis de contenido puede ser muy útil para identificar los temas principales y los patrones. Algunos de los temas principales que se esperaba identificar en este análisis fueron la discriminación de género, la desigualdad de género, las barreras de entrada específicas para las mujeres en el sector automotriz, la falta de oportunidades para las mujeres en cargos directivos, y los estereotipos de género que limitan la participación de las mujeres en el sector. Una vez identificados los temas principales, el análisis de contenido permitiría la categorización y evaluación de los datos. Por ejemplo, el análisis de contenido ayudó a identificar las barreras de entrada específicas que las mujeres enfrentan al intentar acceder a cargos directivos en el sector automotriz, así como las áreas específicas del sector en las que las mujeres enfrentan las mayores barreras de entrada.

3. Análisis de Resultados

Los tres conceptos que sobresalen en los resultados son la discriminación, las brechas de género y las barreras de entrada que hacen parte de la teoría de género. Los resultados de esta investigación están más relacionados con las barreras, que están relacionadas con la discriminación. Asimismo, se busca entender de qué forma las brechas de salario y participación son una de las causas de las barreras. Según Connell, 2012, la teoría de género nos ayuda a entender que la brecha de género se refiere a las disparidades de oportunidades, derechos y acceso a recursos, que la discriminación de género implica un trato injusto o desigual hacia una persona debido a su género. Y que las barreras de género son obstáculos estructurales o culturales que limitan el pleno desarrollo y participación de las personas en función de su identidad de género"

3.1 Participación y Discriminación

La primera pregunta de la encuesta nos proporcionó información clave para el entender la participación de las mujeres en el sector, aunque el propósito fuera filtrar la muestra. La pregunta fue específica y directa: "¿Trabaja o ha trabajado usted en el sector Automotriz?" Solo aquellos que respondieron afirmativamente fueron considerados para participar en la encuesta y sus respuestas serían analizadas. Esto significa que aquellos que no tuvieran experiencia en el sector automotriz serían eliminados de la muestra, en el caso de esta encuesta, 40 personas y sus respuestas fueron eliminadas.

Los profesionales encuestados han sido parte de las personas que diseñan, fabrican y venden una gran variedad de vehículos, incluidos coches, camiones y motocicletas, el 80% de los encuestados ocupan puestos ejecutivos, como presidente o director, dentro de sus respectivas empresas. Esto sugiere que es probable que este grupo sea muy respetado, esté

bien formado y tenga experiencia en el sector del automóvil en Colombia. Esto significa que es altamente probable que estén bien posicionados para influir en el curso futuro del sector porque conocen a fondo sus perspectivas y problemas. También, significa que los resultados obtenidos por las 160 encuestas nos permitieron entender cómo se comporta y reacciona el sector frente a el género, específicamente en los altos cargos. De igual forma, el otro 15% de los encuestados, son personas en cargos menores, que aspiran a altos cargos directivos o ejecutivos en el sector, el 5% restante son personas de cargos medios que no manifestaron su intención en subir a altos cargos directivos.



Figura 2

Gráfico de proporción de los cargos de los encuestados

Nota: Elaboración propia

La distribución del género de las personas encuestadas, ya nos proporciona información clave con respecto a la distribución de los cargos en el sector, al acercarnos a las empresas específicamente a los directivos y personas influyentes, nos encontramos con una dificultad grande para recibir respuestas de mujeres. Esto no solo es una limitación para la investigación, ya que nos genera una disparidad en los resultados, sino que nos da perspectiva con respecto a la falta de mujeres o por lo menos de la visibilidad de ellas en el sector

automotriz en Colombia. Los resultados de la encuesta y las entrevistas nos permiten entender desde adentro, cómo se comporta el sector frente a la discriminación por género y como lo perciben las personas que hacen parte de ella en Colombia.

Es evidente, que la muestra en sí no es equitativa en cuanto a hombres y mujeres, por esto mismo, es relevante señalar que la ausencia de la participación de mujeres en la investigación no implica necesariamente una falta de interés por el tema, sino que podría ser una muestra de las dificultades y limitaciones de acceso que enfrentan en el sector, pero se debe tener en cuenta el concepto de oferta mencionado al inicio del texto. En términos generales, resulta fundamental considerar tanto la composición de género de los encuestados como las dificultades para obtener respuestas de mujeres al momento de analizar los resultados de la investigación. Lo mencionado anteriormente, está alineado con la información que ya se tiene del sector, en el sector específicamente en los altos cargos, hay más hombres, o por lo menos, son más visibles, lo cual demuestra una brecha en la participación. Pero, aunque el sector automotriz en Colombia ha sido históricamente dominado por hombres, la participación de mujeres en este sector ha ido en aumento en los últimos años.



Figura 3

Dibujo del de género de los encuestados

Nota: Elaboración propia

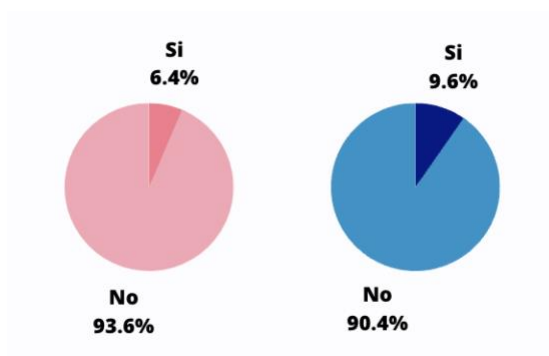


Figura 4

Gráfico sobre percepción del mundo automotriz

Nota: Elaboración propia

Se buscó encontrar la percepción que se tiene sobre si “el mundo de los carros es para los hombres”, donde un 91,1% de la muestra encuestada respondió negativamente y solo el 8,9% considera que el mundo de los carros es para los hombres. Lo interesante en este caso es analizar qué porcentaje de mujeres (6.4%) y de hombres (90.4%) respondieron positivamente a esta pregunta. Posteriormente, la quinta pregunta, buscaba conocer la opinión de los encuestados sobre la percepción de que el sector automotriz es un campo dominado por hombres.

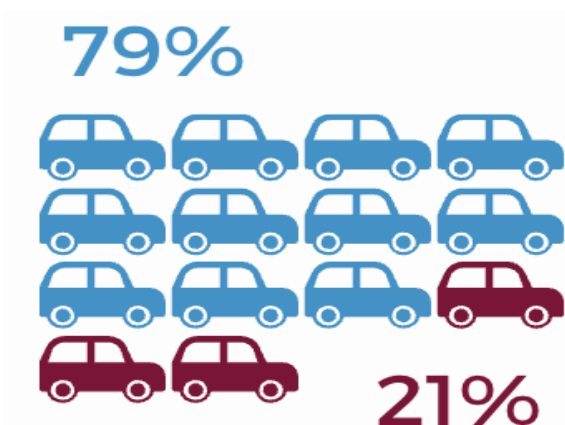


Figura 5

Figura del género de los que consideran que el mundo automotriz es de los hombres

Nota: Elaboración propia

Los porcentajes fueron bajos, lo cual nos indicó que no es una tendencia que las personas piensen que el mundo de los carros es para los hombres, sin embargo, la mayoría de las personas que lo consideran (79%), son hombres. La sexta pregunta de la encuesta es abierta, y busca encontrar patrones sobre las creencias relacionadas con esta forma de pensar. Los encuestados mencionan

repetidamente las palabras “machismo”, la “cultura” y “sociedad”. más específicamente lo relacionan con la tradición de que es un mundo masculino. Esta pregunta busca conocer las percepciones de los encuestados sobre las causas de la creencia de que el sector automotriz es un campo dominado por hombres, y los resultados arrojan que los encuestados perciben la cultura y tradición como la raíz de esta creencia.

Entonces, aunque nuestras encuestas demuestran que la gente no percibe este sector como una que pertenezca a los hombres los números demuestran lo contrario, según un estudio del Observatorio Laboral del Ministerio de Trabajo de Colombia, en el sector automotriz el 60,6% de los empleados son hombres y el 39,4% son mujeres. Aunque todavía hay una mayoría de hombres en este sector, estas cifras muestran que hay una presencia significativa de mujeres en este campo. Aunque también es verdad que, algunas empresas en Colombia están liderando el camino en cuanto a diversidad de género. Por ejemplo, la

empresa automotriz Sofasa, que es una subsidiaria de Renault en Colombia, ha recibido reconocimientos por su enfoque en la inclusión y diversidad de género. Esto puede demostrar que la mentalidad de los colombianos está cambiando, la encuesta sugiere que el pensamiento de que es un mundo de hombres no es necesariamente una de las raíces del problema de disparidad de género en los cargos directivos. En 2020, Sofasa fue incluida en el ranking de las mejores empresas para trabajar para las mujeres en Colombia. La mayoría de los encuestados no creen que el mundo automotriz en Colombia es para los hombres, el sector está haciendo esfuerzos para promover la diversidad de género y la inclusión. Se espera que, con el tiempo, más empresas del sector automotriz adopten políticas y prácticas que fomenten la igualdad de oportunidades para todas las personas, independientemente de su género.

En comparación con otras empresas del sector, la información específica sobre la diversidad de género en el sector automotriz en Colombia es limitada. Sin embargo, a nivel general, un estudio del año 2020 de Mercer sobre la diversidad e inclusión en las empresas en Colombia encontró que solo el 24% de los puestos de liderazgo eran ocupados por mujeres. Esto sugiere que la percepción de que el mundo automotriz es para los hombres puede reflejar una realidad más amplia de desigualdad de género en el ámbito laboral en Colombia. Alineado con la información que ya se tiene del sector y en comparación con otros, se hizo el siguiente análisis: En primer lugar, aunque el sector automotriz en Colombia ha sido históricamente dominado por hombres, la participación de mujeres en este sector ha ido en aumento en los últimos años. Sin embargo, según cifras del Observatorio Laboral para la Educación de Colombia, la participación de mujeres en el sector automotriz sigue siendo baja, representando solo el 28,9% del total de empleados en este sector.

Además, una revisión de las prácticas de diversidad de género en algunas de las principales empresas automotrices en Colombia muestra una brecha significativa en la participación de mujeres en cargos de alta dirección y liderazgo. Por ejemplo, según el Ranking de Equidad de Género en las Empresas (REG) de 2021, en el sector automotriz, solo el 9% de las posiciones de alta

Esto nos lleva a pensar que la disparidad de género en la investigación, puede estar relacionada con la percepción de las personas que creen que el mundo automotriz en Colombia es para los hombres, en la investigación, pudimos ver que hay una gran presencia de creencias y valores machistas arraigados en la sociedad colombiana, esto de acuerdo a las respuestas recibidas que mencionan las razones por las que “el mundo de los carros es para los hombres”, algunas de las mencionadas fueron que: la idea de que los hombres son más apasionados por los temas automotrices y que las mujeres no son capaces de manejar maquinaria pesada parece ser una creencia común. Además, algunos de los encuestados mencionaron la cultura machista como una razón para su respuesta. Esto sugiere que la cultura colombiana puede estar perpetuando estereotipos de género que limitan la participación femenina en ciertas áreas, incluyendo el sector automotriz.

Sin embargo, también es importante destacar que algunas de las respuestas indicaron una conciencia sobre el problema y una voluntad de cambiarlo, como cuando se mencionó que la creencia machista ha sido impuesta a lo largo de los años. Esto sugiere que hay una oportunidad para educar a la población colombiana y promover una mayor igualdad de género en el sector automotriz. Según un informe de Mercer Marsh Benefits, solo el 24% de las empresas en Colombia tienen políticas de diversidad e inclusión en su lugar, lo que

sugiere que aún hay un camino por recorrer para lograr una representación equitativa de género en el sector automotriz y en otros sectores.

Cuando se indagó sobre el impacto de la participación de las mujeres en altos cargos directivos en el sector automotriz, dado que está dominado por hombres, los encuestados señalaron que la discriminación de género limita la capacidad de las mujeres para acceder a puestos de liderazgo en el sector.

Además, los estereotipos de género han llevado a pensar que los hombres tienen más conocimientos sobre el sector y son más aptos para adquirir estos cargos, obviando que el liderazgo y la planificación son aptitudes que no están necesariamente relacionadas con el sector automotriz. Las mujeres también enfrentan el reto de superar las bajas expectativas y la falta de credibilidad que la sociedad tiene en sus conocimientos de autos. La discriminación de género y la falta de representación en el sector impiden que las mujeres accedan a cargos de alta dirección, aunque la encuesta sugiere que esto está cambiando lentamente. Aunque algunos encuestados sugirieron que las mujeres pueden lograr cualquier cargo en el sector automotriz en función de su talento, la mayoría de las respuestas indicaron que las mujeres enfrentan desafíos para acceder a cargos directivos.

La falta de oportunidades y la representación en el sector afecta la capacidad de las mujeres para ser consideradas para puestos de alta dirección, lo que significa que a menudo son excluidas de la selección de candidatos. Aunque algunos encuestados señalaron que la discriminación por género está disminuyendo en el sector, otros creen que el sector sigue siendo un mundo dominado por hombres. En resumen, la discriminación de género y la falta de representación en el sector automotriz impiden que las mujeres accedan a cargos de alta

dirección, lo que a su vez limita su crecimiento profesional. Es necesario que el sector tome medidas para promover la igualdad de género y crear oportunidades para las mujeres, a fin de aprovechar el talento y las habilidades que pueden ofrecer. En este sentido, Existe un estudio del Foro Económico Mundial (2022) que respaldan la idea de que el sector automotriz está dominado por hombres y que la discriminación de género es una realidad en este sector.

Según el informe del Foro Económico Mundial (2022), el sector automotriz es una de las menos equitativas en cuanto a género, con una brecha de género del 72%. Esto significa que mundialmente, el porcentaje de mujeres que trabajan en el sector automotriz es significativamente menor que el de los hombres, y que las mujeres enfrentan barreras para avanzar en sus carreras.

En cuanto a la discriminación de género en el sector automotriz, un estudio de la Universidad de Warwick (2020) en el Reino Unido encontró que las mujeres en el sector automotriz son menos propensas que los hombres a ser promovidas a puestos de dirección y que cuando son promovidas, tienden a ganar menos que los hombres en posiciones similares. En resumen, estos estudios sugieren que la discriminación de género es un problema real en el sector automotriz y que las mujeres enfrentan barreras, brechas y discriminación para avanzar en sus carreras. Esto respalda las razones dadas por las personas que respondieron que el sector automotriz está dominado por hombres debido a la desigualdad por discriminación originada en la condición sexual y que les impide llegar a cargos altos. En la encuesta, también se buscó determinar si la muestra poblacional había experimentado algún tipo de discriminación de género en el sector y, en caso afirmativo, cómo habían sido afectados. Estudios como, el informe de Alianza de Mujeres en el sector Automotriz (2019) han revelado que las mujeres a menudo enfrentan barreras en el acceso y la progresión en sus

carreras debido a la discriminación de género. El informe de 2019 de la Alianza de Mujeres en el sector Automotriz (AWAF) encontró que el 60% de las mujeres en el sector automotriz informaron haber experimentado discriminación de género en su trabajo. Otro estudio publicado en 2020 por la consultora Accenture reveló que sólo el 18% de las mujeres en el sector automotriz creían que tenían las mismas oportunidades de progreso que los hombres.

Según aquellas que han experimentado discriminación de género en el sector automotriz, las razones más comunes son la falta de participación de la mujer en cargos de dirección, la exigencia de demostrar habilidades antes de ser consideradas para cargos de dirección, el constante mansplaining y la asunción de que las mujeres no conocen el producto. Además, se ha mencionado que los proveedores suelen trasladar temas al “hombre superior” (un hombre con un cargo más alto) en lugar de tomar en cuenta la respuesta dada por la mujer en cuestión.

Aunque no todos los encuestados han experimentado discriminación de género en el sector, las razones mencionadas muestran que todavía hay mucho por hacer para lograr la igualdad de género en este sector. Estudios realizados en el sector automotriz como el de Automotive News (2019), muestra que las mujeres suelen estar infrarrepresentadas en los puestos de liderazgo y técnicos, lo que puede contribuir a la discriminación de género en el lugar de trabajo. Dicho estudio de 2019 realizado por Automotive News reveló que las mujeres ocupan solo el 18% de los puestos de liderazgo en el sector automotriz en todo el mundo. Además, el mismo estudio mostró que el 61% de las mujeres que trabajan en el sector automotriz han experimentado discriminación de género en el trabajo. Otro estudio realizado por la ONU Mujeres en 2019 en la región de América Latina y el Caribe encontró que el 64%

de las mujeres que trabajan en el sector automotriz han experimentado discriminación de género en el trabajo.

Las principales formas de discriminación incluyen el acoso sexual, la falta de oportunidades de ascenso y la falta de igualdad salarial. Esto está relacionado a los resultados de la encuesta mencionados anteriormente, y están en línea con los hallazgos del estudio. La infrarrepresentación de las mujeres en los puestos de liderazgo y la discriminación de género en el lugar de trabajo son problemas persistentes en el sector automotriz colombiana.

Los resultados de la encuesta y los estudios mencionados indican que los estereotipos de género, las brechas y la discriminación son barreras para la participación de mujeres en altos cargos directivos en el sector automotriz. Los encuestados señalaron que estos estereotipos incluyen la creencia de que las mujeres no saben de carros, la asociación del sector automotriz con la mecánica y la dominancia masculina en el sector.

Además, se mencionaron otros factores que contribuyen a esta barrera sociológica, como la falta de importancia y respeto que se le da a las mujeres en general, la toma de decisiones basadas en temas personales, el rol de la mujer como madre y las frases estereotipadas que minimizan y alejan a las mujeres en el sector. También se cree que la falta de interés de las mujeres en el sector automotriz y la falta de conocimiento pueden ser factores que contribuyen a esta barrera.

Por otro lado, en la primera entrevista, la mujer entrevistada, que hace parte de una de las más grandes empresas del sector, y cumple un rol directivo, nos dio un poco de perspectiva, mencionando que las áreas en las que más se desempeñan las mujeres son

recursos humanos, comunicaciones y mercadeo, mientras que en áreas técnicas como ingeniería, producción y logística el porcentaje de mujeres en cargos directivos es significativamente menor. En términos porcentuales, el porcentaje de mujeres en cargos directivos en el sector automotriz en Colombia es relativamente bajo. Según un informe de 2021 de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), solo el 15% de los cargos directivos en el sector automotriz son ocupados por mujeres. La razón de esto puede estar relacionada con los estereotipos de género y la falta de acceso a oportunidades de formación y desarrollo profesional en áreas técnicas.

Según la entrevista, ella menciona, que, en su experiencia, el acceso de las mujeres a cargos directivos en el sector automotriz esté limitado a ciertas áreas, debido a la persistencia de estereotipos de género y barreras culturales que dificultan el acceso de las mujeres a ciertos roles. Su empresa en específico cuenta con mujeres únicamente en el área de marketing, Recursos Humanos y ella, en un rol comercial. Aunque las barreras de entrada pueden ser diferentes según el área, la cultura empresarial y los estereotipos de género son un obstáculo común en todo el sector automotriz. Por ejemplo, las mujeres en roles técnicos pueden enfrentar desafíos para ser aceptadas y respetadas por sus colegas masculinos, lo que puede limitar su crecimiento y desarrollo profesional. Este último punto, fue recurrente en las conversaciones durante las entrevistas a profundidad, donde dos de los hombres entrevistados, mencionaron de diferentes formas que, en su perspectiva los roles técnicos, tienden a ser más retadores para las mujeres y necesitan conocimiento y fuerza, dos cualidades que, según ellos, se ven más en los hombres. Sin embargo, ellos mismos mencionaron también que en el sector, ha habido avances en la inclusión de las mujeres en cargos directivos en Colombia. Uno de ellos menciona que, en su experiencia, cada vez hay más mujeres en puestos directivos, aunque la proporción todavía es baja, menciona “nosotros

ya vamos para allá, las mujeres cada vez más van entrando a nuestro sector porque el mercado lo exige, tenemos que entrar en la cultura *woke*” refiriéndose a el movimiento “progresista”, más conocido en EE. UU. Además, muchas empresas del sector están implementando políticas y prácticas para fomentar la diversidad e inclusión en su fuerza laboral. Según una de las entrevistadas, esto puede deberse a un mayor reconocimiento de los beneficios de la diversidad en el lugar de trabajo y a la creciente presión de los consumidores y la sociedad en general para que las empresas adopten prácticas más inclusivas.

La tercera entrevista permitió corroborar varios factores que pueden impedir que una mujer acceda a cargos directivos en el sector automotriz. Uno de ellos es la falta de oportunidades y de políticas de inclusión efectivas en las empresas del sector. Existen también barreras culturales y estereotipos de género que llevan mucho tiempo inmersos en la sociedad, y que a la final desencadenan en la discriminación laboral.

Los resultados de las entrevistas evidencian, además, la oferta limitada de mujeres para ciertos cargos en comparación con los hombres, que puede acentuar los estereotipos de género y limitar la inclusión. Por ejemplo, si en una empresa hay pocas mujeres en cargos directivos, puede haber una percepción errónea de que las mujeres no tienen las habilidades o experiencia necesarias para esos puestos. También puede haber una especie de "efecto dominó", donde la falta de representación de mujeres en cargos directivos puede desmotivar a otras mujeres para postularse o buscar puestos de liderazgo.

Por otro lado, los resultados de la segunda entrevista permiten conocer la perspectiva de los hombres que trabajan en el sector, se entrevistó a un hombre que está en un cargo directivo en una empresa del sector automotriz. Él, ha no experimentado discriminación de

género en cuanto al acceso a cargos directivos, sin embargo, ha visto, como a las mujeres les cuesta más. A menudo se espera que los puestos de liderazgo sean ocupados por hombres, lo que hace que sea más difícil para las mujeres acceder a ellos. Donde también notó, que a menudo se valoran más las habilidades técnicas que las habilidades de liderazgo y gestión, lo que puede ser perjudicial para las mujeres que tienen esas habilidades.

Se quiso conocer desde su experiencia si las mujeres enfrentan dificultades en comparación con los hombres al intentar acceder a cargos directivos, dónde el entrevistado dio su perspectiva en la cual, si evidencia dificultades para las mujeres a la hora de acceder a cargos directivos, pues según él, las mujeres a menudo tienen que trabajar más duro para demostrar su valía y sus habilidades, mientras que a los hombres se les da el beneficio de la duda. Además, a menudo se espera que las mujeres tengan un equilibrio entre su trabajo y su vida personal, lo que puede hacer que sea más difícil para ellas avanzar en sus carreras.

En cuanto a la cantidad de mujeres que ocupan cargos directivos como vicepresidencias, direcciones y gerencias en comparación con los hombres, en Colombia, el entrevistado no tenía una cifra exacta. Sin embargo, pudo observar que aún hay una brecha significativa en términos porcentuales. En su experiencia, las mujeres tienden a desempeñarse en áreas como finanzas, comercial y mercadeo, lo cual puede estar relacionado con la percepción de que estas áreas, según él, se cree que son más "femeninas", y por otro lado otras más "masculinas"; Algunas áreas pueden estar muy marcadas por estereotipos de género, lo que puede hacer que sea más difícil para las mujeres ingresar a esos campos. Por ejemplo, puede ser más difícil para una mujer acceder a un puesto directivo en un área técnica, como ingeniería, debido a la percepción de que es un campo "masculino", cuenta el entrevistado.

En general, tanto los encuestados como los entrevistados, remarcan que el sector podría tener más participación femenina y que hace falta para llegar a la equidad de género, especialmente en cuanto a participación.

3.2 Barreras de Entrada, Brecha de Género y Estereotipos de género

De acuerdo con la definición del Gobierno Regional de Atacama (2011) una brecha de género son aquellos patrones inequitativos (hablando estadísticamente) en la entrada, participación, representación y/o manejo de mujeres sobre recursos, servicios, oportunidades o desarrollo, como lo puede ser la brecha salarial, por otro lado una barrera de género (también conocida como barrera de entrada) es aquello que impide administrativa, legal, social o culturalmente., el acceso de mujeres a ciertos bienes, servicios, puestos, etc. En este sentido, con la investigación, se esperaba obtener información sobre las barreras de entrada en el sector, relacionadas al género, que han enfrentado o experimentado las personas encuestadas. El 46% de las mujeres indicaron que han sufrido de discriminación a la hora de entrar o crecer en el sector automotriz. El hecho de casi la mitad de las mujeres haya respondido afirmativamente a esta pregunta indica que existe una percepción de barreras de entrada en el sector automotriz para las mujeres. Lo cual sugiere que las mujeres si enfrentan obstáculos significativos para ingresar a el sector y alcanzar posiciones de liderazgo. Por otro lado, el hecho de que ningún hombre haya respondido afirmativamente puede indicar que no perciben las mismas barreras que las mujeres, o que simplemente no son conscientes de ellas.

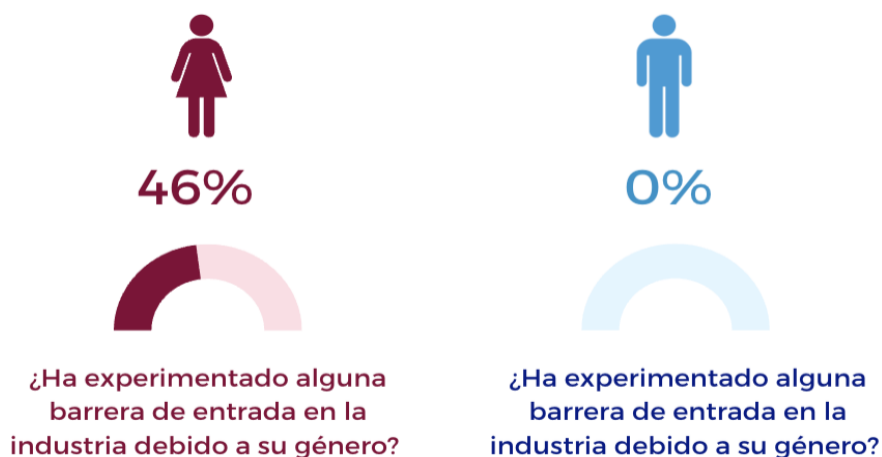


Figura 6

Figura sobre género de los que han experimentado barreras de entrada debido al género

Nota: Elaboración propia

Para entender la forma como se manifiestan estas barreras de entrada y cuales son, preguntamos abiertamente a los encuestados que nos dieran su perspectiva con respecto a esto. Los encuestados mencionaron diversas barreras de entrada que enfrentaron y siguen enfrentando en el sector automotriz al intentar acceder a un cargo o simplemente en su día a día. Algunas de ellas incluyen la creencia de que las mujeres no saben de mecánica y por lo tanto no son aptas para el trabajo, la exclusión de conversaciones y decisiones importantes, y la idea de que el sector es muy mecánico y solo para hombres. También se destacaron la discriminación sexual y el estereotipo de que las mujeres no saben sobre carros o que para trabajar en el sector “se necesita fuerza física”. Algunos encuestados también mencionaron que se pusieron en duda sus conocimientos y habilidades solo por ser mujeres. Además, algunos encuestados señalaron que el sector está dominada por hombres y que es difícil desarrollarse en ella, por intimidación mientras que otros informaron que experimentaron estar presentes en casos de discriminación hacia mujeres. Estos resultados son similares a las que se han encontrado en otros estudios ya mencionados sobre la discriminación de género en el sector.

En general, las barreras incluyen el estereotipo de género, la falta de oportunidades de desarrollo y promoción, la falta de representación femenina en cargos de liderazgo y la falta de apoyo y mentoría para las mujeres en el sector. En particular, algunas barreras de entrada que se repiten en el sector automotriz y en los estudios mencionados anteriormente como el del Foro Económico Mundial de 2021 o el de ONU mujeres de 2019, incluyen la creencia de que las mujeres no tienen habilidades técnicas o de mecánica, la falta de confianza en las habilidades y conocimientos de las mujeres, y la falta de igualdad de oportunidades y equidad de género en el lugar de trabajo. Una de las muchas respuestas similares fue, “Una vez en una reunión importante, creyeron que no sabía de mecánica, me dejaron fuera de la conversación”. esto caracteriza la idea de las respuestas recibidas en la encuesta.

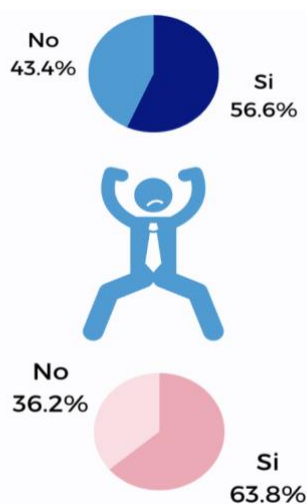


Figura 7

Gráfico sobre percepción de dominio masculino del sector automotriz

Nota: Elaboración propia

Basándose en los datos proporcionados, podemos decir que hay una percepción generalizada de que el sector automotriz está dominado por hombres, ya que el 59,2% de los encuestados cree que es así. Sin embargo, si nos fijamos específicamente en las respuestas de hombres y mujeres, el 63,8% de las mujeres encuestadas cree que el sector automotriz es un sector dominado por hombres, mientras que el 56,6% de los hombres también cree lo mismo. Esto sugiere que tanto hombres como mujeres perciben el sector automotriz como un sector dominado por hombres, aunque las mujeres tienen una percepción ligeramente más alta en este sentido. A la incógnita anterior se quiso indagar sobre la afectación que puede tener la participación de mujeres en

altos cargos directivos en el sector automotriz, si este es dominado por hombres, los encuestados afirmaron que la discriminación por razones de género limita a las mujeres a ocupar cargos de alta dirección.

En la investigación también se quiso buscar además encontrar, si la muestra poblacional ha sufrido discriminación de género en el sector, quienes lo han experimentado y de qué manera. Los resultados de la encuesta indican que el 100% los encuestados que han experimentado discriminación de género en el sector automotriz son mujeres.

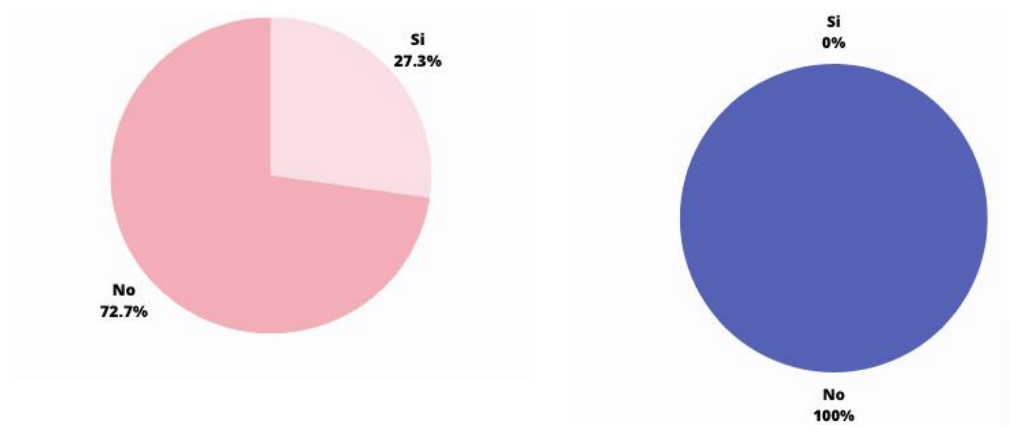


Figura 8

Gráficos sobre población que experimentó discriminación por género

Nota: Elaboración propia

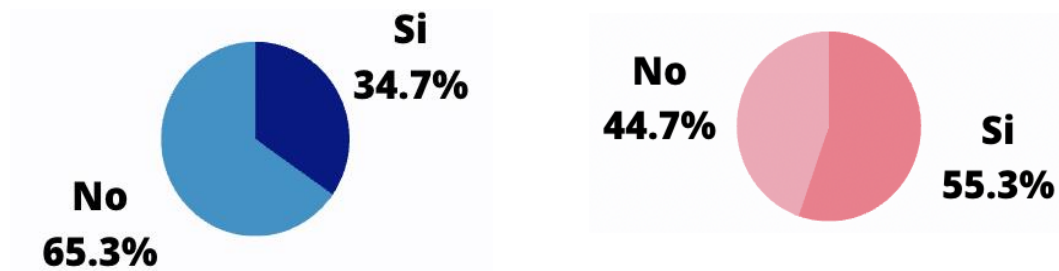


Figura 9

Gráficos sobre influencia de estereotipos de participación de mujeres en cargos directivos

Nota: Elaboración propia

Posteriormente se quiso estudiar, si los estereotipos de género crean una barrera para la participación de las mujeres en altos cargos directivos en el sector automotriz y cuáles podrían ser dichos estereotipos. Más del 60% de los hombres, creen que los estereotipos de género no tienen nada que ver con la participación de las mujeres en los cargos directivos. Sin embargo, del 34,7% que, si lo piensa, mencionan estereotipos como “Las mujeres son menos interesadas en los carros y los motores”, “Las mujeres son débiles e incapaces de manejar tareas de liderazgo o manejar equipos”, que las mujeres “ni siquiera saben manejar” o que “a ellas les va mejor en el sector de la belleza porque de eso si saben y pueden opinar”. Por otro lado, más de la mitad de las mujeres respondieron al revés, y consideran que los estereotipos de género crean barreras de entrada evidentes en el sector. Y respondieron cosas como; “Las mujeres son demasiado blandas, no saben del producto, ningún hombre se quiere dejar “mandar” de una mujer, el rol de mamá les impide ejercer altos cargos, solo llegan al cargo por ser bonitas”, “Toma de decisiones basadas en temas personales o poco liderazgo”,

también responde una gerente general, “Como las mujeres no están muy relacionadas con este sector, hay quienes piensan que no pueden saber del tema, que les falta conocimiento para ocupar un cargo en que deban tomar decisiones y que en estos temas sabe más un hombre.” y una directiva de Distoyota, “En mi trabajo como tal estoy rodeada por solo hombres, muchas veces les cuesta escuchar la opinión de una mujer, ellos quieren imponer su modo de ver por ser la mayoría hombres y A las mujeres nos toca esforzaron mucho más para demostrar que tenemos la capacidad de ocupar un cargo directivo en este sector”. Finalmente, Un 81,5% considera que las empresas deberían hacer más esfuerzo y énfasis en fomentar la diversidad de género en los altos cargos directivos del sector automotriz,

Según el estudio "Mujeres en la fabricación de automóviles: una revisión de la literatura", publicado en la revista *Journal of Management*, el sector automotriz ha sido históricamente un campo dominado por los hombres, lo que ha resultado en una brecha salarial de género significativa. Otro estudio, realizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 2018, encontró que la brecha salarial de género en el sector automotriz era del 14% a nivel mundial, lo que significa que las mujeres en el sector ganaban un 14% menos que los hombres en el mismo trabajo.

Al analizar el porcentaje de la muestra poblacional que ha experimentado algún tipo de barrera de entrada a el sector automotriz debido a su género, el resultado sugiere que, aunque en menor medida, todavía existen barreras de entrada para las personas de género no masculino en el sector automotriz en Colombia. Es importante destacar que estas barreras pueden tener un impacto negativo en la diversidad de talentos en el sector, limitando la capacidad de las empresas para atraer y retener a profesionales altamente calificados y diversos. Durante el ejercicio, los encuestados identificaron diversas barreras de entrada en el

sector automotriz para las mujeres, incluyendo la discriminación sexual, el estereotipo que implica que las mujeres no saben sobre carros, la falta de oportunidades de desarrollo y promoción, la falta de representación femenina en cargos de liderazgo, la falta de apoyo y mentoría, y la creencia de que las mujeres no tienen habilidades técnicas o de mecánica, lo que coincide con los hallazgos de otros estudios ya mencionados sobre la discriminación de género en el sector automotriz y en general.

Un ejemplo que sustentan lo anterior, es el estudio realizado por la consultora McKinsey en 2018 que encontró que las mujeres están significativamente subrepresentadas en el sector automotriz, y que esto se debe en gran parte a prejuicios y estereotipos de género que limitan su acceso a oportunidades y su desarrollo profesional.

El artículo publicado por la revista Forbes en 2020 destacó que el sector automotriz es una de las menos diversas en términos de género, y que esto se debe en parte a barreras culturales y de percepción que impiden que las mujeres se sientan atraídas por las carreras en este sector. Asimismo, el estudio realizado por la organización *Women in Manufacturing* en 2021 encontró que las mujeres enfrentan barreras de entrada y de progreso en el sector manufacturera en general, incluyendo la falta de modelos femeninos, la falta de oportunidades de capacitación y mentoría, y la discriminación y el acoso de género en el lugar de trabajo.

Como si fuera poco, también el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de 2018 destacó que las mujeres enfrentan barreras significativas en el sector automotriz y en otros sectores masculinizados, incluyendo la falta de acceso a la formación y el desarrollo profesional, la segregación ocupacional, la brecha salarial de género y la

discriminación y el acoso de género. Estas barreras pueden tener un impacto significativo en la participación de las mujeres en el sector y en su capacidad para avanzar en sus carreras.

Los resultados que arrojó la encuesta con respecto a la percepción sobre la dominación del sector por parte de los hombres, son similares a los obtenidos en varios estudios realizados en el sector automotriz a nivel global como el estudio Women at the Wheel de 2019 de Frost & Sullivan reveló que sólo el 18% de la fuerza laboral en el sector automotriz mundial está compuesta por mujeres, y que solo el 10% de los puestos de liderazgo son ocupados por mujeres.

Esta problemática, aunque muy evidente en Colombia, es un fenómeno mundial. otro estudio, realizado por Automotive News Europe, mostró que solo el 14% de los ejecutivos en el sector automotriz en Europa son mujeres. Estos datos reflejan que la percepción de que el sector automotriz es dominada por hombres está respaldada por la realidad en cuanto a la representación de mujeres en el sector.

En cuanto a si las barreras de entrada para las mujeres en el sector automotriz para acceder a cargos directivos se deben a estereotipos de género como la maternidad, la idea de que los temas de carros son solo para hombres y la desconfianza en el conocimiento automotriz de las mujeres, el entrevistado así lo cree posible, pues a menudo se espera que las mujeres tengan habilidades diferentes a las de los hombres, y esto puede hacer que sea más difícil para ellas ser tomadas en serio en el sector. Además, el sector automotriz ha sido históricamente dominado por hombres, lo que puede hacer que las mujeres se sientan menos incluidas y motivadas para buscar oportunidades en el sector.

Según la entrevista, Las mujeres a menudo son vistas como menos capacitadas o interesadas en los cargos. Lo que hace que tengan que lidiar con dificultades en términos de remuneración y participación en empresas en el sector automotriz. Esto, acentuado en estereotipos de género relacionados con la maternidad y los techos de cristal. Se evidenció que la participación de las mujeres en cargos directivos en el sector automotriz sí depende de las barreras de entrada que existen en el sector. Muchas veces, estas barreras pueden estar relacionadas con estereotipos de género que limitan las oportunidades de las mujeres. Donde el candidato dio como ejemplo: Que se prefiera contratar a un hombre para un cargo directivo porque se asume que tiene más conocimiento sobre carros y que una mujer no tendría el mismo nivel de conocimiento.

Otro resultado importante que se obtuvo es que una de las principales barreras que impide que una mujer acceda a cargos directivos en el sector automotriz es la persistencia de estereotipos de género arraigados en la cultura empresarial. Esto puede manifestarse en prejuicios inconscientes hacia las mujeres, como la creencia de que son menos capaces o interesadas en el sector automotriz, hasta que son malas manejando. También puede haber obstáculos más concretos, como la falta de modelos femeninos a seguir en puestos de liderazgo en el sector, lo que puede desalentar a las mujeres a perseguir carreras en este ámbito.

La oferta limitada de mujeres para ciertos cargos en comparación con los hombres no acentúa necesariamente los estereotipos de género, sino que puede ser un síntoma de la persistencia de barreras estructurales en el sector automotriz. Es posible que existan barreras de acceso que dificulten la entrada de las mujeres en ciertos puestos o áreas, o que haya factores culturales que desalienten a las mujeres a perseguir carreras en el sector automotriz.

Por último, se entrevistó a una mujer que hace parte de un cargo en junta directiva en una empresa del sector automotriz, donde desde su experiencia ha experimentado algunas formas de discriminación de género, como la falta de reconocimiento de sus habilidades y conocimientos, la exclusión de ciertos círculos y la dificultad para obtener un ascenso. A veces, también se subestima mi capacidad para tomar decisiones importantes porque soy mujer.

La entrevista permitió conocer que las mujeres enfrentan dificultades para acceder a cargos directivos en el sector automotriz, en comparación con los hombres. Donde, según ella, a menudo, las mujeres tienen que trabajar más duro para demostrar sus habilidades y conocimientos, lo que dificulta su progreso profesional. Además, el sector automotriz ha sido históricamente dominada por hombres, lo que ha creado una cultura empresarial en la que las mujeres tienen dificultades para encajar.

Ella ha notado algunas dificultades en el sector para las mujeres. Pues a menudo, las mujeres no son reconocidas por sus logros y no se les paga lo mismo que a los hombres en el mismo cargo. También enfrentan obstáculos para acceder a ciertos puestos y se espera que tengan que lidiar con la maternidad, lo que puede limitar su disponibilidad y tiempo.

Se evidenció que, en comparación con los hombres, las mujeres enfrentan una serie de desafíos, como la falta de oportunidades de capacitación y desarrollo, el prejuicio de género y la falta de reconocimiento de su capacidad para liderar. A esto se le añade que se les asignan roles en los que se espera que sean cuidadoras o tengan una actitud más servicial, lo que limita su progreso profesional.

Se pudo evidenciar que los estereotipos de género crean en gran medida las barreras de entrada para las mujeres en el sector automotriz para acceder a cargos directivos. Uno muy común, se considera que los temas de carros son solo para hombres y que las mujeres no pueden tener conocimiento en este campo. Además de que existe una preocupación por la maternidad, se reconoció que también hay una falta de confianza en las mujeres en términos de su capacidad para tomar decisiones importantes y liderar equipos grandes.

Por su experiencia, hay una existencia de barreras de entrada que limitan la participación de las mujeres en cargos directivos en el sector automotriz. Estas barreras pueden ser tanto externas como internas. Externamente, puede haber prejuicios y estereotipos que afectan la contratación y promoción de mujeres en el sector. Internamente, las mujeres pueden enfrentar barreras como la falta de redes y contactos que se requieren para ascender a cargos directivos, o la falta de oportunidades de capacitación y desarrollo profesional.

Como resultado, los estereotipos de género son definitivamente un factor importante que limita la participación de las mujeres en los cargos directivos en el sector automotriz. En términos porcentuales, el número de mujeres en cargos directivos en el sector automotriz en Colombia es todavía bajo. En la entrevista dijo: “en mi experiencia personal he notado que hay menos mujeres que hombres ocupando cargos directivos en el sector. Las mujeres que sí ocupan estos cargos suelen desempeñarse en áreas como finanzas, comercial, mercadeo y recursos humanos”.

El resultado fue conocer que, además, aunque si haya un acceso por parte de las mujeres a cargos directivos, este acceso suele limitarse a ciertas áreas en el sector automotriz. Algunas áreas, como finanzas y mercadeo, pueden ser más accesibles para las mujeres porque

no se asocian tanto con habilidades técnicas y mecánicas. Por otro lado, áreas como ingeniería y producción pueden ser más difíciles para las mujeres debido a la falta de diversidad de género en estas áreas y la percepción de que son más apropiadas para hombres.

“En mi experiencia, he visto avances significativos en la inclusión de mujeres en cargos directivos en el sector automotriz en Colombia en los últimos años. Esto se debe en parte a la creciente conciencia sobre la importancia de la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo, así como a las políticas y prácticas de igualdad de género implementadas por algunas empresas. También ha habido un aumento en la educación y la formación de mujeres en áreas técnicas y de liderazgo, lo que ha aumentado el número de mujeres que pueden optar a cargos directivos. Sin embargo, todavía queda mucho por hacer para lograr una verdadera igualdad de género en el sector automotriz y superar las barreras que limitan la participación de las mujeres” (2023)

Con la entrevista se identificó que una de las principales barreras que impiden que las mujeres accedan a cargos directivos en el sector automotriz es la persistencia de estereotipos de género arraigados en la sociedad colombiana. En la que con mucha frecuencia se asume que las mujeres no tienen las habilidades necesarias para trabajar en un sector "de hombres" como el automotriz, y esto puede llevar a una falta de confianza en su capacidad para desempeñar roles de liderazgo. Además, la falta de representación femenina en puestos de poder en el sector puede generar un círculo vicioso: si no hay modelos femeninos a seguir, las mujeres pueden tener menos interés en ingresar al sector, lo que a su vez contribuye a una falta de diversidad en los niveles directivos. La entrevistada dijo que para cambiar esto, es necesario trabajar en varios frentes: desde la educación, para fomentar la inclusión de mujeres

en carreras relacionadas con el sector automotriz, hasta las políticas empresariales que promuevan la diversidad y la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres.

Por último, se evidenció por medio de la entrevista que la oferta de mujeres en ciertos cargos del sector automotriz es menor que la de los hombres, esto está relacionado con la persistencia de estereotipos de género en el sector. Muchas mujeres pueden sentir que no tienen las habilidades necesarias para trabajar en ciertos roles, o que no serán tomadas en serio debido a su género. También puede haber barreras estructurales, como la falta de redes de apoyo para mujeres en el sector, que pueden hacer que sea más difícil para ellas acceder a ciertos puestos. Como consecuencia, la falta de diversidad en ciertos cargos solo perpetúa los estereotipos de género, ya que se asume que ciertos roles son "de hombres" y que las mujeres no tienen un lugar en ellos. Finalmente dijo: “es importante visibilizar a mujeres líderes en el sector, para mostrar que las mujeres pueden y deben tener un lugar en la toma de decisiones en el sector automotriz”. (2023)

De los resultados de la primera entrevista a una mujer que se desempeña en el sector automotriz en un cargo de mediana gerencia, se pudo conocer que ha conocido a muchas mujeres que han enfrentado dificultades para acceder a puestos de dirección. En este sentido, según ella, la discriminación de género se deba a que tradicionalmente el sector automotriz ha sido considerado un ámbito masculino, y por ende, a las mujeres se les ha negado la posibilidad de ocupar cargos de alta gerencia. Además, también puede existir la percepción equivocada de que las mujeres tienen menos conocimiento técnico sobre el sector automotriz, lo que puede limitar su acceso a posiciones de liderazgo.

La investigación comprobó, que efectivamente, las mujeres enfrentan dificultades en comparación con los hombres al intentar acceder a cargos directivos en el sector automotriz.

Y más específicamente que esto se debe a que todavía existen barreras de entrada para las mujeres, como estereotipos de género, desigualdades en la remuneración, limitaciones de acceso a redes de contactos y dificultades para conciliar la vida laboral y familiar. De acuerdo con la entrevistada, las mujeres enfrentan dificultades en el sector automotriz en términos de remuneración, participación en empresas, estereotipos de género como la maternidad y techos de cristal. Esto se debe a que todavía existe una cultura de discriminación de género arraigada en la sociedad que limita el acceso de las mujeres a cargos directivos en el sector automotriz.

Según ella, las barreras que han impedido el crecimiento profesional de las mujeres en el sector automotriz están relacionadas con los estereotipos de género y la discriminación de género. Muchas veces, las mujeres no tienen las mismas oportunidades de acceso a la educación y la formación técnica que los hombres, lo que puede limitar su acceso a puestos de liderazgo.

La entrevistada dio a conocer, varias razones que, de acuerdo con su experiencia personal, dichas barreras de entrada se deben en gran medida, a estereotipos de género arraigados en la sociedad. La maternidad es una de las barreras más importantes, ya que muchas empresas no están dispuestas a ofrecer la flexibilidad necesaria para que las mujeres puedan conciliar su vida laboral y familiar. Además, la idea equivocada de que los temas de carros son solo para hombres y la desconfianza en el conocimiento automotriz de las mujeres también son barreras importantes.

Una de las mujeres entrevistadas recalcó mucho: “creo que la participación de las mujeres en cargos directivos en el sector automotriz depende en gran medida de las barreras de entrada, que están basadas en una imagen enchapada a la antigua, de lo que es una mujer”

Si se eliminan estas barreras, las mujeres tendrán más oportunidades de acceder a puestos de liderazgo en el sector automotriz” (2023)

La entrevista, permitió conocer la correlación que tienen los estereotipos de género con la participación de las mujeres en los cargos directivos del sector automotriz. Los estereotipos de género son patrones de pensamiento que dictan cómo deben comportarse y qué roles deben desempeñar hombres y mujeres en la sociedad, y se reflejan en la cultura del sector automotriz. Los estereotipos que asocian el conocimiento automotriz con los hombres, la idea de que los temas de carros son solo para hombres, la desconfianza en el conocimiento automotriz de las mujeres y la creencia de que las mujeres no son capaces de liderar en un sector dominado por hombres, son solo algunos ejemplos que dificultan el acceso de las mujeres a cargos directivos.

3.2.1 Techos de Cristal

Los techos de cristal son una metáfora que se utiliza para describir barreras invisibles que impiden el acceso de las mujeres y otros grupos subrepresentados a posiciones de liderazgo y poder en empresas y organizaciones. A pesar de que en teoría todos tienen igualdad de oportunidades, en la práctica existen factores culturales y estructurales que dificultan el avance de estos grupos en sus carreras. Dentro de la investigación encontramos evidencia de los techos de cristal en el sector automotriz colombiana.

El término "techos de cristal" fue acuñado por primera vez en la década de 1980 por la periodista feminista Marilyn Larkin para describir la barrera invisible que impide el avance de las mujeres en el mundo laboral. Desde entonces, el término se ha utilizado ampliamente para describir las barreras estructurales y culturales que impiden el acceso de las mujeres y

otros grupos subrepresentados a posiciones de liderazgo y poder en empresas y organizaciones.

A pesar de estos avances, los techos de cristal siguen siendo una realidad en la actualidad. Las mujeres y otros grupos subrepresentados continúan enfrentando barreras en su ascenso a puestos de liderazgo y poder en empresas y organizaciones. Esto se debe en parte a factores culturales y estructurales que perpetúan estereotipos y discriminación de género, así como a la falta de políticas y prácticas que promuevan la igualdad de oportunidades y el acceso a la formación y el desarrollo profesional.

El impacto de los techos de cristal en la actualidad es significativo, ya que limita la capacidad de las empresas y organizaciones de aprovechar el talento y la diversidad de su fuerza laboral. Además, perpetúa la desigualdad y la discriminación en el lugar de trabajo y en la sociedad en general.

En el sector automotriz, los techos de cristal se refieren a la falta de representación de las mujeres en puestos de liderazgo y en áreas técnicas, como la ingeniería y la investigación y desarrollo. Según un estudio de 2018 de la consultora EY, las mujeres representan solo el 16% de la fuerza laboral en el sector automotriz, y solo el 6% de los CEOs y el 9% de los miembros de la junta directiva son mujeres. Además, las mujeres en el sector automotriz suelen estar concentradas en áreas como recursos humanos, marketing y finanzas, y tienen menos oportunidades de promoción a puestos de liderazgo técnico.

En Colombia, también existen techos de cristal en el sector automotriz y en otras áreas laborales. Según un estudio de la Universidad del Rosario, en Colombia solo el 5,5% de

las empresas tienen mujeres en cargos directivos, y la brecha salarial entre hombres y mujeres es del 20%. Además, las mujeres tienen menos oportunidades de acceso a la educación y a empleos formales que los hombres, lo que limita su capacidad de ascenso laboral. Las mujeres encuestadas en su mayoría se refirieron a las diferentes limitaciones que se enfrentan y han enfrentado a lo largo de los años. Algunas de las respuestas que evidencian esto en la encuesta fueron:

“El sector automotriz es dominada por hombres, esto afecta directamente a las mujeres porque consideran que no somos aptas, que no entendemos, que no sabemos manejar tanto el automotor como un negocio en sí, es un sector con mucho machismo arraigado.”

Otra mujer añade, “Durante una charla sobre el diseño de un carro no me permitieron hablar, me interrumpen y pasaban por alto mis opiniones, al final de la reunión dijeron que no era necesario que yo siguiera participando pues por ser mujer y de corta edad no entendía lo suficiente el sector”

Para combatir los techos de cristal en el sector automotriz y en otras áreas laborales, se requieren políticas y prácticas que promuevan la igualdad de oportunidades y el acceso a la formación y el desarrollo profesional para todas las personas, independientemente de su género u otras características personales. Esto incluye la eliminación de prejuicios y estereotipos de género, la implementación de programas de mentoría y capacitación, y la promoción de la diversidad en todas las áreas de la empresa” Pusieron en duda mis conocimientos como diseñadora sobre el sector sólo por ser mujer”

3.2.2 Cultura y Tradición

Dentro de las respuestas, encontramos un patrón al indagar sobre la raíz de la desigualdad, las personas encuestadas y entrevistadas mencionaron múltiples veces los

conceptos de cultura y tradición como fuente de la discriminación. Ya que “Culturalmente creo que el sector automotriz le apasiona en un mayor porcentaje a los hombres que a las mujeres” y “Sería más difícil que entre hombres escojan una mujer para un cargo alto debido a que ellos fácilmente pensarían que están más preparados si llevan más tiempo en el sector. Y si históricamente ha sido más fácil que un hombre entre a trabajar a el sector automotriz seguro habría más hombres con más "experiencia" a quienes escogieran para esos cargos altos.”

Es importante tener en cuenta que la relación entre los automóviles y las mujeres ha sido compleja a lo largo de la historia, y ha estado marcada por una serie de gustos y tradiciones culturales que han variado a lo largo del tiempo y de las diferentes sociedades.

En primer lugar, en el siglo XX hubo un auge del sector y un aumento de la mano de obra, que coincidió con la popularización de los carros. Los hombres trabajaban en el sector y la construcción, y el coche representa su mayor movilidad y libertad. En segundo lugar, los primeros anuncios de carros se dirigían principalmente a los hombres, y se promocionan como símbolos de independencia, poder y velocidad. Este enfoque ayudó a consolidar la asociación entre los carros y la masculinidad en la cultura popular. En tercer lugar, los roles de género han estado históricamente más definidos, y se ha relacionado a los hombres con actividades que requieren fuerza física e independencia, como la conducción. Los hombres han sido tradicionalmente los conductores principales en las familias y en los grupos sociales, lo que ha mantenido esta asociación cultural. Es importante tener en cuenta que estas connotaciones culturales no son universales y están cambiando con el tiempo, a medida que la sociedad evoluciona y las normas de género se vuelven más flexibles.

Por ejemplo, durante la primera mitad del siglo XX, la conducción de automóviles era vista como una actividad masculina, y pocas mujeres tenían acceso a la educación y los recursos necesarios para aprender a conducir. Sin embargo, a medida que se abrieron nuevas oportunidades laborales y se promovió la igualdad de género en distintos ámbitos de la sociedad, muchas mujeres comenzaron a trabajar como conductoras de taxis y autobuses, y a utilizar sus propios automóviles para transportarse y realizar sus actividades cotidianas.

En algunos lugares del mundo, la cultura popular ha asociado los automóviles con ciertos estereotipos de género. Por ejemplo, en algunos países, los vehículos deportivos y de alta velocidad se han vinculado tradicionalmente con la masculinidad y la virilidad, mientras que los automóviles pequeños y económicos se han asociado con la feminidad y la practicidad. Sin embargo, estas ideas y estereotipos culturales están cambiando con el tiempo, y cada vez más personas desafían las expectativas de género al elegir sus vehículos. En resumen, la relación entre los automóviles y las mujeres ha estado marcada por una serie de gustos y tradiciones culturales que han variado a lo largo de la historia, pero afectan la percepción actual de los roles de género, lo cual permuta a el sector automotriz. La razón por la que los carros han estado culturalmente más asociados a los hombres se debe a varios factores, que incluyen la historia y las normas sociales.

Lo siguiente que se logró concluir, es la participación de las mujeres en diferentes cargos del sector automotriz, no solo en general para cargos de *top management* sino para cargos específicos. En primer lugar, se pudo concluir que, en el caso de algunas multinacionales, la participación de las mujeres suele ser muy diferente de las de los hombres, siendo más alta a de las mismas mujeres; Es decir, que suelen haber más mujeres que hombres desempeñando cargos directivos. en segundo lugar, se identificó que en algunos

casos si hay participación de mujeres en cargos directivos en el sector automotriz en Colombia, pero que esto se limita a ciertos cargos, como lo pueden ser los cargos de mercadeo, comercial, entre otros, y que los cargos financieros, técnicos, de operaciones, de producción, etc. Siguen estando reservados para los hombres, de esto también se puede concluir que está directamente relacionado con la oferta del mercado laboral, donde para los cargos técnicos o numéricos, sigue siendo difícil encontrar mujeres que quieran desempeñar este tipo de cargos. Y en tercer lugar, se identificó que el acceso de mujeres a cargos del sector automotriz, sobre todo en empresas nacionales, sigue siendo muy difícil, reservándose así únicamente para los hombres. Concluyendo que sigue siendo un problema latente en el sector automotriz en Colombia.

3.3 Remuneración

Con respecto a la remuneración, la encuesta indica que cuando se les preguntó sobre si habían notado una diferencia salarial basada en género, el 100% de los hombres encuestados respondió que no habían notado ninguna diferencia, mientras que el 27,3% de las mujeres encuestadas sí notaron una diferencia salarial basada en su género.

Esto sugiere que existe una discrepancia en la percepción de la igualdad salarial entre hombres y mujeres. Es decir, mientras que los hombres encuestados parecen creer que la remuneración es igualitaria independientemente del género, las mujeres encuestadas perciben que están siendo discriminadas en términos de remuneración por su género.

Esta discrepancia es importante porque sugiere que puede haber diferencias sistémicas en la forma en que se establecen y se negocian los salarios entre hombres y mujeres en algunos contextos. Esto podría ser el resultado de prejuicios inconscientes o de sesgos de

género en los procesos de selección y promoción, y puede contribuir a la brecha salarial de género que existe en Colombia, específicamente en el sector Automotriz.

También se han reportado casos en los que hombres con las mismas funciones y cargos ganan más que las mujeres y en los que se interrumpe a las mujeres y se pasan por alto sus opiniones durante reuniones y discusiones. En la encuesta algunas mujeres han sentido que ser madres es considerado un "riesgo" que puede afectar sus carreras, y en el sector de las motos de Enduro se ha asumido que las mujeres pierden su feminidad por montar.

Otra perspectiva muy importante en las entrevistas fue justamente la evidencia de diferencia en términos de remuneración en empresas. A menudo se les paga menos que a los hombres por el mismo trabajo y se les da menos oportunidades de ascenso. Además, los estereotipos de género como la maternidad y los techos de cristal pueden hacer que sea más difícil para las mujeres avanzar en sus carreras, esto según lo que el entrevistado 2 experimentó. En comparación con los hombres, se conoció que, las mujeres a menudo tienen que trabajar más duro para demostrar su valía y sus habilidades. Pues se espera con frecuencia que las mujeres tengan un equilibrio entre su trabajo y su vida personal, lo que puede hacer que sea más difícil para ellas avanzar en sus carreras. Teniendo que enfrentarse las mujeres a barreras culturales y de estereotipos de género para ser tomadas en serio en el sector automotriz

3.4 Avances

Finalmente, uno de los resultados de la entrevista es la situación actual, en cuanto al avance de la inclusión de las mujeres en cargos directivos en el sector automotriz, ha habido

algunos avances importantes en los últimos años, pero aún queda mucho por hacer. Una de las razones por las que se ha avanzado puede ser la mayor conciencia sobre la necesidad de la diversidad en las empresas, y la creciente presión de los consumidores y la sociedad en general para que las empresas sean más inclusivas. Sin embargo, aún hay resistencia y falta de voluntad en algunos sectores para hacer cambios significativos en este sentido. La desigualdad salarial entre hombres y mujeres ha sido un tema de preocupación en muchos sectores y países, y diversos estudios como el de Aequales de 2021 han demostrado que existe una brecha salarial significativa en muchos lugares, incluyendo Colombia. Según nuestra investigación previa, la brecha salarial de género es un problema persistente en muchos sectores, y el sector automotriz no es una excepción. Según un informe de la OIT de 2021, las mujeres ganan aproximadamente un 20% menos que los hombres a nivel global (OIT, 2021).

Un factor que destacó dentro del proceso de la información y el análisis, fue que una empresa en particular, no congeniaba con las respuestas de las otras, todos los empleados de General Motors, que hicieron parte de la investigación, alegan que en la empresa no hay ningún tipo de discriminación, esto también se pudo evidenciar en una entrevista que se le hizo a la directora Comercial para General Motors Colombia, diferentes aspectos que demuestran que aunque en otras empresas del sector existan barreras de entrada, General Motors dice ser una de las que está volcada a cambiar dicha realidad a escala global, y por lo tanto, teniendo efectos en la operación de Colombia.

Por medio de la experiencia de la directiva se buscó conocer su experiencia en la dificultad que podría existir en el acceso a cargos directivos en el sector automotriz; Contrario a lo que se evidenció en las anteriores entrevistas y encuesta, esta directiva no

experimentó dificultades al acceder a cargos directivos, esto debido a que la compañía desde hace un tiempo implementó una estrategia de inclusión a nivel global, donde el cargo de CEO Global, es desempeñado por una mujer.

En adición a esto, ella considera que, aunque en otros sectores y otras compañías del sector, las mujeres puedan experimentar discriminación o barreras de entrada, sorpresivamente en General Motors (desde su experiencia) esto no ocurre. Lo que puede demostrar que, aunque existan empresas que no sean inclusivas, otras están cambiando o cambiaron su modelo de negocios para ser más inclusivos, se evidencia que muchas empresas están buscando romper ese paradigma.

De acuerdo con la entrevistada, no ha evidenciado en el sector dificultades en términos de remuneración, esto ya que la experiencia que ha tenido en el sector ha sido siempre con la misma compañía, según ella, aunque sí deben existir dificultades de remuneración, participación en las empresas, estereotipos de género como la maternidad y techos de cristal; ella personalmente nunca ha sufrido ninguna, pero reconoce que sí existen y que generalmente se presentan en empresas que no son multinacionales, pues estas, así como General Motors tienen estrategias globales que obligan a las oficinas de los países en donde se trabaja a implementar este tipo de estrategia, y que en las que sí se suele presentar es en aquellas empresas nacionales del sector, que tienen características culturales muy intrínsecas que generan estereotipos y dificultan la inclusión. Se puede inferir que aunque en algunas no hay discriminación, en otras sí, pero que poco a poco irán cambiando.

El sector automotriz, cuenta con muchos estereotipos, pero ella desde su experiencia habla de un estereotipo del estereotipo, es decir, que se suele creer que el sector automotriz es dominado generalmente por hombres y que la inclusión no se ve, pero que esto es todo lo

contrario, en lo que respecta a su experiencia, es aquí donde habla del estereotipo que existe del estereotipo de que el sector automotriz es en su mayoría de hombres.

Por otro lado, al momento de dar a conocer cifras, cuenta que en la compañía en términos de cargos gerenciales, el balance es sesenta por ciento hombres y un cuarenta por ciento mujeres. Pero que curiosamente donde hay una falencia pocas mujeres es en los bajos cargos de la compañía, como lo pueden ser los latoneros, pintores, mecánicos, etc. En donde si hay una dificultad para contrata mujeres, pero no en términos de estar cerrados, sino en términos de que el sector hoy en día cuenta con una baja oferta para lograr encontrar personal para estos cargos, y que es necesario por lo tanto incentivar el sector para que mujeres con los conocimientos que se necesitan aparezcan,

Conclusiones y Recomendaciones

Los resultados obtenidos con esta investigación comprobaron la existencia de las barreras de entrada que afectan a las mujeres a la hora de querer acceder a cargos directivos en empresas grandes del sector automotriz de Colombia, la hipótesis planteada se cumple, Las barreras de entrada para las mujeres en el sector automotriz se deben a los estereotipos de género, lo cual está directamente relacionado con la participación de ellas en los altos cargos directivos. Los resultados demuestran que a pesar de que ya existe una mayor equidad en los cargos aún persiste la desigualdad, especialmente en los peldaños más altos de las organizaciones. Se identificaron esas barreras de entrada. y se comprobó que estas están relacionadas con la remuneración recibida, la participación en la empresa y los estereotipos de género. De igual forma, se identificaron techos de cristal para las mujeres a la hora de crecer, liderar y ser tomadas en serio en el sector. Además, esta investigación permitió profundizar en el impacto que tiene la tradición colombiana y la historia de la mujer en la imagen y percepción del género femenino en el sector automotriz. Esto resulta relevante para comprender el contexto cultural y social en el que se desenvuelve este sector y cómo esto puede afectar la igualdad de género en ella.

Las entrevistas facilitaron entender que mucha gente ve al machismo como algo que hace parte del sector, y aunque en casos de algunas empresas que hicieron el cambio hace relativamente poco, de carácter multinacional, otra las de carácter nacional ven el cambio de otros como bueno, pero directamente de su parte no están tan abiertas a hacer el cambio ellos mismos.

Se concluyó que aún hoy en día, existen diferentes barreras de entrada que siguen presentes en el sector automotriz en Colombia, las cuales no permiten el acceso de mujeres a cargos directivos, o, que permiten el acceso a cargos limitados, es decir en algunos casos donde los cargos de mercadeo o comerciales les son fáciles de acceder, pero los financieros, o técnicos como los de operaciones, siguen estando limitados para los hombres.

De acuerdo con la investigación, algunas de las barreras de entrada existentes en el sector automotriz son: La creencia de que las mujeres no saben de mecánica y por lo tanto no son aptas para el trabajo, la exclusión de conversaciones y decisiones importantes, y la idea de que el sector que es muy mecánico es solo para los hombres, la discriminación sexual, que las mujeres no saben de carros y que para trabajar en el sector se necesita de fuerza física. Todos estos resultados de las encuestas están relacionados directamente con resultados de los estudios ya mencionados anteriormente que fueron hechos previamente en el sector. Por lo que se puede concluir que existen barreras de entrada que no permiten el acceso de mujeres a cargos directivos en el sector automotriz, y que la mayoría de estas barreras de entrada son estereotipos que crean más barreras.

Otro aspecto que se pudo determinar por medio de la investigación fue el de la remuneración recibida, siendo este algo fundamental a la hora de decidir, por parte de algunas compañías entre contratar a una mujer o a un hombre, y en cuanto se les paga a las mujeres y a los hombres para un mismo cargo. Se identificó que la remuneración recibida por parte de mujeres para un cargo, es sustancialmente menor que la de los hombres, y que esta es una de las formas más presentes en el sector de sexismo laboral, se encontró además que el 27,3% de las mujeres encuestadas si notaron una diferencia salarial basada en su género, aunque algunos hombres creen tener una remuneración igualitaria con respecto a la de las mujeres, la

realidad es que es sustancialmente distinta, y que debido a esto las mujeres encuestadas perciben que están siendo discriminadas en términos de remuneración por su género. Algo que hace, además, que este tipo de discriminación se acentúe, es que las mujeres suelen aceptar la remuneración que reciben y no negocian este aspecto cuando están siendo reclutadas, sino que suelen ceder, mientras que, en el caso de los hombres, estos si suelen negociar bien su salario, por lo que terminan ganando más, y evidenciando así una brecha salarial entre hombres y mujeres de la mismo sector para un mismo cargo. Pudiendo concluir así que la remuneración recibida es algo que dificulta la entrada de mujeres a cargos directivos en el sector, o que la diferencia de los hombres.

La investigación y los resultados demostraron que, lo que impide el acceso de mujeres a cargo directivos, son los estereotipos de género, por un lado las encuestas y las entrevistas, demostraron que los estereotipos de género se manifiestan de la siguiente manera, que el mundo de los carro es para los hombres, que las mujeres no conocen de mecánica y que por eso no les interesa entrar a el sector automotriz, el embarazo sigue jugando un factor fundamental a la hora de hablar de estereotipos de género, y que por esto algunas compañías se les dificulta contratar mujeres. Pero también se pudo concluir que, aunque los estereotipos están presentes, han ido perdiendo relevancia de manera paulatina, por ejemplo, y se espera que esto continúe siendo así. Hay un tema clave relacionado con esto y que nos permite concluir que las multinacionales y las empresas nacionales van a un ritmo diferente en términos de inclusión, y es que para las multinacionales como se hablaba previamente: en el sector automotriz en Colombia, hay en algunos casos un estereotipo del estereotipo, es decir que aunque se cree que el mundo automotriz está reservado para los hombres y que solo hay hombres, no se cumple en el caso de las multinacionales, pues en éstas, suelen haber mujeres y hombres por igual, o en algunos casos específicos, más mujeres que hombres, lo que

permite concluir 2 cosas, en primer lugar muchos de los estereotipos de género están basados en algo cultural, y la segunda, que aunque existen muchos estereotipos de género presentes en el sector que dificulta el acceso de mujeres a cargos directivos, ha ido bajando poco a poco este estereotipo, y que hay un cambio permanente que vela por generar una mayor inclusión en el sector para las mujeres, y que poco a poco se ha ido rompiendo con los estereotipos.

Para abordar estas barreras, se necesitan medidas y políticas que fomenten la igualdad de género y la diversidad en el lugar de trabajo, incluyendo el acceso a oportunidades de desarrollo y promoción, la eliminación y consciencia sobre los prejuicios y estereotipos de género, y la creación de un entorno de trabajo inclusivo y respetuoso para todas las personas.

Esto permite evidenciar, que, aunque se ha reducido la discriminación de género en el sector automotriz, aún persiste, aunque en un porcentaje menor, dicha discriminación y que se debe seguir trabajando para reducirla y minimizarla lo más posible, ya que la igualdad de género en las empresas es beneficiosa para las organizaciones y cada vez se exige más por parte de inversionistas.

. Como la infrarrepresentación de las mujeres en los puestos de liderazgo y la discriminación de género en el lugar de trabajo son problemas persistentes en el sector automotriz colombiana, es importante identificar y abordar estas barreras de acceso y fomentar la inclusión de mujeres en todas las áreas del sector. Esto puede incluir políticas específicas para fomentar la contratación y promoción de mujeres en puestos técnicos y directivos, así como la creación de redes y comunidades para mujeres en el sector automotriz.

También es importante trabajar en la promoción de una cultura empresarial más inclusiva, que valore y promueva la diversidad en todas sus formas

La investigación también ha demostrado que hay una falta de políticas y prácticas inclusivas en las empresas de automoción en Colombia. Muchas empresas carecen de políticas y procedimientos claros para abordar la discriminación y la desigualdad de género, lo que dificulta que las mujeres denuncien situaciones de acoso o discriminación. Lo anterior, problema grave que requiere atención urgente.

Aunque aún queda mucho trabajo por hacer para crear un sector automotriz más inclusiva y equitativa en Colombia, ya existen casos de empresas que funcionan como ejemplo. Las empresas de automoción en Colombia necesitan desarrollar políticas y prácticas inclusivas y promover una cultura de igualdad de género en el lugar de trabajo. Y los administradores deberíamos exigir a las empresas de esta y todas los sectores, que el papel de la mujer sea tomado más en serio, que se haga conciencia de los sesgos inconscientes y conscientes de género, que están basados en creencias antiguas y actualmente frenen el avance de las empresas hacia un ambiente más sano, equitativo y justo. Esta es la única manera de lograr que las mujeres puedan realmente hacer parte de un sector automotriz verdaderamente sostenible y exitosa en Colombia.

Referencias

30% Club (2022) 30% Club Chapter Colombia.

<https://30percentclub.org/chapters/colombia/>

Aceña Moreno, A. & Villanueva Flores, M. (2018). La discriminación de género en el acceso a puestos directivos. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, [online] 18(1), pp.87-100.

http://elcriterio.com/revista/contenidos_18/7.pdf [Accessed 23 Oct. 2018].

Actionaid (2015) *Close the Gap! The cost of inequality in women's work.*

http://www.actionaid.org.uk/sites/default/files/publications/womens_rights_online_version_2.1.pdf

Aequales (2021) *Ranking PAR 2021 Un rompecabezas para la diversidad, equidad e inclusión.* [Archivo PDF]. <https://form.aequales.com/uploads/documents/un-rompecabezas-para-la-diversidad-equidad-e-inclusion-de-latinoamerica.pdf>

Banco Mundial (2012) *Informe sobre Desarrollo Mundial.*

<http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2012/Resources/7778105-1299699968583/7786210-1315936222006/chapter-2.pdf>

Banco Mundial, (2014) *Women, Business and Law 2014: Removing Restrictions to Enhance Gender Equality.*

<http://wbl.worldbank.org/~//media/FPDKM/WBL/Documents/Reports/2014/Women-Business-and-the-Law-2014-Key-Findings.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). *Mujeres en el sector privado en América Latina y el Caribe: Análisis comparativo de la brecha salarial de género en cargos*

directivos. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Mujeres-en-el->

sector-privado-en-América-Latina-y-el-Caribe-Análisis-comparativo-de-la-brecha-salarial-de-género-en-cargos-directivos.pdf

Bennett, J. M. (2007). *History matters: Patriarchy and the challenge of feminism.*

University of Pennsylvania Press.

Blau y Kahn (2000) *The gender earnings gap: Learning from international comparisons.*

(n.d.). from <https://www.jstor.org/stable/2117457>

Bryant, G. (1984). *A management tool for the 80's: The glass ceiling.* *Working Woman*, 9(5), 28-32.

Carmen Plaza, M. (2021) *Cracks in the glass ceiling: Legal instruments to promote a balanced participation of women and men in decision-making;* *Revista General de Derecho Administrativo: España.*

Carrasquero Cepeda, M. (2014). *Participación Femenina en los Consejos ACNUDH: Estereotipos de Género.* OHCHR. (n.d) <https://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping>

Castañeda Abascal, I. and Díaz Bernal, Z., 2022. *Desigualdad social y género.* [online] *Scielosp.org.* <https://scielosp.org/article/rcsp/2020.v46n4/e1991/>

Cellini, M (2021) *Gender Gap in Political Science: An Analysis of the Scientific Publications and Career Paths of Italian Political Scientists.* Institute for Research on Population and Social Policies, Italian National Research Council, Italy

Cormier, C; Scott, L; Powell, C; Kendra, H (2022) *Locked in Glass Classrooms: Black Male Special Education Teachers Socialized as Everything But Educators.* <https://www-scopus-com.cvirtual.cesa.edu.co/record/display.uri?eid=2-s2.0->

[85124406142&origin=resultslist&sort=plfdt-
f&listId=myDocList&listTypeValue=Docs&src=s&imp=t&sid=630764a966d553928
e96d0d6bee1cf3b&sot=ml&sdt=ml&sl=0&relpos=8&citeCnt=0&searchTerm=&featu
reToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1](https://www.elcomercio.com/actualidad/Deportes/El-lider-que-transformo-la-formula-1.html)

Deportes. (2017, January 27). Ecclestone, El líder que transformó la fórmula 1. El
Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16802882>

Daniel Aguiñaga Líder de Gobierno Corporativo daguinaga@deloittemx.com . (2020,
March 13). Mujeres en Las Empresas: La Importancia de un 'piso' Laboral Parejo:
D.noticias. Deloitte México.
[https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/importancia-mujeres-en-las-
empresas.html](https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/importancia-mujeres-en-las-empresas.html)

EAE Business School y DCH (2021) *Barómetro DCH La Gestión del Talento en España
y Latinoamérica 2021*. [Archivo PDF]. [https://www.orgdch.org/wp-
content/uploads/2022/01/VI-Barometro-DCH-Gestion-del-Talento.pdf](https://www.orgdch.org/wp-content/uploads/2022/01/VI-Barometro-DCH-Gestion-del-Talento.pdf)

E. Gakidou, et al. (2010) *Increased Educational Attainment and its Effect on Child
Mortality in 175 Countries between 1970 and 2009: A Systematic Analysis; The
Lancet*. [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(10\)61257-
3/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(10)61257-3/fulltext)

Erkal, N; Gangadharan, L; Xiao, E. (2022) *Leadership selection: Can changing the
default break the glass ceiling?*. [https://www-scopus-
com.cvirtual.cesa.edu.co/record/display.uri?eid=2-s2.0-
85112499382&origin=resultslist&sort=plfdt-
f&listId=myDocList&listTypeValue=Docs&src=s&imp=t&sid=630764a966d553928](https://www-scopus-com.cvirtual.cesa.edu.co/record/display.uri?eid=2-s2.0-85112499382&origin=resultslist&sort=plfdt-
f&listId=myDocList&listTypeValue=Docs&src=s&imp=t&sid=630764a966d553928)

[e96d0d6bee1cf3b&sot=ml&sdt=ml&sl=0&relpos=0&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1](https://www.ey.com/en_gl/women-in-industry/women-in-automotive-industry)

EY. (2018). Women in Automotive Industry.

https://www.ey.com/en_gl/women-in-industry/women-in-automotive-industry

Femenías, M. L. (1988) *Mujer y jerarquía natural en Aristóteles*.

<http://hiparquia.fahce.unlp.edu.ar/numeros/voli/hiparquiav1a1>

Giuliano, P. (2017). Gender: An historical perspective. <https://doi.org/10.3386/w23635>

Granovetter, M. S. (2018). Economic and Sociological Approaches to Gender Inequality in Pay. In *The Sociology of Economic Life*. essay, Routledge.

Gobierno Regional de Atacama (diciembre de 2011). *ANÁLISIS DE INEQUIDADES, BARRERAS Y BRECHAS GÉNERO INSTRUMENTOS DE FOMENTO REGIÓN DE ATACAMA*. <https://goreatacama.gob.cl/wp-content/uploads/Presentaci%C3%B3n-An%C3%A1lisis-Instrumentos-Fomento-Productivo-GORE-ATACAMA-2011.pdf>

Goldin, C., 1990, *Understanding the Gender Gap: An Economic History of American Women*, New York: Oxford University Press

Grant Thornton. (2020). Women in Business 2020: Putting the blueprint into action.

<https://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member->

[firms/global/insights/women-in-business-2020/women-in-business-2020.pdf](https://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member-firms/global/insights/women-in-business-2020/women-in-business-2020.pdf)

Guzmán, A; Prada, F; Trujillo, M. (2015) *Juntas Directivas en el desarrollo del Gobierno Corporativo*. [Archivo PDF]. <https://www.editorialcesa.com/gpd-juntas-directivas->

[en-el-desarrollo-del-gobierno-corporativo-9789588722931.html#:~:texto=Las%20juntas%20directivas%20ocupan%20un,funciones%20que%20tiene%20a%20cargo.](#)

Harari, Y. (2011) *Sapiens: De animales a Dioses*. Israel: 1998.

Harnan, M. C. (2010) *LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: Grupos y estilos gerenciales; Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo*. [Archivo PDF].

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57026584/Lectura2_EstructuraOrg_U1_MGIE_V001-libre.pdf?1531977317=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLA_ESTRUCTURA_ORGANIZACIONAL_Grupos_y_e.pdf&Expires=1678576523&Signature=MVvBxDsta7Cei8pDGjQIWJXIjEikniGDrZWdIrHodlrLjnpHU3O7A41A-zZ8oS6ZQPaQ3oF---WVtdN3yNUGhBfcHp5swhzxFWFXhp0fM-MSMBzdbl3oqVj9WExb76nmiA9sHiPmKTJYjgp4dpqplerzJGj~fCvwG9grXN-rzzaIEowbJLXzeWQUSnCo01bNLmdjkz1Ogt6oO3wnt~JuNtlBjtwcD-2MRDyHtu2jF0pFw8N0UBX2TkyIX6qrTuhMonVgaEU4aR6zQlzoA2D0ARA6FpWZR-Sv14-yJ03WooCpDGCyauyNC7PGaODTNVh-eZA2R-Xeh3gOU5Ent69E0Q_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Hersh, E. (2022) *Why Diversity Matters: Women on Boards of Directors; Harvard School of Public Health*. <https://www.hsph.harvard.edu/ecpe/why-diversity-matters-women-on-boards-of-directors/>

Holloway, M (2002) *A lab of her own, Scientific American Magazine*.

Howe, O. R. (2022). Hitting the barriers – women in formula 1 and W Series racing.

European Journal of Women's Studies, 29(3), 454–469.

<https://doi.org/10.1177/13505068221094204>

- Huu, N; Tam, T (2022) *Do “inferior” jobs always suffer from a wage penalty? Evidence from temporary workers in Cambodia and Pakistan*; Normandine Business SchoolMetis Lab, Francia.
- Keskiner, E; Waldrig, I (2022) *Are “Weak Ties” Really Weak? Social Capital Reliance Among Second Generation Turkish Lawyers in Paris*. IMISCOE Research Series.
- Kruse, S. (2022) *“I am the Chair”*: *Women and Department Leadership in the Academy*.
https://www-scopus-com.cvvirtual.cesa.edu.co/record/display.uri?eid=2-s2.0-85126023030&origin=resultslist&sort=plfdt-f&listId=myDocList&listTypeValue=Docs&src=s&imp=t&sid=630764a966d553928e96d0d6bee1cf3b&sot=ml&sdt=ml&sl=0&relpos=5&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1
- León, D. (20 de mayo, 2016) *Ecclestone: “Las Mujeres piloto no pueden ser tomadas en serio”*; *Marca*.
<https://www.marca.com/motor/formula1/2016/04/20/5717475e468aeb824d8b465e.html>
- Lichard, T; Pertold, F; Škoda, S (2021) *Do women face a glass ceiling at home? The division of household labor among dual-earner couples*; *Review of Economics of the Household*.
- Loden, M. (1996) *Implementing Diversity*; McGraw-Hill Education. 94-103
- Maeshwari, M; Lenka, U. (2022) *Family friendly policies: a double-edged sword?*; *Emerald Publishing Limited*.

- Maida, A; Weber, A. (2020) *Female Leadership and Gender Gap within Firms: Evidence from an Italian Board Reform*. https://www-scopus-com.cvirtual.cesa.edu.co/record/display.uri?eid=2-s2.0-85092171653&origin=resultslist&sort=plfdt-f&listId=myDocList&listTypeValue=Docs&src=s&imp=t&sid=630764a966d553928e96d0d6bee1cf3b&sot=ml&sdt=ml&sl=0&relpos=3&citeCnt=2&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1
- Mercer. (2020). Mujeres en la alta dirección en Colombia. <https://www.mercer.com/content/dam/mercer/attachments/latin-america/colombia/2020/mujeres-en-la-alta-direccion-en-colombia.pdf>
- Meza Martínez, C. A. (2017). Discriminación Laboral Por Género: Una mirada desde el Efecto techo de cristal. <https://doi.org/10.15332/tg.mae.2017.00457>
- Moorthy, K; Salleh, N; T'ing, L; Ling, L; Yeng, D; Ning, L; Sin, L; Mun , L (2022) *Gender Inequality Affecting Women's Career Progression in Malaysia*; Journal of International Women's Studies
- Nieto, F. D. (2016). Discriminación y diferenciales de salarios en el Mercado Laboral. *Revista De Economía Institucional*, 18(34), 115. <https://doi.org/10.18601/01245996.v18n34.08>
- Observatorio Laboral para la Educación. (2018). Indicadores de género en el mercado laboral colombiano. <https://www.observatoriolaboral.gov.co/documents/10226/104242/Indicadores+de+g%C3%A9nero+en+el+mercado+laboral+colombiano/b10961cb-68ba-4085-9732-207d90f30c0e>

OCDE (2012) *Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM*. <http://www.oecd.org/employment/50423364.pdf>

OECD (2014) *Gender Data*.

<http://www.oecd.org/gender/data/balancingpaidworkunpaidworkandleisure.htm>

OIT (2012) *Global Employment Trends for Women*.

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_195447.pdf.

Organización Internacional del Trabajo (2014). *Tendencias Mundiales del Empleo 2014: ¿Hacia una recuperación sin creación de empleos?*

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_233953.pdf

ONU Mujeres (2015) *El Progreso de las Mujeres en el Mundo*.

<https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2015/4/progress-of-the-worlds-women-2015>

ONU (2013). *ONU-Mujeres: Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de*

Género y el Empoderamiento de las Mujeres - Oficina del Secretario General para la Juventud. [online] Oficina del Secretario General para la Juventud.

<https://www.un.org/youthenvoy/es/2013/07/onu-mujeres-entidad-de-las-naciones-unidas-para-la-igualdad-de-genero-y-el-empoderamiento-de-las-mujeres/> [Accessed 23 Oct. 2018].

ONU. (2021). Luchar por la igualdad salarial en el mercado laboral. Recuperado el 23 de

Febrero de 2022 de: <https://www.un.org/es/observances/equal-pay-day#:~:text=En%20todas%20las>

[%20regiones%2C%20a,un%2023%25%20a%20nivel%20mundial.&text=Lograr%20la%20igualdad%20de%20remuneraci%C3%B3n,y%20la%20igualdad%20de%20g%C3%A9nero.](#)

OpenAI. (2023). *ChatGPT* (Mar 14 version) [Large language model]. <https://chat.openai.com/chat>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2012). *Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM*. <http://www.oecd.org/employment/50423364.pdf>.

Pugalia, S; Cetindamar, D. (2022) Insights on the glass ceiling for immigrant women entrepreneurs in the technology sector. School of Information, Systems and Modelling, Faculty of Engineering and Information Technology, University of Technology Sydney, Sydney, Australia.

Popoola, T; Karadas, G (2022) How Impactful Are Grit, I-Deals, and the Glass Ceiling on Subjective Career Success?; Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Cyprus International University: Turkey

Ramos, A; Latorre, F; Tomás, I; Ramos, J (2021) TOP WOMAN: Identifying barriers to women's access to management. IDOCAL; España.

Richard, O; Triana, M; Stewart, M (2022) Store leader gender and store sales performance: When and why do women and men underperform?; Isenberg School of Management, University of Massachusetts: Estados Unidos.

Rosnow, R. L. (1972). Poultry and Prejudice. *Psychologist Today*

Salahuddin, A; Mahmood, Q. K; Ahmad, A. (2022) Breaking second glass ceiling: lived experiences of women entrepreneurs in Pakistan. Department of Gender Studies, University of Management Technology and Department of Sociology, International Islamic University; Pakistan.

Sotilla, J. de la. (2023, March 24). *¿Por qué la derecha de los ee.uu. no para de repetir UNA palabra: “woke”?* Ara en Castellano. https://es.ara.cat/internacional/estados-unidos/derecha-ee-uu-no-repetir-palabra-woke_1_4659198.html

Treiman, D. J., & Hartmann, H. I. (1981). Women, work, and wages: Equal pay for jobs of equal value. National Academy Press.

Understanding the glass ceiling. Insider (2010). Breaking the Political Glass Ceiling, 127–160. <https://doi.org/10.4324/9780203932117-5>

Unicef.org. 2022. [online]

https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf

Universidad del Rosario. (2019). Brechas de género en el mercado laboral colombiano.

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/19991/Brechas%20de%20g%C3%A9nero%20en%20el%20mercado%20laboral%20colombiano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Warwick University (2020) *Skills and transformation of the EU Automotive sector.*

<https://warwick.ac.uk/fac/soc/ier/news/?tag=automotive+sector&tag=local+economy&tag=women&num=5>

Wijesingha, R; Robson, K (2021) Glass ceiling or murky waters: The gendered and racialized pathway to full professorship in Canada; Canadian Sociological Association/La Société canadienne de sociologie

World Economic Forum (2021) Global Gender Gap Report 2021. [Archivo PDF].

<https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021> Moya, D., Mafla, P.

& Luna, J. (2017). La Equidad de Género como Parte de la Responsabilidad Social en el Mercado Laboral del sector Turística del Ecuador. Revista Ibero-Americana de Estrategia, 16(04), pp.23-36

Women Working for the World (2022) *¿Cómo la industria automotriz impulsa el empoderamiento de la mujer? Le contamos.* <https://ww4w.co/como-la-industria-automotriz-impulsa-el-empoderamiento-de-la-mujer-le-contamos/>

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2021). Informe Global sobre Salarios 2020-2021. <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/global-wage-report/2020/lang--es/index.htm>

Connell, R. W. (2012). Gender, health and theory: Conceptualizing the issue, in local and world perspective. *Social Science & Medicine*, 74(11), 1675-1683.
doi:10.1016/j.socscimed.2011.06.006

Anexos

Anexo 1: Encuesta sobre barreras de entrada sector automotriz

Industria Automotriz

La presente encuesta forma parte de un proyecto de investigación académica del CESA, cuyo objetivo es examinar las barreras de entrada para las mujeres en la industria automotriz y su relación con la participación de ellas en altos cargos directivos. Todos los datos recopilados en esta encuesta se utilizarán exclusivamente con fines académicos y serán tratados de manera confidencial. Los resultados obtenidos serán presentados de manera agregada y no se identificará a ningún participante individual en la presentación de los resultados.

La participación en esta encuesta es voluntaria y no hay ningún tipo de compensación por participar. Los participantes pueden optar por no responder a cualquier pregunta que no deseen responder. Asimismo, los participantes pueden retirarse de la encuesta en cualquier momento sin ninguna penalización.

Si tiene alguna pregunta o inquietud sobre esta encuesta, puede ponerse en contacto con el investigador principal en cualquier momento. Agradecemos su participación en esta encuesta y valoramos su opinión y perspectiva sobre el tema.

** Indicates required question*

1. ¿Trabaja o ha trabajado usted en la Industria Automotriz? *

Mark only one oval.

Si

No

2. ¿Qué Empresa? (No es Obligatorio)
-

3. ¿En qué posición se encuentra actualmente en su empresa? (Seleccione la opción que mejor describa su cargo actual) *

Mark only one oval.

- Alta dirección (CEO, presidente, vicepresidente)
- Director@ ejecutiva (CFO, COO, CMO, CTO)
- Gerente general
- Gerente de departamento
- Otro cargo directivo
- No estoy en un cargo directivo, pero aspiro a uno.
- Other: _____

4. ¿Cual es su género? *

Mark only one oval.

- Mujer
- Hombre
- Otro

5. ¿Cree usted que el mundo de los carros, "es para los hombres"? *

Mark only one oval.

- Si
- No

6. Si respondió sí a la pregunta anterior, ¿De dónde cree que viene esa creencia?

7. ¿Ha experimentado alguna barrera de entrada en la industria debido a su género? *

Mark only one oval.

Si

No

8. Si respondió sí a la pregunta anterior, ¿podría describir la barrera que enfrentó?

9. ¿Ha experimentado alguna diferencia en remuneración de su cargo únicamente debido a su género?

Mark only one oval.

Si

No

10. ¿Cree que la industria automotriz es un sector dominado por hombres? *

Mark only one oval.

Si

No

11. Si respondió sí a la pregunta anterior, ¿cómo cree que esto afecta la participación de las mujeres en altos cargos directivos?

12. ¿Ha experimentado alguna vez discriminación de género en la industria? *

Mark only one oval.

Si

No

13. Si respondió sí a la pregunta anterior, ¿podría describir la situación en la que experimentó discriminación de género?

14. ¿Cree que los estereotipos de género son una barrera para la participación de las mujeres en altos cargos directivos en la industria automotriz? *

Mark only one oval.

Si

No

15. Si respondió sí a la pregunta anterior, ¿cuales son esos estereotipos?

16. ¿Cree que las empresas de la industria automotriz deberían hacer más esfuerzos para fomentar la diversidad de género en los altos cargos directivos? *

Mark only one oval.

Si

No

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Anexo 2: Encuesta sobre barreras de entrada de mujeres a cargos directivos del sector.

PREGUNTAS BARRERAS DE ENTRADA MUJERES A CARGOS DIRECTIVOS

1. ¿Ha experimentado discriminación de género en cuanto al acceso a cargos directivos en el sector automotriz? ¿Por qué?
2. ¿Considera que las mujeres enfrentan dificultades en comparación con los hombres al intentar acceder a cargos directivos? ¿Por qué?
3. ¿Ha notado dificultades en el sector para las mujeres en términos de remuneración, participación en empresas, estereotipos de género como la maternidad y techos de cristal? ¿Por qué?
4. En comparación con los hombres, ¿qué cree que ha impedido su crecimiento profesional o el acceso a las mismas oportunidades?
5. ¿Cree que las barreras de entrada para las mujeres en el sector automotriz para acceder a cargos directivos se deben a estereotipos de género como la maternidad, la idea de que los temas de carros son solo para hombres y la desconfianza en el conocimiento automotriz de las mujeres? ¿Por qué?
6. ¿Cree que la participación de las mujeres en cargos directivos en el sector automotriz depende de las barreras de entrada? ¿Por qué?
7. ¿Cree que los estereotipos de género están directamente relacionados con la participación de las mujeres en los cargos directivos del sector automotriz? ¿Por qué?

8. ¿Cuántas mujeres ocupan cargos directivos como vicepresidencias, direcciones y gerencias en comparación con hombres en términos porcentuales? ¿En qué áreas se desempeñan esas mujeres (finanzas, comercial, mercadeo, etc.)? ¿Por qué?
9. ¿Cree que aunque haya un acceso por parte de las mujeres a cargos directivos, este acceso puede limitarse a ciertas áreas? ¿Por ejemplo, hay áreas que carecen de barreras de entrada mientras que otras están muy marcadas (como finanzas y mercadeo)? ¿Por qué?
10. ¿Cómo ha avanzado la inclusión de las mujeres en cargos directivos en el sector automotriz y a qué se puede deber?
11. ¿Qué, en su opinión, impide que una mujer acceda a cargos directivos en el sector automotriz? ¿Cómo se podría cambiar esto?
12. ¿Cree que la oferta limitada de mujeres para ciertos cargos en comparación con los hombres acentúa los estereotipos de género o la inclusión? Es decir, ¿se postulan muy pocas mujeres para ciertos cargos y por qué?