



Violencias basadas en género en el ámbito digital: un análisis en mujeres empresarias y trabajadoras



CENTER FOR INTERNATIONAL PRIVATE ENTERPRISE



Créditos

CENTER FOR INTERNATIONAL PRIVATE ENTERPRISE (CIPE)
1211 Connecticut Avenue NW, Suite 700
Washington, DC 20036

@Observatorio para la Equidad de las Mujeres - OEM
Cali, julio de 2023.

Lina Fernanda Buchely

Directora
Observatorio para la Equidad de las Mujeres

Autoras:

Natalia Escobar Váquiro

Experta en asuntos de medición con enfoque de género OEM

Sandra Balanta Cobo

Investigadora senior OEM

Sofía Galvis

Asistente de investigación OEM

Diseño y diagramación

Paola Andrea Quijano Fuenmayor
Sandra Moreno Bolaños

Corrección de estilo

Lina Uribe Henao

Con el apoyo financiero de:

Agradecimientos especiales a las cámaras de comercio
de Cali, Medellín y Bogotá por facilitar las bases de datos
y la coordinación para el mensaje masivo a empresarias.

Índice

1. Introducción	5
2. Contexto general	7
2.1. ¿Qué es la violencia de género en línea contra las mujeres?	8
2.2. ¿La violencia de género en línea debe ser vista solo en espacios virtuales?	9
2.3. Algunas formas de violencia de género en línea o facilitadas por los medios digitales y las TIC	10
3. Aspectos metodológicos	11
4. Resumen: resultados destacados de la encuesta	15
5. Resultados generales de la encuesta	17
5.1. Características sociodemográficas	17
5.2. Características asociadas a las empresas o al contexto laboral	23
5.3. Caracterización de las violencias basadas en género en línea	25
5.4. Amenazas y desafíos en el entorno empresarial: impacto de la violencia en línea y medidas de prevención	32
6. Recomendaciones	36
6.1. Recomendaciones de política sobre las violencias de género en línea	36
6.2. Construyendo ambientes laborales digitales libres de violencias de género: medidas preventivas para empresas seguras	38
6.3. Recomendaciones de política sobre cultura estadística	39



**Violencias basadas en
género en el ámbito digital:
un análisis en mujeres
empresarias y trabajadoras**

1.

Introducción

La presente encuesta surge como una iniciativa conjunta del Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM) y el Centro Internacional para la Empresa Privada (CIPE). El objetivo de esta investigación es caracterizar las violencias basadas en género en línea, poniendo especial énfasis en mujeres empresarias y/o trabajadoras de empresas registradas en las Cámaras de Comercio de Bogotá, Medellín y Cali. La meta es obtener una comprensión más profunda sobre la naturaleza y las manifestaciones de la violencia de género en el entorno digital, con el fin de proponer políticas que promuevan entornos seguros y equitativos para todas las mujeres en el ámbito empresarial y laboral.

El OEM es una iniciativa que resultó de la alianza entre la Fundación WWB Colombia y la Universidad Icesi, cuya misión es construir, consolidar y visibilizar proyectos que contribuyan a la equidad e inclusión de las mujeres. Como órgano de medición, divulgación e incidencia institucional y en política pública, el Observatorio se enfoca en analizar factores que afectan la autonomía y equidad de las mujeres en el Valle del Cauca. Mediante la medición y el análisis sistemático y oportuno, busca generar información de calidad, precisa y confiable que contribuya al debate regional y nacional sobre las condiciones de vida de las mujeres en diferentes dimensiones, promoviendo la intervención en la política pública y programas institucionales que favorezcan la equidad de género.



Por otro lado, el CIPE es uno de los cuatro institutos principales de la National Endowment for Democracy (Fundación Nacional para la Democracia). Desde 1983, ha trabajado con líderes empresariales, políticos y periodistas para construir instituciones cívicas que sean vitales para una sociedad democrática. El CIPE aborda temas fundamentales para la democracia y el desarrollo económico, entre ellos, la participación de las mujeres en el ámbito empresarial y laboral. Su compromiso con la promoción de la equidad de género, enmarcado en el trabajo adelantado por su Centro para el Empoderamiento Económico de la Mujer (CWEE por sus siglas en inglés), lo convierte en un aliado estratégico para llevar a cabo esta encuesta sobre violencias basadas en género en el ámbito digital, con el propósito de visibilizar y combatir las violencias que afectan a las mujeres en el entorno empresarial y laboral.

Ambas organizaciones, conscientes de la importancia de abordar las problemáticas de género de manera integral y transversal, se han unido para realizar esta encuesta con el fin de lograr una mayor comprensión sobre las violencias basadas en género en línea. La alianza busca generar datos precisos y confiables que den cuenta de las experiencias y percepciones de las mujeres empresarias y trabajadoras en el entorno digital, para así proponer estrategias y políticas que fomenten la igualdad de oportunidades y la erradicación de la violencia de género. La colaboración entre el OEM y el CIPE representa un esfuerzo conjunto para promover entornos laborales y empresariales libres de violencias y discriminatorios, donde las mujeres puedan desenvolverse plenamente, ejerciendo sus derechos y contribuyendo al desarrollo económico y social de sus comunidades.

2.

Contexto general

La violencia contra la mujer se entiende como “cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado”¹. Según cálculos de la Organización Mundial de la Salud (OMS²), una de cada tres mujeres en el mundo ha sufrido algún tipo de violencia, lo que ha llevado a que la problemática sea considerada una *pandemia en la sombra*.³

Esta violencia es una grave violación de los derechos humanos y los países están comprometidos a combatirla. Así ha quedado consignado en los compromisos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Específicamente, el ODS número cinco plantea lograr la igualdad entre los géneros y tiene como una de sus metas eliminar todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas en el ámbito público y privado.

Asimismo, la masificación de la internet, el correo electrónico, las plataformas, las redes sociales y el uso amplio e intensivo de los dispositivos electrónicos ha dado lugar a la que se ha llamado *violencia en línea, ciberviolencia o violencia digital*. Este tipo de violencia es sufrida principalmente por las mujeres y por las niñas, lo que ha llevado a que sea llamada violencia de género en línea. La pandemia por el COVID-19 y las medidas de confinamiento tomadas por los gobiernos impulsaron el relacionamiento virtual en espacios educativos y laborales, convirtiéndose en el espacio por excelencia para las interacciones sociales, lo que ha exacerbado este tipo de violencias.

A pesar de la relevancia que ha venido tomando su medición, es un asunto relativamente reciente y que aún no tiene una normatividad clara en el país, lo que llevó a que, por primera vez, la Corte Constitucional pidiera al Congreso de la República que legislara sobre este asunto⁴.

1. Artículo 1 de la **Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer** conocida también como la **Convención Belém do Pará**. El primer tratado internacional del mundo de Derechos Humanos abordó específicamente la temática y la violencia contra las mujeres y que consagró el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia tanto en el ámbito privado como en el público

2. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>

3. <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/in-focus-gender-equality-in-covid-19-response/violence-against-women-during-covid-19>

4. La Corte Constitucional de Colombia reconoció la violencia digital de género como una forma grave de violencia que afecta a las mujeres, produciendo daños psicológicos, emocionales, físicos y económicos, tanto en línea como fuera de ella. La sentencia T-280 de 2022 fue el caso que llevó a esta decisión, y la Corte determinó que la tutela es el mecanismo idóneo para proteger los derechos de las víctimas de difusión no consentida de imágenes íntimas. Se instó al Congreso a legislar sobre la violencia digital de género y se exhortó a la Fiscalía y al Consejo Superior de la Judicatura a tomar medidas para evitar la revictimización de las mujeres.

2.1

¿Qué es la violencia de género en línea contra las mujeres?

El informe de la relatora especial de las Naciones Unidas, Dubravka Šimonovic, establece que “la violencia en línea contra la mujer es todo acto de violencia por razón de género contra la mujer cometido, con la asistencia, en parte o en su totalidad, del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), o agravado por este, como los teléfonos móviles y los teléfonos inteligentes, Internet, plataformas de medios sociales o correo electrónico, dirigida contra una mujer porque es mujer o que la afecta en forma desproporcionada” (Naciones Unidas, 2016).

Para la Organización de Estados Americanos (2021), este tipo de violencia forma parte y está interrelacionada con las otras violencias que sufren las mujeres; además, se reconfigura con las TIC y causa profundos daños y sufrimientos físicos, económicos, psicológicos y sexuales.

Por su parte, el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA)⁵ considera que es todo “Acto de violencia perpetrado por uno o más individuos contra una persona por razón de su género, que tiene su origen en la desigualdad de género y en las normas de género y que se comete, asiste, agrava y amplifica de forma total o parcial mediante el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones o los medios digitales”.

-

5. <https://www.unfpa.org/es/resources/Documento-orientativo-para-informar-sobre-violencia-digital> Humanos abordó



2.2

¿La violencia de género en línea debe ser vista solo en espacios virtuales?

Expertos y expertas han llamado la atención sobre cómo este no es un fenómeno que pueda ser separado del “mundo real” porque replica patrones de violencia fuera de la red. Así, por ejemplo, el informe de la OEA (2021) señala que la evidencia recogida muestra cómo el 77% de las víctimas de ciberacoso son a su vez víctimas de otras formas de violencia por parte de sus parejas, cómo las mujeres que han sufrido algún hostigamiento digital habían tenido encuentros previos en el mundo real y cómo las tecnologías pueden usarse en escenarios de violencia doméstica para ejercer mayor control sobre las parejas hasta llegar a situaciones de abuso.



2.3

Algunas formas de violencia de género en línea o facilitadas por los medios digitales y las TIC

La violencia de género en línea puede tomar muchas formas. Los tipos que se señalan a continuación son tomados de la *Guía de conceptos básicos de violencia de género en línea contra mujeres y niñas*, publicada por la OEA en 2021⁶.

- 1.** Creación, difusión, distribución o intercambio digital de fotografías, videos o audioclips de naturaleza sexual o íntima sin consentimiento.
- 2.** Acceso, uso, manipulación, intercambio o distribución no autorizados de datos personales.
- 3.** Suplantación y robo de identidad.
- 4.** Ciberacoso
- 5.** Actos que dañan la reputación o la credibilidad de una persona.
- 6.** Actos que implican la vigilancia o el monitoreo de una persona.
- 7.** Ciber-hostigamiento.
- 8.** Ciberintimidación.
- 9.** Amenazas directas de daño.
- 10.** Violencia física facilitada por las tecnologías.
- 11.** Abuso, explotación de mujeres y niñas a través de la tecnología.
- 12.** Ataques a grupos, comunidades u organizaciones de mujeres.

6. <https://www.oas.org/es/sms/cicte/docs/Guia-conceptos-basicos-La-violencia-de-genero-en-linea-contra-las-mujeres-y-nin>

3.

Aspectos metodológicos

Objetivo

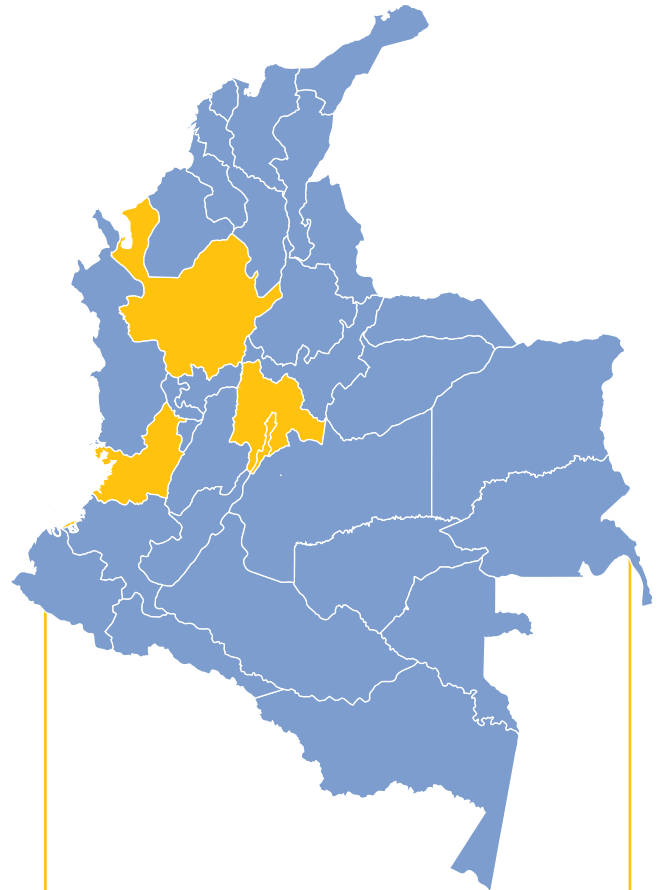
Caracterizar las violencias basadas en género en el ámbito digital, centrándose en mujeres empresarias y trabajadoras. Se busca obtener una comprensión detallada de las situaciones de violencia y acoso que enfrentan las mujeres en el entorno digital, con el fin de proponer políticas y acciones que promuevan entornos seguros y equitativos en el ámbito empresarial y laboral.

Universo

La encuesta se enfocó en mujeres empresarias y empleadas que trabajan por más de 4 horas diarias en línea en Colombia.

El universo de estudio abarca un conjunto significativo de mujeres que desempeñan sus actividades laborales en el ámbito digital y que trabajan en empresas registradas en las cámaras de comercio de las ciudades de **Bogotá, Medellín y Cali**.

Estas tres ciudades se eligieron dado que en Colombia hay registradas 1.854.086 empresas, según Confecámaras. De estas, el 24.7% se ubica en Bogotá; el 12.6%, en Antioquia; el 8.7%, en Valle del Cauca, y el 6.6%, en Cundinamarca. **Esto representa el 52.6% del total, equivalente a 975.249 empresas.**



24.7%
Bogotá



12.6%
Antioquia



8.7%
Valle del Cauca



6.6%
Cundinamarca

Diseño muestral

Se empleó un muestreo aleatorio simple de las bases de datos de las cámaras de comercio de Cali, Medellín y Bogotá. Se seleccionaron participantes de manera aleatoria de estas bases de datos, garantizando la representatividad de la muestra.

Tiempo de realización de campo

La encuesta se llevó a cabo entre el 12 de junio y el 14 de julio de 2023. Durante este tiempo, se realizaron los esfuerzos para contactar a los participantes y recopilar la información necesaria.

Técnica de recolección de datos

Para obtener los datos requeridos, se utilizaron dos técnicas de recolección: encuestas telefónicas y encuestas virtuales autodilenciadas. A través de estas técnicas, se buscó maximizar la participación y obtener respuestas valiosas por parte de los participantes.

Tamaño de la muestra

La muestra total obtenida fue de 470 observaciones. Esta cantidad de participantes permitió realizar estimaciones precisas y significativas.

Nivel de confianza y margen de error

Se estableció un nivel de confianza de 0.95 para los resultados obtenidos. El margen de error asociado a la muestra fue de 4.52%, lo que permite hacer inferencias significativas sobre la población en estudio.

Para tener en cuenta

El "nivel de confianza" es como la seguridad que tenemos en nuestros resultados. Cuando decimos que tenemos un nivel de confianza del 0.95, significa que estamos muy seguros, casi al 100%, de que nuestros resultados son correctos. Es como decir que tenemos mucha certeza en lo que estamos diciendo.

Por otro lado, el "margen de error" es como una medida de cuánto podríamos estar equivocados. Si nuestro margen de error es menor al 5%, significa que nuestras estimaciones están muy cercanas al valor real de la población. Es como asegurar que, si decimos que hay 100 cosas, podríamos estar equivocados en solo unas pocas (menos de 5).

Un margen de error menor al 5% es considerado representativo porque nos da confianza en que nuestras conclusiones basadas en la muestra que tomamos se aplicarán a toda la población. Es como si tuviéramos un vistazo pequeño, pero preciso de lo que ocurre en el grupo más grande.

Desafíos en la recolección de datos

Inicialmente, el objetivo era obtener una muestra de 1200 observaciones de mujeres empresarias y trabajadoras en línea en Bogotá, Medellín y Cali. Sin embargo, OEM enfrentó desafíos significativos en la recolección de datos, lo que afectó el tamaño final de la muestra obtenida. Entre los principales obstáculos se encuentran:



Cultura estadística limitada

Este fue uno de los principales obstáculos enfrentados, que se reflejó en la renuencia o dificultad de las mujeres para responder la encuesta de manera precisa y completa. La falta de comprensión de la importancia de los datos estadísticos y su impacto en la toma de decisiones puede haber contribuido a una respuesta limitada.



Baja participación en la encuesta autodiligenciada

A pesar de los esfuerzos para promover la encuesta autodiligenciada virtual, se experimentó una respuesta limitada por parte de las participantes. La falta de participación puede deberse a diversas razones, como desconfianza en el anonimato de la encuesta en línea o la percepción de falta de relevancia del tema.



Limitaciones en la calidad de las respuestas

Algunas participantes pudieron haber proporcionado respuestas inconsistentes o poco claras debido a la dificultad de expresar sus experiencias en el ámbito digital, especialmente en relación con violencias de género. La naturaleza sensible de los temas abordados en la encuesta puede haber generado respuestas parciales o evasivas.



Estrategias para maximizar la recolección de datos

Ante la baja participación en la encuesta autodiligenciada virtual, se implementaron estrategias adicionales para maximizar la recolección de datos. Se realizaron campañas en redes sociales, se llevaron a cabo operaciones telefónicas y se solicitó el apoyo de las cámaras de comercio para enviar correos masivos desde sus servidores.



Representatividad de la muestra

A pesar del cambio en el tamaño de la muestra, se resalta que esta sigue siendo representativa a nivel general para la población objetivo. Se realizaron cálculos del margen de error para evaluar la representatividad de la muestra y determinar su nivel de confianza.









Importancia de los datos recolectados

A pesar de los desafíos enfrentados, los datos obtenidos a través de esta encuesta son valiosos para abordar la problemática de violencias basadas en género en el ámbito digital. La participación activa y honesta de las mujeres encuestadas ha sido fundamental para obtener una visión más completa de las situaciones que enfrentan y desarrollar estrategias efectivas para mitigar estos desafíos.

4

Resumen: resultados destacados de la encuesta

-  **Incidencia de la violencia de género en el ámbito digital**
al menos el 53% de las mujeres encuestadas reportó haber sufrido algún tipo de violencia de género. Esta cifra es significativamente superior a las estimaciones de la ONU para Europa, donde se estima que el 23% de las mujeres han experimentado este tipo de violencias⁷.
-  **Uso intensivo de Internet**
el 68.3% de las mujeres empresarias y/o trabajadoras encuestadas utilizan Internet durante al menos 7 horas diarias para realizar su trabajo. Esto destaca la importancia de la conectividad digital como una herramienta fundamental en el desarrollo de sus actividades laborales.
-  **Educación universitaria**
La mayoría de las encuestadas han alcanzado un nivel de educación universitaria completa (34.9%), lo que sugiere un alto nivel educativo en la muestra.
-  **Estado civil y relaciones sentimentales**
Se observa una variedad de situaciones en cuanto al estado civil y las relaciones sentimentales. La categoría más común es "No tiene pareja" (38.1%), seguida por "tiene pareja y vive con esa persona, pero no están casados" (19.4%). Estos resultados muestran la diversidad de situaciones familiares y sentimentales de las mujeres encuestadas, lo cual puede influir en su contexto laboral y las dinámicas de violencias basadas en género.
-  **Cargo desempeñado dentro de la empresa**
los resultados muestran una distribución diversa en los cargos desempeñados por las mujeres empresarias y trabajadoras. Los cargos más comunes son "profesional especializado" (41%) y "técnico-administrativo de nivel medio" (15.6%).
-  **Plataformas utilizadas para la gestión de los asuntos de la empresa**
WhatsApp es la plataforma más utilizada por las mujeres empresarias y trabajadoras encuestadas, pues fue mencionada por el 83% de ellas. Además, se destaca el uso de otras herramientas digitales como el correo electrónico (68.7%), Instagram (34.7%), Skype/Zoom/Teams/Meet (35.1%) y Facebook (28.5%).

7. Relatora Especial de las Naciones Unidas sobre la Violencia contra la Mujer, sus Causas y Consecuencias (REVM-ONU) (2018). A/HRC/38/47. Informe acerca de la violencia en línea contra las mujeres y las niñas desde la perspectiva de los derechos humanos. Consultado el 9 de septiembre de 2020. https://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session38/Documents/A_HRC_38_47_EN.docx



Conocimiento sobre la violencia de género en línea

El 53.4% de las participantes ha escuchado hablar de la violencia de género en línea, lo que destaca la necesidad de seguir educando y sensibilizando sobre este tema.



Actitudes hacia el acoso en redes sociales

La mayoría de las participantes (85.6%) está en desacuerdo con el acoso a mujeres en redes sociales, mientras un porcentaje significativo (14.4%) aún sostiene creencias que justifican este tipo de acoso.



Creencias sobre el control de los instintos sexuales

aproximadamente el 27.9% de las participantes están de acuerdo o muy de acuerdo con que es más difícil para los hombres controlar sus instintos sexuales, lo que refuerza estereotipos de género y justifica conductas de acoso y violencia sexual.



Envío de contenido ofensivo o sexualmente explícito sin autorización

El 53.2% de las participantes han experimentado el envío de contenido ofensivo o sexual sin su autorización, resaltando la importancia de prevenir y combatir esta forma de violencia.



Acoso o seguimiento en redes sociales

El 35.1% de las encuestadas ha sentido acoso o seguimiento constante a través de las redes sociales, mensajes de texto o correos electrónicos, lo que destaca la necesidad de fortalecer la seguridad en línea y proporcionar recursos de apoyo y denuncia.



Amenazas en línea

un 16.2% de las participantes ha experimentado amenazas a través de Internet o redes sociales, lo que resalta la importancia de prevenir y abordar estas situaciones, incluyendo la denuncia a las autoridades competentes.



Experiencias de acoso y discriminación en el entorno empresarial

El 20.6% de las participantes se han sentido acosadas por parte de empleados, socios, proveedores o clientes de la empresa. Además, el 10.2% han recibido comentarios sexistas, misóginos o de acoso en sus redes sociales personales por parte de personas vinculadas a la empresa.



Percepción de violencias basadas en género en la empresa

Aunque el 71.1% considera que su empresa es un lugar libre de violencias basadas en género, el 28.9% percibe la presencia de violencias en su entorno laboral, lo que indica la importancia de continuar promoviendo políticas y medidas para eliminar cualquier forma de violencia o discriminación en el trabajo.



Percepción sobre comportamientos inapropiados en el lugar de trabajo

La mayoría de las participantes están en desacuerdo (91.2%) con la idea de que es normal que los compañeros de trabajo o los jefes les digan piropos o les coqueteen en el lugar de trabajo. Sin embargo, el 8.7% muestra acuerdo o total acuerdo con esta creencia.

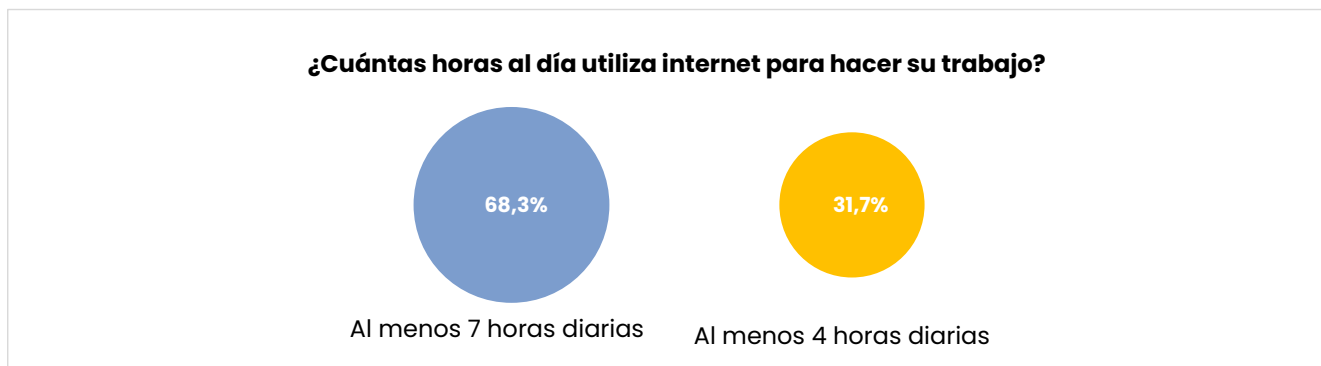
5

Resultados generales de la encuesta

5.1. Características sociodemográficas de las encuestadas

Uso de Internet en el ámbito laboral

El 68.3% de las mujeres empresarias y/o trabajadoras encuestadas utilizan Internet durante al menos 7 horas diarias para llevar a cabo sus labores. Esto resalta la importancia de la conectividad digital en el desarrollo de sus actividades laborales. Asimismo, el 31.7% de las encuestadas utilizan Internet durante al menos 4 horas diarias, lo que sugiere que existe una alta dependencia de esta herramienta para llevar a cabo sus tareas cotidianas.

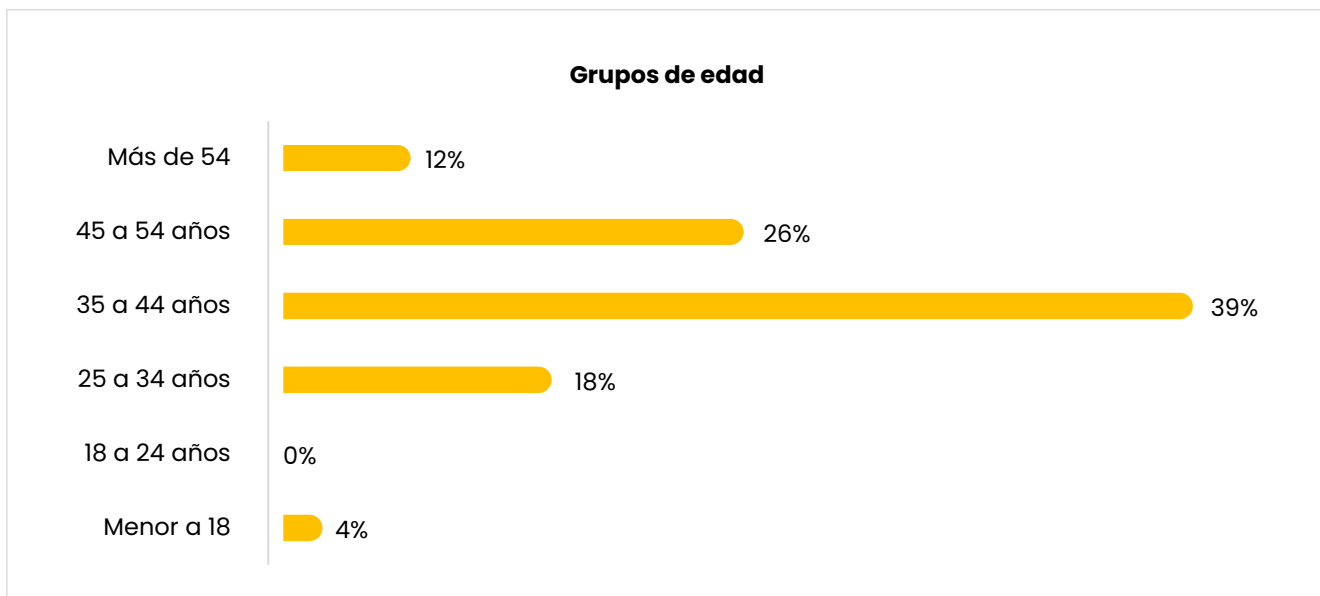


Fuente : Elaboración propia

Características demográficas

En cuanto a las características demográficas, todas las participantes fueron registradas al nacer como "femenino". Además, el 100% de las encuestadas se sienten identificadas con el sexo que les fue asignado al nacer.

En relación con la distribución por grupos de edad, se evidencia una representación diversa en la muestra. El grupo de mujeres con edades comprendidas entre los 35 y 44 años es el más numeroso (39.1%), seguido por el grupo de mujeres de 45 a 54 años (26.4%). Estos resultados sugieren que las mujeres en estos rangos de edad están activamente involucradas en el ámbito empresarial y laboral en las ciudades seleccionadas.



Fuente : Elaboración propia

Características socioeconómicas

En cuanto al lugar de nacimiento, la mayoría de las encuestadas (98.3%) nacieron en Colombia, lo que indica que la muestra está compuesta principalmente por mujeres colombianas. Sin embargo, se observa una presencia significativa de mujeres nacidas en otros países, como Venezuela (1.1%), Estados Unidos (0.2%), Perú (0.2%) y otros.

La distribución por departamento muestra una representación diversa, con un destacado número de mujeres empresarias y/o trabajadoras registradas en la Cámara de Comercio de Valle del Cauca (50.2%), seguido por Antioquia (23%) y Cundinamarca (10.4%).

En cuanto a la afiliación a las Cámaras de Comercio, se observa que la mayoría de las empresas o empleadas encuestadas están registradas en la Cámara de Comercio de Cali (48.9%), seguida por la Cámara de Comercio de Medellín (22.6%) y la Cámara de Comercio de Bogotá (15.7%).



98.3%

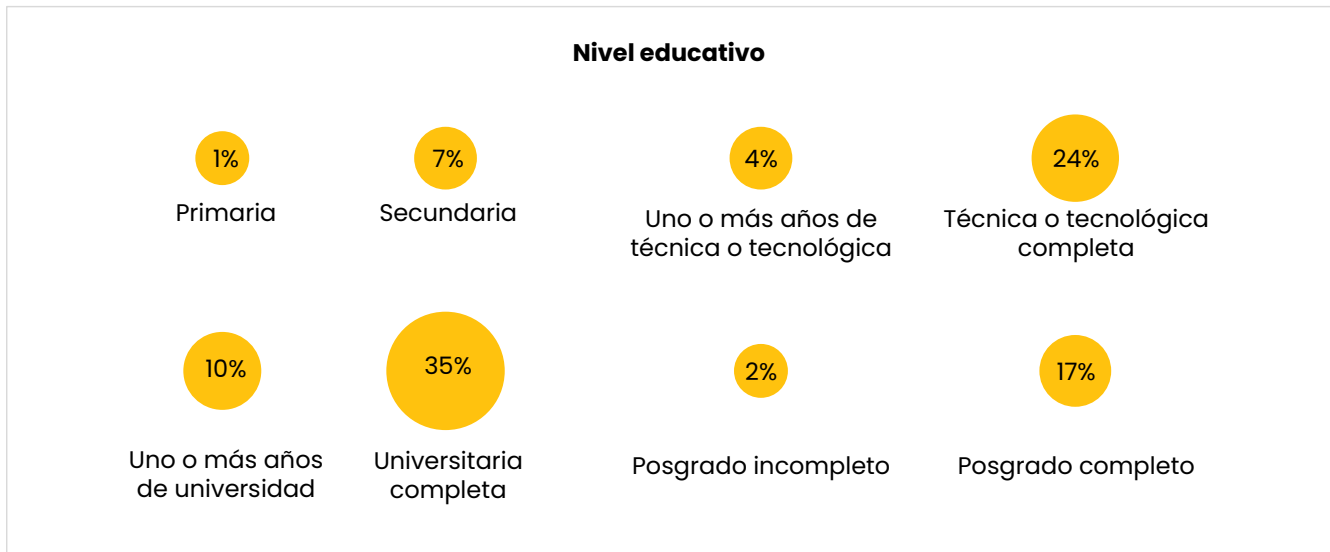
La mayoría de las mujeres encuestadas, nacieron en Colombia

Variable		N	%
¿Cuál es su país de nacimiento?	Colombia	462	98%
	Estados Unidos	1	0%
	Venezuela	5	1%
	Perú	1	0%
	Otro país	1	0%
Departamento	Antioquia	108	23%
	Boyacá	6	1%
	Córdoba	1	0%
	Chocó	1	0%
	Nariño	13	3%
	Santander	5	1%
	Meta	1	0%
	Bolívar	2	0%
	Caldas	6	1%
	Cauca	17	4%
	Cundinamarca	49	10%
	Huila	2	0%
	Quindío	1	0%
	Risaralda	4	1%
	Tolima	3	1%
	Casanare	1	0%
	Putumayo	2	0%
	Vaupés	1	0%
	Norte de Santander	3	1%
	Valle del Cauca	236	50%
¿En cuál Cámara de Comercio se encuentra inscrita su empresa o la empresa donde trabaja?	Calí	230	49%
	Bogotá	74	16%
	Medellín	106	23%
	No sabe	35	7%
	Otro	25	5%

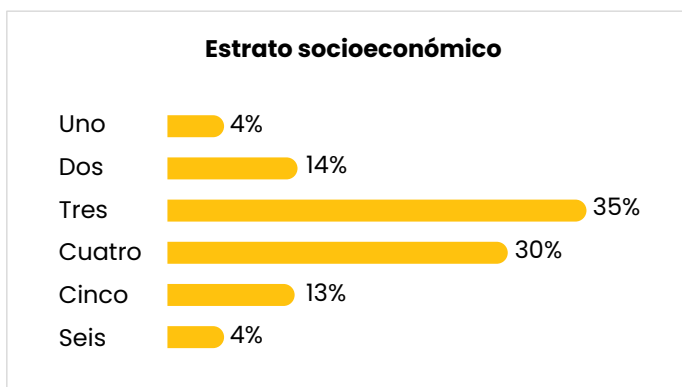
Fuente: elaboración propia

Educación y nivel socioeconómico

Con relación al nivel educativo, se evidencia que el 34.9% de las encuestadas han alcanzado un nivel de educación universitaria completa. Además, un significativo porcentaje ha completado estudios de posgrado (17%). Estos resultados indican un nivel educativo elevado en la muestra, lo cual puede tener implicaciones positivas en el desarrollo y desempeño laboral de las mujeres empresarias y/o trabajadoras.



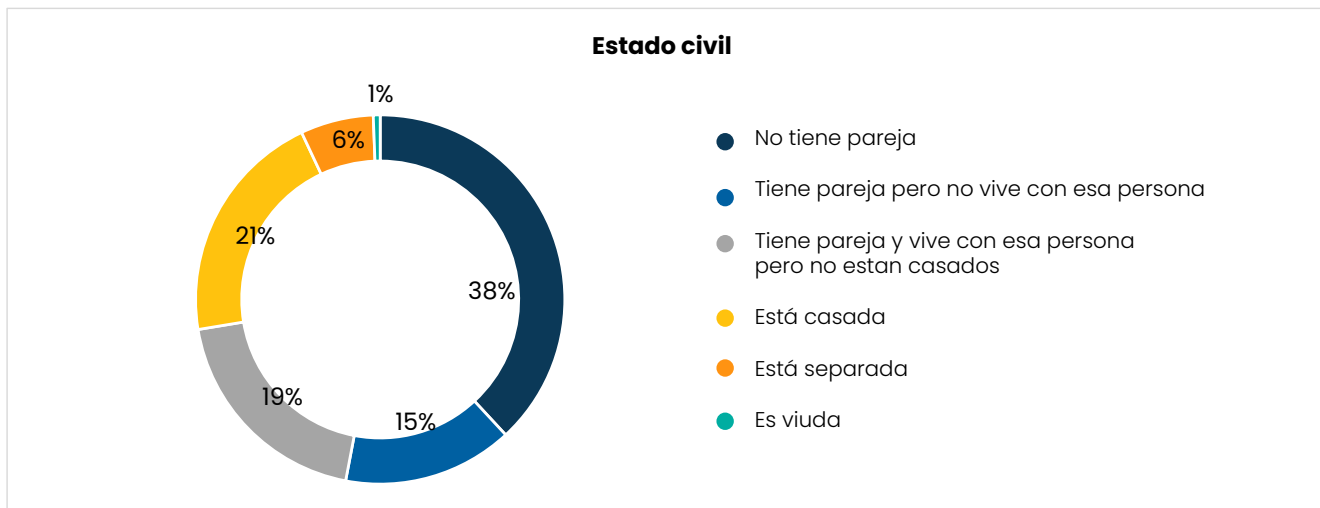
Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

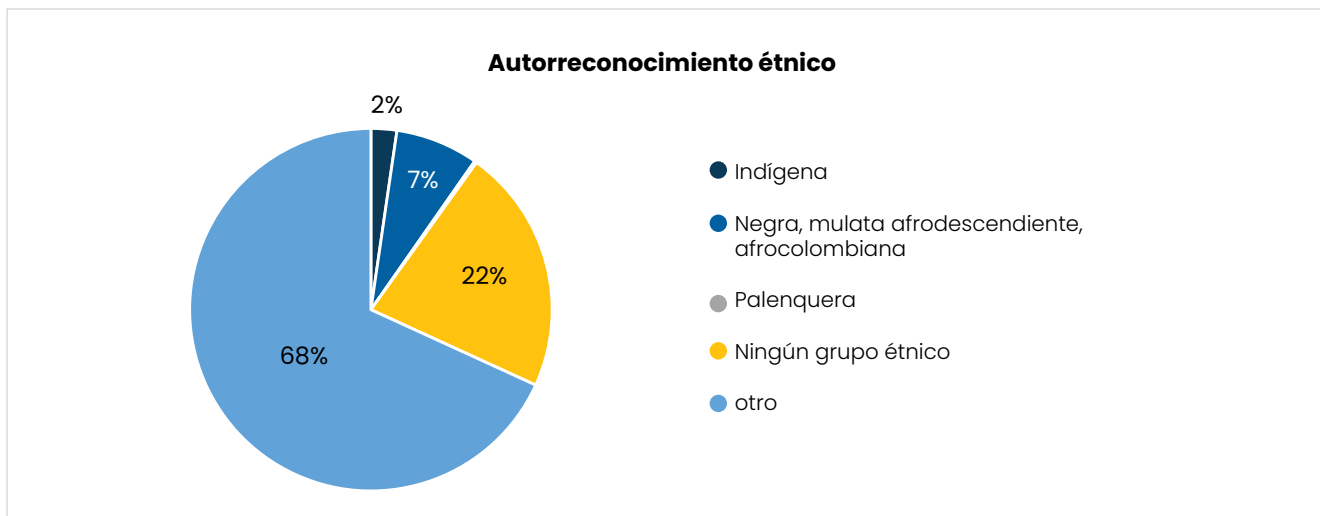
En cuanto al estrato de vivienda, se observa una distribución variada: el estrato tres es el más representado (35.1%). Los estratos cuatro (30%) y cinco (12.6%) también tienen una presencia significativa. Estos datos reflejan la diversidad socioeconómica de las mujeres encuestadas, lo que puede influir en sus condiciones laborales y en el acceso a recursos.

Con relación al estado civil, se identifica que la categoría "No tiene pareja" es la más común (38.1%). Luego, se encuentran las categorías "Tiene pareja, pero no vive con esa persona" (14.9%) y "Tiene pareja y vive con esa persona, pero no están casados" (19.4%). Estos resultados resaltan la diversidad de situaciones familiares y sentimentales de las mujeres encuestadas.



Fuente: Elaboración propia

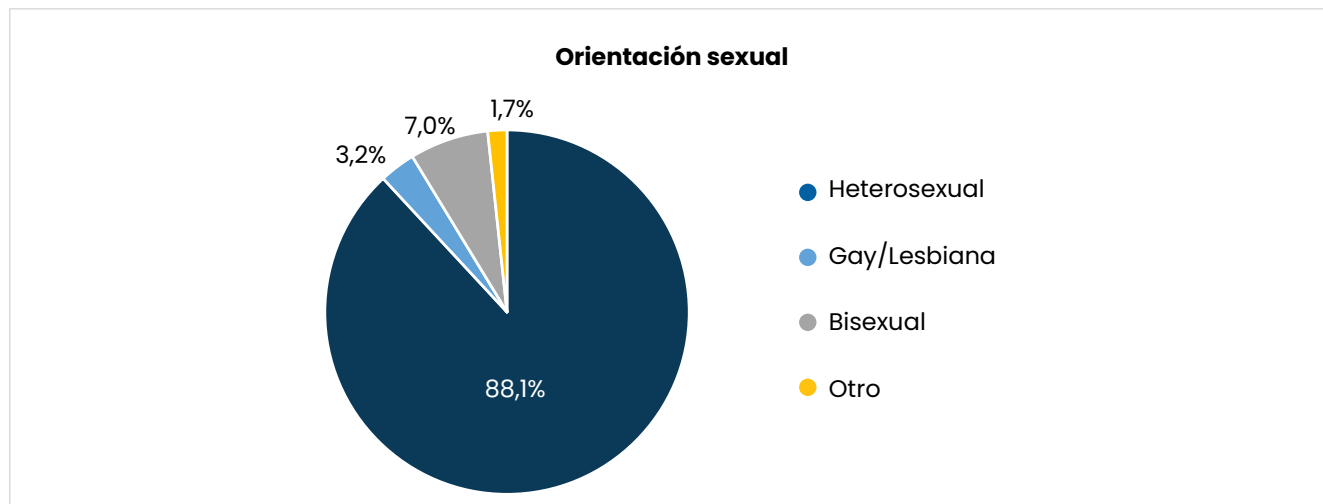
En cuanto a la identificación cultural o étnica, se observa baja diversidad: el 68.1% de las encuestadas seleccionó la categoría "Otro". Sin embargo, se destaca un porcentaje significativo de mujeres que se identificaron como "Negra mulata afrodescendiente afrocolombiana" (7.4%). Estos datos ponen de manifiesto la importancia de considerar la interseccionalidad de género y etnia en el análisis de las violencias basadas en género en el ámbito digital.



Fuente: Elaboración propia

Orientación sexual

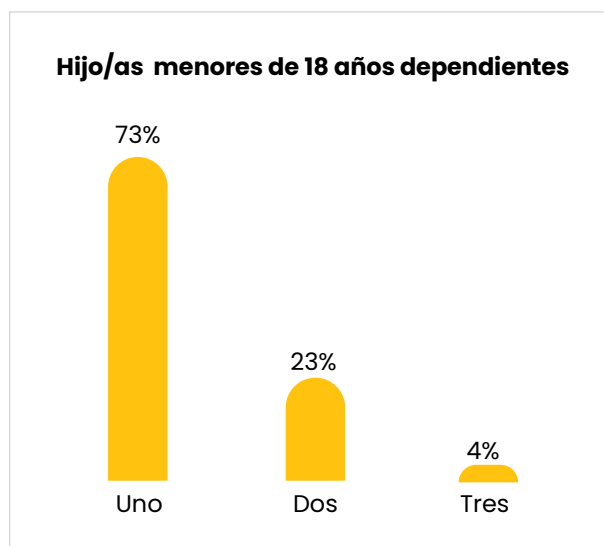
El análisis de la orientación sexual revela una diversidad dentro de la muestra: el 88.1% de las participantes se identificaron como heterosexuales, seguido por un 3.2% que se identificaron como gays/lesbianas y un 7% como bisexuales. Finalmente, un 1.7% de las participantes eligieron la opción "Otro" para describir.



Fuente: Elaboración propia

Hijos e hijas dependientes

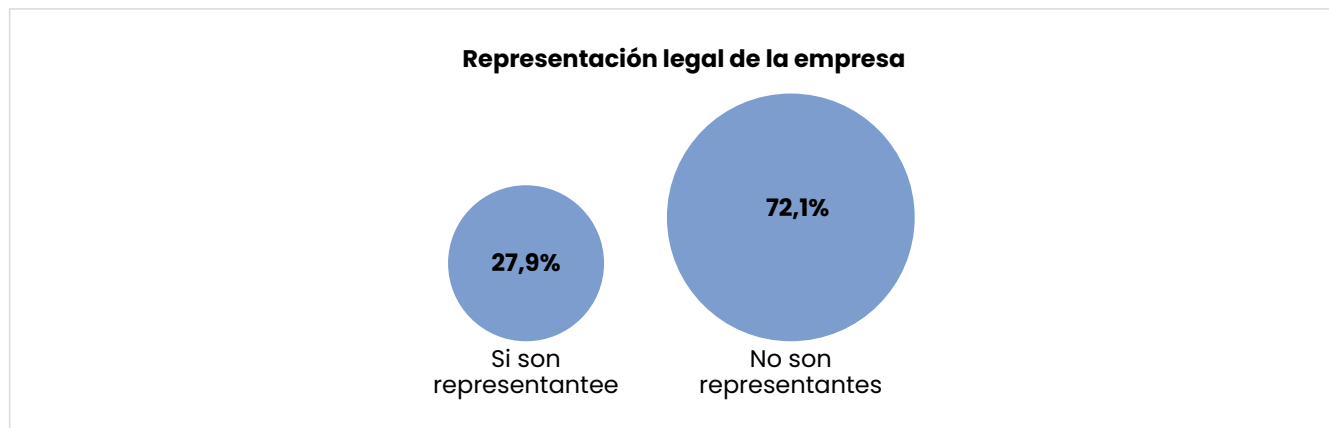
Se encontró que el 32% de las encuestadas tienen hijos menores de 18 años que dependen económicamente de ellas, mientras que el 68% no tienen esta responsabilidad. Además, de aquellas que tienen hijos dependientes, el 73% tienen un hijo, el 23% tienen dos hijos y solo el 4% tienen tres hijos. Estos resultados resaltan la importancia de considerar las dinámicas familiares y la carga adicional que puede recaer en las mujeres empresarias y trabajadoras.



Fuente: Elaboración propia

5.2. Características asociadas a las empresas o al contexto laboral

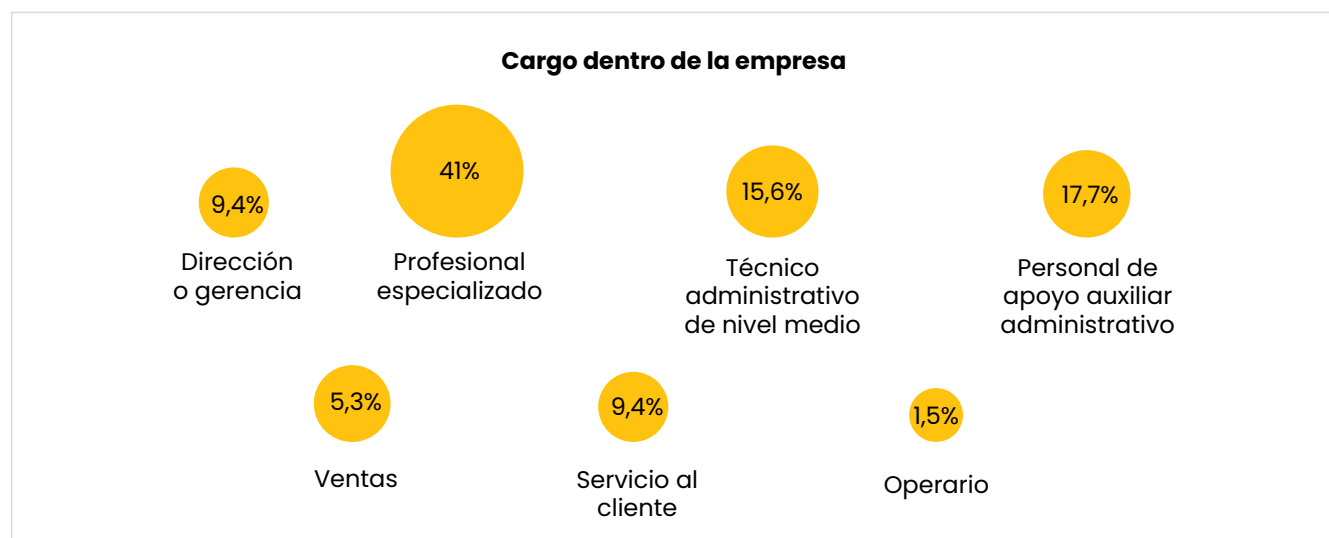
Representación legal de la empresa



Fuente : Elaboración propia

Cargo desempeñado dentro de la empresa

Al analizar los cargos desempeñados dentro de las empresas, se observa una distribución variada. Los cargos más comunes son "Profesional especializado" (41%) y "Técnico administrativo de nivel medio" (15.6%). Le siguen "Personal de apoyo auxiliar administrativo" (17.7%), "Dirección o gerencia" (9.4%), "Servicio al cliente" (9.4%), "Ventas" (5.3%) y "Operario" (1.5%). Estos resultados reflejan la diversidad de roles y responsabilidades ocupadas por las mujeres empresarias y trabajadoras encuestadas, aunque con una alta representación en el trabajo especializado y administrativo.



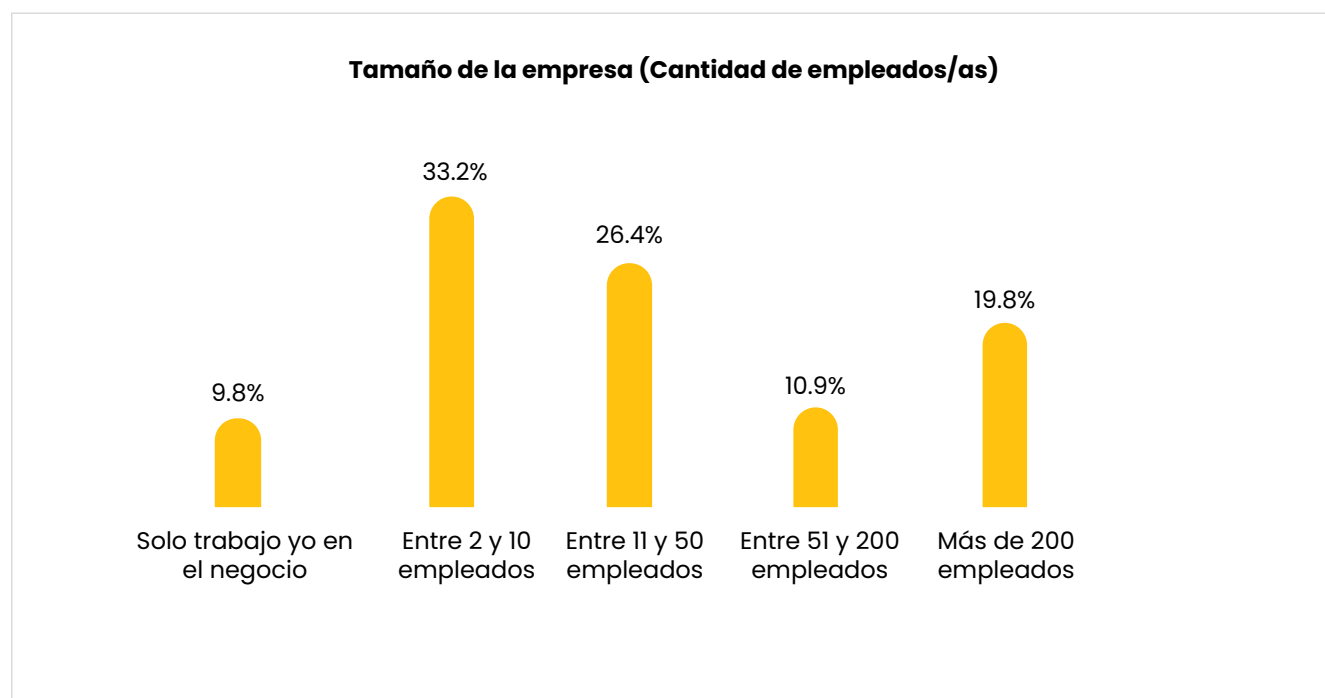
Fuente : Elaboración propia

Género de quien dirige la empresa

Se observa una distribución equilibrada en cuanto a quién dirige la empresa. Un 54% de las empresas son dirigidas por hombres, mientras que un 42.5% son dirigidas por mujeres. Además, un 3.5% de las encuestadas indicaron que ellas mismas dirigen sus empresas. Esto implica que, en total, estas empresas están dirigidas por mujeres en un 46%. Los resultados muestran que son los hombres los que mayoritariamente dirigen las empresas de mujeres con altos niveles de especialización; esta cifra contradice las cifras generales a nivel nacional, que indican que las mujeres no logran escalar en las jerarquías empresariales al mismo ritmo de los hombres.

Tamaño de la empresa

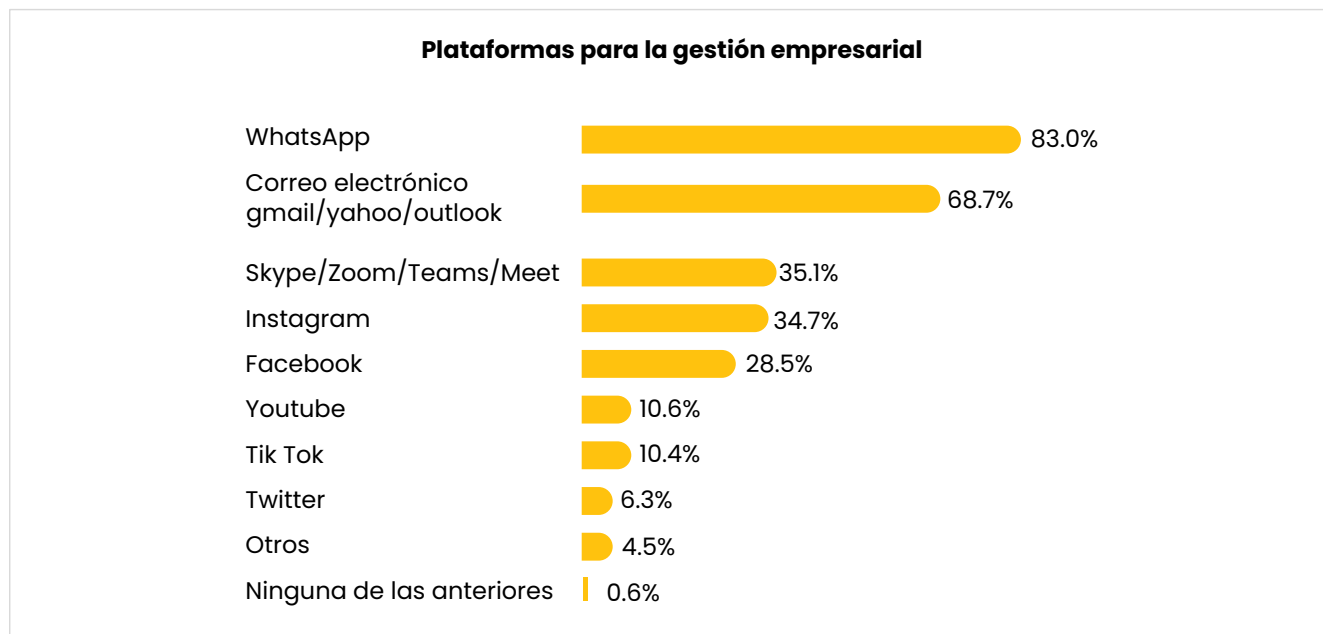
En cuanto al tamaño de las empresas de las mujeres encuestadas, se observa una distribución diversa. Un 33.2% tienen entre 2 y 10 empleados/as, seguidas por un 26.4% con entre 11 y 50 empleados/as. Además, un 19.8% de las empresas tienen más de 200 empleados/as, un 10.9% tienen entre 51 y 200 empleados/as, y un 9.8% solo tiene una trabajadora en el negocio (la encuestada). Estos resultados reflejan una variedad de tamaños de empresas dentro de la muestra.



Fuente: Elaboración propia

Plataformas utilizadas para la gestión de los asuntos de la empresa

Con relación a las plataformas utilizadas para la gestión de los asuntos de la empresa, se destaca que la mayoría de las encuestadas (83%) utilizan WhatsApp como la plataforma principal. Otras plataformas populares son el correo electrónico (68.7%), Instagram (34.7%), Skype/Zoom/Teams/Meet (35.1%) y Facebook (28.5%). Además, se mencionaron en menor medida plataformas como LinkedIn, Twitter, YouTube, TikTok, entre otras. Estos resultados indican que las mujeres empresarias y trabajadoras utilizan diversas herramientas digitales para gestionar los asuntos de sus empresas.



Fuente: Elaboración propia

5.3. Caracterización de las violencias basadas en género en línea

Conocimiento sobre la violencia de género en línea

El 53.4% de las participantes afirmaron haber escuchado hablar de la violencia de género en línea, mientras que el 46.6% restante indicaron no estar familiarizadas con este tema. Estos resultados resaltan la necesidad de continuar educando y sensibilizando sobre los tipos y consecuencias de violencia de género en línea, a fin de prevenir y abordar de manera efectiva estas situaciones.

Actitudes y creencias sociales sobre las violencias basadas en género

El tema de las actitudes y creencias sociales sobre las violencias basadas en género es crucial en la sociedad actual. Estas concepciones arraigadas pueden influir en cómo se percibe, justifica o condena la violencia de género, tanto en línea como en el ámbito laboral. El análisis de estas actitudes es esencial para comprender la magnitud del problema y desarrollar estrategias efectivas para combatirlo. Al entender cómo estas actitudes moldean la percepción de la violencia de género, podemos promover una cultura de respeto, igualdad y no violencia, desafiando los estereotipos de género y fomentando la empatía y la sensibilización sobre el impacto negativo de la violencia de género en las vidas de las personas. Solo al abordar estas concepciones arraigadas podremos construir una sociedad más comprensiva y solidaria, donde todas las personas, independientemente de su género, puedan vivir libres de violencia y discriminación.

Actitudes hacia el acoso en redes sociales

En cuanto a las actitudes hacia el acoso en redes sociales, se observa que la mayoría de las participantes (85.6%) están en desacuerdo (incluyendo "muy en desacuerdo" y "en desacuerdo") con la idea de que es normal acosar a mujeres que publican fotos provocativas o coquetas en las redes sociales. Sin embargo, un porcentaje significativo (14.4%) aún sostiene creencias que justifican este tipo de acoso. Estas actitudes perjudiciales refuerzan la culpabilización de las víctimas y la normalización de la violencia de género en línea. Es fundamental trabajar en la eliminación de estereotipos y prejuicios que perpetúan estas actitudes dañinas.

Percepción sobre comportamientos inapropiados en el lugar de trabajo

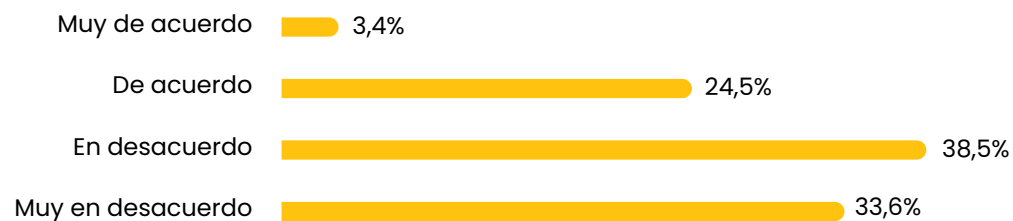
La mayoría de las participantes (91.2%) están en desacuerdo con la idea de que es normal que los compañeros de trabajo o los jefes les digan piropos o les coqueteen en el lugar de trabajo. Sin embargo, un pequeño porcentaje (8.7%) muestra acuerdo o total acuerdo con esta creencia. Estas cifras indican que aún existe un grupo minoritario que justifica comportamientos inapropiados en

Creencias sobre el control de los instintos sexuales

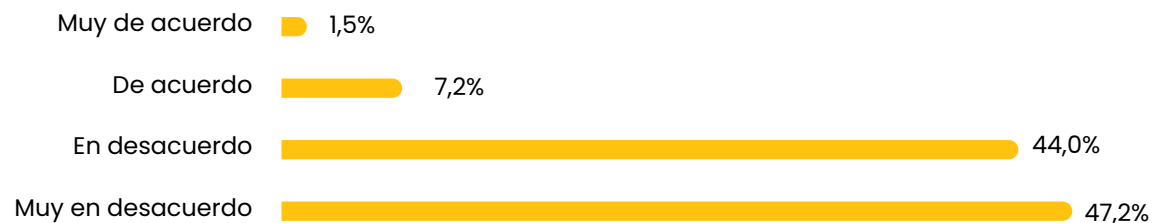
Con relación a las creencias sobre la capacidad de control de los instintos sexuales, se observa que la mayoría de las participantes no están de acuerdo con la afirmación de que es más difícil para los hombres que para las mujeres controlar sus instintos sexuales. El 72.1% de las encuestadas se muestran en desacuerdo o muy en desacuerdo con esta idea. Sin embargo, es preocupante que un porcentaje considerable (27.9%) aún esté de acuerdo o muy de acuerdo con esta creencia. Estas percepciones erróneas refuerzan estereotipos de género y justifican conductas de acoso y violencia sexual. Es esencial promover una educación basada en la igualdad de género y la responsabilidad compartida en el respeto de los límites y consentimiento en las relaciones.

Actitudes y creencias sociales sobre las violencias basadas en género

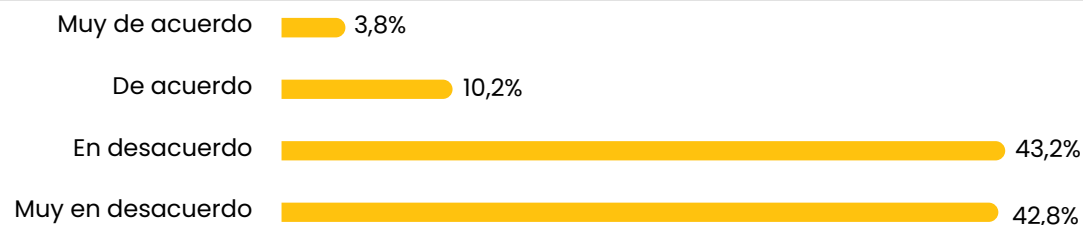
Es más difícil para los hombres que para las mujeres controlar sus instintos sexuales



Es normal que los compañeros de trabajo o los jefes, en el lugar de trabajo, digan piropos a las mujeres o les coqueteen



Si las mujeres publican fotos de ellas con ropas o poses provocativas o coquetas en las redes sociales, es normal que las acosen y les envíen comentarios inapropiados



Fuente : Elaboración propia

Violencias de género en línea

En los resultados obtenidos sobre las violencias basadas en género en línea, se destaca que al menos el 53% de las mujeres encuestadas reportaron haber sufrido algún tipo de violencia de género en el entorno digital. Esta cifra es significativamente superior a las estimaciones de la ONU para Europa, donde se estima que el 23% de las mujeres han experimentado este tipo de violencias⁹. Además, la misma agencia informa que al menos el 30% de las mujeres han sufrido algún tipo de violencia física o sexual¹⁰. Estas cifras ponen de manifiesto la gravedad del problema en la población de mujeres empresarias y trabajadoras en Colombia, y subrayan la necesidad de abordar esta problemática con urgencia. Es crucial implementar medidas efectivas para prevenir y combatir la violencia de género en línea y garantizar un entorno seguro y respetuoso para todas las mujeres en el ámbito digital.

Envío de contenido ofensivo o sexualmente explícito sin autorización

El 53.2% de las participantes afirmaron haber experimentado el envío de imágenes o videos con contenido ofensivo o sexualmente explícito sin su autorización. Estos actos constituyen una violación a la intimidad y son una forma de violencia de género en línea. La alta prevalencia resalta la necesidad de tomar medidas para prevenir y combatir esta forma de violencia, así como promover la conciencia sobre los derechos digitales y la protección de la privacidad.

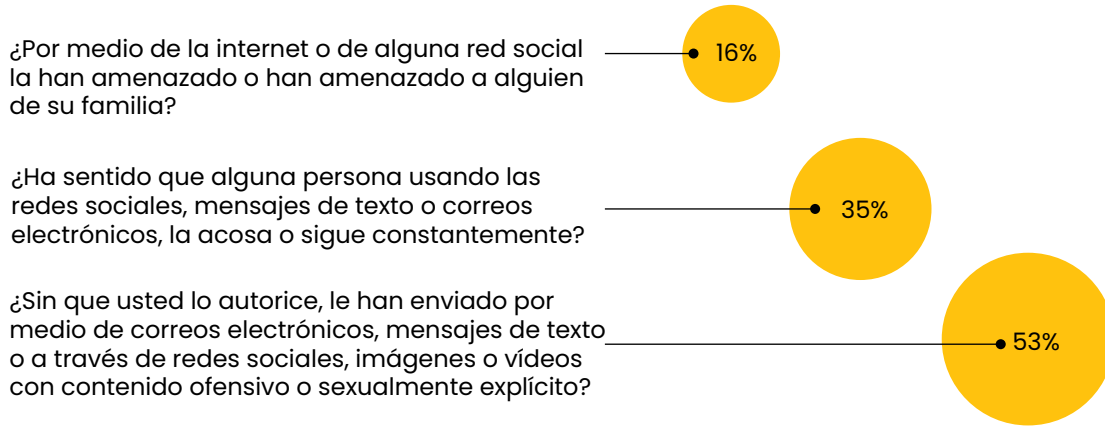
Acoso o seguimiento en redes sociales

El 35.1% de las encuestadas señaló haber sentido acoso o seguimiento constante a través de las redes sociales, mensajes de texto o correos electrónicos. Estas conductas invasivas y persistentes pueden tener un impacto negativo en la salud mental y emocional de las víctimas. Es fundamental fortalecer la seguridad en línea, promover una cultura de respeto y consentimiento, y proporcionar recursos de apoyo y denuncia para aquellas personas que experimentan este tipo de violencia en línea.

Amenazas en línea

Un 16.2% de las participantes reportaron haber experimentado amenazas a través de internet o redes sociales, dirigidas hacia ellas o sus familiares. Estas amenazas pueden generar miedo, inseguridad y angustia en las víctimas. Es esencial tomar medidas para prevenir y abordar estas situaciones, incluyendo la denuncia a las autoridades competentes y el fortalecimiento de la seguridad digital.

Hechos victimizantes de violencias basadas en género

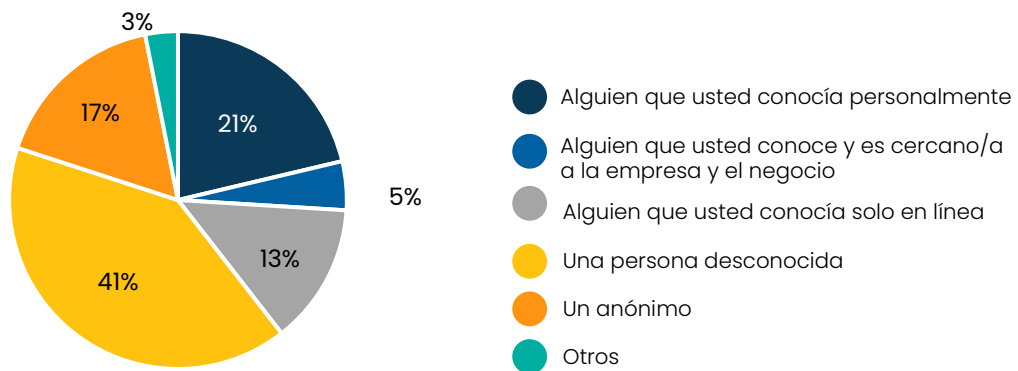


Fuente :Elaboración propia

Relación con el agresor

En cuanto a la relación con el agresor, se observa que la mayoría de las situaciones de violencia en línea fueron perpetradas por alguien desconocido (53.8%), seguido de personas conocidas solo en línea (17.9%) y personas conocidas personalmente (28.3%). Estos hallazgos destacan la importancia de la seguridad y la privacidad en línea, así como la necesidad de educar sobre los riesgos y precauciones en el entorno digital.

Relación con el asesor

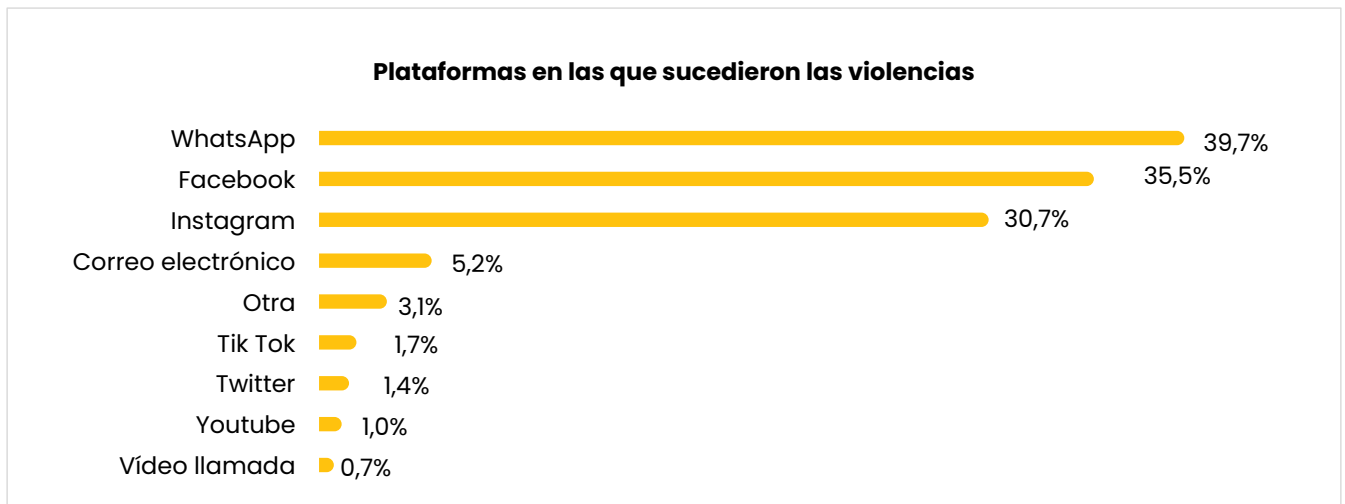


Fuente :Elaboración propia



Plataformas o redes sociales utilizadas para la violencia en línea

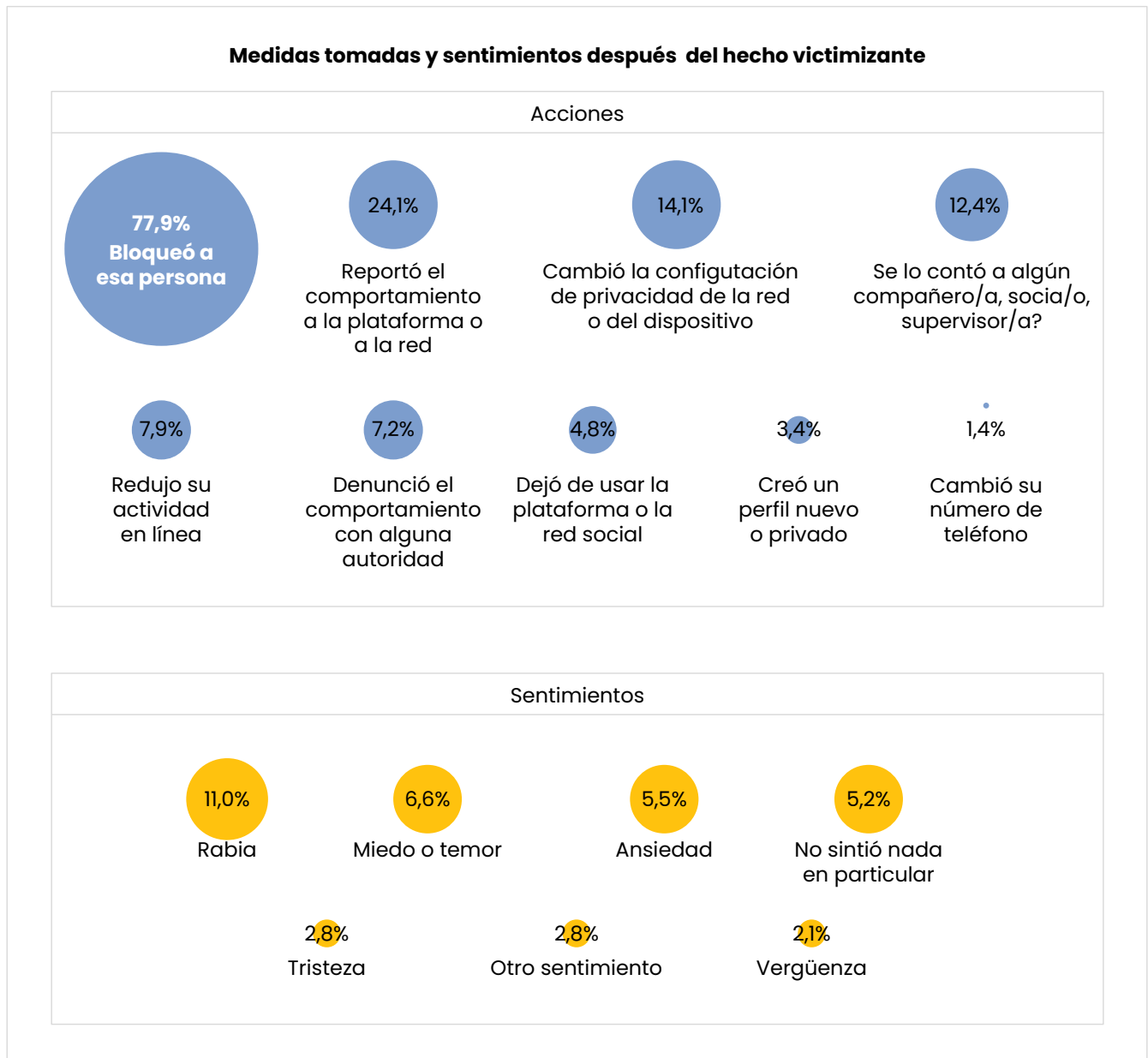
Las principales plataformas o redes sociales utilizadas para la violencia en línea fueron WhatsApp (39.7%), Facebook (35.5%) e Instagram (30.7%). Estos resultados reflejan la importancia de implementar medidas de seguridad y políticas de prevención en estas plataformas, así como promover una mayor conciencia sobre los riesgos asociados y las formas de protección en cada una de ellas.



Fuente: Elaboración propia

Medidas tomadas y sentimientos asociados

La medida más común tomada por las víctimas fue bloquear a la persona agresora (77.9%), seguida de reportar el comportamiento a la plataforma o red (24.1%) y hablar con compañeros/as, socios/as o supervisores/as (12.4%). En términos de sentimientos, se observa que los más frecuentes fueron la rabia (11.0%) y el miedo o temor (6.6%). Estos hallazgos evidencian la importancia de contar con medidas de protección y apoyo para las víctimas, así como con espacios seguros donde puedan compartir sus experiencias y recibir apoyo emocional.



Fuente: Elaboración propia

5.4 Amenazas y desafíos en el entorno empresarial: impacto de la violencia en línea y medidas de prevención

En el entorno empresarial, la presencia digital y el uso de tecnologías de la información y comunicación han revolucionado la forma en que operan las organizaciones. Sin embargo, este avance tecnológico también ha traído nuevos desafíos, como el impacto de la violencia en línea en las empresas. En este acápite presentamos de manera específica el tema de las amenazas y desafíos que enfrenta el entorno empresarial a causa de la violencia en línea, destacando la magnitud de sus implicaciones en el bienestar de los empleados y el buen funcionamiento de las organizaciones. A través del análisis de casos y estadísticas reveladoras, se busca comprender la naturaleza de estas amenazas y su impacto en el ámbito laboral. Asimismo, se presentarán medidas de prevención y respuesta que las empresas pueden implementar para salvaguardar la seguridad y bienestar de su personal, proteger su reputación y continuar prosperando en este entorno digital cada vez más com-

Hackeo de cuentas o suplantación de identidad

El 8.5% de las encuestadas afirmó haber experimentado el hackeo de sus cuentas utilizadas para el negocio, robo de contraseñas o suplantación de identidad en el entorno empresarial. Estas situaciones representan una grave violación de la seguridad digital y pueden tener consecuencias perjudiciales para la reputación y el funcionamiento del negocio. Es fundamental fortalecer las medidas de seguridad y educar a las personas sobre la importancia de proteger su información en línea.

Suplantación de redes sociales de la empresa

Un 4.3% de las participantes informó haber experimentado la suplantación de las redes sociales de su empresa, donde alguien se hizo pasar por ellas para llevar a cabo fraudes, obtener información confidencial o acosar a otras personas. Este tipo de incidentes pueden tener un impacto negativo en la reputación y la confianza en la empresa. Se deben implementar medidas de seguridad y control para prevenirlos, así como proporcionar recursos de apoyo para las víctimas.

Uso de redes sociales para dañar la reputación

Un 4.5% de las encuestadas indicó que se han utilizado las redes sociales o plataformas de su empresa para enviar mensajes o comentarios que dañan su reputación o la del negocio. Estas acciones maliciosas pueden tener consecuencias devastadoras, que afectan la imagen y el crecimiento de la empresa. Es esencial contar con estrategias de gestión de crisis y promover una cultura empresarial basada en el respeto y la responsabilidad en línea.

Experiencias de acoso y discriminación en el entorno empresarial

Se observa que el 20.6% de las participantes ha experimentado sentirse acosada por parte de empleados, socios, proveedores o clientes de la empresa. Además, el 10.2% ha recibido comentarios sexistas, misóginos o de acoso en sus redes sociales personales por parte de personas vinculadas a la empresa. Estas situaciones reflejan la persistencia de actitudes y comportamientos discriminatorios en el entorno laboral. Se deben implementar políticas de tolerancia cero hacia el acoso y la discriminación, así como brindar canales seguros de denuncia y apoyo para las víctimas.

Violencias en línea en el contexto empresarial y daños a la reputación de las empresas

Violencias en el entorno

¿Ha realizado alguna publicación en sus redes sociales personales y ha recibido comentarios sexistas, misóginos o de acoso de parte de algún empleado, socio, proveedor o cliente de la empresa?

10,2%

¿Se ha sentido acosada por parte de algún empleado, socio, proveedor o cliente de la empresa?

20,6%

¿Sin su consentimiento, algún empleado, socio, proveedor o cliente de la empresa se ha contactado con usted por medio de sus redes sociales para enviarle mensajes con contenido ofensivo o inapropiado?

8,1%

Daños a la reputación

¿Han usado las redes sociales o plataformas de su empresa para enviar mensajes o comentarios que dañan su reputación o la de su negocio?

4,5%

¿Han suplantado las redes sociales de su empresa? (una persona se hizo pasar por usted para hacer un fraude, obtener información o acosar a otras/os)

4,3%

¿Le han hackeado alguna de las cuentas que utiliza para el negocio, le han robado alguna de sus contraseñas o han suplantado su identidad en el negocio?

8,5%

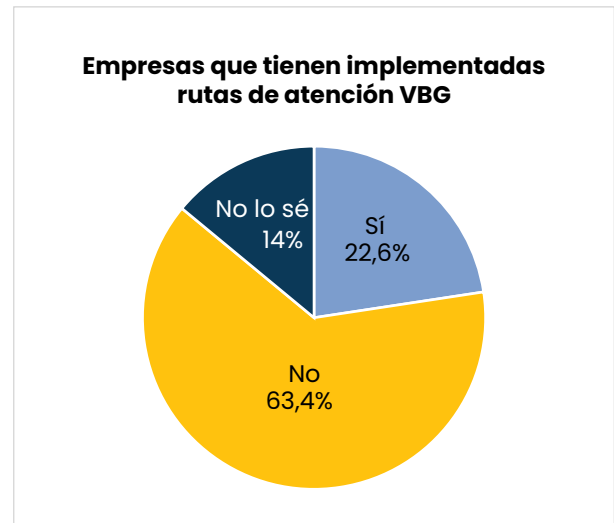
Fuente :Elaboración propia

Inhibición de la publicación en redes sociales

Un 27.9% de las encuestadas indicaron sentirse cohibidas de publicar asuntos en sus redes sociales personales debido a la reacción y los comentarios de empleados, socios, proveedores o clientes de la empresa. Esta inhibición puede limitar la expresión personal y profesional de las mujeres, lo que afecta su bienestar y su libertad en línea. Es fundamental fomentar un entorno laboral inclusivo y respetuoso, donde todas las voces sean valoradas y se promueva la diversidad de opiniones.

Implementación de rutas de atención en la empresa

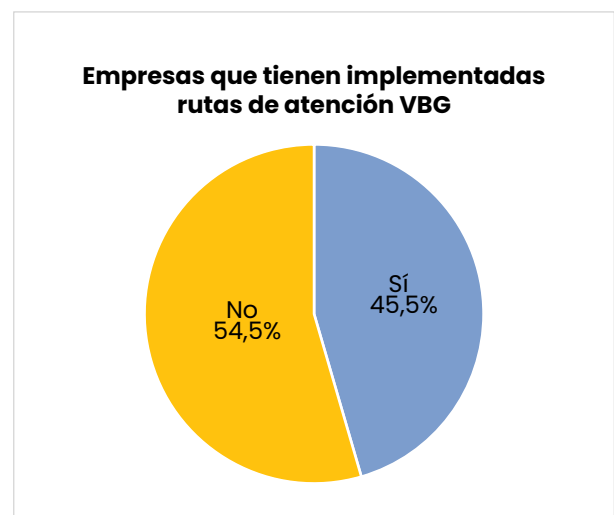
El 22.6% de las encuestadas indicaron que en sus empresas se han implementado rutas de atención, líneas telefónicas o se ha designado a una persona para atender situaciones de violencias basadas en género. Esta medida es fundamental para brindar apoyo y protección a las víctimas, así como para promover un entorno laboral seguro y libre de violencias.



Fuente : Elaboración propia

Conocimiento de dónde acudir ante situaciones de violencias basadas en género

El 45.5% de las participantes afirmaron saber dónde acudir o qué ruta activar en caso de experimentar alguna situación de violencias basadas en género, ya sea en su trabajo o en su vida personal. Sin embargo, el 54.5% indicaron no tener conocimiento sobre las acciones a tomar en tales circunstancias. Esto resalta la importancia de brindar información clara y accesible sobre los recursos y servicios disponibles para las víctimas.



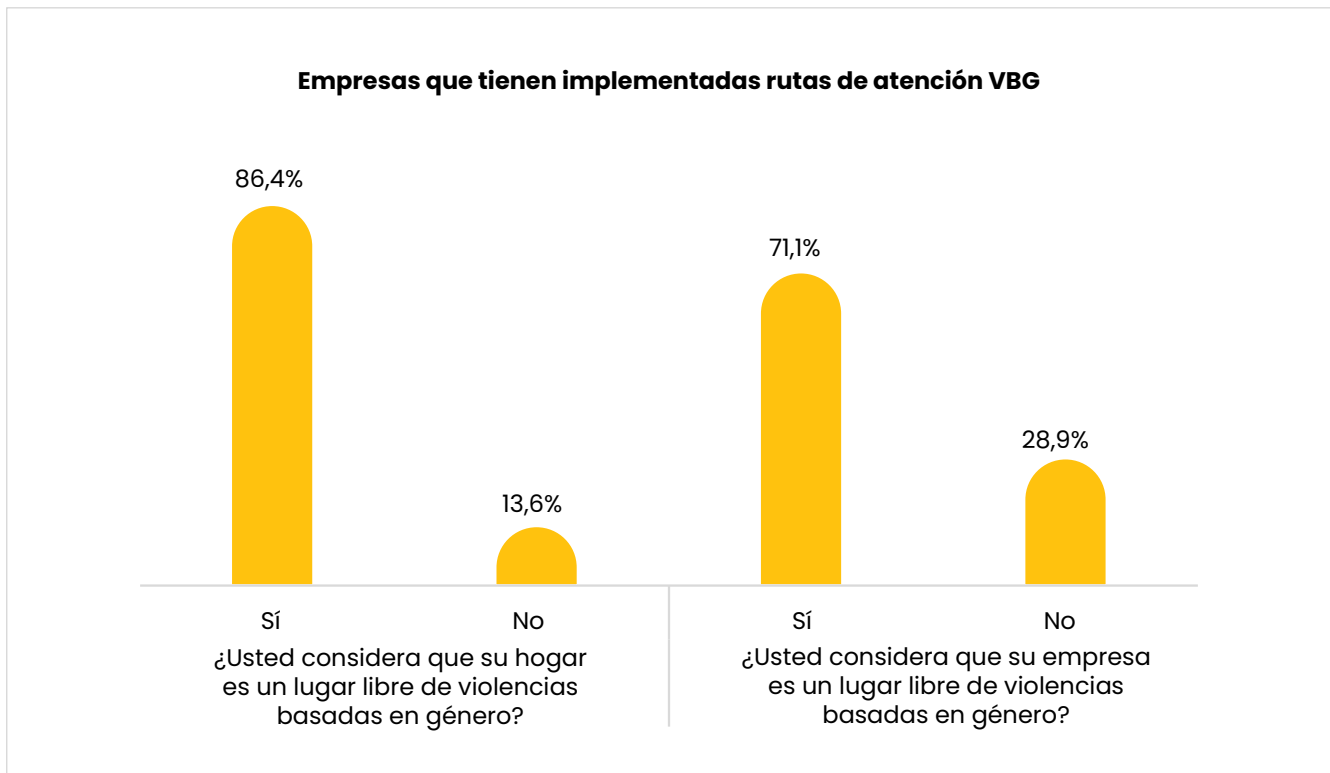
Fuente : Elaboración propia

Percepción de violencias basadas en género en el hogar

Un alto porcentaje (86.4%) considera que su hogar es un lugar libre de violencias basadas en género. Esto es un indicativo positivo de seguridad y bienestar en el ámbito doméstico. Sin embargo, el 13.6% aún percibe la presencia de violencias en su hogar, lo cual subraya la necesidad de seguir trabajando para erradicar estas problemáticas en todos los espacios.

Percepción de violencias basadas en género en la empresa

El 71.1% de las encuestadas consideran que sus empresas son un lugar libre de violencias basadas en género. Esto refleja un ambiente laboral más seguro y respetuoso. Sin embargo, el 28.9% aún perciben la presencia de violencias en sus entornos empresariales, lo cual indica la importancia de continuar promoviendo políticas y medidas para eliminar cualquier forma de violencia o discriminación en el trabajo.



Fuente : Elaboración propia

6

Recomendaciones

6.1. Recomendaciones de política sobre las violencias de género en línea



Programas educativos sobre violencia de género en línea

Implementar programas de educación y sensibilización en escuelas, empresas y comunidades para aumentar la conciencia sobre la violencia de género en línea, sus manifestaciones y consecuencias.



Campañas de prevención del acoso en redes sociales

Desarrollar campañas de sensibilización que promuevan el respeto y la empatía en línea, para desalentar el acoso y cuestionar las creencias que justifiquen este tipo de comportamientos.



Educación en igualdad de género y consentimiento





Integrar en el currículo escolar y universitario, así como en capacitaciones empresariales, la educación en igualdad de género, consentimiento y relaciones saludables, para prevenir actitudes dañinas y promover el respeto mutuo.



Protección de la privacidad y derechos digitales

Implementar políticas y regulaciones que protejan la privacidad de los usuarios en línea y establezcan medidas para combatir el envío de contenido ofensivo o sexual sin autorización.



-  **Líneas de atención y apoyo**
Establecer líneas telefónicas y servicios de atención especializados en violencias basadas en género en línea, donde las víctimas puedan recibir orientación y apoyo emocional, así como denunciar situaciones de violencia.
-  **Fortalecimiento de la seguridad digital**
Colaborar con las plataformas y redes sociales más utilizadas para mejorar sus políticas de seguridad, prevención y respuesta ante situaciones de violencia de género en línea.
-  **Campañas contra la normalización de estereotipos de género**
Realizar campañas mediáticas que cuestionen y desafíen los estereotipos de género que perpetúan la violencia y el acoso en línea. Estas campañas deben hacerse con enfoque creativo, por ejemplo: una campaña en redes sociales que invite a las mujeres a compartir sus experiencias de enfrentar estereotipos de género en línea y cómo han superado los comentarios negativos; una serie de videos cortos que muestran cómo los comentarios y actitudes sexistas en línea pueden afectar la vida real de las mujeres y cómo el respeto en el entorno digital contribuye a un ambiente laboral más equitativo y seguro, o una campaña que resalte historias de mujeres empresarias y trabajadoras que han desafiado estereotipos de género en línea y han logrado éxito en sus emprendimientos.
-  **Acceso a recursos legales y psicosociales**
Facilitar el acceso a recursos legales y psicosociales para las víctimas de violencia de género en línea, garantizando su protección y apoyo en todo momento.



6.2. Construyendo ambientes laborales digitales libres de violencias de género: medidas preventivas para empresas seguras

La implementación de medidas preventivas para construir ambientes laborales digitales libres de violencias de género brinda numerosas ventajas y beneficios para las empresas. Estas acciones, que incluyen establecer políticas de cero tolerancia hacia la violencia en línea, capacitar a empleados y directivos sobre el uso responsable de las tecnologías, crear ambientes seguros y respetuosos, proteger la privacidad de los datos personales, habilitar canales de denuncia confidenciales, monitorear el uso adecuado de las redes sociales, responder rápidamente a denuncias y colaborar con organizaciones especializadas, promueven una cultura laboral inclusiva, empoderadora y más productiva.

Al crear espacios virtuales donde prevalece el respeto, la igualdad de género y la seguridad, se fortalece el bienestar emocional y físico de los empleados, se fomenta la confianza y la lealtad hacia la empresa, y se reduce el riesgo de conflictos y litigios. Además, estas medidas demuestran el compromiso de la empresa con la justicia de género y la responsabilidad social, lo que contribuye a una imagen positiva y atractiva para clientes, socios y potenciales talentos. En este contexto, la adopción de estas políticas y prácticas se convierte en una inversión significativa hacia un futuro laboral más equitativo, respetuoso y exitoso para todos los integrantes de la organización.



Política de cero tolerancia

Establecer una política de cero tolerancia hacia cualquier forma de violencia de género en línea, incluyendo acoso, difamación o discriminación basada en género. Debe quedar claro que estas conductas no serán aceptadas y se tomarán acciones contra quienes las perpetren.



Capacitación y sensibilización

Proporcionar capacitación periódica a los empleados y directivos sobre el uso responsable y respetuoso de las tecnologías de la información y comunicación, haciendo hincapié en el respeto a la igualdad de género.



Crear un ambiente seguro

Fomentar un ambiente en línea seguro y respetuoso mediante el establecimiento de normas de comportamiento y ética digital, que incluyan sanciones para aquellos que violen estas normas. Por ejemplo, con acciones como implementar una política clara que establezca el uso adecuado de las tecnologías en el ámbito laboral, enfatizando el respeto hacia todos los colegas, sin discriminación de género u orientación sexual. Esta política podría incluir prohibiciones explícitas sobre el acoso, difamación o cualquier forma de violencia de género en línea o elaborar un código de conducta digital que contemple cómo se espera que los empleados se comporten en las plataformas digitales de la empresa.



Protección de datos personales

Garantizar la protección de los datos personales de los empleados, especialmente en lo que respecta a información sensible relacionada con su género u orientación sexual, con acciones como limitar el acceso a la información sensible sobre el género u orientación sexual de los empleados solo a aquellos que necesiten utilizarla en el desempeño de sus funciones laborales. Además, implementar medidas de seguridad tecnológica, como contraseñas seguras, cifrado de datos y protección contra accesos no autorizados, para evitar que esta información caiga en manos equivocadas.



Canales de denuncia confidenciales

Implementar canales de denuncia confidenciales para que los empleados puedan reportar cualquier incidente de violencia de género en línea sin temor a represalias.



Monitoreo de redes sociales y comunicaciones

Establecer medidas para monitorear el uso adecuado de las redes sociales y otras plataformas de comunicación interna, asegurándose de que no se estén utilizando para acosar o difamar a otros empleados por motivos de género.



Respuesta rápida y eficiente

Responder de manera rápida y eficiente a las denuncias de violencia de género en línea, investigando adecuadamente cada caso y tomando las acciones disciplinarias necesarias.



Alianzas con organizaciones externas

Colaborar con organizaciones externas especializadas en la prevención de la violencia de género para mejorar las políticas y estrategias implementadas en la empresa.



Educación y concientización

Promover campañas de educación y concientización dirigidas a los empleados sobre la importancia de respetar la igualdad de género en línea y los efectos negativos de la violencia digital.



Evaluación y mejora continua

Evaluar periódicamente la efectividad de las medidas implementadas para prevenir la violencia de género en línea y realizar mejoras continuas según los resultados obtenidos.

6.3. Recomendaciones de política sobre cultura estadística

Para fortalecer la generación y uso de datos confiables en diferentes ámbitos, es fundamental impulsar una cultura estadística en la educación y en la sociedad en general. Esta recomendación de política busca promover la comprensión y valoración de las estadísticas como herramienta clave para la toma de decisiones informadas y el desarrollo sostenible.



Introducción en el currículo educativo

Integrar la enseñanza de conceptos estadísticos en el currículo educativo desde etapas tempranas, enfocándose en una formación práctica y accesible. La incorporación de actividades lúdicas y ejemplos relevantes para los estudiantes facilitará la comprensión de datos y su aplicación en diferentes contextos. Además, implementar programas de capacitación para docentes en estadística y su aplicación pedagógica. Estos programas deben proporcionar herramientas y recursos para enseñar estadísticas de manera efectiva y motivar a los estudiantes a desarrollar habilidades analíticas y de pensamiento crítico.



Difusión y acceso a datos

Facilitar el acceso a datos estadísticos confiables y actualizados mediante plataformas digitales y bibliotecas especializadas. Asimismo, es crucial promover la transparencia y difusión de información estadística relevante para que la sociedad pueda tomar decisiones fundamentadas.



Campañas de concientización

Realizar campañas de sensibilización sobre la importancia de la cultura estadística en la vida cotidiana y en diferentes sectores, destacando cómo los datos pueden respaldar políticas públicas efectivas y el progreso económico y social. Por ejemplo, usar situaciones comunes para mostrar cómo los datos y las estadísticas están presentes en nuestra vida diaria, desde decisiones de compra hasta elecciones políticas. Otra opción sería mostrar estadísticas impactantes sobre temas relevantes, como educación, salud y desigualdad, a través de gráficos interactivos y visualmente atractivos.



Fomento de la investigación

Estimular la investigación en estadística y análisis de datos, incentivando la participación de expertos, académicos y profesionales en el desarrollo de soluciones basadas en datos para los desafíos que enfrenta la sociedad.



Alianzas interinstitucionales

Promover alianzas entre el sector educativo, el sector privado y las instituciones gubernamentales para fortalecer la cultura estadística y compartir mejores prácticas en la recolección, análisis y uso de datos.



Reconocimiento de la cultura estadística

Reconocer y premiar iniciativas que fomenten el uso efectivo de datos y estadísticas en la toma de decisiones y en la resolución de problemas sociales, económicos y ambientales.

Agradecimientos especiales a las cámaras de comercio de Cali, Medellín y Bogotá por facilitar las bases de datos y la coordinación para el mensaje masivo a empresarias.





CENTER FOR INTERNATIONAL
PRIVATE ENTERPRISE



UNIVERSIDAD
ICESI

AOTRO
NIVEL



OEM
OBSERVATORIO PARA LA
EQUIDAD DE LAS MUJERES