



La evolución del rol de la mujer mexicana en la **sociedad y el sector tecnológico**



KARLA AGUILAR

Gerente de Marketing
y Comunicación para
NEORIS México

El hablar de feminismo es hablar de una historia evolutiva en construcción, si bien es cierto el término está en voga, no es nuevo, ni una lucha reciente.

Dora Barranco en su reciente libro titulado: "Historia mínima de los feminismos en América Latina", **evoca a Sor Juana Inés de la Cruz como la figura mexicana feminista pionera en el tema**, quien por medio de diferentes géneros literarios desde el siglo XVII, predicaba a favor de los derechos de las mujeres.

Pero entonces, ¿como si desde el siglo XVII se habla de los derechos de las mujeres, no fue sino hasta 1955 que se gana el derecho al voto de la mujer en México?, la realidad es que se hace necesaria una respuesta colectiva para la reivindicación de los derechos igualitarios.

Como sociedad nos llevó más de 45 años formalizar los derechos de la mujer al voto, y comenzar a crear una memoria colectiva que iría poco a poco reivindicando la voz de la mujer en nuestro país. ¿Por qué entonces después de 66 años haber conseguido el derecho al voto seguimos teniendo problemas de violencia de género y de falta de reconocimiento de la igualdad de derechos?

Si bien es cierto que la pluralidad es inexorable para las sociedades evolucionadas, la construcción conceptual del significado de ser mujer se pone a prueba cuando existen desigualdades estructurales. Las mujeres tienen mayores tasas de graduación de educación universitaria que los hombres (21% comparado contra 18%), no obstante, un estudio realizado por la Conapred en 2018:

Las mexicanas ganan en promedio un 34% menos que los hombres.



Por mi parte, empecé mi carrera profesional como docente en inglés en una primaria federal mexicana, desde muy joven me pude dar cuenta que la educación sería el pilar que sostendría mi desarrollo profesional, hoy como líder de comunicaciones en una de las aceleradoras digitales más grandes del país, reafirmo mi apuesta por la educación como medio de la construcción de la potencia transformadora de las mujeres mexicanas.

Y con gusto puedo darme cuenta que las mujeres hemos logrado ganar espacios que antes estaban "reservados" solo para hombres, un claro ejemplo es la industria tecnológica. **De acuerdo con un reciente estudio de LinkedIn, la presencia femenina en cargos altos en la industria tecnológica en:**



Hoy puedo decir que soy testigo de estas cifras, de cómo la industria de la tecnología y la transformación digital ha dado cabida a colegas femeninas a incursionar como líderes, hemos demostrado la capacidad que tenemos para entrar en cualquier ámbito y el sector digital no es la excepción. La transformación digital necesita mujeres. Y no estoy hablando de superioridad femenina, sino de igualdad de oportunidades, de buscar que hombres y mujeres tengan las mismas oportunidades de crecer y ser líderes en el ámbito. Si bien todavía hay un gran camino por recorrer en este sentido, las cifras lo avalan.

De acuerdo con McKinsey Global Institute la igualdad de género podría aumentar en \$12 billones por año la economía mundial para el 2024.

El hablar de feminismo no solo es hablar de garantizar el derecho al voto, es hablar el derecho económico de las mujeres, para elegir su carrera, para desarrollar su potencial en un ambiente seguro, es hablar de brindar empoderamiento económico y autonomía suficiente para que podamos desarrollar nuestras habilidades como profesionales y como parte de una sociedad igualitaria.



Las mujeres mexicanas tenemos el derecho a elegir como vivir, que vestir, a ser profesionales y a tener una familia si así lo decidimos, sin tener que elegir entre una u otra cosa, **es tiempo de encausar los esfuerzos a brindar mayor acceso a la educación para que más mujeres de todos los estratos económicos puedan construir su propia historia de éxito, sin colocar etiquetas preconcebidas acerca de qué significa el éxito.**

Celebro los espacios ganados que hoy tenemos e invito a hombres y mujeres por igual, a continuar abriendo brecha y consolidar este camino, para que, en un tiempo cercano, nuestra reflexión no sea acerca de la incursión de las mujeres, sino el cómo seguir haciendo crecer industrias en conjunto.



La anacronía entre la capacidad visionaria y la posibilidad de crear un cambio desde el empoderamiento económico de la mujer debe seguir siendo un tema relevante en la evolución de nuestra sociedad actual.



Acerca de la autora



Con más 20 años de trayectoria Karla ha desarrollado, administrado negocios y ejecutado exitosas estrategias para alrededor de 150 marcas en México y América Latina. Ha liderado equipos de Marketing para compañías globales y desde hace más de 5 años está enfocada en empresas de TI, además de un profundo conocimiento del entorno minorista.

Es experta en la gestión de Grandes Eventos de TI para la generación de LEADS y experiencias.

Inició su carrera muy joven, aun siendo estudiante, en el sector de educación, posteriormente en el ramo hotelero, en donde estuvo alrededor de ocho años. Se incorporó a Cinemark en 2004, en donde permaneció dos años, para luego incorporarse a la subdistribuidora Diamond HAE.

Es en Diamond HAE, donde tiene su primer contacto con BOSE, la estadounidense de soluciones de audio, desarrollando planes de marketing para la marca, con los que se incrementan las ventas y en consecuencia, crecer el mercado para la marca en el occidente del país entre 2006 a 2008. Oficialmente, Karla se incorpora a BOSE en 2008, en 2011 se convierte en Gerente de PR y Retail para LATAM.

Posteriormente colaboró para corporativos como Panduit Corp, Natura Labs, hasta su incorporación a NEORIS en 2018, en donde actualmente es Líder de Comunicación y Marketing de México. Su amplia experiencia en diversos sectores le ha brindado la visión estratégica para la generación y gestión de distintos canales de comunicación con impacto positivo en el negocio, no solo para México sino para la región.

Karla es egresada de la Licenciatura en Estudios Internacionales de la Universidad de Guadalajara, con una Maestría en Mercadotecnia Global por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Para cualquier duda puede contactar karla.aguilar@neoris.com