



MUJERES E INCLUSIÓN SOCIAL

INVESTIGACIÓN Y ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN
Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL



Coord.

Agulló Tomás, Esteban
Llosa Fernández, José Antonio
Menéndez Espina, Sara
Rúa Arruñada, Elena
Ventosa Varona, Loreto

Mujeres e inclusión social: Investigación y estrategias de innovación y transformación social.
ISBN: 978-84-09-24830-8 (No comercial)
Depósito Legal: AS02054-2020

Publica:
EAPN – AS (Red Europea de Lucha Contra la Pobreza y la Exclusión Social en Asturias)
Dirección General de Planificación, Ordenación y Adaptación al Cambio Social, Consejería de Derechos Sociales y Bienestar del Principado de Asturias

Edita:
EAPN-AS (Red Europea de Lucha Contra la Pobreza y la Exclusión Social en Asturias)
Avda. Gijón, nº5 - Bajo — 33402, Avilés (Asturias)

Editoras/es (Comisión de estudios y análisis de EAPN Asturias)
Agulló Tomás, Esteban
Llosa Fernández, José Antonio
Menéndez Espina, Sara
Rúa Arruñada, Elena
Ventosa Varona, Loreto

Diseño y maquetación: Juaco Amado

Financiación: Esta publicación cuenta con el apoyo económico de la Consejería de Derechos Sociales y Bienestar del Principado de Asturias.



Licencia Creative Commons 4.0

Los textos publicados en este libro están sujetos a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons desde marzo 2014 (anteriormente Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada). Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente y hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre del libro, institución editora) de la manera especificada por los autores o editores. La licencia completa se puede consultar en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



© 2020. Los derechos de autor de los capítulos de este libro corresponden a sus respectivos autores.

© 2020. Los derechos de autor de la presente edición corresponden a EAPN-AS y la Consejería de Derechos Sociales y Bienestar del Principado de Asturias.

#MujeresIn: Sensibilización para la inclusión laboral de Mujeres Inmigrantes

Accem

Contextualización y origen de la campaña

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

La sociedad española está formada por más de 47 millones de personas, un universo plural y diverso en el que convivimos seres humanos de diferentes géneros, orígenes, rasgos, capacidades o culturas. Del total de la población, casi 24 millones de personas son mujeres (un 51 %) y el 11% son personas de origen extranjero, con prácticamente el mismo número de hombres y de mujeres (*Datos extraídos del INE. Estadística de Padrón Continuo 2019*).

Brecha de género

Según datos publicados por la EPA del cuarto trimestre de 2018, la realidad nos muestra que existe una importante brecha de género, que se puede observar muy especialmente en los índices de desempleo y en los salarios. Junto a esta brecha de género actúa también la diferencia según el origen, en función de si se trata de una persona nacida en España o de origen extranjero.

Vemos, por tanto, como las mujeres migrantes tienden a sufrir más el desempleo y cobrar salarios más bajos. El género y el origen son variables decisivas en las situaciones de desigualdad de las mujeres de origen migrante, así como en sus condiciones de vulnerabilidad social, laboral y doméstica. Cuando hablamos de empleo, tanto de acceso como de promoción, se constata una clara desventaja en la situación de la mujer extranjera.

Discriminación interseccional

Cuando hablamos de las formas de discriminación a las que se deben enfrentar las mujeres migrantes tenemos que hablar de **discriminación interseccional o discriminación múltiple**, que se produce cuando diferentes factores de discriminación se mezclan, se combinan y generan nuevas formas de discriminación.

Junto a la discriminación por motivos de género, por origen y por su condición social como migrante, pueden darse otros rasgos de identidad (edad, orientación sexual, nivel educativo, etc.), que también pueden generar discriminación. La **mirada interseccional** toma en cuenta todos los factores que pueden generar discriminación y que desembocan en particulares formas de rechazo y marginación social.

Principales sectores de ocupación

Si nos paramos a analizar en qué sectores se emplea a una mayor cantidad de trabajadoras migrantes es el de las llamadas 'ocupaciones elementales', a las que se dedican el 40 % de las mujeres inmigrantes que están trabajando. Otro 34% de las

mujeres inmigrantes trabajan en servicios de restauración, cuidados o como vendedoras. Entre ambos sectores se ocupan el 74% de las mujeres migrantes. Solo el 8% de ellas se dedican a profesiones científicas o intelectuales; el 6 % a trabajos administrativos y únicamente el 2% ocupan cargos directivos o gerentes. (*Datos extraídos de la EPA 4ª trimestre 2018*).

Sobre-cualificación y pérdida de estatus

En la mayoría de los casos, las mujeres migrantes experimentan a menudo un sensible descenso en su estatus social con respecto al que tenían en su país de origen, al ocupar puestos muy por debajo de sus capacidades y cualificación profesional.

Los datos extraídos de la EPA del 4T de 2018, nos muestran que hasta un 22% de las mujeres de origen extranjero que tienen estudios universitarios trabajan en el sector de las llamadas 'ocupaciones elementales'. En contraste, únicamente el 2% de las mujeres españolas con estudios universitarios ocupan este tipo de trabajos. Esta realidad lleva aparejada con frecuencia una gran sensación de frustración.

Trabajo doméstico

Según las estadísticas publicadas por la Seguridad Social relativas a la afiliación y alta de trabajadores en alta laboral (media anual 2017), **el 43 % de las mujeres que se emplean en el servicio doméstico es de origen extranjero**. Este sector, feminizado hasta el extremo, ha sido abandonado en las últimas décadas por las mujeres autóctonas recayendo progresivamente sobre las trabajadoras de origen extranjero, que lo perciben como una puerta de entrada al mercado laboral.

Sin embargo, y pese a su importancia en términos de cohesión social, el servicio doméstico (mantenimiento del hogar y cuidado de personas) se ve afectado de manera decisiva por la falta de consideración social. Soporta, en consecuencia, características poco deseables, como su situación de desregulación, el alto índice de empleo sumergido e irregular, su invisibilidad, extrema precariedad, así como la indefensión y vulnerabilidad de sus trabajadoras.

Condiciones de empleo

Las condiciones de trabajo que sufren las mujeres migrantes se caracterizan, en términos generales, por presentar una mayor precariedad. Lo hemos visto en los salarios, en las formas de discriminación y en los sectores de empleo, pero hay más. Aquí algunas conclusiones de la Encuesta Nacional de Trabajo (2015):

- Las mujeres migrantes se ven obligadas más a menudo a tener más de un empleo y a trabajar seis días por semana.

- Tienen más difícil conseguir alguna hora libre en el trabajo para asuntos familiares o personales.
- Pueden trabajar menos en equipo y tienen menos oportunidad de planificar su trabajo.
- Sufren más frecuentemente situaciones de acoso sexual y atención sexual no deseada.
- El 62 % de las mujeres migrantes afirman que les cuesta llegar a fin de mes.

PRINCIPALES BARRERAS CON LAS QUE SE ENFRENTAN LAS MUJERES INMIGRANTES

Barreras por ser migrantes

Las mujeres migrantes se enfrentan con una serie de barreras y dificultades para conseguir su inserción laboral en España. Algunas son derivadas del hecho de que son mujeres; otras están relacionadas con su condición de inmigrantes y hay barreras que son consecuencia de la mezcla de ambas circunstancias e incluso algunas más (como la edad, la religión o la clase social). Esta es la coctelera de la discriminación:

- Lingüísticas y culturales.
- Condiciones socioeconómicas
- Discriminación: xenofobia y racismo
- Psicosociales
- Legales y Administrativas
- Reconocimiento académico
- Falta de redes de apoyo
- Infravaloración

Barreras por ser mujer

Además, las mujeres nos encontramos por el simple hecho de ser mujer, otras barreras que se sumarían a las anteriores barreras descritas lo que dificulta todavía más su integración en la sociedad. Estas barreras serían:

- Sociedad Patriarcal.
- Estereotipos asociados al género femenino.
- Dificultades de conciliación familiar.
- Brecha de género.
- Dificultades de promoción.
- Acoso sexual.

Barreras por ser mujeres inmigrantes

Por tanto, si sumamos las anteriores dificultades nos encontramos con una serie de barreras específicas para las mujeres inmigrantes propias de este colectivo que

lo sitúan en una situación de extrema necesidad y de extrema vulnerabilidad ante un trato injusto y posibles abusos:

- *Discriminación interseccional*. Familias monoparentales. Existe un elevado número de familias sostenidas por mujeres migrantes para quienes la búsqueda de empleo o el acceso a la formación se convierten en una tarea heroica al tener que sostener al mismo tiempo todo el trabajo doméstico y de cuidado de los hijos e hijas.
- *Nichos étnicos de empleo*. Se utiliza esta expresión para hablar de la concentración de población inmigrante en determinadas ocupaciones del mercado laboral. Si añadimos la variable de género, observamos sectores, muy precarios, con presencia mayoritaria de la mujer migrante, como el servicio doméstico o el cuidado de mayores y niños/as.

ORIGEN DE LA CAMPAÑA

Es desde este contexto, desde el cual Accem **diseña la campaña MujeresIN** que surge de la necesidad de crear un programa de sensibilización que, bajo la perspectiva de género ayude a la **sensibilización social para contribuir a facilitar la inclusión laboral de las mujeres migrantes en España**, haciendo frente a las actitudes discriminatorias, tanto de carácter xenófobo y racista como de carácter misógino y machista.

TABLA 1.

Resumen de las principales barreras a las que se enfrentan las mujeres inmigrantes

Barreras por ser migrantes	Barreras por ser mujer	Barreras por ser mujer e inmigrante
1. Lingüísticas y culturales.	1. Sociedad Patriarcal	1. Discriminación interseccional
2. Condiciones socioeconómicas.	2. Estereotipos asociados al género femenino.	2. Familias monoparentales
3. Discriminación: xenofobia y racismo.	3. Dificultades de conciliación familiar	3. Nichos étnicos de empleo
4. Psicosociales.	4. Brecha de género	
5. Legales y Administrativas.	5. Dificultades de promoción	
6. Reconocimiento académico.	6. Acoso sexual	
7. Falta de redes de apoyo.		
8. Infravaloración		

El desarrollo profesional ofrece la posibilidad de poner en práctica habilidades, capacidades y aptitudes; ampliar conocimientos y abre el camino a nuevas oportunidades, a puestos de más responsabilidad y reconocimiento.

Mejora de la autoestima

La conquista de la autonomía, la consecución de ingresos, el sustento económico de la familia o la incorporación a la vida productiva redundan en una mejora sensible de la autoestima de las mujeres migrantes, que refuerzan el concepto que tienen de sí mismas.

Mirando al futuro

Acceder al mercado de trabajo regularizado, con contrato y afiliación a la Seguridad Social, supone también una mejora importante de cara a la calidad de vida futura, cuando llegue el momento de la jubilación y de calcular la cuantía de la pensión.

Nuevas redes de apoyo

Acceder al mercado de trabajo regularizado, con contrato y afiliación a la Seguridad Social, supone también una mejora importante de cara a la calidad de vida futura, cuando llegue el momento de la jubilación y de calcular la cuantía de la pensión.

Reconocimiento de derechos

La legislación vincula la consecución y mantenimiento de un empleo con la situación administrativa regular. Por tanto, la conquista de la estabilidad en el empleo se hace imprescindible para alcanzar cierto bienestar y poder desarrollar un proyecto de vida.

Satisfacción y bienestar personal

Es la síntesis de todos los impactos positivos que hemos descrito. La inclusión laboral permite aumentar la sensación y bienestar personal, las posibilidades, en definitiva, de desarrollar una vida plena y feliz.

¿QUÉ OBJETIVOS PRETENDEMOS CONSEGUIR CON LA CAMPAÑA?

Los objetivos de la campaña son:

- › Contribuir al conocimiento colectivo y sensibilizar a la población en general sobre la realidad de las mujeres inmigrantes y su capacidad para generar impactos positivos en la sociedad española.
- › Promover el valor de la igualdad como garante de la cohesión social y prosperidad para el país fomentando un cambio de actitud en aquellos ciudadanos/as que, de antemano, prejuzgan a la población inmigrante.
- › Fomentar la concienciación de la sociedad para que demanden un mayor compromiso con la igualdad y la no discriminación hacia las mujeres inmigrantes por parte de las empresas.
- › Empoderar a las mujeres inmigrantes para la puesta en práctica de sus derechos y la utilización de herramientas para reforzar su confianza en su acceso al mercado laboral.

Por tanto, queremos mostrar la fuerza de las mujeres inmigrantes, el valor, las historias, la experiencia que hay detrás de una mujer que ha renunciado a su entorno y que por diversas circunstancias (en muchos casos, guerras, discriminaciones, necesidades económicas, persecuciones, necesidades familiares y muchos otros motivos) abandona todo lo que le rodea y decide iniciar una nueva vida.

Queremos implicar también a la sociedad a la que va dirigido nuestro mensaje, ya que es un reto de todos reconocer y aceptar el valor de esa fuerza imparabile que aporta una mujer que desea incorporarse al mercado laboral. Y al hacerlo nos convertimos, sin duda, en una sociedad mejor.

¿A QUIEN SE DIRIGE LA CAMPAÑA?

La campaña se dirige a la población, en general, dirigiendo nuestros esfuerzos, especialmente, a aquellos grupos con una especial incidencia como elemento integrador tales como empresas, asociaciones empresariales, entidades sociales, etc. Se estima que el alcance de la campaña llegue a un total de 225.060 potenciales beneficiarios entre los medios de difusión online y offline.

EJES QUE ESTRUCTURAN EL PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN

Las acciones del programa se han estructurado siguiendo los siguientes ejes:

- › **Documentación y análisis.** Se recopila aquella información que nos permite contextualizar aquellos aspectos concretos que afectan a las mujeres inmigrantes en el proceso de incorporación del mercado de trabajo.
- › **Diseño de la campaña.** A partir del trabajo anterior se desarrollan aquellos elementos y contenidos que componen la campaña como son:

A. Microlanding o web (información de la campaña, buenas prácticas, blog con testimonios, video) <https://personasin.accem.es/>



B. Materiales de Difusión con la imagen de la campaña (Cartelería, flyers, libretas, video...). Se han creado diferentes materiales de difusión de la campaña que ayudan a dar visibilidad a la misma. Mediante la distribución de los materiales nos aseguramos que el mensaje llegue al mayor número de personas posible.

- › **Plan de comunicación y acciones a desarrollar de cara a la difusión de la campaña:**
 - Acciones de sensibilización dirigidas a empresas.
 - Acciones de sensibilización dirigidas a asociaciones empresariales.
 - Presentación de la campaña a entidades sociales, especialmente a aquellas cuyo objeto sea la defensa de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

- Realización de talleres de sensibilización.
- Difusión de la campaña a través de los diferentes canales de difusión de Accem (web y redes sociales).
- Difusión de la campaña a través de medios de comunicación (prensa, TV, radio...).
- Etc.

#mujeresin

Sin discriminación, sin etiquetas, sin prejuicios

TRABAJANDO POR LA INTEGRACIÓN EN IGUALDAD

Ser hombre o mujer no define tu capacidad profesional. Cuando necesitas una persona profesional no te preocupas si es más de mano de montaje, si es fan de Madonna o de Lady Gaga, si sigue a Los Simpson o es incondicional de Friends. Y entonces ¿crees que importa su género o su lugar de origen?

El talento y la cualificación profesional no entienden de géneros ni de fronteras.
Una sociedad que progresa y avanza a sus profesionales sin distinciones.

mujeresin.es

Accem