



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Máster

Red de estudios de GÉNERO en ARAGÓN: GenAraNet

Autora

D^a María Gracia Monterde

Directores

Dra. D^a Piedad Garrido Picazo

Dr. D. Rubén Ramos Antón

Facultad

Filosofía y Letras (Zaragoza)

Año

2018-2019



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-Compartir igual.

Dicha licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, siempre y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>>

Resumen

GenAraNet es una propuesta de red en Estudios de Género que desea propiciar la colaboración de especialistas de la educación, con el objetivo de investigar las causas y las formas de la desigualdad, en cuanto a razones de género. En este sentido, y con el fin de recoger las políticas y estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, se ha abordado el diseño de un Plan de Comunicación e imagen corporativa, documento indispensable para cualquier organización y en el que se recogen las políticas y estrategias comunicativas a seguir. Este Trabajo Final de Máster (TFM) consta de los siguientes apartados: una introducción que recoge la justificación, los objetivos, el estado de la cuestión y la metodología que se ha seguido. Asimismo, consta de un desarrollo analítico de un plan de comunicación, en el que se estudia la situación de la asociación, sus objetivos, su público, su mensaje y los canales que emplea, así como el calendario que sigue y el presupuesto. Para finalizar, se propone una imagen de marca para esta asociación.

Abstract

GenAraNet is a network of Gender Studies that wishes to encourage the collaboration of education specialists, with the objective of investigating the causes and forms of inequality, in terms of gender. With this objective, the design of a Communication Plan has been addressed —indispensable document for any organization and in which the communicative policies and strategies to follow are collected. This Master Final Project (TFM) consists of the following sections: an introduction that includes the justification, the objectives, the state of the question and the methodology that has been followed. It also consists of an analytical development of a communication plan and corporate image, in which the association's situation, its objectives, its public, its message and the channels it uses are studied, as well as the calendar that follows and the budget. Finally, a brand image for this association is proposed.

Palabras clave: género, mujer, educación y red.

Keywords: gender, woman, education, network.

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	5
1.1. Justificación	10
1.2. Objetivos.....	11
1.3. Estado de la cuestión.....	12
1.3.1. Concepto: Plan de Comunicación	15
1.4. Metodología.....	17
2. Desarrollo Analítico: Plan de Comunicación	20
2.1. Situación de la Asociación.....	20
2.1.1. Historia de GenAraNet.....	21
2.1.2. Entorno genérico: Análisis PEST.....	22
2.1.3. Entorno externo e interno: Análisis DAFO.....	26
2.2. Objetivos	32
2.3. Acciones.....	33
2.4. Públicos	34
2.5. Mensajes	39
2.6. Canales	40
2.7. Calendario.....	43
2.8. Presupuesto	46
2.8.1. Evaluación de los objetivos propios.....	47
3. Propuesta: Imagen de marca.....	48
4. Conclusión	50
5. Bibliografía	51
6. Anexo	55

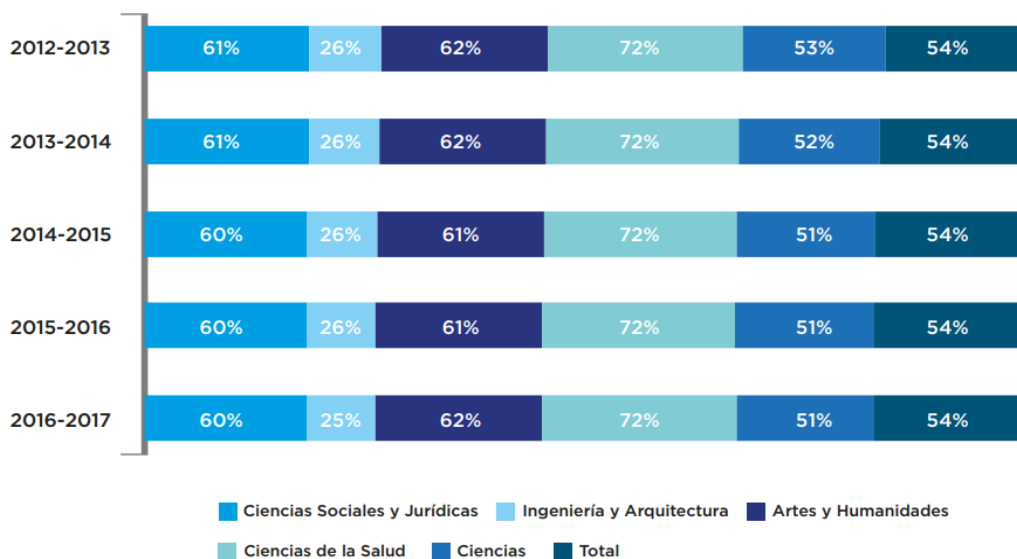
1. INTRODUCCIÓN

Las transformaciones sociales acontecidas en España durante el siglo XX han tenido su reflejo en la progresiva integración de las mujeres en el ámbito laboral y su voluntad de permanencia, en él, han supuesto una considerable “revolución social”. Durante los últimos 30 años, las mujeres españolas han protagonizado el mayor avance de toda su historia. Sin embargo, la realidad social y económica no refleja aún la igualdad plena y efectiva de derechos que reconoce la Constitución de 1978, a la mujer, como parte de su estatuto de ciudadanía. Las políticas de “Igualdad de oportunidades” —articuladas en los años 80 y 90— trataron de remover los obstáculos legales, económicos, sociales, culturales y de poder para que las mujeres pudieran mejorar y aumentar su visibilidad, pero no han logrado acabar con la desigualdad. Así lo confirman los numerosos datos sobre las marcadas diferencias entre el empleo femenino y masculino, a lo largo del tiempo, y la Agenda 2030 de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, con el fin de garantizar una educación inclusiva y de calidad, promoviendo oportunidades de aprendizaje. Por ejemplo, la valoración de la brecha salarial en los últimos años de los que se disponen datos sobre salarios desagregados por sexo, pone de relieve que, desde 2010 al 2014, la brecha salarial no dejó de aumentar, volviéndose a situar en 2015 por encima de la que se soportó en 2010.

Año	Ambos sexos	Mujeres	Hombres	% Brecha Salarial	Brecha Salarial en euros	Variación del IPC
2010	22.790,20	19.735,22	25.479,74	22,55	5.744,52	1,8
2011	22.899,35	19.767,59	25.667,89	22,98	5.900,30	3,2
2012	22.726,44	19.537,33	25.682,05	23,92	6.144,72	2,4
2013	22.697,86	19.514,58	25.675,17	23,99	6.160,59	1,4
2014	22.858,17	19.744,82	25.727,24	23,25	5.982,42	-0,2
2015	23.106,30	20.051,30	25.992,76	22,86	5.941,46	-0,5
Evolución salarios y brechas 2010-2015	+1,37 %	+1,58 %	+1,97 %	+0,31 puntos	-196,94	+8,1

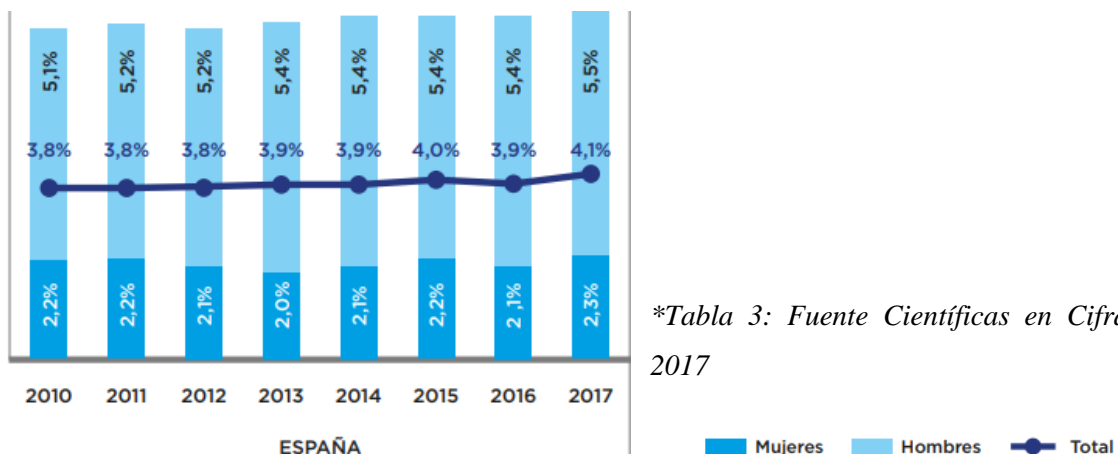
*Tabla1.Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

Paralelamente, la cifra de mujeres matriculadas en estudios científicotecnológicos va disminuyendo. Según la UNESCO, solo un 28% de los investigadores científicos en el mundo son mujeres. En España, solo uno de cada cuatro estudiantes de Ingeniería es mujer, según el Ministerio de Educación. Por ejemplo, en Teruel, hace aproximadamente siete años que no se matriculaba ninguna chica en Ingeniería informática. Quizás se deba a la falta de vocación o a la poca visibilidad que se le ha dado a las mujeres investigadoras en los centros de enseñanza y en la sociedad. Las niñas necesitan referentes femeninos en este ámbito. En concreto, he aquí un ejemplo de las pocas matriculaciones femeninas en el sector de la Ingeniería o Ciencias:



*Tabla 2: Fuente Científicas en Cifras 2017

Se observa como disminuye la matriculación en Ciencias y como se mantienen las cifras en Artes y Humanidades. Esto también puede ser causado (Tabla 3) porque la tasa de población ocupada en el sector de la industria tecnológica no haya avanzado apenas, brindando menos oportunidades a las mujeres:



*Tabla 3: Fuente Científicas en Cifras 2017

De ahí la necesidad urgente, ya en pleno siglo XXI, de la puesta en marcha de políticas “transversales” de igualdad de género en sectores como el empleo, educación, sanidad, sociedad de la información, desarrollo rural, vivienda, etc. La Unión Europea, en sus Tratados, Directivas y Recomendaciones, ha articulado una normativa legal en relación con la igualdad de género, de obligado cumplimiento para sus países miembros. Tanto el Tratado de Ámsterdam (1997), como la Carta de Derechos de Niza (2000) y el Tratado de Lisboa (2009) incluyen artículos específicos que reconocen la igualdad entre mujeres y hombres como un derecho fundamental de la ciudadanía europea. En España, destaca como hito fundamental la aprobación de la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (3/2007, de 22 de marzo), que declara necesaria, en su exposición de motivos, *“una acción normativa dirigida a combatir todas las manifestaciones aún subsistentes de discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo y a promover la igualdad real entre mujeres y hombres, con remoción de los obstáculos y estereotipos sociales que impiden alcanzarla”* (BOE, 23 marzo 2007, p.12611). La LO 3/2007 se apoya en los principios legales de “Acción positiva” —que implican tomar medidas compensatorias para acelerar el camino hacia una igualdad plena, sobre el supuesto de que tratar de igual manera a los que son desiguales perpetúa la desigualdad—; “Representación equilibrada” con el que se trata de asegurar una presencia suficientemente significativa de ambos sexos en órganos y cargos de responsabilidad-, y “Transversalidad” (Mainstreaming de Género) —consagrado por la Conferencia Mundial de Naciones Unidas de Nairobi (1985) y Beijing (1995) —, que entiende la solución de la desigualdad de Género como una serie de acciones que deben penetrar todas las esferas de la actividad social.

La Investigación y sus aplicaciones en Educación, Comunicación científica y Transferencia desempeñan un papel relevante en la construcción simbólica de la identidad de género. La situación social desigual de mujeres y hombres, su diferente protagonismo como sujetos agentes de la investigación y de la creación cultural, contribuye a reproducir y asentar las claves por las que se reconoce hoy en el imaginario colectivo la identidad sexual: la masculinidad, la feminidad y sus múltiples variantes, así como sus diversas relaciones con el poder. No en vano, la sociedad española viene manifestando en las encuestas de los últimos años la percepción general sobre la contribución de la investigación científica y tecnológica al progreso y al bienestar de la

ciudadanía, pero no entiende que sea similar su papel en la corrección de las desigualdades sociales.

En este sentido, existe una necesidad de analizar estas cuestiones urgentes en el Espacio Europeo de Investigación y Educación Superior (EEES), ya que es fundamental que se produzca un incremento cuantitativo y cualitativo de la presencia femenina en investigación, docencia, comunicación social y transferencia de conocimiento, lo que contribuiría a promover los cambios (e intercambios) de los roles de género tradicionales. La Comisión Europea ha emitido ya varios informes denunciando la segregación vertical y horizontal que afecta a las mujeres en el mundo académico y científico, y vinculando el futuro de la investigación en Europa a la plena incorporación de las mujeres en el sistema universitario, científico y tecnológico. Como se afirma en el último de ellos —*Structural Change in Research Institutions: Enhancing Excellence, Gender Equality and Efficiency in Research and Innovation* (European Commission, 2011) —, alcanzar la igualdad de género en este sistema es el mejor modo de trabajar por la excelencia.

En España, el ordenamiento jurídico actual recoge también este objetivo y fija las medidas que han de ser aplicadas para lograrlo, al tiempo que establece la obligatoriedad de incorporar los Estudios de Género transversalmente en los Grados y, de manera específica, en Postgrados Universitarios sobre la materia. De este modo, destacan los artículos 23 a 25 de la citada LO 3/2007 y la Ley 14/2011, de 1 de junio, de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (BOE, 2 de junio de 2011), fundamentalmente en su disposición adicional decimotercera.

En esta línea, se va a llevar a cabo una propuesta de **diseño de plan de comunicación e imagen de marca** orientada a la creación de una red para asociaciones de estudios de género en Aragón. La red **GenAraNet**, que sería legalmente constituida como una asociación sin ánimo de lucro, pretende establecer colaboraciones entre especialistas del ámbito científico-tecnológico con la finalidad de investigar y establecer estrategias de colaboración entre las distintas asociaciones, observatorios, institutos, etc. centrados o relacionados con estudios de género en Aragón. El establecimiento de una red en esta línea, con la participación de distintos agentes sociales, responde así a una demanda social definida, la apertura de la investigación y la docencia a las realidades cambiantes de las sociedades modernas, y a un imperativo legal reciente, derivado de

los principios de igualdad de derechos establecidos por la Constitución y por la Carta de Derechos Humanos de la Organización de Naciones Unidas (ONU).

Conviene recordar, en este sentido, que la igualdad de género se considera actualmente como índice del desarrollo de un país, fuente de riqueza económica y motor para la productividad y la innovación. Sin ir más lejos, en el periodo de programación 2014-2020 de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (EIE), se encuentra la Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres, principal foro de debate y análisis para mejorar la integración real y efectiva de la perspectiva de género en las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (FSE, FEDER, FEMP y FEADER) durante el período de programación 2014-2020. Se perfila como un instrumento esencial para la difusión de experiencias y buenas prácticas, articulación de acciones piloto, formación, capacitación y, en general, una mejor colaboración y cooperación entre responsables de gestión. La Red está cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Por otro lado, los ODS, herederos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), buscan ampliar los éxitos alcanzados con ellos, así como lograr aquellas metas que no fueron conseguidas. En concreto, y relacionados con la materia en cuestión, estudios de género, se encuentran en los objetivos 4 y 5 (garantizar la educación inclusiva, equitativa y de calidad, así como promover la igualdad de género). Desde la Comisión de Sostenibilidad y el Secretariado de Modernización de la Universidad de Zaragoza (UZ), se está constituyendo una Red de Colaboración con un perfil de compromiso con los ODS que se pondrá en marcha el próximo mes de septiembre.

Este Trabajo Fin de Máster (TFM) está constituido por una introducción, en la que se recogen los objetivos, la justificación, el estado de la cuestión y la metodología empleada. Se desarrolla, en este estudio, un plan de comunicación y se propone una imagen de marca para una asociación. Se finaliza con una breve conclusión, en la que se reiteran las ideas fundamentales que sostienen la Red.

1.1. Justificación

El cometido de este TFM es llevar a cabo la creación de una red ficticia de asociaciones de estudios de género en Aragón. La idea nace ante la falta de visibilidad y estrategias de colaboración detectadas, a través no solo del estado del arte sino del trabajo realizado por las mujeres en este ámbito. Su creación se justifica por el hecho de cubrir la carencia y la necesidad de defender los intereses y la igualdad de derechos y oportunidades en las mujeres investigadoras y tecnólogas en Aragón. Con la creación de esta red, centrada en el ámbito de la educación y la formación, se desea promover el cumplimiento de las recomendaciones de la Comisión Europea para lograr la equidad de género y las normativas españolas recogidas en la Ley Orgánica para la Igualdad efectiva entre Mujeres y Hombres y el desarrollo de lo referente a género, incluido en la Ley de la Ciencia. Por ejemplo, desde esta red, se van a promover acciones para que acudan más mujeres a los centros de enseñanza para promover los estudios científico-tecnológicos, pues son grados donde el alumnado es mayoritariamente masculino. Sin ir más allá, en Teruel, durante siete años llegó a no haber matriculada ninguna mujer en la titulación de Grado en Ingeniería Informática, aunque, antes, sí que era una carrera demandada por este género¹. Una de las conclusiones de la evaluación llevada a cabo por AMIT-Aragón², en una de sus encuestas lanzadas a estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), reflejó que los estudiantes no tenían un referente femenino en el ámbito científico-tecnológico, dejando atrás cuestiones más complejas como pudieran ser discriminación o dificultad.

El diseño y elaboración de un plan de comunicación e imagen de marca es un documento indispensable para cualquier organización, en el que se recogen las políticas y estrategias comunicativas a seguir. Es importante transmitir una información transparente, clara y sencilla del organismo para el que se ha creado, dando una imagen de veracidad y unión hacia el receptor. Así pues, la justificación de este TFM se sustenta en dos pilares: a) diseñar un Plan de Comunicación e imagen de marca para GenAraNet—puesto que tal y como se puede comprobar en las conclusiones del apartado 1.2 es una carencia común en este tipo de asociaciones del sector— y b) apoyar la causa de la red como mujer. Desde esta perspectiva, se cree que hacen falta

¹ Actualmente, solo un 10% del alumnado de Ingeniería informática es mujer. Este dato lo aporta Villarroya. (2018), *¿Cómo vencer la brecha de género en las TIC?*

² Asociación autonómica que depende de AMIT (Asociación de Mujeres Investigadoras y Tecnólogas) a nivel nacional.

más estudios en materia de género, puesto que es un terreno bastante desconocido y, muchas veces, se quedan enterradas ciertas virtudes que la mujer ha desempeñado a lo largo de la historia.

Por lo tanto, la creación de esta asociación sin ánimo de lucro fomenta la visibilidad al trabajo de mujeres, para reflejar el gran papel de este sexo olvidado a lo largo de la historia. Como alumna de este Máster, se trata de una oportunidad para promover la creación de una red de asociaciones de género de Aragón, enfocadas a la educación, como docente, a nivel profesional y, mujer, es preocupante la poca importancia que se les pueda dar a personajes tan importantes como Mary Shelley, Ada Byron, Simone de Beauvoir, entre otras.

1.2. Objetivos

El objetivo principal de este Trabajo Fin de Máster (TFM) es el diseño de un plan de comunicación e imagen corporativa para una red de estudios de género, ficticia, que aglutine asociaciones relacionadas con la igualdad de género en Aragón, a la que se ha denominado GenAraNet y cuyos fines son:

- Implicar a los hombres en la lucha contra la desigualdad que afecta a las mujeres, tanto a nivel social como laboral. La reciente campaña lanzada por el Gobierno de Aragón: “Que la igualdad no sea un disfraz”, hace especial hincapié en la necesidad de que la sociedad, y especialmente los hombres, se sumen a las iniciativas contra la discriminación de la mujer
- Promover la realización de proyectos y contratos de I+d+i, de carácter multidisciplinar que integren los trabajos que estén desarrollando los distintos agentes integrantes de la red, desde diferentes áreas de conocimiento
- Contribuir a reunir una masa crítica potente de especialistas en Estudios de Género en Aragón, capaz de trabajar por la igualdad efectiva de mujeres y hombres
- Favorecer la visibilidad científica y social, desarrollando tareas de coordinación, apoyo e infraestructura para la difusión de proyectos, cursos, talleres, e iniciativas al respecto

- Ofrecer programas de formación académica y profesional en el ámbito de la Igualdad de Género, con especial atención a la demanda formativa en Educación Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato
- Realizar asesoramiento y consultoría a diferentes entidades ya sean organismos públicos y/o privados

De la misma manera, se desean mostrar las carencias comunicativas observadas, en general, en las asociaciones de género, tanto a nivel nacional como autonómico. Por ejemplo, en sus sitios webs no se encuentra ningún Plan de Comunicación, pilar fundamental para sustentar los cimientos de una correcta comunicación, así como la escasa transparencia que se muestra en ellas. Por lo tanto, se propone como elemento necesario un Plan de Comunicación, ya que es una herramienta indispensable para transmitir las pesquisas de una asociación o cualquier empresa. Así pues, puede que sirva como modelo para posibles proyectos futuros de asociaciones y redes de género. Un último objetivo sería destacar la relevancia de medios digitales en la comunicación. En este caso, a través de Internet, como puede ser el propio sitio web de la asociación o las distintas redes sociales con las que cuente.

1.3. Estado de la cuestión

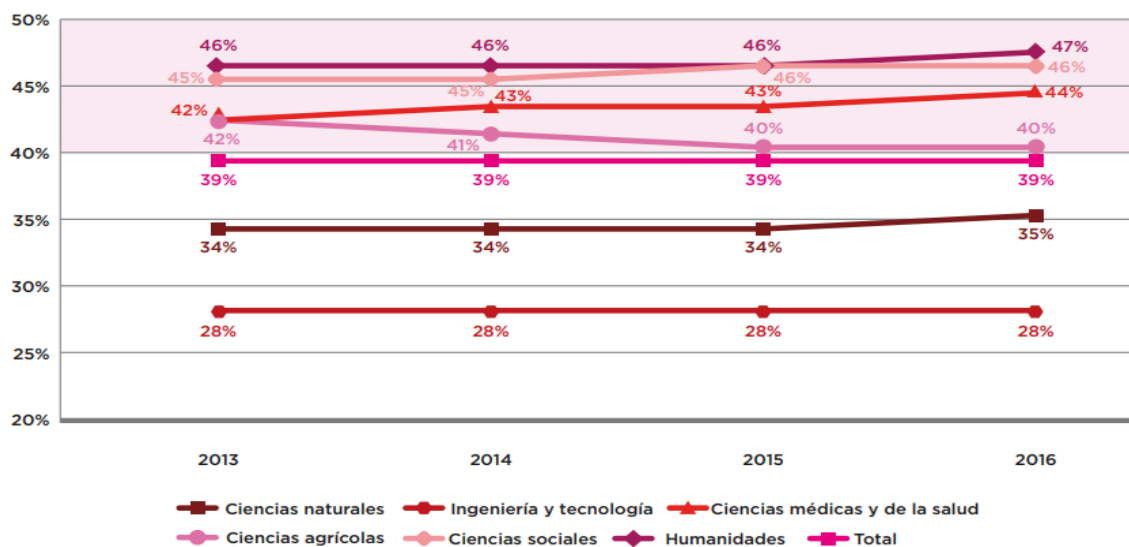
A finales de los años 70 del siglo pasado, el movimiento feminista comenzó a centrarse en la ciencia, planteando preguntas como a) ¿tiene el género relevancia en la práctica científico-tecnológica?, b) ¿hasta qué punto las estructuras de poder, basadas en el género, influyen en la participación de las mujeres en las instituciones que producen la ciencia? y c) ¿cómo presentan los productos culturales la relación entre la mujer y lo científico? La respuesta a todas estas cuestiones puede resumirse en una sola idea: la invisibilidad de las mujeres como practicantes de ciencia. Un silencio histórico ante los avances científicos, y las carreras de muchas mujeres que dedicaron su vida a la ciencia, la investigación y a la tecnología. Como señala Pérez (2003): “la excelencia de las investigaciones de científicas a lo largo de la historia no parece ser un factor que haya sido tenido en cuenta para su inclusión.”

Los premios o las instituciones de prestigio tampoco reconocen la labor de las mujeres en este ámbito. No obstante, siempre han existido estudios feministas que no tuvieron el reconocimiento necesario en la historia. Por ejemplo, Helen Fox Keller (1996) exponía que “the making of men and women has affected the making of

science.” No se debe olvidar que la ciencia tiene su auge en los siglos XVII y XVIII, como modelo occidental de clase media, blanco y masculino, entendiendo —en su discurso— que la razón masculina debía dominar la esencia femenina de lo natural. Es decir, lo objetivo se vinculaba a lo masculino y lo subjetivo y sentimental a lo femenino.

Lentamente, se ha ido avanzando en la inclusión de la mujer en el ámbito científico y educativo. Según Pérez (2003), son tres los momentos clave en la lucha de las mujeres por el acceso a la educación. El primero, se sitúa entre el Renacimiento y la revolución científica, a lo largo del siglo XVII, es en este momento cuando se plantea el acceso de las mujeres a la educación elemental, sin embargo, la universalización de la educación elemental no será una realidad en la práctica hasta después de la Revolución francesa. El segundo hecho, fue en la segunda mitad del siglo XIX, cuando las mujeres quisieron acceder a las instituciones educativas de más nivel. El tercer y último momento comenzó en los años setenta, cuando la lucha fue mucho más allá, tratando temas de discriminación, tanto en lo legal, como en lo laboral. En este período, surgió un tipo de estudio denominado pedagógico-práctico, que impulsó a muchas mujeres al estudio de la ciencia y la tecnología.

Las nuevas formas de conocimiento científico y tecnológico se caracterizan por la gran cantidad de varones que dominan este ámbito. Las secuelas de la discriminación en el pasado se reflejan todavía en la sociedad actual. Un ejemplo de ello, es el estudio que realiza *Científicas en cifras*, en 2017, donde se observa la evolución de la proporción de mujeres entre el personal investigador de las universidades públicas (Tabla 4):



*Tabla 4: Porcentaje de mujeres. Fuente: *Científicas en cifras*

Pero las cifras, a pesar de la evolución, no son alentadoras ya que son sólo un 3.6% las mujeres que trabajan en investigación científica y/o tecnológica, lo que lleva a pensar, directamente, si existe algún fallo en el sistema educativo. Eulalia Pérez Sedeño (2003) muestra, en cierta manera, cómo entienden los jóvenes la enseñanza. Se encuestaron jóvenes de ambos sexos en institutos de enseñanzas medias, de diferentes comunidades autónomas de España y en los ámbitos rurales, urbano y metropolitano. Llama la atención, por ejemplo, que a la pregunta “¿qué profesión consideras más adecuada para una mujer?”, el 70% de las mujeres considere que cualquiera es adecuada y que, por el contrario, el 43% de ellos conteste que carreras vinculadas al cuidado de otros. También, se entrevistó a investigadoras, de las que el 64% considera que las mujeres tienen más obstáculos que un varón para dedicarse a la ciencia, en el mundo laboral. Por lo tanto, hay una problemática en la inserción del papel femenino en la ciencia, que se atisba desde hace años y, que se va combatiendo paulatinamente.

Estos son algunos de los motivos por los que surgen asociaciones, a nivel nacional, como Asociación de Mujeres Investigadoras y Tecnólogas (AMIT), que reivindican los derechos de las mujeres en la investigación y en la tecnología, animando a la sociedad femenina más joven a que se involucre con la ciencia. No obstante, siempre han existido grupos que han combatido las situaciones discriminatorias hacia el género femenino, luchando por un mundo más igualitario. Por ejemplo, en 1918, surge en España la Asociación Nacional de Mujeres Españolas (ANME), que no fue ni la primera ni la última asociación de género, pero que tuvo una larga trayectoria hasta 1936. En este sentido, fue la asociación más estable que se formó en el periodo de entreguerras y tuvo un gran alcance en el logro de los derechos civiles y políticos de las mujeres. Entre sus asociadas se encontraban Clara Campoamor o Victoria Kent.

En este tiempo, aunque fuera tardío, fueron surgiendo organizaciones en pro de los derechos legales y económicos de las mujeres, como *La mujer del Porvenir*, *La Asociación Femenina de Educación Cívica* o la *Asociación Católica de la mujer*. Todas ellas se crearon para combatir por los derechos de las mujeres. Paulatinamente, estas asociaciones de género han ido surgiendo en España, como, por ejemplo, las mujeres profesionales de los medios que se asociaron en 1994 para fundar AMECO (Asociación de Mujeres Comunicadoras), con el fin de incrementar el protagonismo de las mujeres en la sociedad y sus centros de dirección. Otras asociaciones que luchan por la igualdad entre hombres y mujeres en los distintos ámbitos laborales, como la Asociación de

Juezas en España, Asociación de mujeres en el cine (CIMA), la Asociación de mujeres Empresarias (ASEME), etc. Asimismo, existen asociaciones de hombres como la Asociación de Hombres por la Igualdad de Género (AHIGE),

También hay organizaciones que luchan por los derechos de las mujeres en la sociedad, como a) *la Asociación de clásicas y modernas*, por la cultura de las mujeres españolas, b) *La Asociación de mujeres gitanas —Karima—* y c) *la Asociación de las mujeres musulmanas —Achime—* centrada en la integración de las mujeres en la sociedad. Incluso, otras organizaciones que apoyan el papel femenino en el mundo rural, así como aquellas que tienen algún tipo de discapacidad, jóvenes, madres solteras, etc. Por lo tanto, en España, hay numerosas asociaciones de género que apuestan por la defensa del papel de la mujer en distintos aspectos de la sociedad, ya sean laborales, culturales, legales o económicos.

Dichas asociaciones de género están creciendo y, en concreto, el proyecto de GenAraNet viene a llenar un hueco ante la evidencia de un vacío en un tema tan importante como este. Su finalidad es dar visibilidad a sus ideas en los medios y concebir un plan de comunicación, que aúne los aspectos indispensables de las asociaciones que formen parte de la red, como pueden ser sus objetivos, su calendario o su situación actual, entre otras cosas.

1.3.1. CONCEPTO: PLAN DE COMUNICACIÓN

En este sentido, un plan de comunicación es un documento que recoge políticas, recursos, objetivos y estrategias de comunicación —externas e internas—, con el fin de estudiar y centralizar los procesos de comunicación de una organización y ser guía del trabajo comunicativo. Sin embargo, pocas son las asociaciones de género que poseen este documento. Esto es un problema en el ámbito informativo, ya que es necesario recoger las reseñas anuales y formar —año tras año— una gran base de datos, donde poder encontrar toda la información requerida. Poseer un documento, como tal, denota seriedad y profesionalidad. Para conocer el ecosistema con el que se interactúa, se hizo una consulta previa a las asociaciones de género con más eco a nivel nacional: ¿poseían un plan de comunicación? La respuesta fue negativa en dieciocho ocasiones, de las veinte respuestas que recibimos. Esto es, solo dos asociaciones — *Asociación entre mamás* y *Asociación Española de Mujeres con los Medios* (AMECO) — poseen en sus

arcas dicho documento. Este resultado solo puede desembocar en una pregunta de investigación a resolver: ¿por qué existe esta carencia?

En este presente TFM, se ha intentado descubrir el porqué de esta cuestión, centrándose el estudio en Aragón, cuyos resultados se pueden consultar en el Anexo.

ASOCIACIÓN	URL
Hombres por la igualdad	http://hombresporlaigualdad.blogspot.com/
AMANIXER (Asociación Aragonesa de Mujeres con Discapacidad)	http://www.amanixer.es/
Instituto Aragonés de la Mujer	http://www.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/OOAA/InstitutoAragonesMujer
Chrysallis (Asociación de Familias de Menores Transexuales)	https://chrysallis.org.es/tag/aragon/
AMASOL (Asociación de Madres Solas)	https://www.amasol.es/
El Observatorio de Igualdad de Género (UZ)	https://observatorioigualdad.unizar.es/
Asociación somos LGTB+ Aragón	https://somoslgtb.com
(ACISJF) Asociación de Ayuda a la mujer. Zaragoza	https://acisjfaragoza.org/
Directivas de Aragón	https://directivasdearagon.es/asociacion/
AMIT-Aragón (Asociación de Mujeres Ingenieras y Tecnólogas de Aragón)	https://www.amit-es.org/noticias-nodo/nodo-aragon

**Tabla 5: Asociaciones de género mejor posicionadas*

En esta tabla aparecen las asociaciones de género mejor posicionadas en Aragón, según el recurso de posicionamiento web SEO (earch Engine Optimization). No obstante, como GenAraNet tiene implícita la temática educativa, se seleccionarán sólo aquellas que tengan algún vínculo con la educación, que son las siguientes:

- **AMIT-Aragón** (Asociación de Mujeres Ingenieras y Tecnólogas de Aragón): entidad que da voz y apoyo a todas las investigadoras y universitarias concienciadas en trabajar juntas, para lograr la plena participación de las mujeres en la Investigación, la Ciencia y la Tecnología

- **Asociación SOMOS LGTB+ Aragón:** es una ONG activista que trabaja la diversidad afectivo-sexual, familiar y de género a través de la sensibilización, la información, la prestación de servicios, la reivindicación y la formación
- **Instituto Aragonés de la Mujer (IAM):** organismo Autónomo adscrito al Departamento de Ciudadanía y Derechos Sociales del Gobierno de Aragón, cuya competencia es la planificación, elaboración y coordinación de las políticas de igualdad en dicha Comunidad Autónoma
- **Observatorio de Igualdad de Género (UZ):** desde la UZ, desean promover la igualdad, tanto dentro como fuera de nuestras comunidades, con contenidos y conocimientos que se generan con el objetivo último de promover la igualdad en la sociedad y en las universidades

Todas ellas serían perfectas candidatas a formar parte de esta red de estudios de género, ya que enfocan su temática hacia el ámbito educativo, desde edades tempranas: Educación Infantil, Primaria, Secundaria, Bachillerato e incluso, la Universidad.

1.4. Metodología

Las investigaciones desde un *enfoque cualitativo* son cada vez más frecuentes. Los paradigmas de las Ciencias Sociales se han sometido a un proceso de apertura hacia otras formas de analizar la realidad. En la actualidad, la metodología cualitativa se ha fortalecido, enriqueciendo el aporte de la información y ahondando en los aspectos que no se llegan a alcanzar a través de la modalidad cuantitativa. Las investigaciones de tipo cualitativo pueden ser varias, entre ellas, se encuentran las entrevistas en profundidad — técnica muy frecuente para recabar información de un interlocutor—, la observación participante —que requiere la intervención directa y activa del observador—, el grupo de discusión —sirve para intercambiar ideas sobre temas de interés—, y el estudio Delphi —es útil para conocer la opinión de un grupo de personas en relación a un problema sin que los integrantes se reúnan—. El último tipo de investigación es el Estudio de caso, una técnica que analiza en profundidad una unidad para desarrollar una teoría.

Para este TFM, se ha seleccionado implementar este tipo de investigación, ya que es de rápida ejecución, disminuye el coste de la toma de decisiones, es flexible y aporta una visión más amplia de los hechos. Además, la metodología cualitativa ayuda a interpretar, con mayor profundidad, los datos recogidos y ampliar la comprensión del

fenómeno objeto de estudio. Según Fraenkel y Wallen (1996), “se emplea para analizar una fuente directa y primaria, discursos verbales, procesos y resultados”. Este tipo de estudios tiene como fin documentar un evento en profundidad y analizar un caso específico, como lo es GenAraNet. Por lo tanto, se ha creído conveniente emplearlo porque permite elaborar el análisis de una teoría desde diferentes perspectivas.

Para comenzar, se ha realizado un diagnóstico (fase exploratoria). Al analizar la inexistencia de este tipo de redes, se creyó que era una buena oportunidad para asentar las bases de un trabajo como éste. Para ello, se estableció contacto con distintas asociaciones de género, tanto a nivel nacional como autonómico, para saber si poseían un plan de comunicación. Al comprobar la ausencia de este documento en gran parte de ellas, se decidió conveniente realizar uno para una red de estudios de género que las aglutinara a nivel autonómico, ya que se identificó una hipótesis de trabajo a resolver. Por lo tanto, esta primera fase fue imprescindible para apoyar los cimientos de esta investigación. Como consecuencia de este diagnóstico previo, se pasó al desarrollo de la realización del plan de comunicación.

Siguiendo con las indicaciones de Martínez (2012), “el estudio de caso se compone de una serie de fases, que deben seguirse para llevar a cabo esta investigación”. No obstante, se han empleado —también— las fases generales de la metodología cualitativa, con el fin de complementarlo. Se han planteado los motivos para abordar este campo de análisis, es decir, estamos ante la fase de formulación. En ella, se ha justificado por qué se ha escogido realizar una propuesta para este tipo de redes y, además, se ha comenzado a recoger la información necesaria para los procedimientos posteriores. En este primer paso, se observó si existían redes de estudios de asociaciones de género en Aragón, enfocadas al ámbito educativo.

La segunda fase ha consistido en el diseño del trabajo en general: cómo abordar el plan de comunicación y la imagen de marca. Para desarrollar este plan, se realizó una búsqueda de propuestas actuales, muchos son los que están a favor de un plan enfocado al marketing y la comunicación, como González-Fernández (2003). Si bien es verdad que se han seleccionado ideas a través de autores relevantes en este ámbito, por ejemplo, “la realización del calendario y el presupuesto específicos necesarios para lograr los objetivos y la evaluación, en la que se reflejará cómo se medirán los resultados del plan” (Scott, 2011). Asimismo, se ha concebido este plan como “un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las

acciones de comunicación que se deben desarrollar para conseguir unos objetivos previamente fijados” (Monserrat, 2014). No obstante, se ha optado por el modelo de Pearson (2010), ya que se adapta a la realización de un plan de comunicación para una asociación, haciendo referencia a los distintos públicos a los que se dirige, los análisis de la red, los mensajes y los objetivos, entre otras cuestiones.

Siguiendo con el desarrollo metodológico, en la tercera fase —ejecución— se estableció contacto con diversas asociaciones candidatas a formar parte de la red, ofreciendo detalles específicos de la red de estudios, a través de fuentes múltiples de datos (revistas, webs corporativas, redes sociales, etc.). La última fase es la denominada como cierre, donde se han llegado a diversas conclusiones propias del estudio realizado en este apartado como, por ejemplo, ¿por qué no existen apenas planes de comunicación para dichas asociaciones? También, se han expuesto las conclusiones propias de la red y se ha realizado la triangulación de datos, usando diferentes tipos de fuentes.

Para vincular esta red con la realidad más inmediata, se han realizado distintas entrevistas a mujeres del Observatorio de la Igualdad de Género Zaragoza, del Instituto de la Mujer de Aragón y de AMIT-Aragón. (Ver Anexo) En esta línea, se ha lanzado una encuesta a un público específico —ya sea profesorado, como estudiantado—, con el fin de observar su opinión acerca de la educación en igualdad. Estaríamos, en este caso, ante una metodología mucho más participativa y activa. (Ver Anexo)

2. DESARROLLO ANALÍTICO: PLAN DE COMUNICACIÓN

En este apartado, se va a llevar a cabo el diseño propio de un plan de comunicación. Se va a abordar la situación de este tipo de redes de estudio, los objetivos, el público al que va dirigido, los mensajes a transmitir, los canales de comunicación, el calendario y el presupuesto empleado. Este proyecto se asienta sobre las bases del manual de Pearson (2010), *Relaciones públicas. Estrategias y tácticas* (10ª edición), pues se adecúa a las nuevas formas de comunicación y tecnología, analizando temas muy actuales para el sector de los medios, como pueden ser las redes sociales, Internet o la organización y gestión de eventos.

2.1. Situación Red de Estudios: GenAraNet

GenAraNet es una red de estudios de género aragonesa. Es una organización no gubernamental, sin ánimo de lucro, que sirve como plataforma de apoyo a todas aquellas mujeres que desean participar en dar un giro a la I+D+i educativa sobre estudios de género. Comenzará su andadura **este próximo curso 2019-2020** y necesita asentar sus bases. La red nace de una perceptible carencia en la sociedad de referentes femeninos y de la falta de visibilidad del trabajo (en I+D+i) de las mujeres. Su creación se justifica con el hecho de paliar dicha necesidad y defender los intereses, los derechos y las oportunidades del papel femenino. De este modo, se establecen una serie de estrategias de colaboración entre distintas asociaciones, institutos o grupos especializados en estudios de género, que en Aragón pueden ser: AMIT-Aragón, el Instituto Aragonés de la Mujer (IAM), SOMOS LGTB+ Aragón y el Observatorio de Igualdad de Género de Zaragoza. Actualmente, GenAraNet se apoya en una serie de estatutos creados por el Equipo Directivo, quien se encarga de tomar los pasos decisivos de la Asociación, siempre en una correcta dirección. Este equipo directivo, estaría formado por profesionales del ámbito educativo, procurando tener representación de todos los organismos vinculados en la red, y de las diferentes provincias que componen la Comunidad Autónoma.

2.1.1. HISTORIA DE GENARANET

El surgimiento de GenAraNet se sustenta en unos antecedentes clave, reconocidos internacionalmente, pues es en septiembre del 1971 cuando se funda la *Association for Women in Science*, en Nueva York (Estados Unidos). Esta Asociación aparece con el interés de promover la paridad de género en el ámbito de la ciencia, las

matemáticas, la ingeniería y la tecnología. Años más tarde—en 1999— se forma en Europa el “Grupo de Helsinki”, para estudiar la situación de la mujer científica en treinta países. Asimismo, un grupo de expertos —en el año 2000— publica el informe ETAN, que no es otra cosa que un plan de acción para promover la igualdad de género en este sector. El resultado de este informe fue el esperado, ya que Busquin (2010)³ expuso que “*las mujeres investigadoras y docentes estaban subrepresentadas en los puestos clave en los 30 países*”.

GenAraNet es una asociación creada con el deseo de promover el cumplimiento de las recomendaciones de la Comisión Europea para lograr la equidad de género y las normativas españolas recogidas en la Ley Orgánica, para la Igualdad efectiva entre Mujeres y Hombres y el desarrollo de lo referente a género. De este modo, sería en **febrero del 2018** cuando se fundaría GenAraNet, aunque no comenzaría su andadura hasta el **próximo septiembre**, cuando comience el curso escolar. Este hito se produce gracias a un grupo de mujeres emprendedoras y valientes, que procederían de distintas disciplinas. Un mes más tarde, se presentaría la Asociación en el *Congreso Mundial de Educación* (EDUCA). Como se ha señalado, esta red sentaría sus bases el año pasado y, lentamente, se iría nutriendo de ideas, proyectos y vinculaciones con otras asociaciones. Todavía no está en funcionamiento, pero ya posee las bases para ejercer sus actividades. Durante este transcurso, GenAraNet ha ido integrando en su red distintas colaboraciones. En concreto, la línea temporal que seguiría es la siguiente:



**Figura 1: Línea temporal*

³ Comisario Europeo y político belga y miembro del Parlamento Europeo por la Comunidad francesa de Bélgica con el Partido Socialista, parte del Partido Socialista Europeo

2.1.2. ENTORNO GENÉRICO: ANÁLISIS PEST

Para conocer el entorno genérico de la asociación, es conveniente realizar el Análisis Político, Económico, Social y Tecnológico (PEST), donde se estudian las siguientes categorías:

Política

El Gobierno de España y el Ministerio del Interior define el término de *asociación* como:

Una entidad sin ánimo de lucro que se constituye mediante el acuerdo de tres o más personas físicas o jurídicas legalmente constituidas, que se comprometen a poner en común conocimientos, medios y actividades para alcanzar unos fines lícitos de interés general o particular.

Según el Boletín Oficial del Estado (BOE), la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo es reguladora del Derecho de Asociación:

La presente Ley Orgánica, siguiendo nuestra tradición jurídica, limita su ámbito a las asociaciones sin fin de lucro, lo que permite dejar fuera del ámbito de aplicación de la misma a las sociedades civiles, mercantiles, industriales y laborales, a las cooperativas y mutualidades, y a las comunidades de bienes o de propietarios, cuyas finalidades y naturaleza no responden a la esencia comúnmente aceptada de las asociaciones, sin perjuicio de reconocer que el artículo 22 de la Constitución puede proyectar, tangencialmente, su ámbito protector cuando en este tipo de entidades se contemplen derechos que no tengan carácter patrimonial.

Desde el Ministerio del Interior del Gobierno de España, se expone la normativa reguladora de asociaciones: toda asociación debe estar inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones. Asimismo, advierte de todas las normativas a las que se debe atener cualquier Asociación en España. Estas normas son las siguientes:

- Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil
- Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal
- Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación
- Ley 13/1996, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social
- Real Decreto 949/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Nacional de Asociaciones

Del mismo modo, Aragón sigue la normativa citada en las líneas anteriores, aunque desde el Boletín Oficial de Aragón (BOA), también se exponen los siguientes decretos:

- Real Decreto 260/2012, de 4 de diciembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula el Registro General de Asociaciones de la Comunidad Autónoma de Aragón
- Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos y el modelo de plan de actuación de las entidades sin fines lucrativos
- ORDEN CDS/954/2018, de 1 de junio, por la que aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en materia de mujer

Asimismo, GenAraNet posee unos Estatutos propios, por lo que se registrará. En concreto, creados este 2019. En ellos, se establece la siguiente normativa, asentada en los siguientes capítulos (Ver en el Anexo la totalidad de los estatutos):

- Capítulo I: la denominación, fines, domicilio y ámbito
- Capítulo II: órganos colegiados (Junta Directiva, Comisión Ejecutiva, Comité de Expertos)
- Capítulo III: asamblea general
- Capítulo IV: requisitos de los socios y las socias
- Capítulo V: la disolución de la asociación

Economía

Los propios estatutos de GenAraNet marcan una normativa a seguir en la economía de la asociación, ya sea a nivel estatal o a nivel local. En este caso, el Artículo 30 —*Recursos económicos*— sustenta los pilares de la riqueza de la entidad. No obstante, contará con los siguientes recursos económicos, con el fin de formar su propio patrimonio:

- Las cuotas de socios/as, periódicas o extraordinarias
- Las subvenciones, legados o herencias que pudiera recibir de forma legal por parte de asociadas, asociados o terceras personas
- Cualquier otro recurso lícito

- El ejercicio asociativo y económico será anual y su cierre tendrá lugar el 31 de diciembre de cada año
- Las cuotas de las asociadas y asociados serán de 10 euros
- Los recursos que provengan del rendimiento de su patrimonio
- Las donaciones que perciba que pudieran ser concedidas por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas
- Los ingresos provenientes de actividades tendentes a la consecución de sus fines, siempre que pasen a formar parte del Patrimonio de la Asociación, y que se hallen autorizados por su ordenamiento jurídico
- Los ingresos derivados de actividades tendentes a la consecución de sus fines, siempre que pasen a formar parte del Patrimonio de la asociación, y que se hallen autorizados por su ordenamiento jurídico

En cuanto a la *Disposición de los fondos*, el capital será depositado en una cuenta de una entidad bancaria, autorizándose para su disposición las firmas de la Presidenta, Vicepresidenta, Secretaria General y Tesorera, bastando con la firma indistinta de dos de ellas. Con estos fondos, se gestionarán las actividades de la Asociación y se harán frente a los distintos cargos a pagar. Por este motivo, cumplir con el pago de la cuota como asociada es fundamental, pues su impago conllevará la pérdida del derecho a voto en la Asamblea o, incluso, puede ser motivo de baja (según el Artículo 27. *La falta de pago de la cuota por parte de la asociada*).

En general, las asociaciones sin ánimo de lucro tienen diversas formas financiación, que pueden provenir de organismos públicos —como la Administración central o Local— o de fuentes privadas —como aportaciones de los socios, prestación de servicios, donativos, ingresos por la venta de un producto o ingresos de patrimonio—. Asimismo, las asociaciones pueden estar financiadas a través de distintos intermediarios financieros, como pueden ser bancos o cajas de ahorro. Por otro lado, existe una vía de financiación denominada autofinanciación, que son beneficios empleados para financiar sus actividades, aunque suelen ser insuficientes. En este caso, El ejercicio económico y asociativo será anual y su cierre tendrá lugar el 31 de diciembre de cada año.

Social

Demográficamente, la Asociación se extiende por Aragón, aunque se desee —en un futuro— ampliar fronteras, a través de diversas propuestas y actividades. Las asociaciones inmersas en la red participan en estas cuestiones, como AMIT-Aragón, que organiza actividades como *Una ingeniera en cada cole*, iniciativa apoyada por el Instituto Aragonés de la Mujer (IAM), el Gobierno de Aragón y la UZ. El objetivo principal de esta actividad es el acercamiento de los más pequeños a la importancia de la ingeniería, fomentando su interés en las carreras tecnológicas, un campo de estudio en el que la presencia de la mujer es minoritaria. De este modo, la tendencia demográfica de los colectivos de referencia para este proyecto no es otro que aquel alumnado de Educación Primaria, Secundaria y Bachillerato de Aragón, con el fin de dar a conocer la profesión de ingeniería/científica, siempre muy asociada al género masculino. El mismo objetivo persigue el Observatorio de Igualdad de Género, fomentando el referente femenino en las universidades.

Girls' Day	Una Ingeniera en cada cole	WikiInformática
		

*Tabla 6: Logotipo de las actividades de AMIT-Aragón

Diferente, pero en el mismo ámbito educativo, el IAM proporciona Jornadas para la formación del profesorado. Por ejemplo, “Jornada contra la violencia sexual”, que tuvo lugar el pasado 20 de mayo. Del mismo modo, SOMOS LGTB+ lanza programas informativos a los Centros Educativos que consisten en Jornadas con las familias y el alumnado, trabajando la igualdad de género en el hogar.

Tecnológica

La tecnología va a estar muy presente en GenAraNet, ya que va a ofrecer estructuras y actividades muy interesantes en la red. Su página web corporativa constará de una biblioteca digital, donde se podrán encontrar artículos, actas de conferencias, entrevistas, cursos, jornadas y convocatorias de este ámbito. Además, la web va a poner enlaces específicos a portales para cada asociación, lo que facilita la visibilidad de todas las entidades que aúne. En el de caso de AMIT-Aragón, sería se ayuda un soporte en este sentido, pues que no posee una web corporativa propia y, desde esta red, se va a poner a disposición del usuario la oportunidad de conocerla. AMIT ha puesto en marcha una base de datos de mujeres investigadoras y tecnólogas, donde se puede realizar una búsqueda, según el área de investigación que interese (con más de veinticinco campos), entre las 2204 mujeres investigadoras y tecnólogas que hay registradas, actualmente. Además, el nodo aragonés, posee un proyecto propio en el que la tecnología está muy presente: *WikiInformática*. Este concurso consiste en elaborar una Wiki sobre las mujeres más importantes en el ámbito de Tecnologías de la Informática y la Comunicación (TIC). Este concurso, en el que se elabora una biografía en formato Wiki, está dirigida hacia grupos de estudiantes de secundaria, bachillerato y ciclos formativos.

Para finalizar, AMIT-Aragón es la única asociación (en la Comunidad Autónoma de Aragón) que implementa actividades en esta línea. No obstante, las otras tres entidades tienen otras fortalezas y otro público y están al día de las novedades en la web, poseyendo un portal corporativo en Internet, y presencias en distintas redes sociales.

2.1.3. ENTORNO EXTERNO E INTERNO: ANÁLISIS DAFO

Actualmente, GenAraNet es una asociación en fase de crecimiento, por lo que es interesante enmarcarla y analizar tanto sus puntos débiles, como sus puntos fuertes, además de identificar las oportunidades y las amenazas que supone su entorno. Para ello, es imprescindible realizar un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) para poder afrontar los obstáculos de mercado en el ámbito de las entidades sin ánimo de lucro.

➤ Análisis de Mercado (Externo)

Amenazas

La amenaza más evidente es la falta de interés del alumnado en torno a la temática de género. Quizás, en esa necesidad resida también su solidez y estabilidad, pues es una asociación que, tras observar esta carencia, ha decidido tomar una postura firme y adentrarse en las aulas para llegar al estudiantado. En este sentido, el poco interés del alumnado o de las escuelas puede ser una de las amenazas externas a la asociación.

Asimismo, al ser una entidad sin ánimo de lucro, no posee un capital amplio como el que podría tener una empresa local. En este caso, la financiación se puede observar como una amenaza, por la falta de liquidez. La asociación se mantiene gracias a las asociadas y a diferentes entidades que participan en su mantenimiento. Entre los patrocinadores que podrían financiar esta asociación (siendo estos algunos de los patrocinadores vinculados con las asociaciones de la Red), se encontrarían L’Oreal-Unesco, la Universidad de Zaragoza, la Comisión Europea y La Obra Social la Caixa.

No se puede corroborar la existencia de directos competidores, sino que — más bien— a nivel autonómico, existen actividades que complementan el trabajo de esta asociación. No se debe olvidar que GenAraNet es una red de estudios de género, por lo que todas aquellas entidades que aúnen género y educación debería pasar a formar parte de la misma, es decir, no serían considerados amenazas. En este sentido, no se halla en Aragón ninguna otra red de estudios de género encaminada hacia el ámbito educativo. Si bien es verdad, que en España existe alguna red de estudios de género, en general. Como puede ser GENET⁴, del CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas), que pretende investigar las causas de la desigualdad por razones de género (no parece estar activa desde el año 2016).

Si bien es verdad, la Diputación Provincial de Zaragoza (DPZ) ha impartido más de 143 cursos para prevenir la violencia y fomentar la igualdad en las aulas. No obstante, no se puede considerar como amenaza, ya que ayudan a la labor que promueve GenAraNet. Del mismo modo, la Ciencia llega hasta los colegios aragoneses a través de diversos programas, pero no en cuestión de género, sino a nivel educativo neutro.

⁴ URL GENET: <http://genet.csic.es/content/estatutos>

El programa *Ada* —que plantea la vida de Ada Byron como hilo conductor — plantea el desarrollo de actividades tecnológicas, donde el diálogo, la experimentación y la creatividad sean la base fundamental para el alumnado. El proyecto "Hola, somos Científicas" ensalza el trabajo realizado por las mujeres en el ámbito de la Ciencia, a través de talleres en los que se estudia la vida laboral y personal de las científicas. En la misma línea, podría reseñarse el proyecto valenciano *Ingenio (in)visible*, que tiene por objetivo dar visibilidad a la mujer en el ámbito tecnológico. Por último, existe una asociación a nivel nacional — *Mujeres con ciencia* — con el objetivo de “mostrar lo que hacen y han hecho las mujeres que se han dedicado y dedican a la ciencia y a la tecnología.”

En Aragón, también hay asociaciones que reivindican la inclusión de la mujer en aspectos relevantes del día a día. Por ejemplo, la labor de *Directivas de Aragón*, trabajar por la igualdad de oportunidades en la dirección, promoviendo el acceso a la mujer a cargos de alta responsabilidad en las empresas. Asimismo, la *Asociación María Moliner* —fundada en 1987, en Zaragoza— desarrolla actividades culturales y lúdicas para “contribuir a la igualdad entre mujeres y hombres, favoreciendo la integración social y cultural de las mujeres” (Valdivieso, 2015), expone la presidenta de la asociación Ana Valdivieso. A nivel nacional, coexisten muchas asociaciones de género, integradas por mujeres y para mujeres, que buscan la igualdad en la sociedad actual. Por ejemplo, la *Asociación de mujeres rurales* (FADEMUR) o la *Asociación de mujeres en el cine*, entre otras.

Oportunidades

GenAraNet se abre paso en el complicado mundo de las entidades sin ánimo de lucro. Las asociaciones suelen aportar a la población necesidades todavía no resueltas, por otras entidades públicas o empresas. En este sentido, brinda la oportunidad a la sociedad de acercar las caras más conocidas y desconocidas de las mujeres que aportaron algún granito de arena a la historia. Asimismo, estas redes pueden asociarse con el gobierno o entidades distintas, para ampliar su movilización y aportar más en el ámbito social y de género. Este hecho es una gran oportunidad para tener un plus en su financiación y darse a conocer de diferentes maneras.

No existen redes de estudio de género en Aragón, así que es una gran oportunidad para el desarrollo de esta entidad, ya que es un asunto novedoso que puede

llamar la atención de la sociedad y, además, podría estar subvencionado por el Gobierno y la Universidad. Por ejemplo, la Unidad de Cultura Científica (UCC) de la Universidad de Zaragoza (UZ) y el Ayuntamiento de Zaragoza tienen iniciativas como *Enziende la ciencia*: un cinefórum científico destinado a fomentar el interés por vocaciones científicas entre el alumnado. Otro proyecto que podría suponerse como un hipotético competidor es el denominado como *Unizar Kids*. Es una actividad organizada por la Unidad de Cultura Científica del campus público aragonés y el Programa Ciencia Viva de la Consejería de Educación del Gobierno de Aragón. Se financia a través de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, con el fin de crear cierto interés en el alumnado femenino de edades tempranas y acercarlos al ámbito de la Ciencia

- Análisis de la Asociación (Interno)

Debilidades

Los recursos económicos son un pilar fundamental para las asociaciones, no obstante, pueden carecer de sostenibilidad económica en algunos momentos. Al financiarse con donativos o cuotas de las asociadas, pueden tener unos ingresos inconsistentes y su capacidad operativa puede verse dañada. Además, las temáticas perseguidas, como el género y la ciencia, pueden no conectar o interesar con alguna parte de la sociedad. Es decir, puede que no encajen con la opinión pública de algún sector de la sociedad, no obstante, es un riesgo que hay que correr.

Cabe destacar que la sede física no tiene un local propio existente, lo que podría ser un lugar de encuentro para las mujeres que quisieran informarse sobre esta temática. Podría ser útil para fomentar el trabajo y el estudio en la ciencia para los jóvenes, como lugar de encuentro. Por otro lado, la presencia en las Redes Sociales y en los medios quizás es escasa, ya que es una red ficticia con una reciente fundación.

Desde el núcleo central de GenAraNet, se cree que una de las mayores debilidades es la falta de personal de administración, que aúne todas las actividades de la Asociación. No obstante, debido a los pocos recursos económicos, no se puede contratar este tipo de servicios. En general, la gran preocupación para esta asociación aragonesa es la visibilidad de la misma, ya que apenas es conocida por la gente joven y quieren hacerse oír y ver en los distintos medios de comunicación.

Fortalezas

Las asociaciones —como GenAraNet— suelen tener una presencia a largo plazo y gozan de la confianza del público. Estas entidades sin ánimo de lucro están conformadas por personas que poseen los conocimientos políticos y culturales propios del lugar. Por ejemplo, esta red está dirigida a personas de la Comunidad Autónoma de Aragón. Al ser una asociación, sería flexible en costes y en ideas, así como innovadora y comprometida con la mujer. Poseería reputación local, pues sabe movilizar sus recursos y advertir de su experiencia en el ámbito de la educación. Además, influiría en la opinión pública, siendo la propia entidad la que formulara sus estatutos y sus políticas. Esta asociación estaría conformada por mujeres expertas en su ámbito. En concreto, las ventajas son:

- Es una asociación de género, por lo tanto, todas sus mujeres son expertas en el ámbito educativo y de género, las cuales aportan una información de calidad
- Llegan a pueblos de Aragón, dividiéndose el trabajo entre las voluntarias
- Otra de las ventajas es que se puede formar parte de la asociación, con una cuota bastante económica, que son 10€/año
- Dan información actual sobre ayudas, certámenes, premios, becas y cursos del ámbito científico, artístico y cultural. También, publican informes muy interesantes, por ejemplo, *Científicas en cifras* o *Monográfico "Género, migraciones y ciudadanía*
- Se dan a conocer a través de actividades en Centros Educativos y a través de asambleas para un público concienciado en la problemática de la mujer. Por ejemplo, AMIT-Aragón, recibió el premio Tercer Milenio en la categoría de Divulgación en Aragón, gracias a la actividad *Una ingeniera en cada cole*, tal y como se ha comentado con anterioridad
- En Aragón, no existe ninguna asociación que se asemeje GenAraNet

Matriz DAFO

ANÁLISIS DE MERCADO (EXTERNO)	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
-Falta de interés del alumnado -Escaso capital en ayudas o subvenciones -Ofrecimiento de actividades similares por parte de otras entidades	-Aportación de una necesidad no resuelta -Asociarse con el Gobierno de Aragón, con el Ayuntamiento, con la UZ, con el CSIC o institutos de investigación -Novedad en el ámbito de las asociaciones aragonesas
ANÁLISIS DE LA ASOCIACIÓN (INTERNO)	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
-Escasos recursos económicos -Falta de local físico propio -Falta de visibilidad en redes y medios de comunicación -Falta de personal de administración	-Formada por personal cualificado -Red Innovadora y comprometida -Formula sus propios estatutos -Se dan a conocer en el ámbito educativo

**Tabla 7: matriz DAFO*

2.2. Objetivos

GENERALES	ESPECÍFICOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	
	MOTIVACIONALES	INFORMATIVOS
Promover la igualdad entre mujeres y hombres en el acceso a la actividad investigadora en los ámbitos educativos	(1) Proporcionar referentes femeninos de la ciencia, la tecnología, las humanidades, las artes y la investigación	(7) Dar a conocer la imagen de GenAraNet creando perfiles propios en: Instagram, Facebook, LinkedIn, y Twitter
Sensibilizar al entorno y a la sociedad en general sobre situaciones de discriminación, y los mecanismos que llevan a ella	(2) Crear vínculos con sus receptores para diferenciarse de diversas asociaciones (actividades, asambleas, etc.)	(8) Generar un dominio de Internet propio
Conseguir la igualdad de oportunidades a lo largo de la carrera para las mujeres	(3) Motivar al alumnado en el estudio de género	(9) Llegar al mayor número de personas posible, mostrando sus características
Elaborar recomendaciones y colaborar con otras organizaciones europeas e internacionales para facilitar el avance de las mujeres en la sociedad	(4) Proporcionar programas de formación académica y profesional en el ámbito de la Igualdad de Género	(10) Promocionar la asociación en las Redes Sociales
Favorecer la visibilidad científica y social de los Estudios de Género, y desarrollar tareas de coordinación, apoyo e infraestructura para la difusión de proyectos, cursos e iniciativas	(5) Crear una red local para llevar a cabo las actividades relacionadas con los objetivos y fines de la asociación	(11) Reclamar datos desagregados por sexo a todas las instituciones sobre la presencia de las mujeres
Reunir especialistas en Estudios de Género, para trabajar por la igualdad efectiva de mujeres y hombres	(6) Promover la realización de Proyectos de Investigación multidisciplinares desde diferentes áreas de conocimiento	(12) Realizar asesoramiento a diferentes entidades públicas y/o privadas: Administraciones Públicas, Universidades...
Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje (Objetivo 4: ODS)		
Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas (Objetivo 5: ODS. Ver Anexo)		

*Tabla 8: Objetivos de la red GenAraNet

2.3. Acciones

Para la consecución de los objetivos propios del plan de comunicación, se van a llegar a cabo unas acciones a través de la red. Por ejemplo, para proporcionar referentes femeninos al alumnado y a la sociedad, en general (objetivo 1), se han diseñado unas actividades que se realizarán a lo largo del próximo curso, gracias a las voluntarias que forman GenAraNet. Éstas son las siguientes:

-Formas de violencia y transgresiones: la creación de las "chicas malas": Curso para el profesorado. Este año, se han declinado por una temática enfocada a las formas de violencia en las aulas. Cada año irán cambiando de asunto. Se realiza en colaboración con la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia) y la UZ, ya que se llevará a cabo en esta ciudad.

-Ni superhéroes ni princesas: este es un proyecto que se llevará a cabo con el alumnado de Infantil y Primaria, ya que consiste en dar un espectáculo, basado en cuentos por la igualdad. En este caso, el grupo de teatro Galeón participará en el evento. La narrativa se adaptará según el curso y, además, se invitará a madres y padres a la misma.

-El amor romántico a debate: este curso se realizará en Secundaria y Bachillerato, donde se desmontan los mitos literarios del amor y establecen una serie de consejos para fomentar el ambiente igualitario en el aula, en las relaciones y también, en un futuro ámbito laboral. En esta actividad colaborará el Instituto Aragonés de la Mujer (IAM).

Obviamente, la realización de estas actividades también supone la consecución de los objetivos 2, 3 y 4, ya que buscan promover la participación del estudiantado, motivándolos en el estudio de género, a través de actividades diferenciadoras. Del mismo modo, el objetivo 6 (Promover la realización de Proyectos de Investigación multidisciplinares) está implícito en la colaboración de las asociaciones vinculantes a esta Red, ya que aportan diferentes maneras de luchar a favor de la igualdad de género. Para ello, se realizan reuniones, asambleas y jornadas de formación para el profesorado, generando interés en distintas áreas. De la misma manera, el objetivo 5 (llevar a cabo una red local) es uno de los más reseñables, ya que GenAraNet abarca cuatro asociaciones de género y colabora con ellas en sus actividades.

En cuanto a los objetivos propiamente informativos, se han diseñado unos perfiles propios en las Redes Sociales (objetivo 7). Desde la página web corporativa, se podría acceder a diferentes redes sociales: *LinkedIn* (para un público más profesional), *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* (para llegar a un público más joven y con un enfoque diferente y más informal). Además, se ha seleccionado un dominio para la página web corporativa (objetivo 8), se ha contratado asesoría y diseño web, accesibles para contar con una presentación profesional. En este caso, se tendrá en cuenta el posicionamiento SEO (Search Engine Optimization), intentando estar adaptada a todo tipo de dispositivos y público, así como presente en los primeros puestos. Todo ello se realiza para llegar al mayor número de gente (objetivo 9), por lo que también se contrata publicidad en las redes sociales (objetivo 10). En este espacio publicitario aparecerá la imagen corporativa de la Red, que se ampliará en el apartado 3 de este trabajo.

Del mismo modo, GenAraNet colabora con la Asociación del Observatorio de Zaragoza, investigando y asesorando en el discurso inclusivo que persigue la Universidad (objetivo 12). Por último, se pedirá la colaboración de las asociaciones vinculantes para recoger datos verídicos sobre la situación de la mujer en la actualidad (objetivo 11).

2.4. Públicos

En este apartado, se va a abordar la cuestión del público al que se va a dirigir la red, para ello, se ha creído conveniente hacer dos distinciones. Por un lado, se analiza el público interno —es decir, los clientes, las asociadas y las inversiones de la entidad— y, por otro lado, se estudia el público externo —los medios de comunicación, los reguladores, los competidores y las entidades sociales o alianzas.

2.4.1. PÚBLICOS INTERNOS

➤ Clientes

GenAraNet está abierta a todos los hombres y mujeres que desempeñen su labor profesional en el campo de la educación. Los propios usuarios deberán compartir los objetivos por los que lucha esta entidad y estar concienciados de la importancia que tiene trabajar todos juntos, en una misma dirección, para lograr la plena participación de las mujeres en la sociedad.

Para esta red, el receptor más importante es el alumnado, —tanto de Educación Primaria, con el proyecto *Ni superhéroes ni princesas*, como Educación Secundaria y Bachillerato, con actividades como *El amor romántico a debate* —pues desean motivar al estudiantado hacia un comportamiento igualitario, desde edades tempranas. Asimismo, dan a conocer figuras femeninas fundamentales en la historia y que pueden ser referente para la inspiración científica de las niñas, ya que no se debe olvidar que GenAraNet surge de una necesidad: la desigualdad entre hombres y mujeres. Del mismo modo, se quiere concienciar a la comunidad educativa de la problemática actual, en cuanto al género, aunque venga de años atrás. No obstante, también se desea llegar a otro público más selecto, esto es, profesionales del sector, a través de asambleas o certámenes, entre otros eventos. Quieren llegar al profesorado con el fin de que se unan a la causa y colaboren para que la sociedad posea también una cara femenina.

➤ Proveedores

Apenas poseen este tipo de servicio. Entre ellos, se encontraría la Universidad de Zaragoza, el Gobierno de Aragón, la Comunidad Europea y el CSIC. Estas instituciones colaboran con la asociación donando el material o aportando capital para un posible *merchandising*.

➤ Voluntariado

Dadas las características de la red, la mayor parte de personas (más bien todas) que forman parte de ella lo hacen de manera voluntaria, siendo este la mayor parte del público interno. La asociación no está conformada por trabajadores en sí, sino que se agrupan diferentes mujeres del sector educativo para dar forma a este proyecto. Libremente, las asociadas participan en hacer de GenAraNet una asociación más rica en valores y en misiones, apoyando las diversas causas que se impulsan desde esta entidad. Lo mismo ocurre con las entidades vinculadas a la red, por ejemplo, AMIT-Aragón o SOMOS LGTB+ Aragón llevan a cabo actividades a través de los/ las asociadas que acuden de manera voluntaria a los colegios e institutos.

➤ Inversores

Obra Social la Caixa colabora con la red, donándole recursos económicos para el propio mantenimiento de la Asociación. También, coopera *L'Oréal España* con la campaña “Por las mujeres en la ciencia”. Es un proyecto que ya comenzó en el año

2000, apostando por la visibilidad de las mujeres científicas en España, incluso el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte ha colaborado en este proyecto. Desde entonces, cada año, cinco jóvenes investigadoras españolas reciben premios de investigación y realizan actividades para fomentar la vocación científica entre las más jóvenes. Del mismo modo, la contribución del equipo de *Atresmedia* y *La Sexta* fue fundamental para impulsar el proyecto de AMIT: la primera base de datos de científicas españolas. Este medio lanzó una campaña que incluía la emisión de un spot⁵, donde se preguntaba si “sabría nombrar a cinco mujeres científicas”, protagonizado por la periodista Mamen Mendizábal. Esta colaboración se llevó a cabo gracias al proyecto de Constantes Vitales, en el año 2018. Ésta es una red de reciente fundación, de la que se pueden destacar los siguientes patrocinadores: La obra social la Caixa, L’Oreal España y la UZ, CSIC y la Comisión Europea.

2.3.2. PÚBLICOS EXTERNOS

➤ Medios de comunicación

GenAraNet todavía no tiene ninguna publicación en los medios de comunicación. La red se mimetizará con los medios empleados por las asociaciones que la integran: AMIT-Aragón, IAM, El Observatorio y SOMOS LGTB+. Más adelante, a partir del 2020, irá apareciendo tímidamente en los medios. Todas estas asociaciones necesitan el apoyo de la prensa para difundir su idea por toda la sociedad. Para ello, cuentan con medios locales como el **Heraldo de Aragón**, quien publica las distintas actividades que se llevan a cabo en Zaragoza, Huesca y Teruel. Por ejemplo, AMIT-Aragón cuenta con el apoyo de este periódico desde hace bastantes años, pues ya en el 2014 se hacen eco de la celebración de la sexta edición de Girl’s Day. No obstante, son estos dos últimos años (2017-2018) en los que AMIT-Aragón se ha mostrado más en la prensa, pues Heraldo publica con más asiduidad los proyectos de la misma. Mientras, El Observatorio de Igualdad es menos asiduo a la aparición en prensa, aunque sí que publica en el 2018 el ganador del *III Concurso Publicitario por la Responsabilidad e Igualdad de Género*. Es este mismo año también cuando aparecen publicaciones de

⁵ Spot de Atresmedia:

https://compromiso.atresmedia.com/constantas-vitales/mujeres-cientificas/lasexta-impulsa-primera-base-datos-mujeres-cientificas-espanolas-junto-amic_201806265b3352270cf2dd2a838029ab.html

SOMOS LGTB+ en este medio, haciendo referencia a su función informativa en la educación.

Otros medios locales, como el **Periódico de Aragón**, difundían la creación de AMIT-Aragón desde sus inicios. Del mismo modo, en 2018, se hace eco de la aprobación definitiva de la ley de igualdad y protección integral contra la discriminación por orientación sexual o identidad de género, con el apoyo de SOMOS LGTB+ Aragón. En el **Diario de Teruel**, también se han hecho públicas numerosas de las actividades que han tenido lugar en esta provincia, por ejemplo, cubrieron la noticia de *Una Ingeniera en cada cole* en el CRA de Aliaga. Asimismo, **Aragón Radio** también es un apoyo de divulgación, a través del Programa *Ágora* y para SOMOS LGTB+ Aragón. Este último año, la televisión local también ha estado presente en los proyectos de AMIT-Aragón, en este caso, suelen aparecer en las noticias y en el programa **Aragón en Abierto**.

Además, GenAraNet tendrá una sala de prensa, en la que se recopilarán las noticias más reseñables de sus actividades y de las asociaciones integrantes. De la misma manera, los periódicos nacionales también se hacen eco de lo que ocurre en estas asociaciones, como pueden ser **El País** o **La Vanguardia**. En cuanto a los medios televisivos, a nivel nacional, AMIT posee el gran apoyo de **Atresmedia**, gracias a la campaña *Responsabilidad Corporativa, Constantes y Vitales*. En concreto, **La Sexta** impulsa la creación de la primera base de datos de mujeres investigadoras españolas.

La radio también pone voz a las noticias de AMIT, por ejemplo, en 2018, la cadena **Ser**, explicaba los bajos salarios que tienen las científicas en España, poniendo de referencia a esta entidad. También, utilizan de altavoz a **Onda Cero**, quien anuncia la nueva base de datos de las científicas españolas, en el año 2018.

Por último, un medio indispensable en la actualidad son las **redes sociales**. En este caso, AMIT-Aragón se da a conocer a través de LinkedIn, Google+, Pinterest, Facebook, Twitter y YouTube. Son canales de reciente creación, por ejemplo, el Twitter de AMIT-Aragón fue fundado en 2018. Se echa en falta una red social fundamental hoy en día, que no es otra que Instagram. Lo mismo ocurre con el Observatorio y SOMOS LGTB+, ya que no poseen esta última red. No obstante, GenAraNet contará con Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn, donde hará público todas las actividades de esta red y de las demás entidades. Su actualización debe ser estudiada con cuidado, para

no hacer un uso contraproducente, tal y como indican trabajos como *El Análisis de la gestión de la comunicación de entidades del tercer sector relacionadas con el trastorno del espectro del autismo* (Jaione del Corte). Asimismo, poseerá una página web corporativa, con el fin de darse a conocer antes del siguiente curso escolar. En esta página tendrán cabida todas las entidades y sus distintas actividades, ya que GenAraNet sirve de vehículo de unión entre dichas asociaciones de género y la totalidad de la sociedad aragonesa, en general, a la que se puede llegar bien a través de los medios de comunicación, bien a través de los medios propios de la asociación. No se debe olvidar que todos y todas somos necesarios para construir una sociedad igualitaria.

➤ Reguladores

GenAraNet se regula a través de la normativa estatal vigente por la que se rige el Gobierno a las Asociaciones sin ánimo de lucro, que no es otra que la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo reguladora del Derecho de Asociación. En concreto, Aragón atiende al Real Decreto 260/2012, de 4 de diciembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula el Registro General de Asociaciones de la Comunidad Autónoma de Aragón y al Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos y el modelo de plan de actuación de las entidades sin fines lucrativos. La Asociación posee sus propios estatutos reguladores, creados por la Junta Directiva y acatados por todas las asociadas.

➤ Competidores

GenAraNet no tiene competidores directos, pues es la única red de estudios de género enfocada al ámbito educativo, en Aragón. En este sentido, tampoco se enfrenta a otras posibles rivalidades, si bien es verdad que —desde esta Comunidad— se fomentan actividades que impulsan la igualdad de género en la Educación Primaria y Secundaria. Estos proyectos puntuales están financiados por el Gobierno de la Comunidad y la Diputación Provincial de Zaragoza (DPZ). Por este motivo, no pueden considerarse —apenas— competidores, sino que, más bien parecen proyectos complementarios, ya que el objetivo final es muy similar: fomentar la igualdad de género en el ámbito educativo.

Obviamente, a nivel nacional, coexisten multitud de asociaciones de género, pero ninguna de ellas es una red de estudio de género de ámbito educativo, propiamente.

No se puede corroborar la existencia de un competidor directo, ya que todo lo que se encuentran son diversas asociaciones de género que colaboran con diferentes causas.

➤ Entidades sociales

GenAraNet es una entidad social, por lo que colaboran con ella otros proyectos del mismo registro. Por ejemplo, colaboran con la red:




- *La obra social la Caixa*
- *L'Oreal: apoya la campaña Por las mujeres en la ciencia*
- La Universidad de Zaragoza
- CSIC
- La Comisión Europea

2.5. Mensajes

GenAraNet representa al conjunto de las asociaciones como marca corporativa (AMIT-Aragón, El Instituto Aragonés de la Mujer, SOMOS LGTB+ Aragón y El Observatorio de Igualdad), pero debe poseer una imagen de marca propia. Para llevar a cabo dicha estrategia, lo más importante es ganarse una buena reputación, a través de proyectos interesantes, que se irán conociendo a través de sus mensajes, eslóganes y su imagen. Esta reputación se muestra en el ofrecimiento de los resultados valiosos que se irán sumando, a lo largo de su trayectoria, así como su sensibilidad y responsabilidad social. Para ello, transmitirá sus ideas por medio de mensajes clave, que no son otros que:

- Promover la paridad de género en todos los ámbitos educativos
- Defender los intereses y la igualdad de derechos y oportunidades de las mujeres
- Apoyar a todas las personas que están concienciadas que tienen que trabajar juntos y juntas
- El logro de la plena participación de las mujeres en la sociedad
- La promoción de las mujeres en el mundo científico, educativo y humanístico

Se preocupa por hacer llegar su mensaje a la población más juvenil y al profesorado, proponiendo títulos que llevan implícitos ciertos avisos, como los siguientes:

FORMAS DE VIOLENCIA Y TRANSGRESIONES: LA CREACIÓN DE LAS "CHICAS MALAS"	NI SUPERHÉROES NI PRINCESAS	EL AMOR ROMÁNTICO A DEBATE
Título explicativo y descriptivo de lo que será este curso: problemática de la violencia en mujeres jóvenes	Título más informal porque va destinado a un público infantil, además, se intuye que se enmarca en el ámbito de la narrativa	Se encamina hacia un público adolescente y adulto, también enfocado a la literatura
		

*Tabla 9: Información concreta de las actividades, junto con sus logos

La Asociación siempre ha tenido las ideas claras y ha servido de altavoz para difundir el problema social que afecta a la mujer, con el fin de conseguir la paridad entre sexos. La idea es llegar tanto a mujeres como a hombres, buscando su implicación y logrando la igualdad de género. Su mensaje es sencillo y explicativo, puesto que muestran datos reales y estadísticos sobre los problemas de igualdad en la sociedad española. De esta manera, conciencian a la población con un mensaje directo y real, en el que se puede observar la problemática de manera objetiva y juzgar por uno mismo. El receptor tiene la oportunidad de conocer estos datos que incumben a la mujer desde una perspectiva lúdica y educativa. Sin embargo, no cuenta todavía con ningún *slogan* ni anuncio publicitario en los medios que pudiera transmitir su mensaje. No obstante, lanza también su mensaje implícito a través de las imágenes de los proyectos, visuales y explicativas adaptadas al estudiantado al que se dirige.

2.6. Canales

Para mostrar los canales que utiliza GenAraNet, se va a seguir el modelo *Aplicación del Plan* de Hallahan (1985). Esta red de nueva fundación se va a mimetizar con los canales que usan las distintas asociaciones con las que se vincula. De esta manera, los primeros medios a analizar serán los **medios públicos** para hacer llegar su mensaje al receptor. En este caso, AMIT-Aragón, El Instituto Aragonés de la Mujer, el

Observatorio y SOMOS LGTB+ Aragón transmiten su mensaje a través de medios locales en soporte de papel y digital, como son el *Periódico de Aragón*, *Diario de Teruel* o el *Heraldo de Aragón*. También, AMIT-Aragón y SOMOS LGTB+ Aragón hacen uso de *Aragón Radio*, una emisora muy escuchada por la población aragonesa, por lo que el canal se emplea de una manera muy efectiva. Del mismo modo, se apoyan en la televisión aragonesa, sobre todo, en las noticias de *Aragón Televisión* y en el programa *Aragón en Abierto*. Fue en el año 2018 cuando AMIT-Aragón y SOMOS LGTB+ Aragón tuvieron más apreciaciones televisivas, a nivel local. Por el momento, GenAraNet no ha aparecido en los medios, pero lo hará a partir del próximo 2020.

Los medios interactivos son aquellos que sirven para recibir un cierto *feedback* del receptor. Gracias a estos medios, los usuarios podrán llegar a conocer en qué consiste GenAraNet, sin moverse de sus hogares. Podrían resumirse los datos más reseñables de las redes sociales de las asociaciones vinculantes, ya que —se ha tratado con anterioridad (2.3. Acciones) — las redes propias de GenAraNet. He aquí los datos:

Redes	Año de inicio	Seguidores
AMIT-ARAGÓN		
Twitter	2018	42
Facebook	2016	588
LinkedIn	2018	15
YouTube	2018	68
SOMOS LGTB+ ARAGÓN		
Twitter	2011	9205
Facebook	2010	2715
YouTube	2018	36
EL OBSERVATORIO DE IGUALDAD		
Facebook	2016	666
Twitter	2018	230
INSTITUTO ARAGONÉS DE LA MUJER		
Twitter	2011	2656
Facebook	2015	2848
YouTube	2009	990 ⁶

*Tabla 10: datos de Redes sociales de las asociaciones vinculadas

⁶ Canal propio del Gobierno de Aragón

En cuanto a los **medios controlados** —que sirven para hacer promoción— constan de folletos (ver en el Anexo) muy interesantes de las asociaciones vinculadas, en los que se aporta información esencial sobre las actividades. GenAraNet hará uso de este tipo de medios para reseñar actividades a los centros educativos. Siguiendo con los **eventos**, se pueden abordar las actividades, los discursos o las conferencias que se llevarán a cabo este próximo año. Con ello, la entidad desea motivar a los lectores con el fin de que se unan a la Asociación o, al menos, sean conscientes de sus objetivos. Un evento que se celebraría anualmente es la Asamblea, donde acuden las asociadas y numerosas invitadas.

Los asuntos a tratar en esta asamblea son dos: por un lado, se presentan los datos de la evolución de la asociación y, por otro lado, se dan a conocer los datos de las actividades de ese mismo año. El objetivo de estos eventos no es otro que mostrar la gran referencia femenina en las alumnas. Asimismo, podría acudir a los siguientes congresos y Ferias, con el fin de darse a conocer y formarse como red:

- Club de Opinión La Sabina: es un club de mujeres comprometidas con la cultura, la educación y el diálogo, para conseguir una sociedad igualitaria
- AULA: Feria de Educación que tiene lugar en Madrid y que acoge a multitud de docentes. Este último año apostó por la igualdad de género
- Jornadas Feministas: Organizadas por el Ayuntamiento de Zaragoza y CTXT (Revista Contexto)

El último tipo de canal es el que se denomina **Cara a cara**, con el fin de resolver dudas o problemas. En este sentido, podría entenderse que son las propias actividades que realiza la asociación, ya que están en contacto directo con el estudiantado y pueden resolver cualquier tipo de duda y mostrar cercanía, estableciendo una relación de confianza y confidencialidad. En el futuro, GenAraNet poseerá una sede física con el fin de establecer reuniones y ofrecer información. En este sentido, es oportuno reseñar la importancia de la transparencia y el acceso a la información pública. Los ciudadanos tienen derecho a conocer los movimientos de las instituciones públicas o privadas (Anexo).

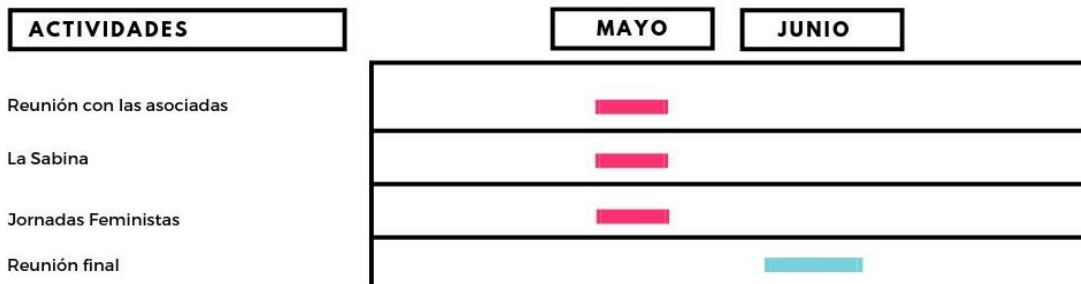
2.7. Calendario

Este calendario recoge las actividades planificadas que podrían llevarse a cabo para el curso académico 2019-2020, centrándose en proyectos educativos.

FECHA	ACTIVIDAD
3 de octubre 2019	Asamblea inicial de curso GenAraNet
8 de noviembre 2019	Aprobación del Acta de la Junta anterior (3 de octubre)
22 de noviembre 2019	Reunión de la Junta Directiva (Anexo)
3 de diciembre 2019	Reunión con las asociaciones vinculadas
12 de diciembre 2019	Actividad Ni superhéroes ni princesas
16 de diciembre 2019	Actividad El amor romántico a debate
20 de diciembre 2019	Formas de violencia y transgresiones: la creación de las "chicas malas"
12 de enero 2020	Participación en las Jornadas contra la violencia en las aulas [IAM]
15 de enero 2020	Participación en la actividad Girl's Day [AMIT-ARAGÓN]: C.E.I.P. Antonio Beltrán Martínez (Zaragoza)
6 de febrero 2020	Participación en el Concurso Wiki-Informática [AMIT-ARAGÓN]: C.E.I.P. Asunción Pañart Montaner (Huesca)
11 de Febrero 2020	Participación en 11F: Día Internacional de la mujer y de la niña en la ciencia
14 de febrero 2020	Colaboración en la Charla de SOMOS LGTB+ ARAGÓN
3 de marzo 2020	Reunión con El Observatorio de Igualdad para proponer mejoras
02-08 de marzo 2020	Asistencia al Congreso de Educación: AULA
15 de marzo 2020	Asamblea Anual GenAraNet
1 de abril 2020	Actividad Ni superhéroes ni princesas
18 de abril 2020	Actividad El amor romántico a debate
3 de mayo 2020	Reunión con las asociaciones vinculadas
5 de mayo	Asistencia al Club de Opinión La Sabina
20 de mayo	Asistencia a las Jornadas Feministas en Zaragoza
1 de junio	Reunión final de GenAraNet

*Tabla 11: Calendario GenAraNet

He aquí un diagrama Gantt para observar visualmente algunas de las actividades más



importantes de la organización:

*Tabla 12: Calendario Gantt de las actividades de GenAraNet

No obstante, también hay que contemplar un calendario propio del plan de comunicación y de las acciones propias a desarrollar:

FECHA	ACCIONES
Marzo 2019	Presentación de la red a las asociaciones vinculantes
Abril 2019	Creación de la web corporativa (incluyendo la compra del dominio) y Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn) Contratación de <i>Google AdWords</i>
Mayo 2019	Presentación del proyecto a: <ul style="list-style-type: none"> - Diputación Provincial de Zaragoza, Huesca y Teruel - Gobierno de Aragón - CSIC - Universidad de Zaragoza - Comisión Europea
Junio 2019	Selección y desarrollo de la marca corporativa
Septiembre 2019	Puesta en marcha de la campaña de comunicación: Presentación de la marca, logotipo y web corporativa a los organismos públicos interesados en el proyecto, en los medios de comunicación, en Redes Sociales, prensa y radio
Septiembre 2019	Elaborar un calendario con las actividades y las ferias/ congresos a los que asistir
Octubre a Junio	Desarrollo de actividades y análisis de su recorrido
Marzo 2020	Asistencia al congreso AULA para promocionar la red
Mayo 2020	Asistencia a las Jornadas Feministas para promocionar la red
Julio 2020	-Elaboración de los informes relativos a estos datos y al análisis sobre el seguimiento y evaluación del funcionamiento de las acciones desarrolladas en comunicación interior y exterior y la consecución de los objetivos -Presentación de los resultados de los informes a las asociaciones y organismos públicos con los que se ha trabajado -Estudio de los éxitos y fracasos del Plan Estratégico de Comunicación y corrección de errores

**Tabla 13: Calendario propio del plan de comunicación*

2.8.Presupuesto

TIEMPO DEL PERSONAL	PRESUPUESTO	COSTES DIRECTOS	PRESUPUESTO
Departamentos	€	Proveedores comunes	€
Comunicación	2.000	Fotografía	500
Financiación	1.000	Impresión	50
Consultorías		Producción audiovisual y realización de folletos	500
Agencia de publicidad	500	Diseño y proyecto web	1000
Gestión de Información	500	Costes operativos	
		Anuncios en Redes Sociales	1.500
		Compra de dominio	200
		Contratación de Google Adwords	500
		Compras de bienes destinados a la actividad	650
		Costes auxiliares	
		Mensajería	100
		Alojamiento	300
		Artículos en la prensa	150
		Costes internos: teléfono, imprevistos, etc.	50
Total:	4.000	Total:	5.500
Total: 9.500			

**Tabla 14: presupuesto de la Red*

Llegados a este punto y recogidas todas las acciones posibles en de un plan de comunicación para esta asociación, a lo largo de un año (2019-2020), se cuenta con que se puede generar una pérdida de dinero, ya que es una pequeña entidad, por lo que sus gastos no serán muy altos. Podrán gastar aquel dinero que posean, gracias a subvenciones o a las propias aportaciones de las socias y socios. En este caso, solo habrá dos departamos, los indispensables para el desarrollo del trabajo de la red. Este departamento contará con trabajadores contratados por horas, por eso su salario es escaso. Lo mismo ocurre con las consultorías, pues se necesitará su colaboración solo en ocasiones puntuales (*freelance*). Como se observa, son cifras bajas, ya que es una asociación de nueva creación, por lo que no se pueden permitir grandes cantidades económicas. Lo más importante, en estos momentos, es darse a conocer, por eso han invertido más en el ámbito publicitario, en las redes sociales y en el diseño web.

2.8.1. EVALUACIÓN DE LOS OBJETIVOS PROPIOS

El presupuesto es un resumen de cómo se han abordado los objetivos, por ello, sería conveniente chequear los resultados de aquí a un año, por ejemplo, con el fin de observar si este plan de comunicación está cumpliendo con las expectativas acordadas. He aquí una sencilla evaluación de los objetivos propios del plan:

¿Se ha dado a conocer la red en las Redes sociales con éxito?	SI	NO
¿La página web proporciona información relevante acerca de las asociaciones vinculadas?	SI	NO
¿El número de visitas en su página web corporativa se ha visto incrementado?	SI	NO
¿Se han sumado más asociaciones de género a la red?	SI	NO
¿Se han dado a conocer referentes femeninos a través de nuestras actividades?	SI	NO
¿Han aumentado el asesoramiento de asociaciones de género?	SI	NO
¿Se ha creado una red local para llevar a cabo las actividades relacionadas con los objetivos y fines de la asociación?	SI	NO
¿Ha crecido el número de seguidores en sus Redes Sociales?	SI	NO
¿Se han dado a conocer las inquietudes de la red?	SI	NO
¿Se ha incrementado la información sobre las asociaciones de género en Aragón?	SI	NO
¿Se ha incrementado el número de asistentes en las reuniones y actividades?	SI	NO
¿La página web corporativa se posiciona en los primeros puestos? (SEO)	SI	NO

*Tabla 15: Evaluación hipotética de la red

3. PROPUESTA: IMAGEN DE MARCA

Esta red de estudios de género aspira a convertirse en una asociación de referencia en el ámbito de la educación, como proyecto vinculador de distintas entidades de género de la Comunidad. Para conseguirlo, apuesta por un enfoque innovador, aunque ya propuesto — de manera similar— a nivel estatal, en el que se lucha por la inserción igualitaria del papel de la mujer en la sociedad. De este modo, el lema de la red es *Educando por la igualdad*, adecuado para caracterizar dicha marca, ya que se encuadra en el marco educativo, tanto en colegios, como institutos y universidades. Además, no solo va destinado al profesorado, sino también al alumnado, con el objetivo de dar a conocer los problemas de género actuales y aprender a combatirlos.

Toda promoción de marca debe abarcar dos acciones indispensables. En un primer lugar, la presencia activa en las redes sociales. Es imprescindible estar presente en Twitter, Facebook e Instagram, para llegar a un público distinto. En segundo lugar, hay que vender digitalmente el proyecto, a través de las redes sociales, pero — también— a través de nuevas plataformas de información y comunicación. De este modo, una de las primeras tareas de la red sería crear un sitio web, en el que se reflejará la información sobre el proyecto, los servicios y sus asociaciones vinculadas. Esta tarea es una inversión de bajo coste, pero de alto rendimiento, si el sitio ha sido diseñado de manera organizada y atractiva para el usuario. Este espacio debe estar estructurado claramente, permitiendo un acceso sencillo a la información. Además, debe poseer una galería de imágenes y vídeos de los eventos que se organicen, así como un calendario donde aparezcan todas las actividades previstas. También, habrá una sección donde se narre la historia de GenAraNet y en qué consiste su cometido, así como un apartado para todos aquellos que deseen hacerse socios o socias de este proyecto, siguiente con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). Por último, se habilitará un enlace visible a las redes sociales de la red.

Más adelante, sería conveniente poseer un local físico propio de la asociación, para realizar reuniones, proyectar vídeos o recibir visitas. Así como, elaborar un plan de financiación para asegurar una sostenibilidad económica y crear una imagen propia de marca, con la que poder vincular a esta red. Por ejemplo, el logo podría ser algo simple, que fuera fácilmente recordado y que tuviera colores que se vincularan, directamente,

con estudios de género. De este modo, se ha optado por el morado, relacionado con movimientos en pro de la igualdad.

Podría tener un carácter desenfadado para llamar la atención del estudiantado, pero no mucho, ya que también se dirige a otro tipo de población, como al profesorado. Además, la tipografía debe entenderse bien, ya que la única palabra que debe aparecer es la marca, para que capte la atención del público y recuerden solo un único término. Sin más dilación, éste es el logo que la autora de este TFM propone para la red:



**Figura 2: Logotipo de GenAraNet*

El nombre de la marca hace referencia a dos palabras clave: Género y Aragón, pues es una red de estudios propia de nuestra Comunidad. Está compuesta por el término “net” —proviene del inglés “network” — que significa *red* y aparece separada con un punto, para darle un toque tecnológico, jugando con que es una red propiamente dicha, que aglutina a distintas asociaciones de entidades de género.

4. CONCLUSIÓN

Este Trabajo Fin de Máster (TFM) ha abarcado el diseño de un plan de comunicación para la creación de una red ficticia de estudios de género en Aragón, puesto que se han seguido todos los pasos y concentrado la información pertinente para su creación. Del mismo modo, se ha expuesto una breve idea de lo que sería la imagen de marca de GenAraNet, transmitiendo los mensajes que fundamentan la asociación y generando una buena reputación. Como se viene explicando a lo largo de este documento, el trabajo de esta red radica en la intermediación de las distintas asociaciones de género que existen en Aragón, en el campo de la educación. A partir de estos cimientos, la red —espacio para que Organizaciones de la Sociedad Civil puedan capacitarse, profesionalizarse, recibir asesoría legal y acceder a convocatorias vigentes para procurar fondos— podrá funcionar como una asociación que aúne a las distintas asociaciones. Será capaz de trabajar por la igualdad, en el ámbito de la I+D+i, promoviendo los estudios de género. Asimismo, se llevarán a cabo distintas actividades destinadas al alumnado de Educación Primaria, Secundaria, Bachillerato, Ciclos Formativos y Universitaria, así como al profesorado.

Así, se solventa una necesidad comunicativa que existía en GenAraNet, realizando el diseño de un plan de comunicación —del que carecen gran parte de estas entidades— e imagen de marca, en el que se han dado a conocer los datos más relevantes de la asociación, así como su funcionamiento, el estudio de las debilidades y fortalezas, el calendario que sigue y el presupuesto que conlleva el desarrollo de la asociación. De la misma manera, se desean mostrar las carencias comunicativas que se observan, en general, en estas asociaciones de género. Esto es, en sus sitios webs no se encuentra ningún plan de comunicación, pilar fundamental y herramienta indispensable para sustentar los cimientos de una correcta información y transmitir las pesquisas de una asociación o cualquier empresa. Así pues, puede que sirva como modelo para posibles proyectos futuros de asociaciones y redes de género.

Se finaliza reiterando el objetivo de GenAraNet, que no es otra que erradicar la discriminación por razones de sexo, transfiriendo datos de distintas asociaciones y estableciendo colaboraciones y cursos formativos, para dar una mayor visibilidad a este tipo de asociaciones de género en el ámbito educativo.

4. BIBLIOGRAFÍA ⁷

➤ REVISTAS Y OBRAS

- CLARAMUNT, R.M. (2012). *Mujeres en ciencia y tecnología*. Madrid: UNE.
- DENNIS, L., Wilcox Glen, T., Cameron y Jordi, X. (2012, 10ª edición). *Relaciones públicas. Estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson Educación.
- DEL CORTE ZALA, J. (2019) *El Análisis de la gestión de la comunicación de entidades del tercer sector relacionadas con el trastorno del espectro del autismo*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- FRAENKEL, J. R., & WALLEN, N. E. (1996). *How to design and evaluate research in education* (3rd. Ed.) New York: McGraw-Hill.
- GARCÍA, M. (2018). *Mujeres en (con)ciencia*. Madrid: Ilustrados.
- GONZÁLEZ, F. (2016). Un plan de marketing no es un plan de comunicación. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 31 (111).
- HELEN FOX, K. (1996). *Reflections on Gender and Science*. Yale University Press: Edición Anniversary.
- MÁRTINEZ RODRÍGUEZ, J. (2011). Métodos de investigación cualitativa. *Silogismos de la investigación*, 8 (1).
- MOLINA-GAUDO, P., BALDASSARRI S., VILLARROYA-GAUDO, M. y E. CEREZO (2010). Perception and Intention in Relation to Engineering: A Gendered Study Based on a One-Day Outreach Activity. *IEEE Transactions on Education*, 53(1).
- MONSERRAT-GAUCHI, J. (2014). *Cómo elaborar un plan estratégico de comunicación*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- PÉREZ, E. (2003). Las mujeres en la historia de la ciencia. *Ciencia, medicina, comunicación y cultura*, 27.
- RUIZ, O., CABELLO, C., SANMARTÍN, J., RODRÍGUEZ, C., PUY, A. (Coord.) (2018). *Científicas en cifras 2017: Estadísticas e indicadores de la (des)igualdad de género en la formación y profesión científica*. Madrid: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.
- VILLARROYA, M. (2014). *El mundo necesita ingenieras ¿quieres ser una?* Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- VILLARROYA, M. (2018). *¿Cómo vencer la brecha de género en las TIC?* Zaragoza: Universidad de Zaragoza

⁷ La bibliografía se cita según las normas APA, recogidas por la Biblioteca de la Universidad de Zaragoza

- VILLARROYA, J.G. (2012). *Aplicación web que permite gestionar los datos relativos a la organización de las jornadas Girls' Day. Permitted gestionar visitas de escolares a laboratorios*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- ZABORRA, C. (2010). *Mujeres, ciencia y academia*. Málaga: Universidad de Málaga.
- CONGRESOS
- BALDASSARRI, S., MARTINEZ, E., CEREZO, E., MOLINA, P., RUBIO, D. (1999). *An approach to the situation of Spanish women holding research/teaching positions based on the production/reproduction model*.
- CEREZO, E., AYUSO, N., TRILLO, R., MASIÁ, B., MURILLO, A.C., MARISCAL, L., RUBERTE, L., BALDASSARRI, S., VILLARROYA-GAUDÓ, M., DELGADO, M., MAYORAL, C. (2018). *A female engineer in every school*. [Interacción: 38:1-38:2]
- LOZANO ALBALATE, M.T., TRILLO LADO, R., VILLARROYA-GAUDÓ, M., ALLUEVA, A., CEREZO, E. (2015). *An ICT experience in Computer Women Role promotion: Wikiformática! in Aragón: Promoting the use of Wiki tools and visualizing the role of women in ICT*. [Interacción: 33:1-33:4]
- MOLINA, P., BALDASSARRI, S., CEREZO, E., RUBIO, D. (1999). *Women and technology: the Spanish scenery*.
- NORMATIVA
- Constitución Española de 27 de diciembre de 1978: artículo 22.
- Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación.
- Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor: Artículo 7.
- Estatuto de Autonomía de Aragón, reformado por la Ley Orgánica 5/2007, de 20 de abril: artículo 71, 40ª.
- Real Decreto 1533/1986, de 11 de julio, por el que se regulan las Asociaciones de Padres de Alumnos.
- Real Decreto 949/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Nacional de Asociaciones.
- Real Decreto 397/1988, de 22 de abril, por el que se regula la inscripción registral de Asociaciones juveniles.

- Real Decreto 1740/2003, de 19 de diciembre, sobre procedimientos relativos a asociaciones de utilidad pública.
- Real Decreto 260/2012, de 4 de diciembre, por el que se regula el Registro General de Asociaciones de la Comunidad Autónoma de Aragón.
- Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos y el modelo del plan de actuación de las entidades sin fines lucrativos.

➤ NOTICIAS EN LA RED

- De mayor quiero ser Ingeniera (2018). *Heraldo de Aragón*. Recuperado el 20 de marzo de:
URL: <<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2018/02/20/de-mayor-quiero-ser-ingeniera-1225991-300.html>>
- Debate sobre el papel de las mujeres en Investigación (2006). *Periódico de Aragón*. Recuperado el 26 de marzo de:
URL:<https://www.elperiodicodearagon.com/noticias/debate-papel-mujeres-investigacion_238081.html>
- Día de chicas en Ingeniería (2014). *Heraldo de Aragón*. Recuperado el 10 de marzo de:
URL:<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2014/11/05/dia_chicas_ingenieria_320282_300.html>
- Las científicas también apoyan la huelga feminista (2018). *Cadena ser*. Recuperado el 30 de marzo de: URL:
<https://cadenaser.com/ser/2018/03/05/ciencia/1520264267_916297.html>
- Los premios del Tercer Milenio aplauden la investigación y la innovación con sello aragonés (2017). *Heraldo de Aragón*. Recuperado el 15 de marzo de:
URL:<<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2017/11/02/los-premios-tercer-milenio-aplauden-investigacion-innovacion-con-sello-aragones-1205471-300.html>>
- *Proyecto WikInformática* (2018). Recuperado el 1 de abril de:
URL: <https://wikinformatica.unizar.es/wiki/P%C3%A1gina_principal>
- *Proyecto de IIF* (2018). Recuperado el 5 de junio de: URL:
<https://11defebrero.org/>

- Se presentan las mujeres investigadoras (2006). *Periódico de Aragón*. Recuperado el 28 de marzo de:
URL: <https://www.elperiodicodearagon.com/noticias/espacio3/presentan-mujeres-investigadoras_238502.html>

5. ANEXO⁸

- **Anexo I:** Imagen de las asociaciones de género en Aragón que aparecen mejor posicionadas en Google



*Figura 3: Captura de pantalla de las asociaciones de género en Aragón

⁸ La extensión del trabajo abarca más del límite establecido a causa del número de caracteres del anexo

➤ **Anexo II: Entrevistas**

A) Entrevista a María Pilar Arranz, directora del Observatorio de Igualdad de Género de la Universidad de Zaragoza

1. ¿Cuál fue el motivo que le movió para participar en la asociación/instituto al que pertenece? ¿Cuántos años lleva participando en ella/él?

El Observatorio depende del vicerrectorado cultural y de proyección social. En realidad, se creó por una ley (La Ley Orgánica de Igualdad 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, que establece la necesidad de que los poderes públicos adquieran un compromiso con la efectividad de las medidas transformadoras, garantizando la incorporación de la perspectiva de género en las políticas públicas y el pleno reconocimiento del papel de las mujeres en el ámbito cultural, histórico, social y económico). Zaragoza fue de las primeras en acogerla.

Llevo 3 años como directora del Observatorio.

2. ¿Cuáles son los pilares sobre los que se apoya la asociación/instituto?

Los pilares sobre los que asienta el Observatorio de Igualdad de Género son: el desarrollo de las funciones relacionadas con el principio de igualdad entre mujeres y hombres; la elaboración de un Plan de Igualdad y del análisis de los datos estadísticos que plantee líneas concretas de actuación que, además e incluya los sistemas de seguimiento y evaluación para la consecución de los objetivos.

3. ¿Diría que ha crecido la asociación/instituto desde que usted llegó? ¿Ha aumentado el número de asociadas/os?

Se creó en el 2008. No ha crecido porque yo misma puedo acceder. Lo que ha crecido son las actuaciones que lleva a cabo y los conocimientos por parte de la Universidad de Zaragoza, tanto del profesorado como del alumnado, al respecto.

4. ¿Cuál ha sido el recorrido de la asociación/instituto en estos últimos años? ¿Qué ha cambiado?

Lo que ha cambiado es que hay un mayor conocimiento en cuestiones de género por parte del profesorado, además, se ha implementado un protocolo de acoso, desde el Observatorio. Asimismo, se intentan dar a conocer más actividades hacia el alumnado.

El Observatorio ha ido cambiando, primero dependía de otro vicerrectorado y, ahora, depende del vicerrectorado de Cultura y de Proyección Social, desde 2016.

5. ¿Podría decirme cuántas socias/os conformaron la asociación/instituto en el año de inicio y cuáles fueron sus primeros recursos económicos? ¿y ahora?

Los recursos dependen de una subvención del IAM.

6. Si tuviera que situar la asociación/instituto en una fase actual ¿Cuál sería? ¿Fase de inicio, de crecimiento, de maduración o de caída? ¿Por qué?

Lo pondría en una fase de maduración porque ya han pasado unos cuantos años, aunque no tiene mucha solidez. En realidad, estaría entre el crecimiento y la maduración.

7. ¿Realizan alguna actividad enfocada a la educación y la igualdad? ¿Cuáles? ¿En qué consisten?

Sí, realizamos actividades por todo Aragón, ya que el Observatorio pertenece a toda la Universidad de Zaragoza (Huesca, Zaragoza y Teruel). Por ejemplo, las actividades que realizamos en 2018 fueron las siguientes (con una asignación de 22.000 euros):

- **Acciones de formación interna para profesionales de la UZ y del IAM: por ejemplo,** cursos en las provincias de Zaragoza, Teruel y Huesca dirigidos a la comunidad universitaria, a asociaciones de Huesca, Teruel y a la ciudadanía en general en colaboración con IAM de Huesca y Teruel. Cursos para Personal de Administración y Servicios (PAS) y un curso para Personal Docente e Investigador (PDI).

- **Actividades de divulgación y sensibilización: por ejemplo,** Celebración del Día Internacional de la Mujer, Presentación y difusión de los resultados de la Evaluación del Plan de Igualdad en la UZ. Colaboración en el II concurso de Microrrelatos. Curso de Verano Universidad de Zaragoza sobre temática relacionada con la igualdad de género en el ámbito personal o/y laboral.

-**Actividades de representación y coordinación:** Asistencia a reuniones de las Unidades, Oficinas y Observatorios de Igualdad de las Universidades españolas. Viajes

a Huesca y Teruel, para realizar las actividades del Observatorio también en esos campus.

- Acciones de organización y estructura: Difusión de los resultados de la Evaluación del Plan de Igualdad en la UZ, así como de las propuestas de mejora, incluyendo información y actividades dirigidas a todos los miembros de la comunidad universitaria, y que además tendrán proyección social fuera de la Universidad de Zaragoza y se realizarán en los distintos campus y centros de la misma.

8. ¿Piensa que la educación en igualdad es algo fundamental para el alumnado? ¿Por qué?

Por supuesto que sí, como profesora, como supones, la educación previene la conducta machista y violenta. En el caso de magisterio, debería ser obligatorio una asignatura en la que se trabajara la igualdad de género y la problemática de la violencia machista.

9. ¿Cuál es la visión de futuro que tiene para la asociación/instituto al que pertenece?

Debería ser optimista, pero lo importante es que contase con un presupuesto propio y que no dependiese de convenios o de financiaciones externas.

En el caso del Observatorio, es una institución obligatoria, así que de momento no creo que desaparezca.

B) Entrevista a María Teresa Puyuelo, jefa de sección de coordinación en planes y programas del IAM.

1. ¿Cuál fue el motivo que le movió para participar en la asociación/instituto al que pertenece? ¿Cuántos años lleva participando en ella/él?

Es un organismo autónomo del Gobierno de Aragón y las personas que trabajamos en él somos funcionarias.

2. ¿Cuáles son los pilares sobre los que se apoya la asociación/instituto?

Promover la igualdad y la lucha contra la violencia

3. ¿Diría que ha crecido la asociación/instituto desde que usted llegó? ¿Ha aumentado el número de asociadas/os?

No ha habido aumento de personal, pero sí de presupuesto y actuaciones que se realizan.

4. ¿Cuál ha sido el recorrido de la asociación/instituto en estos últimos años? ¿Qué ha cambiado?

Han ido aumentando sus competencias y sobre todo últimamente se están abordando nuevas líneas de trabajo a raíz del Pacto de Estado contra la violencia de género.

5. ¿Podría decirme cuántas socias/os conformaron la asociación/instituto en el año de inicio y cuáles fueron sus primeros recursos económicos? ¿y ahora?

No hay socios

6. Si tuviera que situar la asociación/instituto en una fase actual ¿Cuál sería? ¿Fase de inicio, de crecimiento, de maduración o de caída? ¿Por qué?

Yo diría que, aunque el Instituto está consolidado, sigue creciendo. En 1993 se creó como Organismo de igualdad del Gobierno de Aragón. En 2004 se aprobó la Ley Integral de violencia de género y en 2007 la ley autonómica de violencia contra la mujer, donde se reconocían otras formas de violencia contra la mujer.

El año pasado se aprobó el Pacto de Estado contra la violencia de género, con lo que las actuaciones desde este Instituto se están ampliando.

**7. ¿Realizan alguna actividad enfocada a la educación y la igualdad? ¿Cuáles?
¿En qué consisten?**

Se realizan actividades de formación en igualdad en diferentes ámbitos, especialmente dirigidos al mundo rural y a profesionales.

8. ¿Piensa que la educación en igualdad es algo fundamental para el alumnado? ¿Por qué?

Sí, pero toda la parte de educación es competencia de la Consejería de Educación

9. ¿Cuál es la visión de futuro que tiene para la asociación/instituto al que pertenece?

Seguir trabajando por conseguir una igualdad real entre hombres y mujeres y erradicar la violencia hacia las mujeres.

C) Entrevista a María Villarroya, Presidenta de AMIT-Aragón

1. ¿Cuál fue el motivo que le movió para participar en la asociación/instituto al que pertenece? ¿Cuántos años lleva participando en ella/él?

Lo que me llevó a participar en la asociación es que yo era científica y había desigualdades y eso me llevó a mí a asociarme.

Llevo participando en la Junta de la asociación desde 2003 o 2004, pero como presidenta de AMIT-Aragón llevo 7 años.

2. ¿Cuáles son los pilares sobre los que se apoya la asociación/instituto?

Tratar de alcanzar la igualdad de oportunidades de las mujeres que están en desigualdad en el ámbito de la ciencia y la tecnología y que se llegue a alcanzar un equilibrio de género en todos los sistemas.

3. ¿Diría que ha crecido la asociación/instituto desde que usted llegó? ¿Ha aumentado el número de asociadas/os?

Sí y mucho. En este momento estamos cerca de 90 socias en Aragón. En el año 2000, eran 18 socias aproximadamente.

Es posible la igualdad en la tecnología y científica, en estos momentos. Hay puestos de relevancia cubiertos por mujeres en este ámbito y eso anima a que haya gente que se asocie. Forman parte de la asociación las científicas que hacemos investigación en las universidades, en los organismos públicos, en empresas y también hay investigadores y tecnólogos, porque el objetivo de la asociación es alcanzar las igualdades de oportunidades de hombres y mujeres. En el último año y medio se han ido uniendo socios.

4. ¿Cuál ha sido el recorrido de la asociación/instituto en estos últimos años? ¿Qué ha cambiado?

En los primeros años se intentó sensibilizar a las investigadoras, por ejemplo, una mesa redonda sobre la conciliación de la vida personal y laboral en la investigación, una temática de acoso laboral (2005-2007). A partir del 2008, comenzamos con actividades que atrajeran la atención del estudiantado de Secundaria. En 2014, organizamos otro concurso que es Wiki-Informática, para crear “Wikipedia” de las vidas de científicas. En Primaria también realizamos actividades, como Una ingeniera en cada cole.

Al principio, teníamos dos o tres actos al año, ahora participamos en 3 o 4 actos que participamos como asociación, a nivel local. Por ejemplo, participamos en la visibilización del 11F, damos conferencias, etc.

5. ¿Podría decirme cuántas socias/os conformaron la asociación/instituto en el año de inicio y cuáles fueron sus primeros recursos económicos? ¿y ahora?

No había recursos económicos cuando comenzó la asociación. AMIT-Aragón inició sus actividades en 2004 en colaboración con las socias de MUCIT (asociación de MUjeres Científicas y Técnicas), con 7 socias. En 2006 se constituyó como nodo local de AMIT. Actualmente cuenta con 66 asociadas (enero de 2019).

6. Si tuviera que situar la asociación/instituto en una fase actual ¿Cuál sería? ¿Fase de inicio, de crecimiento, de maduración o de caída? ¿Por qué?

Diría que se encuentra en las fases de crecimiento y maduración. De crecimiento porque seguimos creciendo y de maduración porque hacemos las cosas mejor que antes y participamos en instituciones

7. ¿Realizan alguna actividad enfocada a la educación y la igualdad? ¿Cuáles? ¿En qué consisten?

Sí. Por ejemplo, Wiki-Formática para un alumnado de ESO, como ya te he explicado con anterioridad. Una ingeniera en cada cole es otra actividad enfocada al alumnado de Primaria. Todas las actividades que realizamos consisten en promover el acceso igualitario a los títulos o formaciones técnicas de las chicas, para que de verdad haya igualdad de salarios, de oportunidades, etc.

8. ¿Piensa que la educación en igualdad es algo fundamental para el alumnado? ¿Por qué?

Por supuesto, es mucho más inclusivo y se gana en diversidad y visión.

9. ¿Cuál es la visión de futuro que tiene para la asociación/instituto al que pertenece?

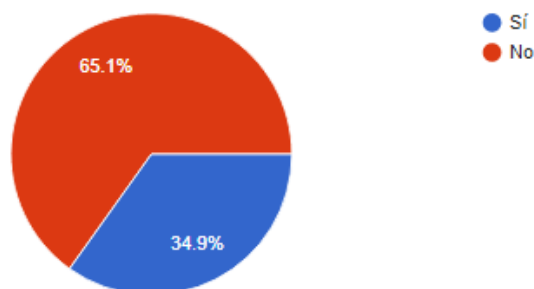
Desgraciadamente, los cambios son lentos y también hay retrocesos. Tenemos que seguir trabajando en la línea de lo que estamos haciendo, sobre todo, en el apoyo de las mujeres que todavía siguen abandonando las carreras profesionales investigadoras y tecnológas.

➤ **Anexo III:** Encuesta “Red de estudios de género en Aragón”⁹

La encuesta se lanzó a un público determinado: profesorado y alumnado, con el fin de observar las diferentes perspectivas. El resultado de algunas de las respuestas ha sido el siguiente:

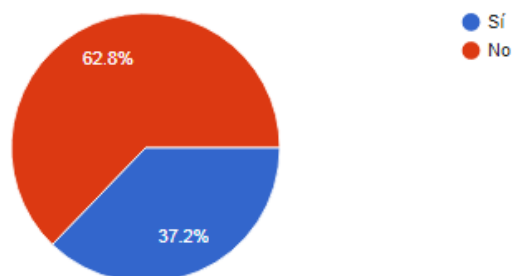
¿Piensas que se abordan cuestiones de género en el aula?

43 responses



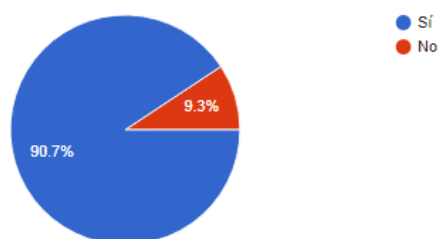
¿Han acudido personas externas del centro a realizar alguna actividad/coloquio de género?

43 responses



¿Te gustaría o te hubiera gustado haber recibido charlas o información sobre igualdad de género?

43 responses



⁹ La encuesta se encuentra en el siguiente link:

<https://docs.google.com/forms/d/1So7MNV5aITNbUxDWG3uOozliJ681sW48M999pPx5uNo/edit>

➤ **Anexo IV:** Estatutos de GenAraNet

CAPITULO I: DENOMINACIÓN, FINES, DOMICILIO Y AMBITO:

Artículo 1. Con la denominación de ASOCIACION RED TRANSVERSAL DE ESTUDIOS DE GÉNERO EN CIENCIAS HUMANAS, SOCIALES Y JURÍDICAS. GENET, se constituye una entidad al amparo de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, y normas complementarias, con capacidad jurídica y plena capacidad de obrar, careciendo de ánimo de lucro.

Artículo 2. Esta asociación se constituye por tiempo indefinido.

Artículo 3. La existencia de esta asociación tiene como fines:

A) Investigar las causas y formas de desigualdad por razones de género para encontrar claves de transformación de una organización social que sustenta este tipo de discriminación y fomentar, en cambio, la máxima participación y corresponsabilidad de hombres y mujeres en sus roles públicos y privados.

B) Promover la realización de Proyectos de Investigación multidisciplinares, que integren los trabajos que están desarrollando sus integrantes desde diferentes áreas de conocimiento. De este modo, se potenciarán líneas de investigación “de frontera” en el marco de los Estudios de Género.

C) Canalizar iniciativas, coordinar masa crítica suficiente en cada una de las especialidades y dar mayor visibilidad y difusión a las investigaciones realizadas para que lleguen a sus usuarios potenciales: Ministerios y Administraciones Públicas, Universidades, Institutos de Formación del Profesorado, Fundaciones, Empresas, etc.

D) Establecer colaboraciones, acuerdos y convenios con entidades privadas y públicas, redes de investigación internacional y asociaciones y desarrollar una amplia actividad de comunicación social y transferencia de la investigación en diferentes ámbitos de actuación (congresos, seminarios y jornadas, exposiciones, ferias de Ciencia, etc.).

E) Ofrecer programas de formación académica y profesional en el ámbito de la Igualdad de Género. Especialmente se pretende seguir respondiendo a la creciente demanda formativa para personas empleadas de las Administraciones Públicas, Agentes de Igualdad, y cursos de Formación del Profesorado.

F) Favorecer la visibilidad científica y social de los Estudios de Género, y desarrollar para ello una importante tarea de coordinación, apoyo e infraestructura para la difusión de proyectos, cursos e iniciativas ya en marcha, por parte de los diferentes nodos de la red.

Artículo 4. La Asociación establece su domicilio social provisional en la Agencia Estatal Consejo Superior de Investigaciones Científicas, c/Serrano, 117, Madrid, DP 28006, y su ámbito territorial en el que va a realizar principalmente sus actividades es todo el territorio del Estado.

CAPITULO II: ÓRGANOS COLEGIADOS

SECCIÓN I. DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 5. La Asociación será gestionada y representada por una Junta Directiva formada por: un/a Presidente/a, un/a Vicepresidente/a, un/a Secretario/a y un número de vocales que no puede ser menor de 10 y que exceda de 20. Todos los cargos que componen la Junta Directiva serán gratuitos. Éstos serán designados y revocados por la Asamblea General Extraordinaria y su mandato tendrá una duración de 4 años.

Artículo 6. Éstos podrán causar baja por renuncia voluntaria comunicada por escrito a la Junta Directiva, por incumplimiento de las obligaciones que tuvieran encomendadas y por expiración del mandato.

Artículo 7. Las personas integrantes de la Junta Directiva que hubieran agotado el plazo para el cual fueron elegidas, continuarán ostentando sus cargos hasta el momento en que se produzca la aceptación de quienes las sustituyan.

Artículo 8. Las vacantes que se pudieran producir durante el mandato de cualquiera de las personas integrantes de la Junta Directiva serán cubiertas provisionalmente entre dichas integrantes hasta la elección definitiva por la Asamblea General Extraordinaria.

Artículo 9. La Junta Directiva se reunirá cuantas veces lo determine su Presidente/a y a iniciativa o a petición de un tercio de sus integrantes. Quedará constituida cuando asista la mitad más una o uno de sus integrantes y, para que sus acuerdos sean válidos, deberán ser tomados por mayoría de votos. En caso de empate, el voto del/ la Presidente/a será de calidad. Se admitirá el voto delegado (por escrito) y por correo, remitido a la Presidencia con anterioridad a su convocatoria.

Artículo 10. Las facultades de la Junta Directiva se extenderán, con carácter general, a todos los actos propios de las finalidades de la asociación, siempre que no requieran, según estos Estatutos, autorización expresa de la Asamblea General.

Son funciones particulares de la Junta Directiva:

- a) Dirigir las actividades sociales y llevar la gestión económica y administrativa de la Asociación, acordando realizar los oportunos contratos y actos.
- b) Ejecutar los acuerdos de la Asamblea General.
- c) Formular y someter a la aprobación de la Asamblea General los Balances y las Cuentas anuales.
- d) Resolver provisionalmente sobre la admisión de nuevas personas asociadas.
- e) Nombrar delegados/as para alguna determinada actividad de la Asociación.
- f) Diseñar programas de acción y efectuar su seguimiento.
- g) Colaborar en la elaboración del balance anual de actividades.
- h) Colaborar en las actividades de visibilidad y presencia de la Asociación en foros públicos.
- i) Elegir a quienes vayan a integrar la Comisión Ejecutiva.

j) Cualquier otra facultad que no sea de la exclusiva competencia de la Asamblea General de socios/as.

k) Corroborar la elección del Comité de Expertos/as a partir de las propuestas recibidas por parte de los/as socios/as.

SECCIÓN II. DE LA COMISIÓN EJECUTIVA

Artículo 11. La Asociación podrá tener una Comisión Ejecutiva que aúne tanto las funciones de Presidencia, Vicepresidencia y Secretaría, como las de representación. Estaría compuesta por el/la Presidente/a, el/la Vicepresidente/a, el/a Secretario/a y un número de vocales que no exceda de 4, elegidos por la Junta Directiva.

Artículo 12. Las funciones de la Comisión Ejecutiva serían las siguientes:

a) Convocar a la Asamblea General.

b) Presidir la Asamblea y dirigir los debates.

c) Coordinar las sesiones de la Junta Directiva.

d) Llevar las actas de las reuniones de la Junta Directiva y de la Asamblea.

e) Consultar al Comité de Expertos/as.

f) Facilitar información de interés para el conjunto de integrantes de la Asociación, especialmente sobre lo actuado en las sesiones de consulta con la Junta Directiva, al menos una vez al semestre.

g) Coordinar la actualización y mantenimiento de la página web.

Artículo 13. Las reuniones de la Comisión Ejecutiva se llevarán a cabo una vez al semestre en el período comprendido entre septiembre y julio de cada año. No obstante, se podrán convocar reuniones extraordinarias cuando la urgencia del tema así lo requiera.

Artículo 14. Los acuerdos serán tomados por consenso y, en caso de ser necesario, por mayoría simple de las personas presentes o representadas, cuando los votos afirmativos superen a los negativos, no siendo computables a estos efectos los votos en blanco ni las abstenciones.

Artículo 15. El/La Presidente/a tendrá las siguientes atribuciones: Representar legalmente a la Asociación ante toda clase de organismos públicos o privados; convocar, presidir y levantar las sesiones que celebre la Asamblea General y la Junta Directiva, así como dirigir las deliberaciones de una y otra; ordenar pagos y autorizar con su firma los documentos, actas y correspondencia; adoptar cualquier medida urgente que la buena marcha de la Asociación aconseje o en el desarrollo de sus actividades resulte necesaria o conveniente, sin perjuicio de dar cuenta posteriormente a la Junta Directiva.

Artículo 16. El/la Vicepresidente/a sustituirá al Presidente/a en su ausencia, motivada por enfermedad o cualquier otra causa, y tendrá las mismas atribuciones que él/ella.

Artículo 17. El/La Secretario/a tendrá a cargo la dirección de los trabajos puramente administrativos de la Asociación, expedirá certificaciones, llevará los libros de la asociación que sean legalmente establecidos y el fichero de personas asociadas, y custodiará la documentación de la entidad, haciendo que se cursen las comunicaciones sobre designación de Juntas Directivas y demás acuerdos sociales inscribibles a los Registros correspondientes, así como la presentación de las cuentas anuales y el cumplimiento de las obligaciones documentales en los términos que legalmente correspondan. Asimismo, recaudará y custodiará los fondos pertenecientes a la Asociación y dará cumplimiento a las órdenes de pago que expida el/la Presidente/a.

SECCIÓN III. DEL COMITÉ DE EXPERTOS/AS

Artículo 18. Es un órgano asesor sin funciones ejecutivas específicas. Su número oscilará entre las 5 y 10 personas.

Artículo 19. El Comité de Expertos/as está formado por profesionales elegidos/as por su reconocido prestigio internacional en cualquiera de las especialidades y ámbitos de actuación necesarios para el funcionamiento de la Asociación (política científica, investigación, docencia y transferencia). La composición del Comité de Expertos/as se realizará a partir de las propuestas recibidas por los/as socios/as, que serán corroboradas por la Junta Directiva.

CAPITULO III: ASAMBLEA GENERAL

Artículo 20. La Asamblea General es el órgano supremo de gobierno de la Asociación y estará integrada por todas las personas asociadas. Es el marco fundamental para el intercambio y discusión de las actuaciones de la Asociación.

Artículo 21. Son facultades de la Asamblea General Ordinaria:

- a) Aprobar, en su caso, la gestión de la Junta Directiva.
- b) Examinar y aprobar las Cuentas anuales.
- c) Aprobar o rechazar las propuestas de la Junta Directiva en orden a las actividades de la Asociación.
- d) Fijar las cuotas ordinarias o extraordinarias.
- e) Acordar la remuneración, en su caso, de las personas integrantes de los órganos de representación.
- f) Efectuar el seguimiento y control de los objetivos de la Asociación.
- g) Cualquiera otra que no sea de la competencia exclusiva de la Asamblea Extraordinaria.

Artículo 22. Las reuniones de la Asamblea General serán ordinarias y extraordinarias. La ordinaria se celebrará una vez al año dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio; las extraordinarias se celebrarán cuando las circunstancias lo aconsejen, a

juicio del Presidente/a, cuando la Junta Directiva lo acuerde o cuando lo proponga por escrito una décima parte de las personas asociadas.

Artículo 23. Las convocatorias de las Asambleas Generales se realizarán por escrito expresando el lugar, día y hora de la reunión así como el orden del día con expresión concreta de los asuntos a tratar. Entre la convocatoria y el día señalado para la celebración de la Asamblea en primera convocatoria habrán de mediar al menos quince días, pudiendo así mismo hacerse constar si procediera la fecha y hora en que se reunirá la Asamblea en segunda convocatoria, sin que entre una y otra pueda mediar un plazo inferior a una hora.

Artículo 24. Las Asambleas Generales, tanto ordinarias como extraordinarias, quedarán válidamente constituidas en primera convocatoria cuando concurren a ella un tercio de las personas asociadas con derecho a voto, y en segunda convocatoria cualquiera que sea el número de asociados/as con derecho a voto.

Los acuerdos se tomarán por mayoría simple de las personas presentes o representadas cuando los votos afirmativos superen a los negativos, no siendo computables a estos efectos los votos en blanco ni las abstenciones. Se admitirá el voto delegado (por escrito) y por correo, remitido a la Presidencia con anterioridad a su convocatoria.

Será necesario mayoría cualificada de las personas presentes o representadas, que resultará cuando los votos afirmativos superen la mitad de éstas, para:

- a) Nombramiento de la Junta Directiva.
- b) Acuerdo para constituir una Federación de asociaciones o integrarse en ellas.
- c) Disposición o enajenación de bienes integrantes del inmovilizado.
- d) Modificación de estatutos.
- e) Disolución de la entidad.

Artículo 25. Corresponde a la Asamblea General Extraordinaria:

- a) Nombramiento de las personas integrantes de la Junta Directiva.
- b) Modificación de los Estatutos.
- c) Disolución de la Asociación.
- d) Admisión definitiva de nuevos/as socios/as, a propuesta de la Junta Directiva.
- e) Expulsión de socios/as, a propuesta de la Junta Directiva.
- f) Constitución de Federaciones o integración en ellas.

CAPITULO IV: SOCIOS/AS

Artículo 26. Podrán pertenecer a la Asociación aquellas personas con capacidad de obrar que tengan interés en el desarrollo de los fines de la Asociación.

Artículo 27. Las personas asociadas causarán baja por alguna de las causas siguientes:

- a) Por renuncia voluntaria, comunicada por escrito a la Junta Directiva.
- b) Por incumplimiento de las obligaciones económicas, si dejara de satisfacer las cuotas periódicas durante dos años consecutivos.

Artículo 28. Los/las socios/as tendrán los siguientes derechos:

- a) Tomar parte en cuantas actividades organice la Asociación en cumplimiento de sus fines.
- b) Disfrutar de todas las ventajas y beneficios que la Asociación pueda obtener.
- c) Participar en las Asambleas con voz y voto.
- d) Ser electores/as y elegibles para los cargos directivos.
- e) Recibir información sobre los acuerdos adoptados por los órganos de la Asociación.
- f) Hacer sugerencias a cualquier integrante de la Junta Directiva en orden al mejor cumplimiento de los fines de la Asociación.

Artículo 29. Los/las socios/as tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cumplir los presentes Estatutos y los acuerdos válidos de las Asambleas y la Junta Directiva.
- b) Abonar las cuotas que se fijen.
- c) Asistir a las Asambleas y demás actos que se organicen.
- d) Desempeñar, en su caso, las obligaciones inherentes al cargo que ocupen.

Artículo 30. Los recursos económicos previstos para el desarrollo de los fines y actividades de la Asociación serán los siguientes:

- a) Las cuotas de socios/as, periódicas o extraordinarias.
- b) Las subvenciones, legados o herencias que pudiera recibir de forma legal por parte de asociadas, asociados o terceras personas.
- c) Cualquier otro recurso lícito.

Artículo 31. El Patrimonio Fundacional o Fondo Social de la Asociación asciende a la cantidad de 90 euros.

Artículo 32. El ejercicio asociativo y económico será anual y su cierre tendrá lugar el 31 de diciembre de cada año.

CAPITULO V: DISOLUCIÓN

Artículo 33. Se disolverá voluntariamente cuando así lo acuerde la Asamblea General Extraordinaria, convocada al efecto, por una mayoría de 2/3 de las personas asociadas.

Artículo 34. En caso de disolución, se nombrará una comisión liquidadora la cual, una vez extinguidas las deudas, y si existiese sobrante líquido lo destinará para fines que no desvirtúen su naturaleza no lucrativa.

DISPOSICION ADICIONAL: En todo cuanto no esté previsto en los presentes Estatutos se aplicará la vigente Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación, y las disposiciones complementarias.

➤ **Anexo V: ODS**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son objetivos globales para terminar con la pobreza y proteger el planeta. Esta idea comenzó en 2015 y están fijados para realizarse en los próximos 15 años. Cada objetivo tiene metas específicas, en concreto, este trabajo recoge los siguientes:

- Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
- Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

➤ **Anexo VI:** Folletos de las asociaciones vinculadas a GenAraNet



**Figura 4: Folleto del Instituto Aragonés de la Mujer*



**Figura 5: Folleto informativo de SOMOS LGTB+ Aragón*



**Figura 6: Folleto del Observatorio por la igualdad*

➤ **Anexo VII:** Ley de Transparencia

Es oportuno tener en cuenta la Ley de Transparencia. En este caso, la Ley 19/2013 regula determinadas obligaciones de transparencia, para las Administraciones públicas y entidades privadas que perciban durante un año subvenciones o ayudas públicas. Por tanto, esta Ley obliga igualmente a las entidades no lucrativas, asociaciones y fundaciones a ser transparentes y a facilitar a la ciudadanía el acceso a su información sobre la gestión que hacen del dinero público. El organismo estatal que se encarga de controlar la transparencia es el Consejo de Transparencia y de Buen Gobierno adscrito al Ministerio de Hacienda. A través de la Ley 19/2013, algunas entidades quedarán obligadas a hacer públicas una serie de informaciones relativas a su entidad y a la gestión del dinero recibido. En concreto, las entidades que deben aplicar la Ley 19/2013 son las siguientes:

- Entidades que cuentan con más de un 50% de patrimonio fundacional público (Entidades Públicas)
- “Entidades privadas (asociaciones y fundaciones) que durante un año reciben: subvenciones o ayudas públicas de más de 100.000 euros; subvenciones o ayudas públicas que representen, al menos, el 40% del total de los ingresos anuales que perciban y siempre que su alcance supere los 5.000 euros

Dichas entidades están obligadas a publicar de forma clara, accesible, estructurada y comprensible la información institucional y organizativa de la entidad, así como la información económica, presupuestaria y estadística.

➤ **Anexo VIII: Junta Directiva**

La Junta Directiva de GenAraNet podrá trabajar a distancia, solicitando la firma electrónica (CIF). Como red de asociaciones, según La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, tendrá que aportar los siguientes documentos para poder acceder a esta ventaja:

Para expedir un certificado de firma electrónica de representante de persona jurídica, habrá que tener en cuenta los procedimientos de registro de Ceres. La documentación a aportar está detallada en la Web de la FNMT para expedir Certificado de Representante de Persona Jurídica. Para obtener un certificado de firma electrónica tiene que solicitar Certificado de Inscripción en el Registro de Asociaciones donde conste inscrita la asociación y aportarlo junto con un certificado del registro de asociaciones del representante legal de la asociación (el Presidente o miembro del órgano con facultades delegadas) si tuviera todas las facultades de representación:

“ART. 12 Ley de Asociaciones - "a) Las facultades del órgano de representación se extenderán, con carácter general, a todos los actos propios de las finalidades de la asociación, siempre que no requieran, conforme a los Estatutos, autorización expresa de la Asamblea General” o un poder notarial (normalmente a un miembro del órgano de representación) que contenga una cláusula especial para firma-e. El representante se personará en una Oficina de Registro de la AEAT, previa solicitud de cita previa.