



Organización
Internacional
del Trabajo

Día de las Trabajadoras y de los Trabajadores Domésticos, 2025 : Cifras clave

En 2025, la OIT conmemoró el 14.º aniversario de la adopción del Convenio sobre el trabajo doméstico, 2011 (núm. 189) con un llamamiento mundial para reconocer cómo «cuidamos plenamente» los derechos de los trabajadores domésticos, especialmente en tiempos de crisis. A través de artículos y columnas de opinión, un desafío en las redes sociales y una amplia participación de los medios de comunicación, las iniciativas de comunicación destacaron el papel esencial de los trabajadores domésticos y amplificaron el llamamiento a #RatificarC189.

3.9 millones de personas

22 días



Del 1 al 23 de junio de 2025, 3.9 millones de personas vieron, participaron o interactuaron con el contenido de #RatifyC189 y el Día de los Trabajadores Domésticos en plataformas como X y Facebook, ¡y eso sin contar Instagram y LinkedIn!*

Sin promoción pagada, este gran alcance orgánico demostró la fuerza de las alianzas, los mensajes unificados y la colaboración interregional.



3.4 millones de impresiones en las redes sociales

La campaña «Una mano en el corazón por la C-189» desencadenó un movimiento que se expandió a nivel mundial a través de las redes sociales, los medios impresos tradicionales, los blogs y los videos.

632 menciones de la campaña

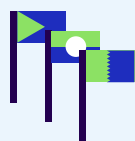


Entre las publicaciones más destacadas en las redes sociales sobre el Día de las Trabajadoras Domésticas se encuentran las de las Naciones Unidas y la Fundación Splash. Fuentes de noticias como CitizenTV Kenya y The Hindu crearon publicaciones en las redes sociales que llegaron a casi 2 millones de personas.

#RatifyC189

5

Se hicieron un seguimiento de los principales hashtags: #C189, #DomesticWorkersDay, #RatifyC189, #RatificarC189, y #RatifiezC189



Nueve regionales nuevos que se conectaron con #C189, como #timetocare en Kenia y #trabajadorasdecasaparticular en Guatemala.

Visibilidad en los medios

76 artículos periodísticos mencionaron el Día de los Trabajadores Domésticos



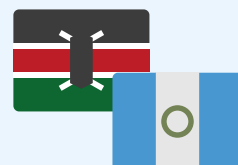
Cabe destacar que *The Times of India* y *The Hindu*, los dos periódicos más leídos de la India, amplificaron el mensaje sobre los derechos y la protección de los trabajadores domésticos.

Participación localizada

El impacto de la campaña se vio reforzado por una fuerte participación regional. La mayor parte del apoyo a esta campaña provino de organizaciones regionales ajenas a la OIT.

Kenia, India, Turquía, Estados Unidos y Suiza fueron los países con mayor alcance.

Guatemala, Kenia, Turquía, India y el Reino Unido generaron el mayor número de menciones.



La OIT se pronuncia

7

Las oficinas regionales y nacionales de la OIT publicaron artículos de opinión que fueron recogidos por diversos periódicos.



Los artículos de opinión destacaron cómo los trabajadores domésticos cuidan de nuestros hogares y sociedades en contextos nacionales y regionales, y pidieron a los Estados miembros que ratificaran el Convenio 189 para garantizar un trabajo decente a los trabajadores domésticos.

El personal de la OIT también participó en la CIT, tomando fotos con #C189 y creando apoyo dentro de la OIT hacia la campaña.