GANAR-GANAR:
LA IGUALDAD DE GÉNERO ES UN BUEN NEGOCIO

Reporte general del Programa

Resultados, actividades y recursos para avanzar en la igualdad de género en el sector privado en América Latina, el Caribe y Europa.

ganarganar

Organización Internacional del Trabajo

Financiado por Unión Europea

ONU MUJERES

ganarganar

Organización Internacional del Trabajo

Financiado por Unión Europea

ONU MUJERES

Edición Agosto de 2021, Uruguay.

Coordinación general:
Esther Corral Cutillas,
coordinadora regional, Programa Ganar-Ganar.
Teresa Pérez del Castillo,
coordinadora regional, Programa Ganar-Ganar.
Mariana Torres,
consultora regional de Comunicación, Programa Ganar-Ganar.

Este trabajo contó con valiosos aportes y contribuciones de:
Verónica Baracat,
especialista nacional para el sector privado, ONU Mujeres Argentina.
Tayna Leite,
especialista nacional para el sector privado, ONU Mujeres Brasil.
Raquel Grisotto,
especialista en Comunicación, Programa Ganar-Ganar, ONU Mujeres Brasil.
Paz Verónica Garcia,
especialista nacional para el sector privado, ONU Mujeres Chile.
Gabriela Mata Marin,
especialista nacional para el sector privado, ONU Mujeres Costa Rica.
Gayle Gollop,
especialista nacional para el sector privado, ONU Mujeres Jamaica.
Lorena Lamas,
especialista nacional para el sector privado, ONU Mujeres Uruguay.
Mariana Massaccesi,
consultora ONU Mujeres Argentina.
Gabriela Rosero Moncayo,
coordinadora Inversionistas por la Igualdad, Oficina Regional ONU Mujeres.
Pamela Ogando,
asistente de Programa y de Comunicación Oficina Regional ONU Mujeres e Inversionistas por la Igualdad.
Luisa Fenizola Rodrigues,
especialista en Monitoreo y Evaluación, Programa Ganar-Ganar.
Larriza Thurler,
especialista en Gestión del Conocimiento, Programa Ganar-Ganar.

Textos y diseño:
Alva Creative House en colaboración con **Empathy.**
Fernanda Ariceta, Florencia Braglia, Camila Mutuberría, Romina Cerna, Florencia Beltrán, Ketty Ánalfer, Sofía Vázquez, Álvaro Yáñez.

Corrección de estilo:
La Lata a Cuadritos.

Esta publicación ha sido realizada gracias al apoyo financiero del Instrumento de Asociación de la Unión Europea en el marco del Programa Ganar-Ganar: la Igualdad de Género es un Buen Negocio. El Programa, creado en asociación entre ONU Mujeres, la Organización Internacional del Trabajo y la Unión Europea, aboga por la igualdad de género a través del sector privado en seis países de América Latina y el Caribe. Su objetivo es aumentar el empoderamiento y el liderazgo de las mujeres, promoviendo su participación en el mercado de trabajo y su acceso al trabajo decente, al emprendimiento y la autonomía, así como la eliminación de brechas salariales. Los contenidos de esta publicación son de exclusiva responsabilidad del Programa y no reflejan necesariamente la opinión de la Unión Europea.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 7

EL PROGRAMA GANAR-GANAR: LA IGUALDAD DE GÉNERO ES UN BUEN NEGOCIO 11

- Los principios para el empoderamiento de las mujeres 14
- Áreas de acción del Programa Ganar-Ganar 16
- Cómo se hizo posible el Programa Ganar-Ganar 17

IMPLEMENTACIÓN 19

Resultado 1. Cooperación. Mujeres empresarias y emprendedoras 20

- Visibilizar. Reconocer, mapear y promover la visibilidad de mujeres empresarias y emprendedoras 21
- Empoderar y potenciar. Entrenamiento y aprendizaje: workshops, webinars, capacitaciones y talleres 25
- Conectar. Fortalecimiento de las plataformas de redes para la ampliación de oportunidades para las empresas lideradas por mujeres 30

Resultado 2. Empresas WEPs. Un modelo sostenible con perspectiva de género para el sector privado 34

- Comprometerse para empezar el camino 35
- Apoyo y aprendizaje: herramientas y generación de capacidades 39
- Reconocimientos y premios 48

Resultado 3. Financiamiento e inversión por la igualdad: realizar el potencial de las mujeres 50

EVENTOS, COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD 57

- Resumen de actividades destacadas 58
- Respuesta al COVID-19 64

PRODUCTOS DEL CONOCIMIENTO, RESUMEN Y RECURSOS

- Grupo de personas aliadas a los WEPs

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INTRODUCCIÓN

UNA REALIDAD QUE QUEREMOS (¡Y PODEMOS!) CAMBIAR

En septiembre de 2015, la comunidad mundial adoptó un conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en un intento de acabar con la pobreza y el hambre, proteger el planeta, garantizar la prosperidad para todas las personas y promover sociedades pacíficas, justas e inclusivas. El propósito de los 17 objetivos y de las metas que estos engloban es orientar las decisiones y políticas de los países y de la comunidad mundial en general hasta el año 2030.

Uno de los principales propósitos de los ODS es lograr la igualdad de género y empoderar a las mujeres y las niñas. Este objetivo se establece en el ODS 5. Aunque la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres constituyen un objetivo independiente, son transversales a la agenda e indispensables para lograr los otros ODS, como la eliminación de la pobreza y el hambre o garantizar una buena salud y educación para todos.

La relación que existe entre la igualdad de género, el empoderamiento de las mujeres y el desarrollo está ampliamente reconocida. Por ejemplo, el Foro Económico Mundial informa de la existencia de una correlación positiva entre la igualdad de género y el nivel de competitividad de un país, su producto interno bruto (PIB) per cápita y el puesto que ocupa en el índice de desarrollo humano (IDH).

Asimismo, el Banco Mundial (2012) señala que, cuando se subutiliza o distribuye inadecuadamente el trabajo de las mujeres, el resultado son pérdidas económicas. Esto sucede por la discriminación que estas sufren en el mercado de trabajo o en las instituciones sociales, lo cual les impide finalizar su educación, desempeñar determinadas profesiones y ganar los mismos salarios que los hombres.

Durante la última década, en América Latina y el Caribe (ALC) se ha logrado un progreso significativo en cuanto a igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en las áreas de participación política, educación, acceso a los servicios, cobertura de protección social y control reproductivo. En cuanto al empoderamiento económico, se ha verificado una reducción general en el número de mujeres sin un ingreso propio, un aumento en el porcentaje de mujeres en empleos formales y un incremento en sus salarios. Sin embargo, la crisis provocada por la pandemia del COVID-19

Foto: ONU Mujeres

ha demostrado los grandes desafíos que tenemos como sociedades, haciendo más evidentes las desigualdades de género: las mujeres son las más afectadas por el aumento de desempleo, la pobreza y la sobrecarga de cuidados no remunerados. Más de la mitad de las mujeres trabaja en sectores de alto riesgo de ser afectados por la contracción económica: comercio, trabajo doméstico, manufacturas, turismo, servicios administrativos, actividad inmobiliaria y el sector salud; donde las mujeres se encuentran sobrerrepresentadas en la primera línea de respuesta, pero con una participación minoritaria en la toma de decisiones frente a la pandemia.

También en lo que respecta al liderazgo femenino en el sector privado, menos del 2 % de las compañías en la región tienen una mujer CEO (directora general) (McKinsey Global Institute, 2015). De la misma manera, la importancia de la diversidad y la igualdad de género ha ganado espacio en las agendas, con un mayor porcentaje de ejecutivas y ejecutivos en la región que menciona la temática como de gran importancia para sus empresas. Es evidente que aún se requiere un mayor progreso para alcanzar la igualdad de género en el mundo del trabajo. En América Latina y el Caribe, 80 % de los hombres y 52 % de las mujeres participan del mercado de trabajo, 60 % de estas mujeres lo hacen en el mercado informal y la brecha salarial de género es del 19 % en promedio (UN Women, 2015).

La carga de trabajo diaria es superior para las mujeres, que ocupan entre dos y cinco veces más de tiempo que sus contrapartes masculinas en trabajo no remunerado y tareas de cuidado. Las carreras de las mujeres y su nivel de ingresos tienden a estancarse cuando no cuentan con apoyo de sus parejas, empleadores o de las políticas públicas de cuidados para personas dependientes. La maternidad ha sido señalada como un factor explicativo de la persistencia de las brechas laborales de género. En un estudio de CEPAL y ONU Mujeres (2020, p. 8) se evidencia esta brecha donde los resultados muestran una importante penalización por maternidad en el salario y el empleo formal de las mujeres. En el caso de Uruguay, por ejemplo, la penalización de largo plazo de la maternidad sobre el salario total sería de entre 32 % y 42 % y estaría explicada tanto por la penalización al empleo (de entre 42 % y 60 %) como por una reducción del salario por hora (de entre 24 % y 25 %). En el caso chileno, la penalización a largo plazo sobre el salario también es similar (20 %-30 %) (2020, p. 16).

Como otros factores relevantes, la violencia basada en género y los sesgos inconscientes, ambos sustentados por las enraizadas creencias culturales que discriminan con base en el género, inhiben el acceso de las mujeres a una amplia cantidad de oportunidades.

Las mujeres también encuentran obstáculos en su acceso al financiamiento. La International Finance Corporation (IFC) (2014, p.11) estima, a nivel global, en $ 32 billones de dólares estadounidenses la brecha entre las necesidades de financiamiento que requieren las mujeres para comenzar y hacer crecer sus negocios, y lo que efectivamente reciben. A pesar de ello, los negocios liderados por mujeres continúan creciendo de forma exponencial, a la vez que crean, en el proceso, mejores condiciones para las economías locales y las de sus comunidades.

En este contexto, donde la evidencia apunta al gran valor que representa para toda la sociedad una mayor y mejor inserción de las mujeres en el mundo del trabajo, la acción coordinada de organizaciones a nivel global, con foco en la región, es particularmente relevante.

EL PROGRAMA GANAR-GANAR: LA IGUALDAD DE GÉNERO ES UN BUEN NEGOCIO

La igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres mostraron tener un impacto positivo no solo en las vidas de las mujeres y sus familias, sino también en el desarrollo de las comunidades y los países. El sector empresarial, como actor económico y social clave, desempeña un rol fundamental en la posibilidad de avanzar hacia los objetivos de igualdad de género y de desarrollo sostenible, ya que alrededor del 90 % de los puestos de trabajo a nivel global se encuentran en el sector privado. Esto representa un enorme potencial para implementar acciones transformadoras en el mundo del trabajo y la responsabilidad social en favor de las mujeres, y así beneficiar a toda la sociedad (McKinsey Global Institute, 2015).

Existe un crecimiento en la conciencia, el interés y el compromiso de las empresas del sector público y privado con el valor y los beneficios de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres, y con su papel para lograrlo. Esta perspectiva incluye no solo a las grandes corporaciones, sino también a medianas y pequeñas. Adicionalmente, la participación de las mujeres en el sistema emprendedor ha ido en aumento, en muchos casos, por oportunidad y, en otros, como un medio de sobrevivencia.

En enero de 2018 ONU Mujeres comenzó la implementación del Programa Ganar-Ganar: la Igualdad de Género es un Buen Negocio, un programa creado en alianza entre ONU Mujeres, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Unión Europea (UE) para aumentar el compromiso de las empresas y sus prácticas destinadas a avanzar en la igualdad de género y a promover oportunidades de negocio para las empresas propiedad de las mujeres, así como a mejorar las condiciones del mercado laboral para ellas. El Programa fue financiado por la Unión Europea y se implementó en seis países de América Latina y el Caribe (Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Jamaica y Uruguay).

Foto: ONU Mujeres

El Programa Ganar-Ganar: la Igualdad de Género es un Buen Negocio fue creado para contribuir al empoderamiento económico de las mujeres, reconociéndose como impulsoras y beneficiarias del crecimiento y del desarrollo mediante el aumento del compromiso de las empresas privadas con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, y el fortalecimiento de las capacidades de las empresas para implementar este compromiso.

6 países

La acción, en última instancia, busca contribuir al logro de la igualdad de género, al permitir la participación de la mujer en la fuerza de trabajo, el espíritu empresarial, el empoderamiento económico y, por lo tanto, su participación plena e igualitaria en la sociedad.

Dirigido a empresas lideradas por mujeres, redes y empresas con un compromiso activo por la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y las niñas, el Programa Ganar-Ganar ha promovido vínculos comerciales, empresas conjuntas e innovación entre mujeres de la Unión Europea y América Latina y el Caribe, al tiempo que apoyó el diálogo y el intercambio interregional de buenas prácticas para aumentar la capacidad de las empresas en la implementación de negocios con igualdad de género. Adicionalmente, el Programa adoptó la perspectiva de interseccionalidad para abordar los desafíos específicos que enfrentan las mujeres afrodescendientes e indígenas. También se ha prestado especial atención en la identificación de oportunidades para aumentar el empoderamiento económico de las mujeres migrantes y refugiadas.

El Programa Ganar-Ganar promovió el caso de negocio para la igualdad de género a través del sector privado, entendiendo que el compromiso de las empresas con la igualdad de género es una decisión inteligente y estratégica para hacer buenos negocios. En este sentido, la búsqueda se orientó a brindar apoyo a las empresas en el desarrollo de prácticas orientadas a la igualdad de género y al empoderamiento de las mujeres. Al reconocerlas como beneficiarias y asociadas del desarrollo, el Programa se convirtió en una herramienta para que las compañías contribuyan al crecimiento inclusivo y equitativo de los países, y, por lo tanto, al logro de los ODS de la Agenda 2030.

LOS PRINCIPIOS PARA EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

La plataforma de guía del Programa Ganar-Ganar son los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs, por sus siglas en inglés), creados por ONU Mujeres y el Pacto Global de Naciones Unidas en 2010, y firmados por más de 4250 empresas en todo el mundo y 1250 en América y el Caribe. Los WEPs son una herramienta para que las compañías impulsen la igualdad de género desde su liderazgo, pongan en marcha medidas explícitas, adopten deliberadamente políticas e inviertan en la promoción de la igualdad de género en tres dimensiones: el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad.

Además de servir como orientación práctica para las compañías, los WEPs proveen información e inspiración para quienes quieran comenzar a transitar el camino hacia la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Los WEPs son siete principios basados en estándares internacionales relacionados con el trabajo y los derechos humanos, y fundados en la convicción que las empresas tienen responsabilidad en el logro de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Foto: ONU Mujeres

Los siete principios son:

Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel.

Tratar a todas las personas, hombres y mujeres, de forma equitativa en el trabajo; respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación.

Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y las trabajadoras.

Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres.

Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del empoderamiento de las mujeres.

Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y sensibilización.

Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.

ÁREAS DE ACCIÓN DEL PROGRAMA GANAR-GANAR

66 026
participantes
entre 2018 y 2021

El Programa se estructuró en tres áreas, persiguiendo objetivos concretos:

1. Contribuir al empoderamiento y liderazgo económico de las mujeres para un crecimiento sostenible, inclusivo y equitativo, aumentando la cooperación entre las empresas dirigidas por mujeres en Europa y América Latina y el Caribe, para ampliar sus oportunidades y acceso a los mercados.
2. Diseñar y adoptar un modelo sostenible con perspectiva de género para el involucramiento del sector privado en el apoyo al cumplimiento de los ODS.
3. Desarrollar iniciativas innovadoras lideradas por mujeres y proyectos empresariales birregionales. Impactar sobre los mecanismos de inversión establecidos con modelos de financiación sostenibles e innovadores para atraer inversiones del sector privado para la igualdad de género, en conexión con el cumplimiento del ODS 5.

En línea con cada objetivo, se realizaron actividades —tanto específicas como con propósitos comunes a distintas áreas de acción— para alcanzar los objetivos esperados.

Foto: Empathy

CÓMO SE HIZO POSIBLE EL PROGRAMA GANAR-GANAR

El Programa Ganar-Ganar: la Igualdad de Género es un Buen Negocio se alineó con los objetivos del Instrumento de Asociación de la Unión Europea (FPI), dentro de la rama «Negocios responsables y trabajo decente». Este instrumento busca apoyar a los negocios, empleadores, trabajadores y gremios para trabajar sobre la inequidad de género que enfrentan las mujeres en el mundo del trabajo.

La OIT es coimplementadora del Programa junto con ONU Mujeres. En el caso de la OIT, su énfasis es promover trabajo productivo y decente como la mejor y más sustentable forma de reducir la pobreza. A través del empoderamiento de las mujeres, busca contribuir a la igualdad de género, promover la creación de puestos de trabajo y fomentar el desarrollo económico. Los fuertes lazos entre la OIT y sus socios en el mundo de los negocios, que son las asociaciones nacionales de empleadores, han probado ser un recurso valioso para promover estos principios fundamentales en el mundo del trabajo.

Por su parte, ONU Mujeres es la organización de Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Como defensora mundial de mujeres y niñas, ONU Mujeres fue establecida para acelerar el progreso, que conllevará una mejora en las condiciones de vida de las mujeres, y para responder a las necesidades que enfrentan en el mundo. Es la agencia de Naciones Unidas encargada de implementar junto con la OIT el Programa Ganar-Ganar, utilizando recursos y metodologías de capacitación y trabajo con mujeres emprendedoras y empresarias y potenciándolas a partir de la creación del Programa. La coordinación regional de Ganar-Ganar estuvo a cargo de ONU Mujeres desde su oficina en Brasil y creó equipos en cada uno de los seis países involucrados.

El Programa Ganar-Ganar se ha implementado entre 2018 y 2021, con una contribución inicial de la Unión Europea de 9 millones de euros, 580 000 euros de parte de ONU Mujeres y 500 000 euros de parte de la OIT, con la intención expresa de obtener recursos adicionales por medio de la participación del sector privado y de otras organizaciones clave a nivel de los países.

Foto: ONU Mujeres

IMPLEMENTACIÓN

RESULTADO 1. COOPERACIÓN. MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS

El objetivo buscado en este resultado fue que empresas lideradas por mujeres en Europa y América Latina y el Caribe aumenten la cooperación para expandir sus oportunidades. En este sentido, se realizaron estudios, se construyeron plataformas y se crearon y promovieron redes de colaboración e intercambio. Se logró visibilizar, empoderar, potenciar y conectar a las empresarias y emprendedoras tanto entre sí como con organizaciones clave.

Las actividades principales fueron el mapeo de redes y asociaciones empresariales de mujeres y el estudio de la situación de las mujeres empresarias en países de América Latina y el Caribe y Europa. También fueron centrales el diseño de metodologías, productos, herramientas y capacitación para fortalecer el alcance y las capacidades de las redes y asociaciones empresariales de mujeres, con el objetivo de aumentar el número de mujeres en posiciones de liderazgo y mejorar las habilidades de las mujeres emprendedoras. Las actividades se orientaron a dar impulso a la oferta de productos y servicios de las mujeres emprendedoras y empresarias para competir en procesos de adquisiciones de las empresas y mejorar su gestión en general, con capacitación e intercambio entre pares.

El entrenamiento de empresarias y emprendedoras en aspectos específicos de gestión y en conocimientos y habilidades relevantes para la exportación fue central en esta área de acción del Programa. Se realizó en muchos casos en alianza con organizaciones de cada país, pero también a nivel regional con apertura a la participación de mujeres de los seis países.

Foto: ONU Mujeres

Visibilizar, empoderar, potenciar y conectar.

Las actividades realizadas fueron relevantes para la eliminación de las barreras que enfrentan las mujeres en el sector privado. Esto incluyó, además de las actividades concretas con empresarias y emprendedoras, la redacción de legislación y el desarrollo de políticas en conjunto con instituciones relevantes en Argentina y Brasil, y, en el caso de Chile, dentro del Marco de Cooperación para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (UNSDG, por sus siglas en inglés). Algunas de estas intervenciones ya están brindando beneficios tangibles a las mujeres en forma de mayores oportunidades e ingresos.

30 940 empresarias y emprendedoras
participan de los talleres y actividades

VISIBILIZAR. RECONOCER, MAPEAR Y PROMOVER LA VISIBILIDAD DE MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS

En el marco del Programa Ganar-Ganar, la OIT, en colaboración con las organizaciones nacionales de empleadores, llevó a cabo dos estudios importantes: *La mujer en la gestión empresarial* (WIBM, Women in Business Management) y el *Estudio del desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer* (WED, Women Entrepreneurship Development) para cada país, además de un módulo regional. Estas herramientas tienen como objetivo fortalecer el caso empresarial de la diversidad de género entre las personas tomadoras de decisiones, apoyar el avance de las mujeres en puestos de liderazgo y mejorar las desigualdades de género. Los estudios se encuentran disponibles en http://ganarganar.lim.ilo.org/.

Como resultado directo de estas actividades, ha habido un aumento significativo de mujeres en las juntas directivas de las organizaciones de empleadores en Argentina y Costa Rica, así como una mayor presencia de mujeres en puestos ejecutivos de estas organizaciones. Se desarrollaron planes de trabajo conjuntos con todas las organizaciones de empleadores asociadas para implementar actividades a nivel nacional y permitir la ejecución efectiva de los compromisos acordados.

Estudio del desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer (WED)

Una de las herramientas clave para el trabajo con emprendedoras y empresarias es el *Estudio del desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer*, realizado por la OIT para los seis países del Programa. Estas investigaciones tienen como objetivo promover el papel de las mujeres en la propiedad y el crecimiento de las mipymes (microempresas y pequeñas y medianas empresas) mediante la identificación de políticas y acciones programáticas relevantes para mejorar el ecosistema de WED en cada país.

Los hallazgos de los informes nacionales del WED confirmaron que la falta de acceso a financiamiento externo y la ausencia de productos financieros son dos de los principales factores que impactan negativamente en las empresas lideradas por mujeres. Otros factores también obstaculizan la sostenibilidad y el crecimiento de las empresas propiedad de mujeres para hacer una contribución más completa a la creación de empleo, la productividad y el crecimiento económico. Entre ellos se incluyen la escasa participación de las mujeres empresarias tanto en las principales redes empresariales como en el diálogo político público-privado; la escasez de servicios de asistencia empresarial pertinentes, y la falta de políticas, leyes y reglamentos que tengan en cuenta las cuestiones de género en relación con el empoderamiento económico de la mujer.

Los resultados fueron sistematizados y compartidos, y se han traducido en una agenda empresarial de las organizaciones de empleadores para cada país, de forma de permitir que estas organizaciones promuevan cambios en el entorno empresarial.

Algunas recomendaciones clave derivadas de las evaluaciones nacionales han sido:

- Fomentar políticas, leyes y regulaciones más sensibles al género, relacionadas con el empoderamiento económico de las mujeres (con detalles sobre cómo estas apoyarán al WED).
- Mejorar el liderazgo y la coordinación de las políticas del WED.
- Estimular un mayor nivel de participación de la mujer en los órganos de gobierno de las organizaciones de empleadores.
- Incrementar la participación de mujeres emprendedoras en las redes comerciales convencionales y en el diálogo de políticas público-privadas.
- Brindar servicios de asistencia empresarial más relevantes a las mujeres emprendedoras.
- Mejorar el acceso de las mujeres empresarias al financiamiento externo (reduciendo las disparidades y barreras de género, diversificando fuentes y tipos de financiamiento).
- Las mujeres emprendedoras son un segmento al que deben atender los bancos, con productos diseñados específicamente para satisfacer sus necesidades.
- Hacer un uso más innovador de la tecnología para WED. Por ejemplo, sistemas que permitan un acceso flexible a los servicios de desarrollo empresarial para mujeres emprendedoras y posibiliten a las mujeres iniciar negocios en sectores con potencial de crecimiento para las mujeres.

Estudio La mujer en la gestión empresarial (WIBM)

Los estudios sobre *La mujer en la gestión empresarial* fueron realizados en los seis países, examinando la participación de la mujer en la gestión empresarial y las prácticas de la empresa con el objetivo de fortalecer la justificación empresarial para la inclusión y el empoderamiento de la mujer.

El WIBM encuestó a pequeñas, medianas y grandes empresas nacionales y multinacionales. Los estudios presentan el caso de negocio para la diversidad de género, proporcionan información y datos sobre la situación cambiante de las mujeres en la dirección y las juntas directivas, y ofrecen nuevos conocimientos sobre cómo la diversidad de género en los puestos de liderazgo mejora el desempeño organizacional. También muestran buenas prácticas de empresas y organizaciones de empleadores con respecto a las medidas y estrategias para cambiar el *statu quo*.

Mejorar la diversidad de género en el lugar de trabajo no solo beneficia a las mujeres, sino que la creciente evidencia muestra que también conlleva beneficios para las sociedades, economías y empresas mismas. Es alentador que las empresas y las organizaciones de empleadores se comprometan considerablemente a cosechar los beneficios de tener mujeres en cargos de decisión en cada uno de los países en que se ejecutan programas. Sin embargo, el progreso ha sido desigual y, en algunos casos, el ritmo del cambio no ha acompañado a la evidencia positiva. El éxito de estos esfuerzos es crucial para permitir que las empresas retengan a mujeres y hombres talentosos, quienes aprovecharán las nuevas oportunidades de crecimiento para continuar aportando a la construcción de empresas alineadas con estos nuevos paradigmas y con el éxito comercial y empresarial.

El caso empresarial de la diversidad de género se ha cuantificado y medido en numerosos estudios. Los realizados en el marco del Programa Ganar-Ganar refuerzan y amplían la evidencia de que las empresas se beneficiarán de una mayor rentabilidad y productividad; mayor capacidad para atraer y retener talentos; mayor creatividad, innovación y apertura; reputación mejorada, y la capacidad de evaluar mejor el interés y la demanda de los consumidores.

Utilizando los resultados de los estudios WIBM, el Programa pudo apoyar los esfuerzos de las organizaciones de empleadores por crear conciencia entre los miembros de su empresa sobre el caso empresarial para promover el cambio y eliminar las barreras, así como para examinar sus propias estructuras para identificar oportunidades de mejora.

Casi tres de cada cuatro empresas encuestadas afirmaron que con una mayor diversidad de género vieron aumentos en las ganancias de entre el 5 % y el 20 %.

Algunos de los resultados clave del estudio son:

- Retención de mujeres calificadas: casi la mitad de las empresas estudiadas consideraron la retención de mujeres calificadas como un desafío para sus negocios.
- Fugas en el camino a la cima: en los niveles más altos dentro de una empresa, se encuentran menos mujeres.
- Paredes de vidrio: la segregación ocupacional dentro de las funciones gerenciales da como resultado mujeres en la gerencia media y superior, concentradas en ciertas industrias, como recursos humanos, finanzas y administración, y mercadeo y ventas. Por el contrario, los hombres son más dominantes en las operaciones, investigación y desarrollo, y en funciones de manejo de recursos que suelen ser un trampolín hacia puestos de nivel superior.
- Directorios y Juntas Directivas: solo un tercio de las empresas encuestadas tienen juntas con al menos un 30 % de mujeres (considerando la masa crítica de participación).
- Responsabilidades de cuidado y trabajo no remunerado: es una de las principales razones por las que las mujeres están fuera de la fuerza laboral o trabajan menos horas que los hombres.

Alianzas con organizaciones de mujeres emprendedoras y empresarias

El Programa Ganar-Ganar buscó dar mayor visibilidad a organizaciones de mujeres emprendedoras y empresarias, como un primer paso para, luego, trabajar en conjunto con el fin de empoderarlas y potenciarlas a través de actividades de capacitación y creación de redes (*networking*). Destacamos algunas experiencias que - entre otras - fueron implementadas durante el Programa y que han contribuido significativamente a las capacidades de las organizaciones y a su impacto positivo en las mujeres y en toda la sociedad.

FERNANDA CASTELLANOS

Directora general de OMEU (Organización de Mujeres Empresarias del Uruguay)
Uruguay

OMEU se fortaleció enormemente con la vinculación del Programa Ganar-Ganar porque nos dio la posibilidad de escuchar a las mujeres de todo el país y gracias a ello obtuvimos un diagnóstico muy certero. Esto hizo que pudiéramos brindar soluciones a través del Programa con una profundidad que no se hubiese logrado sin los diagnósticos. Tener ese material nos dio el marco de un diagnóstico claro para que nosotras pudiéramos avanzar, nos abrió puertas para ejecutar con mayor claridad y mayor profundidad para dar más posibilidades y mejores resultados a las mujeres.

Fue un impulso para el emprendedurismo femenino en Uruguay. Le dio visibilidad para que las mujeres se animaran a transitar programas de emprendimiento y los beneficios que se generaban a partir de ello. El logro fue que a través del Programa más mujeres se animaron a emprender, hicieron networking *y se generó un efecto contagio entre ellas.*

Cuando comenzó la pandemia, en conjunto con el Programa, generamos un sitio que se llamó Comunidad Omeu, donde brindamos información para que las emprendedoras y empresarias uruguayas comprendieran la importancia de esta herramienta. También te daba la oportunidad de ser parte de esa comunidad y conectar con las demás integrantes.

Alianza Internacional de Mujeres en el Café (IWCA)

La misión de la Alianza Internacional de Mujeres en el Café (IWCA, International Women's Coffee Alliance) es empoderar a las mujeres de la comunidad cafetera internacional para que logren una mejor calidad de vida y sostenibilidad para sus negocios, al tiempo que busca fomentar y reconocer la participación de las mujeres en todos los aspectos de la industria del café. El Programa Ganar-Ganar se asoció con capítulos nacionales de Brasil, Costa Rica y Jamaica (países productores de café), y con Argentina (como país consumidor). La alianza regional ha sido coordinada por Brasil —donde se inició la colaboración— dada la relevancia del capítulo nacional en el ecosistema global. El Programa Ganar-Ganar apoyó la creación de capacidad en los países exportadores para desarrollar el potencial empresarial de las mujeres y promover la conciencia de las cuestiones que afectan al empoderamiento económico de las mujeres. En Jamaica, esto permitió a las asociadas realizar una encuesta que reveló la baja participación y remuneración de las mujeres en la cadena de valor del sector cafetero. El Programa también ayudó a las asociadas de la IWCA a viajar a Alemania, Portugal y Brasil para participar en misiones comerciales de café, en las que pudieron vender sus productos y beneficiarse de la creación de redes con otras mujeres del sector cafetero.

Alianza Sin Estereotipos (Unstereotype Alliance)

En Brasil, desde ONU Mujeres y en el marco del Programa Ganar-Ganar, se lanzó el primer capítulo nacional de la "Unstereotype Alliance" global, que reúne a 13 empresas nacionales y multinacionales comprometidas con la eliminación de los estereotipos de género en la publicidad. Su primera acción, en 2019, fue lanzar una campaña para eliminar los estereotipos contra las atletas femeninas mediante la promoción del fútbol femenino. En Brasil, a través de la iniciativa "Unstereotype Alliance", el Programa Ganar-Ganar apoyó una campaña para romper los estereotipos de género promoviendo la Copa Mundial femenina e invitando a las empresas a permitir que los empleados vean los partidos de la misma manera que lo hacen para la Copa Mundial masculina.

Foto: ONU Mujeres

EMPODERAR Y POTENCIAR. ENTRENAMIENTO Y APRENDIZAJE: WORKSHOPS, *WEBINARS*, CAPACITACIONES Y TALLERES

381 workshops, talleres
o instancias de entrenamiento en todos los países

6217 mujeres participaron
de entrenamientos online y sesiones de mentoría en los 6 países

84 % de las empresarias y emprendedoras
afirmaron haber ampliado su conocimiento luego de las actividades de Ganar-Ganar

El Programa Ganar-Ganar creó una serie de piezas de formación a medida para responder a las demandas de las organizaciones de empleadores y de mujeres empresarias. El Programa también implementó una serie de modelos de capacitación, incluyendo comercio electrónico y gestión de personas, muchos de ellos en cooperación con asociaciones de empresas de mujeres.

A nivel regional, Ganar-Ganar desarrolló un módulo de capacitación para mujeres emprendedoras y empresas dirigidas por mujeres, basado en la guía mundial de ONU Mujeres *El poder de las adquisiciones: cómo comprar en empresas propiedad de mujeres*, con el objetivo de aumentar su acceso a habilidades de mercado y ventas. La mayoría de los países aprovecharon los hallazgos del WED para desarrollar materiales de capacitación basados en evidencia. El Programa Ganar-Ganar creó un paquete de capacitación regional combinado, a partir de los mejores módulos implementados en cada país.

Las capacitaciones y metodologías fueron destinadas a eliminar barreras y fomentar la actividad empresarial entre las empresas dirigidas por mujeres en los dos continentes, así como a mejorar la igualdad de género y la productividad entre las organizaciones de empleadores. Ganar-Ganar apoyó la colaboración entre países, por ejemplo, entre mujeres emprendedoras y asociaciones brasileñas y uruguayas, aprovechando las capacitaciones en Uruguay. Las actividades de formación desarrolladas por cada país se basaron en materiales existentes y se llevaron a cabo en colaboración con socios clave.

Las capacitaciones se pueden agrupar en seis áreas: habilidades comerciales; habilidades de liderazgo; igualdad de género y empoderamiento de las mujeres poner fin a la violencia económica y otras formas de violencia contra la mujer, y la presentación de los estudios WED y WIBM. Además de los eventos presenciales, Uruguay y Jamaica innovaron mediante el uso de videos y podcasts, respectivamente.

Los aprendizajes adquiridos por la población objetivo durante el desarrollo de todo el Programa fueron múltiples y profundos, logrando altos niveles de aplicación y excelentes evaluaciones por parte de las personas capacitadas. Además de las ya mencionadas, se destacan algunas actividades en particular.

94 % de los representantes

de redes, asociaciones, cooperativas u organizaciones de empleadores afirmaron **haber fortalecido sus capacidades para apoyar a mujeres empresarias** (o negocios liderados por mujeres) **en iniciar o hacer crecer sus negocios**

Workshops de compras con enfoque de género

Promover la iniciativa empresarial de las mujeres a través de las adquisiciones corporativas es un modo de eliminar, o al menos de reducir, las desigualdades entre hombres y mujeres. Como ocurre en la mayoría de los casos, las empresas que son propiedad y están a cargo de mujeres consisten, en su inmensa mayoría, en microempresas o empresas pequeñas. Sin embargo, a diferencia de sus homólogos masculinos, las mujeres empresarias deben hacer frente a una serie de desafíos específicos (además de las dificultades a las que se enfrentan las pequeñas empresas en general), lo cual disuade a algunas mujeres de emprender negocios e impide a otras ampliar los que ya tienen. En este sentido, el Programa realizó actividades para promover los negocios liderados por mujeres, tanto capacitando a las emprendedoras y empresarias como sensibilizando a las empresas para comprender el potencial de negocio de las compras con perspectiva de género.

Construyendo sobre el trabajo realizado por ONU Mujeres, *El poder de las adquisiciones: cómo comprar en empresas propiedad de mujeres* se ha brindado herramientas a las empresarias y, al mismo tiempo, se ha promovido el caso de negocio sobre cómo una mayor participación de empresas que son propiedad de mujeres en las cadenas de suministro de las grandes corporaciones aporta, también, beneficios tangibles a estas últimas. En la actualidad, las empresas lideradas por mujeres contribuyen de forma sustancial a la economía mundial, generando millones de nuevas oportunidades de empleo e impulsando el desarrollo local, pero su potencial económico sigue estando, en gran medida, subutilizado o desaprovechado. Por ejemplo, en 2013 más de la tercera parte de todas las empresas del mundo eran propiedad de mujeres y, sin embargo, recibieron solo 1 % del gasto asociado a los procesos de adquisiciones de las corporaciones. Todo indica que, cuando el terreno de juego es equitativo, las empresas que son propiedad de mujeres pueden competir perfectamente con las empresas que son propiedad de hombres.

Foto: ONU Mujeres

Foto: ONU Mujeres

Así como se brindaron recursos a las emprendedoras y empresarias para mejorar su inserción en las cadenas de abastecimiento, las actividades de promoción en las grandes empresas han comenzado a dar resultados, con la incorporación de buenas prácticas de abastecimiento con enfoque de género en todos los países donde se implementó el Programa.

Formación regional, Virtual School

Capitalizando lo ya desarrollado desde 2018, el Programa Ganar-Ganar se enfocó en la consolidación de la capacitación de empresas lideradas por mujeres y emprendedoras. La iniciativa de formación regional Virtual School fue dirigida a empresas de mujeres y emprendedoras con el objetivo de contribuir al empoderamiento económico y empresarial, y al desarrollo de sus participantes.

De la primera iniciativa participaron 282 mujeres provenientes de diversos rubros (alimenticio, auditoría y consultoría, artesanía, comercio o turismo, entre otros), responsables de emprendimientos y empresas de entre tres y veinte años de trayectoria y con más de cinco años de ejercicio en sus cargos, representando a los seis países del Programa Ganar-Ganar. Los contenidos fueron presentados por un equipo de 10 docentes en español, portugués e inglés. Se centraron en conceptos sobre la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres, enfatizando las herramientas necesarias para impulsar un negocio: cálculos financieros, gestión de redes profesionales, violencia basada en género, violencia económica y patrimonial, gestión de la cadena de compras con perspectiva de género y cómo iniciarse en las exportaciones. Asimismo, la interactividad de la plataforma sobre la que se implementó la Virtual School permitió conectar a las participantes y facilitar el intercambio, lo que contribuyó a la conformación de redes laborales y de negocios, una de las metas a las que aspiró el Programa Ganar-Ganar. En las tres ediciones de la Virtual School se capacitaron más de 1000 mujeres de los seis países del programa.

Seminarios en marketing digital como respuesta al entorno generado por el COVID-19

En 2020, la crisis causada por la pandemia de COVID-19 generó grandes impactos económicos y sociales, que hicieron que el Programa Ganar-Ganar tuviera que adaptarse rápidamente. Se evidenciaron restricciones al normal funcionamiento de los negocios, en particular aquellos liderados por mujeres, y en respuesta a ello se crearon instancias de capacitación sobre habilidades relevantes en esta situación.

La iniciativa tuvo alcance regional y en su primer encuentro reunió a más de 1500 participantes. El Programa Ganar-Ganar y el Programa Iniciativa Empresarial de la Mujer de la Cámara de Comercio de Costa Rica establecieron una alianza con el fin de promover esfuerzos conjuntos para fortalecer redes y capacidades de mujeres emprendedoras en Costa Rica y la región. En el marco de este acuerdo, se realizó una serie de tres encuentros virtuales titulados Marketing Digital para Mujeres Empresarias y Emprendedoras: Estrategias para Incrementar la Presencia Online de su Negocio, dirigidos a mujeres emprendedoras y gerentas de pymes interesadas en mejorar sus capacidades de desarrollar estrategias de marketing digital e incrementar su presencia online en el contexto de la pandemia de COVID-19, como alternativa para establecer nuevos canales de venta ante las medidas de distanciamiento social.

La capacitación propuesta generó niveles muy altos de participación entre mujeres empresarias y emprendedoras de toda la región, incluidos los países de Ganar-Ganar. Al final se realizó una encuesta en la que las participantes manifestaron un altísimo grado de satisfacción con los contenidos.

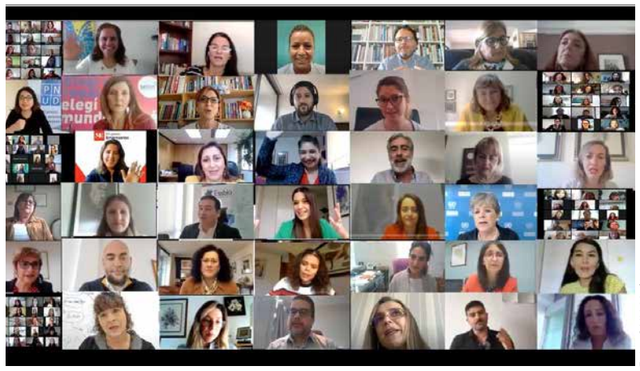

Foto: ONU Mujeres

Apoyo a *startups* de tecnología y proyectos sociales liderados por mujeres

La tecnología es uno de los sectores seleccionados por el Programa Ganar-Ganar para promover oportunidades de trabajo en red y la cooperación entre empresas lideradas por mujeres de Europa, América Latina y el Caribe. En este sentido el Programa colaboró con Impulse4Women, una ONG fundada por European Women que tiene como objetivo conectar a mujeres emprendedoras en tecnología y proyectos sociales con inversionistas.

Por otra parte, para fortalecer a emprendedoras de *startups*, Ganar-Ganar junto con IESE Business School —una de las escuelas de negocios más renombradas del mundo, perteneciente a la Universidad de Navarra, España— lanzaron una iniciativa sin precedentes de apoyo a empresas dirigidas por mujeres en la región al frente de negocios innovadores.

Más de quince emprendedoras de Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Jamaica y Uruguay (los seis países participantes del Programa Ganar-Ganar) tuvieron la oportunidad de participar en la primera edición de esta iniciativa denominada Venture Academy, una capacitación online de tres meses de duración compuesta por formación gratuita y sesiones de *coaching* individual con especialistas en negocios.

Al final de la formación, seis de las 15 empresas fueron seleccionadas para el Foro de Inversión final, que conectó a las empresarias con decenas de potenciales inversionistas, principalmente provenientes de Europa. Fueron *startups* de Argentina, Brasil y Chile las que fueron seleccionadas para presentar sus empresas a un grupo de inversionistas del exterior, con el objetivo de dar impulso a su expansión internacional.

Esta última etapa de la iniciativa contó con más de sesenta participantes. Entre las finalistas se encontraron empresas vinculadas al área de *fintech* y de aplicaciones y soluciones de base tecnológica centradas en la diversidad. Hubo dos empresas seleccionadas de Brasil, dos de Argentina y dos de Chile.

Trabajo con el movimiento cooperativo: guía para implementar los WEPs en cooperativas

El cooperativismo se basa en los valores de la solidaridad y la colaboración, y su relevancia se refleja en la estimulación y promoción del desarrollo económico, social y cultural del país. Además, está presente en todos los ámbitos de la vida social: en la vivienda, la producción industrial y agrícola, en el ahorro y crédito, en el trabajo y en el consumo.

Según ONU Mujeres y el Programa Ganar-Ganar, la incorporación de la perspectiva de género en este movimiento se considera fundamental para reducir las desigualdades, incrementar el acceso a oportunidades, impulsar la economía y materializar el 100 % de las capacidades.

En una iniciativa del Programa junto con Cooperativas de las Américas y el Comité Regional de Equidad de Género, y en el marco del partenariado ACI-Unión Europea #Coops4dev, se presentó un manual dirigido a orientar la implementación de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs) en las cooperativas. Se realizó un lanzamiento virtual de carácter regional y se disponibilizó el material para personas que lideran el sector cooperativo. También en esta línea, se presentó en Uruguay la asistencia técnica Incorporación de la Perspectiva de Género en el Cooperativismo Uruguayo, iniciativa del Programa Ganar-Ganar, que cuenta con la participación de Inmujeres (Instituto Nacional de las Mujeres) e Inacoop (Instituto Nacional de Cooperativismo). El estudio desarrollado en 2019 fue presentado junto con la propuesta de trabajo a realizar para la incorporación de la perspectiva de género en la ley nacional que regula el sistema cooperativo.

Foto: ONU Mujeres

ETHNIE MILLER SIMPSON

Women Entrepreneurs Networks of the Caribbean
Jamaica

El Programa ha tenido un gran impacto al ayudar a tener conversaciones sobre género en Jamaica no solo para mujeres propietarias de negocios, sino también para organizaciones que trabajan con mujeres. Como mujer de negocios, y también presidenta de una organización de mujeres, he crecido significativamente. Me ha abierto bastante la perspectiva.

El Programa te brinda una concepción completamente diferente de por qué necesitamos los WEPs, por qué necesitamos que este trabajo continúe. Hay situaciones en las que, como propietaria de un negocio, una cree que lo está haciendo bien. Y piensas que estás siendo justa y piensas que estás haciendo todo lo que se supone que debes hacer. Pero luego, cuando lo ves documentado, puedes ver exactamente qué tan fuerte o débil es la situación y qué tan lejos está del estándar que estamos tratando de implementar.

También nos hizo darnos cuenta de que no es necesario implementar todo a la vez. El tipo de enfoque paso a paso fue muy bueno para muchos de nosotros.

Toda la idea de Ganar-Ganar es un cambio de mentalidad y el reconocimiento de que puedo estar en un país, pero eso no significa que no pueda compartir ideas y experiencias con alguien de otro país. Y, por supuesto, lo que nos une es la idea de que, como mujeres, estamos trabajando juntas para mejorar la vida de todas las personas.

Hemos trabajado con mujeres de los seis países, así como de otros países que no formaban parte del Programa. Hemos forjado relaciones que serán fundamentales en los próximos pasos.

CONECTAR. FORTALECIMIENTO DE LAS PLATAFORMAS DE REDES PARA LA AMPLIACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES

Red y Foro de Mujeres Empresarias de América Latina y el Caribe

La promoción de la creación de redes y la cooperación entre las empresas dirigidas por mujeres de Europa, América Latina y el Caribe es uno de los tres resultados clave del Programa Ganar-Ganar. Al lanzamiento de la Red de Mujeres Empresarias de América Latina y el Caribe se sumaron eventos con diálogos virtuales para continuar construyendo y consolidando la red en toda la región. Estos diálogos ofrecieron una oportunidad única de revisar y recopilar información sobre oportunidades innovadoras y de desarrollo, así como sobre las lecciones aprendidas. Al finalizar cada sesión, se puso a disposición de los participantes un informe con lo más destacado de los debates, las contribuciones y los resultados.

Estos intercambios se documentaron y permitieron que un mayor número de mujeres propietarias de empresas comprendieran cómo podían ser más resilientes ante la crisis y cómo recuperarse de ella. 1093 mujeres empresarias de Europa, América Latina y el Caribe participaron en los tres foros internacionales realizados en el marco de las actividades de la Red de Mujeres Empresarias de América Latina y el Caribe, creada en conjunto con la Organización Internacional de Empleadores (OIE) y ampliada en 2021 a las mujeres empresarias europeas, para favorecer los intercambios y experiencias y conocer los retos y las oportunidades que se presentan en el futuro.

En 2021, el foro discurrió en torno a la temática Mujeres Liderando Empresas Sostenibles: Economía Verde y el Futuro de los Negocios, una actividad que contó con salas de trabajo y posibilidad de realizar *networking* a través de videochats y la exhibición de espacios virtuales por sectores seleccionados previamente.

Alianza con Redibero para mejorar capacidades de exportación de empresas lideradas por mujeres

El Programa Ganar-Ganar realizó una alianza con Redibero (Red Iberoamericana de Organizaciones de Promoción del Comercio Exterior) para la internacionalización y promoción de las mujeres en la exportación. Redibero es una red de 23 agencias iberoamericanas de promoción de exportaciones, con la que el Programa Ganar-Ganar firmó un acuerdo de cooperación, en Buenos Aires en 2019, para impulsar el protagonismo de las empresas lideradas por mujeres en las exportaciones. Desde ese año, Ganar-Ganar y Redibero comenzaron a preparar a representantes de empresas lideradas por mujeres de cinco países Ganar-Ganar para viajar a España, ya que este acuerdo incluía una misión empresarial a Madrid para fortalecer la colaboración y el intercambio de buenas prácticas en la promoción de la internacionalización de las empresas lideradas por mujeres.

A las 15 empresarias originalmente seleccionadas se sumó una participante adicional: una productora indígena de quínoa de Chile. Ante las medidas de restricción por la pandemia del COVID-19, el equipo del Programa y Redibero crearon formas alternativas para promover a estas empresarias en mercados europeos, así como también para la cooperación y networking con sus pares europeas. Se elaboró un catálogo virtual para fomentar las empresas lideradas por mujeres del sector alimenticio y sus productos, y se virtualizaron las misiones comerciales y los intercambios. Antes de esta misión comercial virtual se desarrolló un profundo análisis de oferta y demanda, lo que permitió que en la misión comercial se contactaron 485 potenciales compradores en 12 países europeos y se concretaron 84 reuniones con 23 empresas compradoras. Se realizaron además los *webinars* Ellas Exportando son un Buen Negocio, con alcance regional.

Foto: ONU Mujeres

También en el marco del acuerdo con Redibero, en Uruguay, Ganar-Ganar trabajó con la Agencia de Promoción de Exportaciones de Uruguay (Uruguay XXI), la que ha financiado un estudio para identificar a las mujeres en el sector exportador en el país, así como sus características específicas, barreras y necesidades. Un estudio de similares características se realizó en Costa Rica.

Plataforma Pymes Latinas-Grandes Negocios

En alianza con ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), el Programa Ganar-Ganar llevó adelante la creación de la plataforma Pymes Latinas-Grandes Negocios. Esta propuesta ofrece, en un solo lugar, un portal accesible y gratuito, y herramientas diseñadas especialmente para las pymes regionales, atendiendo directamente sus necesidades y potenciando su participación en el comercio intrarregional. Ofrece un Centro de Negocios, un Centro de Información, un Centro de Capacitación y un Centro de Logística donde se puede acceder a amplios recursos. La plataforma fue lanzada en un evento de divulgación que reunió a socios, referentes, empresarias y empresarios de la región.

Otras acciones para mejorar el comercio exterior

Además de las actividades ya mencionadas, se desarrollaron, a nivel regional y a nivel país, otras acciones vinculadas a potenciar las capacidades exportadoras de las empresas lideradas por mujeres. En Costa Rica, se realizó una colaboración estratégica con Procomer, la institución costarricense encargada de promover la exportación de bienes y servicios nacionales al mundo. Por ejemplo, el Programa Ganar-Ganar y Procomer llevaron a cabo un estudio para identificar empresas de mujeres con potencial exportador que podrían recibir apoyo para exportar sus bienes y servicios y fortalecer los lazos económicos con Europa y otros países, también.

En Uruguay, se realizó un ciclo de apoyo a la Unión de Exportadores del Uruguay, con tres instancias de capacitación para las empresas socias en aspectos generales y en el uso de la herramienta de autodiagnóstico GGAT (Gender Gap Analysis Tool) y la elaboración de planes de acción con perspectiva de género.

Plataforma Mujeres a la Vanguardia de las Nuevas Economías

En colaboración con la European Enterprise Network y Eurochile, se potenció una plataforma de negocios B2B (*business to business*) que se denominó *Mujeres a la Vanguardia de las Nuevas Economías* (Women Steering the New Economies).

La plataforma convocó y reunió a mujeres emprendedoras y empresarias en tres sectores clave —los sectores de energía, soluciones verdes y tecnología—, entidades del sector público que promueven las empresas lideradas por mujeres y su internacionalización, organismos internacionales y asociaciones empresariales.

Durante el lanzamiento, en un evento virtual, se hizo énfasis en cómo la pandemia de COVID-19 requiere una respuesta inmediata, coordinada, centrada en las personas y sensible al género. Se dialogó sobre la importancia de trabajar en asociación con Gobiernos, empresas, representantes de los trabajadores e individuos para mitigar el impacto de la pandemia en la vida de las personas y, al mismo tiempo, abordar los riesgos y vulnerabilidades específicos que enfrentan las mujeres y las niñas como resultado de las profundas desigualdades y estereotipos que persisten en la sociedad.

La plataforma *Mujeres a la Vanguardia de las Nuevas* Economías"buscó promover la creación de redes y oportunidades concretas de negocios, comercio, *joint ventures* e innovación entre mujeres emprendedoras y empresas lideradas por mujeres de Europa y América Latina y el Caribe.

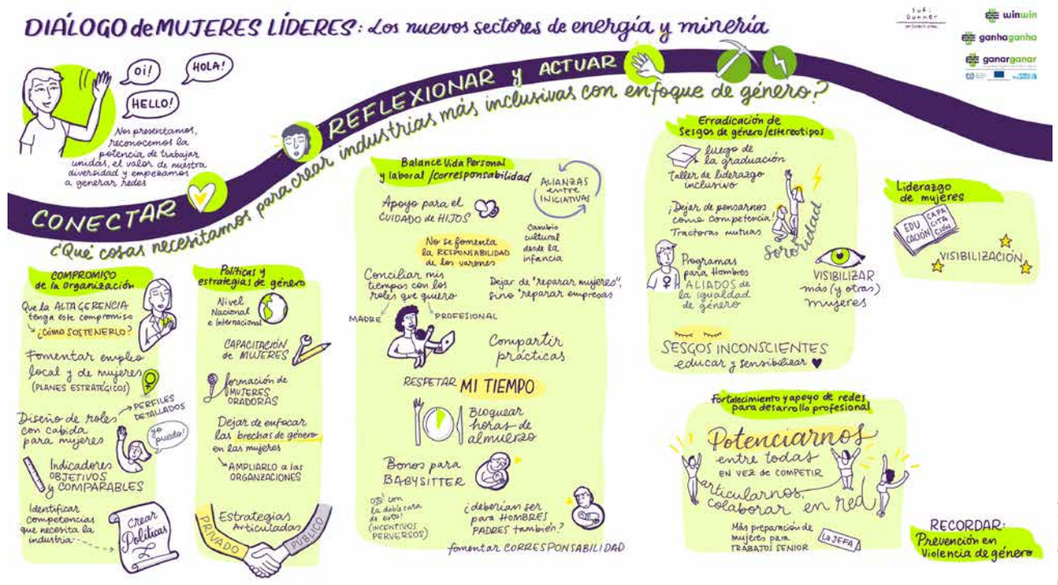

Foto: ONU Mujeres

MARIA JOSÉ VILELA BERNARDES

Caficultora/Sul de Minas
Brasil

En el inicio, 30 años atrás, cuando iba a las reuniones de Minasul, que es nuestra cooperativa, solo había hombres, yo era la única mujer. Pero iba igual, participaba porque quería aprender, no me importaron las dificultades. A mí no me importaba si los hombres me miraban torcido, si les parecía extraño que yo estuviese allí. Si tenía que ir, iba a ir. Creo que la mujer debe ser respetada, y que debe ser recompensada por su trabajo en el café.

El café siempre me fascinó porque es una cultura que tiene un impacto en los ingresos de la región que es muy grande. Hay muchos lugares donde las personas viven de este producto. Eso me parece importante porque, además de un sustento, es un aporte muy importante en la parte económica. Da esa visibilidad a las mujeres de que, cuando una mujer apoya a otra mujer, ella llega al lugar que quiere, puede atender cualquier mercado, alcanzar cualquier objetivo que tenga en mente. Ello lo consigue.

RESULTADO 2. EMPRESAS WEPS. UN MODELO SOSTENIBLE CON PERSPECTIVA DE GÉNERO PARA EL SECTOR PRIVADO

El Programa Ganar-Ganar apuntó a un trabajo directo, de convocatoria y contacto estrecho con las empresas, abriendo la participación a todas ellas independientemente de su tamaño o sector. Se construyó un modelo sostenible de participación del sector privado basado en cuatro pilares:

1. Difusión de casos de negocio que impulsen el involucramiento del sector privado para lograr la igualdad de género.
2. Expansión de la plataforma WEPs (Women Empowerment Principles) para comprometer a más empresas, cámaras de comercio, organizaciones empleadoras y otras redes empresariales.
3. Diseño de herramientas y metodologías, así como apoyo a la implementación de los WEPs a través de asistencia técnica.
4. Reconocimiento de las empresas que hacen progresos respecto de mejores prácticas e incentivos a la transparencia.

Comprometerse, aprender, apoyar, reconocer.

El Programa Ganar-Ganar se planteó, como una de sus áreas de acción fundamentales, potenciar la comunidad de empresas firmantes de los WEPs. Estas empresas fueron convocadas, primero, a fortalecer su compromiso y, luego, a potenciar el avance hacia la igualdad de género en su gestión corporativa. El Programa determinó como un indicador clave la mejora de la capacidad de las empresas para diseñar e implementar prácticas de igualdad de género y de incorporarlas genuinamente en su política y prácticas corporativas.

Otro pilar clave del modelo de trabajo implementado fue la creación de conocimiento relevante y específico para el sector privado, potenciado por el intercambio de buenas prácticas y profundizando en los aspectos de mayor impacto positivo en la gestión empresarial.

El reconocimiento y la visibilidad de las empresas, tanto en su acción individual como colectiva, permitió consolidar, durante el desarrollo del Programa, la gestión con perspectiva de género como una buena práctica empresarial en general, creando un nuevo estándar de gestión para las empresas referentes en cada uno de los países.

COMPROMETERSE PARA EMPEZAR EL CAMINO

El Programa superó los objetivos en cuanto a la cantidad de empresas signatarias de los WEPs, la plataforma preexistente creada por ONU Mujeres y el Pacto Global de las Naciones Unidas. Al unirse a la comunidad de WEPs, la persona en el cargo de mayor jerarquía, CEO o similar, señala su compromiso con esta agenda en los niveles más altos de la empresa y trabaja de manera colaborativa en redes de múltiples partes interesadas para fomentar prácticas comerciales que empoderen a las mujeres. Estas incluyen, por ejemplo, salario igual por trabajo de igual valor, prácticas de cadena de suministro sensibles al género, tolerancia cero contra el acoso sexual en el lugar de trabajo, marketing y comunicación no sexista, gestión humana sin sesgos, entre otras.

De una base de aproximadamente dos mil empresas en todo el mundo, durante la implementación del Programa se llegó a más de cinco mil empresas signatarias, entre las cuales más de mil provienen de los seis países en los que se desarrolló el Programa Ganar-Ganar.

1091 empresas
comprometidas con los WEPs en todos los países

Foto: ONU Mujeres

Actividades de *outreach* y compromiso WEP

En algunos países, el Programa aprovechó eventos existentes organizados por asociaciones, cámaras, redes empresariales y otras entidades para promover los WEPs y el Programa Ganar-Ganar. También generó espacios y ciclos de difusión, capacitación e intercambio propios.

En las instancias cuyo objetivo fue atraer nuevas empresas, se crearon simultáneamente espacios de capacitación, en donde se brindó contenido relevante a las empresas, que incidió en que estas se sumaran como empresas WEPs o continuaran avanzando en la gestión con perspectiva de género. El 95,2 % de las empresas que participaron de este tipo de eventos informaron de un mayor conocimiento sobre la igualdad de género.

40 084 personas y 7759 empresas participaron en los eventos

530 empresas afirmaron que los **eventos facilitaron** la creación de redes, aprendizaje o intercambio de experiencias

La promoción y la capacitación fueron diseñadas e implementadas basadas en evidencia obtenida de una gran cantidad de estudios específicos sobre las distintas temáticas y sectores. Esto sentó las bases para que las empresas tuvieran una amplia y potente oferta de recursos y productos del conocimiento, para poder incorporar buenas prácticas en sus gestiones y movilizar su cadena de valor.

Las empresas signatarias de los WEPs crearon una comunidad empresarial de referencia en cada uno de los países del Programa Ganar-Ganar y tuvieron acceso a recursos especializados, además de a instancias diseñadas para el intercambio entre ellas. Se constituyeron en verdaderos espacios de influencia en el mundo de los negocios y fueron un ejemplo que impulsó a más empresas de los más diversos sectores a sumarse a la iniciativa.

Foto: ONU Mujeres

VALERIA DI PALMA

Managing Director de Consortium Legal Central America
Costa Rica

Como punto de partida el autodiagnóstico es excelente para cualquier empresa que realmente quiera entender dónde está respecto a diferentes criterios. Esta herramienta habla de lugar de trabajo, mercados y comunidad. Aprendimos también sobre diferentes realidades y contextos, como por ejemplo: licencias por paternidad, apoyo a emprendimientos de mujeres y uso del lenguaje inclusivo en nuestra empresa. Fue muy esclarecedor porque, en definitiva, estábamos en un punto bastante básico.

Fue interesante ver cómo trabajamos juntos para identificar esas oportunidades que nos queremos dar dentro de una organización que está comprometida con la equidad de género. La responsabilidad que tenemos por tomar las riendas de un proyecto como este hace que vayamos más allá de la tendencia de un mercado para así comprometernos con las futuras generaciones y ser líder en las políticas y prácticas que tenemos.

Aportamos liderando con el ejemplo. Nuestras empresas y nuestros clientes nos preguntan qué acciones estamos tomando en esta materia y se siente un gran orgullo poder decir que avanzamos. Tenemos planes de proyectos específicos que queremos llevar a cabo. Estamos trabajando en la formación y sensibilización sobre el tema para sentar las bases de lo que será la política de nuestra organización. Las herramientas recibidas en el Programa fueron un punto de partida muy grande para poder avanzar.

Ese compartir experiencias hace que el camino recorrido por otros pueda ser un shortcut *para nosotros y para los que vienen atrás, y creo que eso es lo valioso de un proyecto como este.*

Autodiagnóstico en las empresas: visibilizar el desafío

Un recurso clave y de alto impacto para el avance en los objetivos del Programa Ganar-Ganar fue la herramienta de autodiagnóstico GGAT o herramienta empresarial de género WEPs, desarrollada por ONU Mujeres, Grupo BID y el Pacto Global.

Accede a la herramienta en:
https://weps-gapanalysis.org/

La GGAT está orientada a los negocios. Fue desarrollada en consulta con más de 170 empresas y las preguntas se basan en la práctica y realidad empresariales y en normas e indicadores internacionales. Es una herramienta gratuita, de libre acceso y estrictamente confidencial. Ayuda a las empresas a evaluar sus políticas y programas actuales, y a identificar áreas de mejora y oportunidades para fijar futuras metas y objetivos empresariales. Los resultados se entregan en un formato conciso y concreto para que las empresas puedan visualizar fácilmente las áreas que requieren mayor atención. Esto habilita a las empresas a identificar brechas, fijar metas y objetivos concretos, tener un punto de referencia y evaluar el enfoque estratégico de la empresa.

Las empresas signatarias de WEPs utilizaron en gran medida esta herramienta para avanzar en su compromiso. También otras empresas usaron el autodiagnóstico y reportaron voluntariamente su progreso en la implementación de los WEPs en forma confidencial.

En ocasiones, las pequeñas y medianas empresas perciben el objetivo de mejorar las condiciones laborales de sus trabajadoras y trabajadores como una tarea muy lejana, algo que harán «una vez que crezcan», o bien una tarea solo de las empresas de capital extranjero. Al mismo tiempo, las empresas pequeñas y medianas representan una gran proporción del parque empresarial. Por otra parte, las empresas propiedad de mujeres están sobrerrepresentadas entre las pequeñas y medianas empresas.

En este sentido, el Programa Ganar-Ganar reconoció precisamente este aporte crítico de las micro, pequeñas y medianas empresas en favor del empoderamiento económico de las mujeres y desarrolló una herramienta GGAT simplificada para pymes, basada en Excel y creada en consulta con empresas WEPs de menor porte.

+1000
representantes de organizaciones privadas
entrenados en el uso de GGAT

85% de las empresas WEPs
que utilizan regularmente la herramienta de autodiagnóstico poseen políticas de no discriminación y estrategias guía para la igualdad de oportunidades

745 organizaciones usaron la herramienta de autodiagnóstico GGAT en los 6 países

Rondas de CEOs

Las rondas de CEOs fueron eventos que se realizaron durante todo el desarrollo del Programa, convocando a líderes de las empresas signatarias de los WEPs de los seis países para fortalecer los vínculos entre empresas, potenciar el intercambio de buenas prácticas y visibilizar acciones relevantes de las empresas, además de reafirmar su compromiso.

En estos encuentros, con participación de referentes del Programa, se invitó a CEOs a exponer las principales acciones realizadas por la empresa, especialmente aquellas que apoyan específicamente a las mujeres.

APOYO Y APRENDIZAJE: HERRAMIENTAS Y GENERACIÓN DE CAPACIDADES

El Programa Ganar-Ganar desarrolló una serie de herramientas que fueron puestas a disposición de las empresas. Estas herramientas fueron y siguen siendo utilizadas por las empresas que trabajan en favor del empoderamiento de las mujeres, tanto las signatarias de los WEPs como las que aún no se han adherido al compromiso. Las herramientas evolucionaron junto con el Programa, creando a su vez otras a partir de las necesidades identificadas en su aplicación y uso.

Todo el material generado por el Programa permanece disponible aquí:
http://ganarganar.lim.ilo.org/

Foto: EMPATHY

Seminarios, talleres, *webinars* y foros como espacios de aprendizaje e intercambio

A través de seminarios, foros, *webinars* y diferentes materiales de divulgación, el Programa compartió metodologías y dio respuesta a necesidades concretas para una gestión empresarial con enfoque de género. Mediante talleres y eventos, se han difundido activamente en las comunidades empresariales mejores prácticas sistematizadas en diversas temáticas.

Algunas de las áreas en las que se hizo más énfasis fueron la brecha salarial, las compras con perspectiva de género, el reclutamiento sin sesgos, el entrenamiento en sesgos no conscientes, el marketing sin estereotipos, la comunicación no sexista, la prevención y atención de violencia contra las mujeres en el mundo del trabajo, la maternidad y paternidad en el trabajo y corresponsabilidad.

Los talleres de sensibilización fueron una herramienta de alto impacto, organizados dentro de las empresas y en grupos de empresas y cámaras empresariales. Estas instancias, diseñadas para ser trabajadas en forma presencial y luego adaptadas al formato virtual, fueron clave en comenzar el camino dentro de las organizaciones.

Foto: ONU Mujeres

Talleres de sensibilización.

Se realizaron talleres en los seis países del Programa Ganar-Ganar con formatos diseñados e impartidos por consultoras especializadas o mediante equipos de trabajo multidisciplinarios coordinados por el Programa. Se estructuraron talleres específicos para personas líderes de la organización y para quienes se encuentran en sus distintas áreas, bajo el concepto de multiplicadoras y multiplicadores, con el objetivo de lograr extender la visión a toda la empresa.

También se adaptó el formato de Taller Barbershop de la iniciativa HeForShe como un espacio de sensibilización exclusivo para hombres, que incorporó las características culturales locales para lograr mayor impacto.

Estos talleres fueron parte del apoyo del Programa a empresas signatarias de los WEPs, además de una herramienta de difusión y convocatoria para determinados sectores y grupos de empresas. Participaron empresas grandes, medianas y pequeñas, locales y multinacionales, que fueron encuestadas al finalizar las instancias y que declararon una alta satisfacción con estas capacitaciones.

12 721
personas
participaron de los talleres

95 %
afirmaron haber **ampliado su conocimiento de igualdad de género** luego de las actividades

Foto: EMPATHY

CLAUDIO TOLOZA

Jefe de la Unidad de Equidad de Género - Essbio
Chile

Para nosotros ha sido superimportante el trabajo realizado y el apoyo que hemos tenido del Programa Ganar-Ganar porque nos ha permitido conocer las distintas experiencias de las empresas, no solo a nivel nacional, sino también internacional, para ver de qué manera podemos aprender e incorporar estas buenas prácticas.

El Programa ha sido muy favorable porque nos amplió la mirada en la equidad de género; principalmente saber cuáles son los estándares en los países más desarrollados para poder aplicarlo a la realidad de nuestra empresa. También nos permitió generar una conexión entre empresas a nivel local en la que tuvimos la oportunidad de intercambiar experiencias, conocernos mejor y apoyarnos en red hasta el día de hoy.

El trabajo que hemos realizado con el Programa Ganar-Ganar nos pone en un nivel internacional. Se percibe orgullo, por parte de los trabajadores y trabajadoras de nuestra empresa, de pertenecer a esta red global y que, en definitiva, se pueden ver avances concretos en los temas de igualdad de género.

Herramienta de diagnóstico de igualdad de remuneración (DIR)

Visibilizar y trabajar sobre las brechas de género fue uno de los requerimientos que se identificaron en las empresas durante el relevamiento de sus necesidades. Con el objetivo de que pudieran lograrlo, ONU Mujeres desarrolló en el marco del Programa la herramienta de diagnóstico de igualdad de remuneración (DIR), especialmente diseñada para apoyar a las empresas y organizaciones en la medición de la brecha salarial. Es accesible y fácil de usar, y permite medir con precisión qué diferencias salariales existen entre mujeres y hombres, dónde se dan esas diferencias, a cuánto ascienden y dónde puede estar su origen, tanto para trabajos iguales como para trabajos de igual valor. Esta herramienta fue pensada para que las empresas y organizaciones puedan tomar las medidas necesarias con el fin de corregir las brechas identificadas y eliminar las diferencias. Se elaboraron diversos materiales didácticos y talleres en formato de *webinar* para capacitar a los equipos de trabajo sobre su uso.

La herramienta es gratuita y confidencial, y puede descargarse aquí:
https://lac.unwomen.org/es/que-hacemos/empoderamiento-economico/epic/herramientas-de-auto-uso

1130 descargas en un año

172 personas participaron de los **entrenamientos específicos**

Guía *El poder de las adquisiciones* para compras con enfoque de género

Dentro de las herramientas antes mencionadas, se trabajó con *El poder de las adquisiciones: cómo adquirir productos y servicios de empresas que son propiedad de mujeres. Una guía sobre adquisiciones con perspectiva de género para las empresas*, una publicación realizada por ONU Mujeres en 2018. Se trata de un manual para que las empresas y organizaciones puedan incluir la perspectiva de género en la compra y venta de productos, y en la contratación y selección de proveedores.

El área de compras tiene potencialmente un enorme impacto, ya que, según todos los indicios, las corporaciones que invierten en empresas propiedad de mujeres y adoptan prácticas de abastecimiento inclusivas se encontrarán en una mejor posición para beneficiarse de esta oportunidad comercial que las que no lo hagan. Actualmente, las mujeres controlan unos $ 20 000 millones de dólares estadounidenses en gastos de consumo anuales y, para 2028, controlarán cerca de 75 % de los gastos discrecionales en todo el mundo (ONU Mujeres, 2018).

Las investigaciones demuestran, además, que a los consumidores les preocupa la responsabilidad social de las empresas y, por tanto, las marcas que practican lo que predican obtienen mayores beneficios en sus cuentas de resultados. En particular, las mujeres son más proclives a probar los productos de una determinada empresa y a desarrollar fidelidad a la marca cuando saben que esta apoya a las empresas de mujeres. Asimismo, las políticas de adquisiciones inclusivas mejoran la reputación de las empresas entre las partes interesadas internas y externas, como empleados, clientes, accionistas y la comunidad en general. Las corporaciones que diversifican su base de proveedores también podrían salir beneficiadas en otros ámbitos y estas buenas prácticas, relevadas en el autodiagnóstico GGAT, fueron promovidas entre las empresas. También las entidades participantes de los procesos de capacitación y acompañamiento fueron apoyadas para la implementación de este tipo de programas de compras.

Además de brindar datos que evidencian los beneficios obtenidos por empresas que han adoptado prácticas con perspectiva de género, esta guía pone a disposición información sobre cómo colaborar en el cierre de esas brechas, que continúan rezagando a las mujeres, al mismo tiempo que ofrece consejos de cómo apoyar dichas empresas.

Mediante talleres y eventos, se difundió activamente esta guía en las comunidades empresariales y se elaboraron materiales específicos para una mayor y mejor divulgación de este marco de trabajo, tanto para las empresas que quieran incorporar el enfoque de compras sensibles al género como para mujeres empresarias o emprendedoras que quieren acceder a ser proveedoras de empresas y corporaciones.

Foto: ONU Mujeres

Interseccionalidad

Por otra parte, desde el propio diseño del Programa Ganar-Ganar, se incluyó la dimensión de interseccionalidad para comprender y trabajar en los desafíos vinculados a lo étnico-racial, a la discapacidad y al estatus migrante y de refugiadas de las mujeres. En Brasil y Uruguay particularmente, se realizaron actividades para desarrollar capacidades en este sentido dentro del sector privado, en forma de un ciclo de webinars, productos de conocimiento y consultoría. En el caso de Uruguay, el ciclo se denominó Género e Interseccionalidad, y contó con dos instancias: una en la que se trató la interseccionalidad de género y discapacidad, y otra en la que se abordaron las barreras específicas del género y la intersección étnico-racial, y la relevancia de la autonomía económica de las mujeres afrodescendientes. En ambos eventos se presentaron, además de estudios, estadísticas y aspectos legales, las experiencias de empresas y organizaciones uruguayas e internacionales.

En Brasil se llevaron adelante diversas iniciativas, entre las que se destacaron dos eventos realizados con el fin de combatir el racismo institucional y en los que participaron representantes de 194 empresas del sector privado.

El caso de negocios (*business case*) en torno a la igualdad: estudios y buenas prácticas

Identificar las buenas prácticas en acción, a partir de su implementación por las empresas, fue una de las actividades que realizó el Programa, en su fase final, sistematizando todo el conocimiento tanto en el ámbito regional como en cada país.

En un estudio y posterior informe realizado por el Programa junto con la firma EY, que se encuentra disponible en el sitio web del Programa, se realizó una extensiva revisión de casos de gestión con perspectiva de género en las empresas y de datos de apoyo que abordan la inclusión de género en las empresas y sus impactos. Uno de los objetivos de este estudio fue profundizar en la comprensión de las prácticas individuales de las organizaciones WEPs relacionadas con el liderazgo de las mujeres y los desafíos actuales para aprovechar la igualdad de género, así como obtener una visión

demográfica de las empresas relevadas a partir de entrevistas y, relevar el perfil de la persona responsable de WEPs, para complementar el análisis de datos y los conocimientos.

El estudio también realizó una sistematización del caso de negocios (*Business Case*) en torno a la igualdad de género, revisando estudios existentes que validan que la igualdad de género es buena para los negocios. En cuanto a resultados generales del estudio, se identificaron beneficios a nivel macroeconómico, como una asociación entre la presencia de estas prácticas y la estabilidad y seguridad a nivel nacional. También se verifica un impacto financiero positivo a nivel mundial: crecimiento del PIB y solución del envejecimiento de la población activa y, a partir del hecho de que las mujeres aportan diferentes perspectivas, mejora de la productividad y la eficiencia y, en consecuencia, dicho aumento.

En el ámbito financiero el informe consigna que algunos estudios han señalado las relaciones causales entre la equidad salarial y los indicadores de desarrollo humano. También, las ejecutivas y los ejecutivos de alto nivel vinculan la diversidad de género con un mejor desempeño financiero, pero no traducen esta percepción en acciones estratégicas. Se plasma en el estudio, a partir de un conjunto de métricas financieras, un vínculo entre diversidad y desempeño comercial destacado.

Los beneficios también son, en gran medida, intangibles y son designados en el estudio. Implican que las organizaciones con más mujeres en los comités ejecutivos y en puestos de liderazgo se desempeñan mejor que las empresas con menos diversidad de género, que las mujeres en puestos de toma de decisiones generan un mayor retorno sobre la inversión y que se encuentran indicadores de desempeño positivos sobre reputación, facturación, innovación, retención de talentos, productividad y desempeño de las empresas.

También se desprende de este estudio que el liderazgo diverso puede garantizar el crecimiento empresarial en un entorno volátil, ya que una empresa diversa se acerca a las características demográficas de los consumidores. Otro beneficio es que el marketing en torno a cuestiones de género puede ayudar al crecimiento de la marca, y, por el contrario, los estereotipos en la publicidad y la publicidad sexista tienen un impacto negativo en el comportamiento del consumidor.

Existen políticas externas o de mercado que beneficiarían de forma diferencial a las empresas con buenos indicadores de igualdad de género. En particular, existen fondos de inversión para empresas que cuentan con políticas de inclusión de mujeres, en cuya expansión también ha trabajado el Programa Ganar-Ganar.

Por otra parte, con el objetivo de sistematizar buenas prácticas concretas a nivel empresa en cada uno de los países, en Argentina, Costa Rica y Uruguay se elaboraron publicaciones que relevaron las mejores prácticas de empresas locales y multinacionales con sede en esos países.

Como resultado, esos informes fueron puestos a disposición de las empresas de la comunidad WEPs local y son un insumo relevante para cualquier empresa que desee obtener casos concretos de inspiración para avanzar en su propio plan. Estos relevamientos permiten visibilizar ejemplos de empresas de diverso porte y de variados sectores, presentando, asimismo, evidencia de los buenos resultados que se obtienen a partir de determinadas actividades y de la consolidación de políticas empresariales con perspectiva de género.

Foto: ONU Mujeres

APOYO ESPECÍFICO PARA IDENTIFICAR Y PROMOVER OPORTUNIDADES PARA EL AVANCE DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

Consultoría y equipos para apoyar a las empresas en diagnósticos

Para las empresas signatarias de los WEPs, el Programa desarrolló un sistema de apoyo con horas de asistencia técnica o de consultoría y también con talleres para que las empresas no se encontraran solas en el compromiso con la igualdad. Esto les permitió a las empresas contar con respuestas particulares a su realidad y apoyo en construir un modelo de trabajo sostenible, atendiendo a sus dificultades específicas. Las horas de asistencia técnica provistas por el Programa fueron clave para orientar a las personas dentro de las empresas en su trabajo, ya que ofrecieron una mejor orientación para aprovechar las oportunidades de capacitación y otros recursos y herramientas que proveyó el Programa. Asimismo, en casos particulares, las consultorías permitieron consolidar los grupos de trabajo interno, salvar obstáculos concretos, transitar el camino de la práctica empresarial a la política empresarial y crear mayor capacidad dentro de las propias organizaciones con el objetivo de continuar avanzando en los planes de mejora para alcanzar la igualdad.

El acompañamiento y apoyo a las empresas en su proceso de mejora, desde el autodiagnóstico hasta la implementación de los planes de acción, fue realizado por equipos multidisciplinarios en territorio y consultoras especializadas, que hicieron que esta asistencia técnica fuera apropiada y relevante.

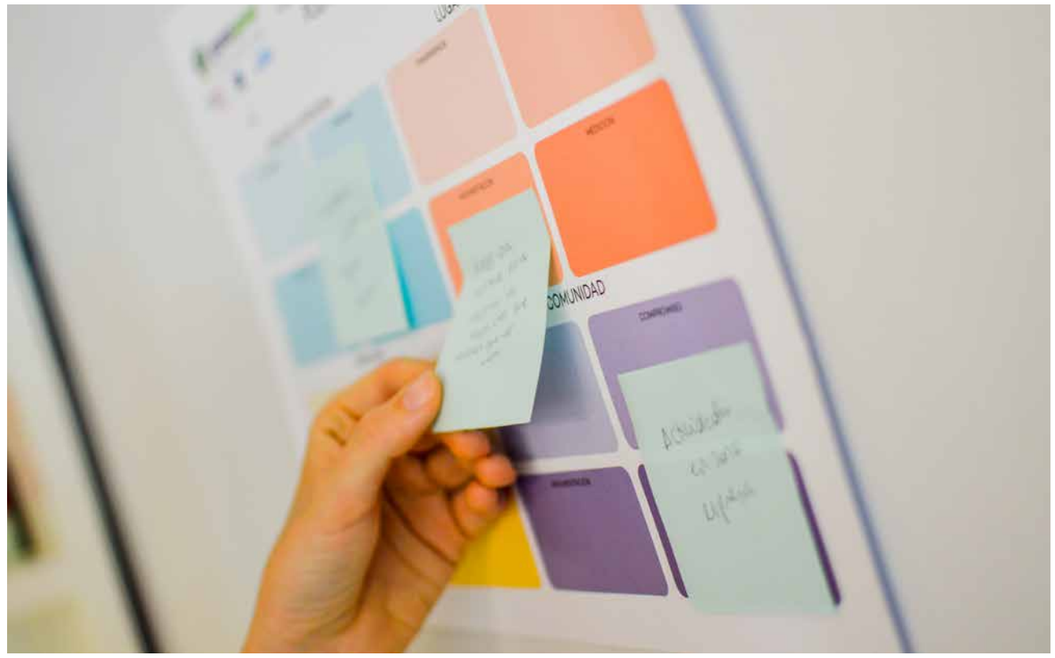

Foto: EMPATHY

Planes de acción

La generación de planes de acción concretos dentro de las empresas fue uno de los objetivos que el Programa Ganar-Ganar impulsó fuertemente en las últimas etapas de su implementación. A partir del conocimiento producido y de todos los recursos que fueron disponibilizados para las organizaciones, se construyó el contexto apropiado para que, luego de la sensibilización y la incorporación de capacidades, estas fuesen puestas en práctica, transitando desde los principios a la acción.

Para este proceso, las empresas que así lo requirieron contaron con el apoyo de los equipos de consultoría multidisciplinarios; en otros casos, fueron capaces de desarrollarlos de forma autónoma. Estos planes de acción constituyeron una muestra tangible de la incorporación de los aprendizajes y su relevancia en la gestión empresarial. El intercambio de experiencias y buenas prácticas nutrió también estos procesos para hacerlos más enriquecedores y con un potencial de cambio organizacional sostenible.

En Argentina y Uruguay se realizaron reconocimientos especiales, para visibilizar y motivar más empresas a pasar a la acción. Se apoyó y reconoció públicamente desde el Programa a empresas que, luego de hacer sus autodiagnósticos, creaban un plan de acción que les permitía avanzar en actividades concretas, con indicadores, plazos y equipos responsables de su implementación. Las empresas destacadas lograron plasmar de forma clara y ordenada un plan para avanzar en favor de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

52
reconocimientos de planes de acción

23
reconocimientos de planes de acción

Comunidades de práctica

Para el apoyo a las empresas y entre empresas, se crearon las comunidades de práctica (CoP), que se desarrollaron durante el primer semestre de 2021. Esta iniciativa, de carácter regional y exclusiva para la comunidad empresarial WEPs, tuvo como objetivo proporcionar un foro a colaboradoras y colaboradores de estas empresas para suscitar intercambios de conocimientos. Estas instancias permitieron compartir prácticas que buscan mejorar capacidades y fomentar el trabajo colaborativo con el objetivo de contribuir a reducir las brechas de género dentro de las organizaciones. En esta línea es que se buscó un sentido de comunidad y solidaridad para difundir las buenas prácticas y la innovación, y para potenciar las acciones en favor de la igualdad de género.

Las comunidades de práctica regionales, disponibles para todos los países del Programa, consistieron en reuniones periódicas que se organizaron en torno a las temáticas de gestión de personas sin sesgos y compras con enfoque de género. También se organizaron comunidades de práctica con temáticas específicas en Argentina y Chile. En Argentina, las áreas trabajdas fueron Mujeres en industrias y roles no tradicionales, Masculinidades y corresponsabilidad en los cuidados, Violencia en el ámbito laboral y Reconstrucción pos-COVID-19 con enfoque de género. En Chile, se estructuraron en torno a las temáticas Liderazgo de mujeres y Prevención de la violencia contra las mujeres. En todos los casos se trató de espacios para conversaciones abiertas donde se identificaron los conocimientos colectivos y se favoreció una comprensión compartida de las temáticas y la construcción de consenso.

ETHEL ZULLI

Gerenta de Sustentabilidad de Renault Argentina y directora ejecutiva de la fundación Groupe Renault
Argentina

El Programa nos ayudó como acelerador para organizarnos y ejecutar todas las acciones que nosotros veníamos desarrollando, e impulsando el proceso de autodiagnóstico. También pudimos establecer líneas de acción estratégicas, con indicadores concretos y plazos. Logramos empoderar a nuestro equipo y tener alianzas en nuestro programa Women at Renault. Uno de los factores clave que logramos con el Programa fue incorporar a mujeres operarias por primera vez después de más de 60 años en Argentina. Con este programa pudimos instalar el tema en la agenda de toda la compañía y logramos que sea un tema de negocio para esta. Descubrimos que podemos llegar a otras personas y motivarlas.

Tomamos la responsabilidad de tener, a futuro, una empresa complementaria. Actualmente logramos que el 26 % de las mujeres ocupen las posiciones más primordiales de la organización. A largo plazo, queremos seguir capacitando a nuestro equipo en temas de sustentabilidad y diversidad de géneros. La brecha no se cierra sola, sino con medidas correctivas. Nos comprometemos a ser una empresa líder en el país y en la región para que otras empresas se sumen.

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS

Desde el Programa se crearon distintas instancias de reconocimiento y premiación para los casos más destacables, con los que se visibilizó a las empresas que realizan las mejores prácticas y usan positivamente su influencia para continuar mejorando las condiciones laborales de las mujeres, las oportunidades de emprendedoras y empresarias, y, por lo tanto, generando mayor bienestar social y económico para todas las comunidades. Además de ser espacios de intercambio entre las empresas y las personas y de crear redes para continuar trabajando, los premios y reconocimientos han sido instancias clave para comunicar a la comunidad y dar visibilidad a lo generado por el Programa Ganar-Ganar.

En Brasil, desde 2015, se realiza el Premio WEP de Brasil, que fue potenciado por el Programa Ganar-Ganar, aumentando con ello de manera significativa la cantidad de empresas postulantes y consolidando este espacio como un ámbito valorado por toda la comunidad de negocios del país, que reconoce a las empresas por lograr gestiones de excelencia. Las empresas así reconocidas se convierten en modelos a seguir, sirven de inspiración y ejemplo para muchas otras.

En Argentina y Chile se realizaron también los premios WEP, con un excelente resultado en convocatoria. Estos premios permitieron identificar y destacar empresas que crean mejores prácticas e impulsan también su cadena de valor.

4 ediciones
(2017, 2018, 2019 y 2021)

2 ediciones
(2019 y 2021)

Foto: ONU Mujeres

1 edición
(2021)

En Uruguay el premio fue organizado en alianza con Grupo BID y la firma PwC. La iniciativa llevó el nombre *El Talento no tiene Género*. En sus dos ediciones, se destacaron empresas del rubro industrial, de tecnología, de servicios profesionales y una empresa mixta público-privada. Estas entidades, así como todas las postulantes, demostraron que la implementación de buenas prácticas es una excelente inversión que merece ser imitada.

Foto: ONU Mujeres

2 ediciones
(2019 y 2021)

17 empresas de alto impacto destacadas

5 empresas de alto impacto destacadas

De forma similar, en Costa Rica y Jamaica se pudieron identificar empresas de alto impacto a partir de su gestión con enfoque de género de forma transversal, incluyendo iniciativas con proveedores, clientes y comunidad, que fueron destacadas como casos de inspiración en el mundo empresarial.

Por medio de todas estas acciones, el Programa Ganar-Ganar otorgó visibilidad a quienes demostraron mayor compromiso y avance, creando un nuevo estándar de gestión que se hace necesario en el mundo de los negocios y genera más valor para las empresas y las personas.

Foto: ONU Mujeres

RESULTADO 3. FINANCIAMIENTO E INVERSIÓN POR LA IGUALDAD: REALIZAR EL POTENCIAL DE LAS MUJERES

A pesar de las numerosas contribuciones que las empresas propiedad de mujeres han hecho al crecimiento económico y al desarrollo en el mundo, todavía no se aprovecha todo su potencial, y ello se debe a muchos motivos. A nivel global, las mujeres empresarias se enfrentan a muy diversos obstáculos, financieros y de otros tipos, que les impiden introducirse y participar plenamente en la economía formal, en el mundo del trabajo y en particular en las cadenas de suministro de empresas y corporaciones. Uno de los principales factores que limitan el tamaño y el crecimiento de las empresas que pertenecen a mujeres y les impiden desarrollar todo su potencial es la falta de financiamiento. Aquellas empresas que comienzan con un nivel de capital más elevado obtienen mayor rendimiento en términos de activos, ingresos, rentabilidad y supervivencia.

Foto: ONU Mujeres

Son varios los factores estructurales y socioculturales que contribuyen a este déficit de crédito, que se da en todo el mundo; entre ellos, cabe señalar la falta de acceso a garantías subsidiarias, la parcialidad institucional y las normas socioculturales.

Sin embargo, las empresas de mujeres suelen empezar con menos capital y tienen menos acceso a financiamiento que las empresas propiedad de hombres, lo cual limita su capacidad para emprender o ampliar sus negocios.

Las mujeres propietarias de empresas también tienen un acceso limitado al capital social y, en particular, suelen tener problemas para establecer redes comerciales sólidas y contactos con personas y organizaciones realmente capaces de promover actividades comerciales, por lo que recurren con más frecuencia a los contactos familiares y a las redes informales.

Visibilizar, potenciar y conectar.

VISIBILIZAR. VINCULACIÓN CON PÚBLICOS RELEVANTES

Mapeo de entidades clave y relevamiento de necesidades de empresarias y emprendedoras

Con base en la Oficina Regional de ONU Mujeres para las Américas y el Caribe, en Panamá, se coordinó el desarrollo del Resultado N° 3 del Programa Ganar-Ganar, que tuvo como primer paso la elaboración del informe *Análisis de situación de los mecanismos de inversión y financiamiento con impacto positivo en la igualdad de género en la región de América Latina y el Caribe y prácticas innovadoras a nivel global*.

Para este estudio, se llevaron a cabo una extensa revisión documental y consultas con 34 entidades relevantes seleccionadas del ecosistema financiero: bancos multilaterales y de desarrollo; instituciones de microfinanzas; fondos y gestores de fondos de capital riesgo y de capital privado; desarrolladores de capacidad para mujeres emprendedoras y empresas; plataformas de conexión entre inversionistas, personas expertas e investigadores/as con especialización en inversión de impacto con perspectiva de género o social. Se concluyó con la identificación y el análisis de 33 iniciativas de inversión con enfoque de género. Además, el Programa Ganar-Ganar estudió en detalle los mecanismos innovadores de financiamiento e inversión de impacto de otras agencias de la ONU, como UNEP FI y la iniciativa de impacto de los ODS del PNUD. El estudio estableció lecciones principales y se identificaron escenarios para ser adoptados por Ganar-Ganar en la definición del modelo de financiamiento con impacto en género.

Para compartir los resultados y crear las bases para continuar trabajando, el Programa organizó el seminario internacional Promoción de la Financiación Innovadora a través de Inversiones Inteligentes en Materia de Género: Experiencias, Oportunidades y Desafíos, coincidiendo con el Foro Anual de WEPs en 2019. El seminario tuvo como objetivo presentar buenas prácticas de inversión con enfoque de género que aumentan el financiamiento de empresas lideradas por mujeres, empresas comprometidas con la igualdad de género y empresas productoras de bienes y servicios, de forma de beneficiar a mujeres y niñas. También tuvo como meta crear un espacio para el debate sobre los desafíos relacionados con el desarrollo de un ecosistema de inversión innovador sensible al género en la región de América Latina y el Caribe.

Con el fin de brindar una visión global de este ecosistema, el seminario se organizó en cinco paneles: uno proporcionó el marco conceptual del ecosistema de inversión con lente de género y tres presentaron buenas prácticas de entidades de este ecosistema (uno con bancos multilaterales de desarrollo y finanzas de desarrollo; otro con instituciones de microfinanzas y bancos comerciales, y otro con administradores de activos y fondos de inversión). El panel final expuso iniciativas de prestación de servicios y creación de capacidad que contribuyen a mejorar el ecosistema financiero y movilizar la inversión con enfoque de género. Asistieron al seminario 151 participantes de 23 países.

25 fondos de inversión y 15 inversionistas encuestados

151 participantes de 23 países

en el **seminario internacional Promoción de la Financiación Innovadora a través de Inversiones Inteligentes en Materia de Género:** Experiencias, Oportunidades y Desafíos

977 asistentes en los eventos
julio de 2020-julio de 2021

Se identificaron y analizaron
31 iniciativas de inversión y 22 instrumentos o actores
las regiones de América Latina y el Caribe, y Europa

POTENCIAR Y CONECTAR. CREACIÓN DE INVERSIONISTAS POR LA IGUALDAD

El estudio *Análisis de situación de los mecanismos de inversión y financiamiento con impacto positivo en la igualdad de género en la región de América Latina y el Caribe y prácticas innovadoras a nivel global* sirvió de base para redactar una propuesta preliminar con el objetivo de promover mecanismos de financiamiento innovadores y sostenibles. Esta propuesta fue presentada y discutida con un grupo de personas expertas, reunidas en un Grupo Asesor que ha dado su respaldo y su conocimiento para el avance de esta agenda. Este proceso de trabajo dio como resultado la Iniciativa de Financiamiento Innovador y de Inversiones con Enfoque de Género, que se perfeccionó y lanzó en 2020 con un nuevo formato y con una plataforma de comunicación propia. Un grupo de especialistas, junto con 30 representantes de bancos de desarrollo, bancos comerciales e inversores de países de la Unión Europea y Ganar-Ganar, se reunieron en las fases preparatorias para acordar soluciones y dar sustentabilidad a la iniciativa. De esta forma nace la iniciativa Inversionistas por la Igualdad.

Inversionistas por la Igualdad es una plataforma de encuentro y de espacio de diálogo entre los actores del ecosistema de inversión innovadora para trabajar de forma conjunta en la promoción de financiamiento innovador y movilización de inversiones con enfoque de género, con el fin de contribuir a la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Busca facilitar, además de este espacio de encuentro, la difusión de oportunidades de negocio a los actores financieros para que puedan diseñar productos de financiación o inversión con enfoque de género.

Inversionistas por la Igualdad procura apoyar a sus adherentes, bancos comerciales y de desarrollo, inversionistas con enfoque de género, organizaciones creadoras de capacidades, entre otros, a través del impulso a proyectos encaminados a fortalecer y visibilizar la demanda de mujeres emprendedoras y empresas lideradas por mujeres; incluir la igualdad de género en el mundo de las finanzas y de las inversiones, y las prácticas internas de los inversionistas y de aquellos destinados a crear condiciones favorables para invertir con lentes de género.

Se espera que, a partir del Programa, se pueda ver más inversionistas e instituciones financieras involucrados en el ecosistema y transformando sus prácticas internas para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, así como una mayor disponibilidad de instrumentos y mecanismos financieros innovadores que incorporen el enfoque de género. También se espera la generación de más recursos para financiamiento innovador con impacto en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Foto: Envato

La iniciativa sigue adelante, y se puede saber más sobre ella aquí: https://inversionistasporlaigualdad.org/

MARÍA NOEL VAEZA

Directora regional de ONU Mujeres para las Américas y el Caribe

Tenemos diálogos constantes con todos los sectores y esto nos permite tener un conocimiento muy específico de cuáles son los problemas y las posibles soluciones provenientes de las mujeres. Hay que escucharlas, y nosotros estamos en el negocio de escuchar a las mujeres. Son dos áreas que no se han juntado todavía, el área financiera y el área de la mujer como sujeto de derecho y como agente transformador de la economía.

Es una oportunidad y a la vez un imperativo que los emprendimientos liderados por mujeres puedan ser financiados y que salten a esa escala mayor para poder soñar en grande.

Discurso en el seminario internacional Promoción de la Financiación Innovadora a través de Inversiones Inteligentes en Materia de Género: Experiencias, Oportunidades y Desafíos, San Pablo, 2019.

Más sobre las inversiones con impacto en género

Las inversiones con impacto de género (IIG o GLI, sigla de Gender Lens Investments) pueden entenderse como una modalidad de inversión que incorpora deliberadamente la intención de impactar positivamente en la vida de mujeres y niñas, al mismo tiempo que aúna los objetivos de riesgo/retorno apropiados para una cartera de inversión. Es una forma de utilizar el capital para avanzar en la igualdad de género y producir un retorno financiero (UN Women, 2021, p. 1).

Este tipo de inversiones tiene como objetivo fundamental «propiciar un cambio sistémico para que el género pase a ser importante en los procesos de toma de decisiones de los mercados financieros, en los cuales el género no sea un producto o un tema, sino una perspectiva que influya en las decisiones de inversión» (UN Women, 2021, p. 1).. Así, se pueden definir como aquellas inversiones que buscan simultánea e intencionalmente generar un retorno financiero y tener un impacto positivo en la igualdad de género.

Estas inversiones surgen en el contexto de la nueva corriente de financiamiento innovador que busca canalizar fondos adicionales para el desarrollo a través de mecanismos no tradicionales. En este sentido, el financiamiento innovador con enfoque de género procura movilizar inversiones de capital privado, con la finalidad de promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. El objetivo de las inversiones es el de encauzar la oferta de recursos de los actores del ecosistema financiero hacia la demanda y las necesidades de financiación de emprendimientos y empresas lideradas por mujeres o de aquellas comprometidas con el empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género.

Existen tres lentes (o categorías) para orientar las estrategias de movilización del capital y de inversiones desde el sector privado a través de las inversiones con impacto de género:

Lente 1.
Acceso a capital de mujeres emprendedoras y empresas lideradas por mujeres: orientado a cerrar brechas de género en el acceso a capital y crédito.

Lente 2.
Inversión en empresas que promuevan la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres: orientado a atraer capital e invertir en empresas que promuevan la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo, en las cadenas de valor y en la comunidad.

Lente 3.
Inversión en empresas que desarrollen productos y servicios que impacten positivamente en el bienestar de las mujeres y niñas.

Foto: Envato

GABRIELA ROSERO

Coordinadora de Inversionistas por la igualdad

Inversionistas por la Igualdad es una plataforma de trabajo en red y un espacio de diálogo entre quienes forman parte del ecosistema de inversión de impacto, para fomentar el financiamiento innovador sensible al género. Al desafiar al sistema financiero, mostrándole el poder transformador que tienen las mujeres no solo como consumidoras, sino también como inversionistas, el Programa ha buscado contribuir al desarrollo de productos y servicios financieros con características y políticas diferenciadas.

EVENTOS, COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

RESUMEN DE ACTIVIDADES DESTACADAS

Foro WEPs

El Foro WEPs regional es un evento que fomenta el diálogo entre empresas sobre políticas sensibles al género. Potenciado por el Programa Ganar-Ganar, se realizó, en 2018 y 2019, en forma presencial y, en 2021, en forma virtual. En sus tres ediciones, reunió a más de trescientos líderes de empresas, organizaciones empresariales y redes de mujeres para escuchar a más de cincuenta ponentes durante dos días. Los encuentros presenciales se llevaron a cabo en Brasil, debido a la ya larga historia de implementación de WEPs en el país y al mayor número de empresas signatarias. Los paneles y participantes incluyeron representantes de todos los países.

Estos encuentros —ineludibles para quienes, desde el sector privado, quieren gestionar con enfoque de género— fueron espacios propicios para actualización, *networking*, compartir prácticas, y también para lanzar y presentar nuevas iniciativas y herramientas. Tal fue el caso de la herramienta DIR, presentada en el marco del Foro WEPs. Esta herramienta, desarrollada por la Oficina Regional de ONU Mujeres en el marco del Programa Ganar-Ganar, permite a las empresas diagnosticar de forma sencilla, gratuita y confidencial su brecha salarial. Otros temas importantes discutidos durante estos encuentros incluyen: la

Foto: ONU Mujeres

WEPs Forum 2019

+500
participantes

WEPs Forum 2021 - edición virtual

835
participantes

31 países

Foto: ONU Mujeres

Iniciativa Sello Mujeres Brasileñas en el Directorio —sello WOB (Women On Board)—, que reconoce a las empresas con al menos dos mujeres en los directorios corporativos, y el intercambio de mejores prácticas realizado por los ganadores del Premio WEP de Brasil. Por su parte, el equipo de Ganar-Ganar en Jamaica presentó su campaña para poner fin al acoso sexual en el lugar de trabajo. La OIT presentó el Informe Brasileño de Mujeres en la Gestión Empresarial. En los paneles participaron empresas europeas con sede en países del Programa Ganar-Ganar, como BNP Paribas y el grupo Pão de Açúcar (Grupo Casino). Según una encuesta en línea, 84 % de quienes participaron dijeron que su conocimiento sobre la igualdad de género aumentó gracias al foro.

En la edición del Foro WEPs 2021, el eje temático consistió en reafirmar el compromiso por un futuro igualitario. Durante las dos jornadas del evento se destacó el éxito de las empresas adheridas a los principios WEPs, se reafirmó el compromiso con la igualdad de género de empresas, organizaciones y Gobierno, y se alertó sobre la necesidad de tomar las riendas de la situación con acciones que contribuyan a la recuperación económica de la crisis causada por la pandemia del COVID-19. Participaron más de cuarenta especialistas internacionales de género, diversidad y negocios, e integrantes de la directiva de empresas de América Latina y el Caribe.

WEPs Forum 2018

+530
participantes

71 speakers

22 horas
de contenido

Foto: ONU Mujeres

Ring the Bell

Otro evento que atrajo gran atención fue el Toque de Campana por la Igualdad de Género o *Ring the Bell*. De alcance mundial, este evento nació de la asociación entre la Corporación Financiera Internacional, la Iniciativa de las Bolsas de Valores Sostenibles, Naciones Unidas, Pacto Global de Naciones Unidas, ONU Mujeres, la Federación Mundial de Bolsas y Fondos Cotizados de Mujeres en Bolsa (ETF) para hacer sonar las campanas de las bolsas, señal de apertura o cierre de mercados, y, así, llamar la atención sobre el rol fundamental que pueden y deben desempeñar las empresas y los mercados en la lucha contra las desigualdades de género y en la promoción del desarrollo sostenible.

Ring the Bell, una actividad en colaboración con más de noventa bolsas de valores de todo el mundo, fue potenciada por el Programa Ganar-Ganar. «Tocamos la campana por la igualdad de género» en los seis países en donde se implementó el Programa: Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Jamaica y Uruguay. En Jamaica, una exitosa campaña en las redes sociales para *Ring the Bell* trascendió las fronteras del país y ganó atención en todo el Caribe.

El evento *Ring the Bell* generó una oportunidad de reconocer la presencia e importancia de las grandes empresas e inversionistas en el cambio de la realidad de las mujeres en los negocios, en el lugar de trabajo y particularmente en el mundo financiero. También fue una gran instancia para conectar y explicar el Programa Ganar-Ganar a una audiencia clave y recordarle la relevancia del sector privado y la teoría de cambio del Programa.

Foto: ONU Mujeres

Foto: ONU Mujeres

Women Economic Forum

En ocasión de realizarse el Women Economic Forum en la región, en Argentina, el Programa Ganar-Ganar organizó una actividad para el diálogo y el encuentro en la que empresarias y emprendedoras de América Latina y el Caribe dialogaron con sus pares de la Unión Europea en un conversatorio. Mujeres de diferentes países —Paula Bibini, de Argentina, Inge Van Belle, de Bélgica, Emanuela Donetti, de Italia y Natalia Hughes, de Uruguay— compartieron problemáticas comunes provocadas por la pandemia, lo que les permitió descubrir puntos de encuentro para revisar la situación de la economía y el mundo de los negocios. Durante el evento, Bárbara Roces, agregada de Proyectos, Servicio de Instrumentos de Política Exterior (FPI), Equipo Regional Américas, Delegación de la Unión Europea en Argentina destacó el potencial de las mujeres a la hora de hacer negocios y alertó que estas se han visto mucho más afectadas que los hombres por el cierre de negocios durante la pandemia. El conversatorio tuvo extensa difusión en la comunidad de negocios y en los medios masivos, y se encuentra disponible online.

Declaración de las jefaturas de Estado del G20

En el primer año del Programa, ONU Mujeres pudo apoyar el W20, una red transnacional de mujeres líderes de la sociedad civil, el sector privado y el mundo académico. Argentina fue el país líder de ese año y Brasil, uno de los miembros. Como resultado, la declaración final del G20, adoptada por las jefaturas de Estado en noviembre de 2018, reconoció que la igualdad de género es crucial para el crecimiento económico y también para un desarrollo justo y sostenible. Asimismo, incluyó compromisos específicos de los Estados para reducir la brecha de género en las tasas de participación en la fuerza laboral; promover iniciativas para erradicar todas las formas de discriminación contra mujeres y niñas, y la violencia de género; fomentar el empoderamiento económico de mujeres y hombres; proporcionar acceso a una infraestructura de atención asequible y de calidad, y a la licencia parental; reducir la brecha salarial de género; incentivar el acceso de las mujeres a puestos de liderazgo y toma de decisiones; invertir en el desarrollo de las habilidades digitales de mujeres y niñas, y fomentar su participación en carreras STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, por sus siglas en inglés) y en sectores de alta tecnología, con el fin de cerrar la brecha digital de género y promover la inclusión digital.

Comunicación y visibilidad.

La estrategia de comunicación y visibilidad del Programa Ganar-Ganar se centró en garantizar una comunicación efectiva con los grupos objetivo del Programa, a la vez de sensibilizar sobre la existencia y el efecto de los cambios positivos y los beneficios que produce el compromiso del sector privado con la igualdad de género. Se definieron tres objetivos específicos de comunicación:

1. Informar y comprometer a las compañías, empresas y organizaciones de empleadores de Europa y seis países de América Latina y el Caribe en la igualdad de género basada en los WEPs.
2. Garantizar una visibilidad relevante en los medios de comunicación sobre el Programa, los WEPs y la igualdad de género.
3. Facilitar un flujo de comunicación eficiente entre los socios implementadores.

En la fase inicial del Programa se establecieron las acciones de comunicación regionales base de Ganar-Ganar: creación de la identidad de marca del Programa, diseño del sitio, lcreación de la página de LinkedIn y definición de elaboración de boletines trimestrales informativos.

En línea con los objetivos, el equipo de Comunicaciones del Programa Ganar-Ganar elaboró un boletín o *newsletter* trimestral para mantener informadas a las empresas signatarias WEPs, instituciones socias y a partes interesadas clave sobre el progreso del Programa, las actividades regionales y las realizadas en cada uno de los seis países. El boletín fue diseñado de forma atractiva para una fácil lectura y redactado en los tres idiomas del Programa: portugués, español e inglés. Los envíos, que alcanzaron más de cinco mil personas cada uno, se centraron en comunidades WEPs, emprendedoras y empresarias, referentes de todos los países, organizaciones empleadoras, Gobiernos y personas líderes de opinión.

+124 000
interacciones con
el *hashtag* #GanarGanar

En la red LinkedIn el Programa Ganar-Ganar tuvo una importante presencia, difundiendo actividades y propuestas en forma amplia a sus casi cuatro mil seguidores. Las principales acciones y campañas fueron difundidas en la red propia del Programa y de forma coordinada con redes de ONU Mujeres, OIT y Unión Europea, en los seis países y a nivel regional. De las diferentes campañas, destacaron: el Día de la Mujer Afrolatinoamericana, Afrocaribeña y de la Diáspora 2020, la campaña de lucha contra la violencia de género en el ámbito laboral Hojas de Vida 2020, la campaña para el Día Internacional de los Derechos Humanos 2020 en Brasil y la campaña de promoción de la corresponsabilidad laboral #HacermeCargoElCaminoAlÉxito.

Los eventos que involucraron a la comunidad de empresas WEPs generaron altos niveles de interacción e impacto online: Foros WEPS 2018 y 2019, Premios WEPs de Argentina, Brasil, Chile y Uruguay, y ciclos de talleres WEPs.

A lo largo del programa se registraron más de dos mil publicaciones en redes que dieron lugar a 124 000 interacciones con el *hashtag* #GanarGanar.

+2000
publicaciones
en redes sociales

En el ámbito de los medios online, los eventos y novedades del Programa suscitaron altos niveles de interés. Se registraron más de cien notas en televisión, radio y prensa offline y online en los seis países, incluyendo notas en medios de elevados niveles de audiencia como GloboNews, de Brasil, Clarín, de Argentina, Mercurio, de Chile y canales 4, 10 y 12 de la televisión abierta de Uruguay.

MARA PISANO

Gerenta RRHH – Lumin
Uruguay

En Lumin ya teníamos un camino recorrido pero también la certeza de que aún había mucho por mejorar y aprender, y apuntamos a la excelencia. Comenzamos revisando todas nuestras políticas, desde el lenguaje en los documentos hasta la implementación de prácticas que eran de hecho. Nos capacitamos y nos sensibilizamos al liderazgo de la organización y fuimos avanzando.

Utilizamos todos los recursos y herramientas que el Programa Ganar-Ganar puso a nuestra disposición, desde el autodiagnóstico, que repetimos cada año para ir profundizando y mejorando nuestro puntaje, hasta talleres, foros, capacitaciones, apoyos específicos y acceso a materiales. Tuvimos la constancia de ir poniendo metas cada vez más ambiciosas y superarnos en cada medición.

También tuvimos un reconocimiento reconfortante para todo el equipo cuando ganamos la primera edición del premio El Talento no tiene Género, en 2019, porque nos motivó a continuar siendo una empresa que promueve la igualdad de género no solo internamente, sino en toda la cadena de valor. Hemos logrado alianzas a todo nivel en nuestra comunidad, que tienen un gran impacto en la vida de las personas que trabajan en nuestra empresa, pero también en las personas de nuestra ciudad, nuestro departamento y también a nivel país. Sentimos mucho orgullo por lo que hemos logrado y seguimos trabajando.

RESPUESTA AL COVID-19

En el 2020 –último año de implementación del Programa– la crisis sin precedentes generada por el COVID 19 tuvo impacto, por supuesto, en el Programa Ganar-Ganar. A partir de la irrupción de la pandemia, el Programa trabajó junto con sus principales organizaciones socias y aliadas para considerar los efectos del COVID-19 en sus planes de acción.

Tras la expansión del COVID-19 en la región, el Programa estuvo influido por nuevas realidades, una economía transformada y la profundización de las brechas de género. Las actividades del Programa Ganar-Ganar siguieron adelante a pesar de las dificultades que planteó la crisis. El Programa adaptó sus acciones a la modalidad virtual y mantuvo el asesoramiento y la asistencia técnica a las empresas, en su compromiso con la igualdad de género, buscando adecuar sus prácticas al nuevo contexto.

Desde el sector privado, las empresas WEPs trabajaron durante la pandemia para continuar aportando a la igualdad de género y al empoderamiento de las mujeres. En Argentina, por ejemplo, para abordar la problemática de la violencia contra las mujeres y las niñas, la Iniciativa Spotlight y el Programa Ganar-Ganar aunaron sus esfuerzos para trabajar en este sector a través de la red de empresas signatarias de los WEPs en el país.

3200 mujeres
se registraron al curso
Marketing Digital para
empresarias y emprendedoras

La súbita migración al mundo virtual, si bien presentó un enorme desafío para seguir operando, también ofreció la posibilidad de que el mensaje del Programa Ganar-Ganar llegara a más personas. Los equipos de dirección de las empresas reforzaron su compromiso con la igualdad a través de su participación en diversos *webinars*, en los cuales compartieron las buenas prácticas implementadas, así como iniciativas preexistentes que fueron sostenidas a través de la crisis.

Las empresas de mujeres se vieron especialmente afectadas por la crisis y, en ese sentido, el Programa también buscó dar respuesta. Como ejemplo, en Chile se desarrolló el Ciclo Emprendedoras Digitales, en alianza con Mujeres Empresarias. Una serie de formación de seis sesiones para fortalecer las habilidades digitales de las mujeres emprendedoras en toda la región. A través de un completo plan de estudios y de la presentación de casos prácticos de negocio, la serie proporcionó a más de seiscientas mujeres participantes nuevos conocimientos y herramientas para aprovechar las plataformas digitales y ampliar su presencia en el mercado online, así como sus ventas, al tiempo que les permitió evaluar las distintas opciones y compensaciones de forma de tomar decisiones acertadas para sus negocios.

También fue altísimo el impacto del programa Marketing Digital para Empresarias y Emprendedoras, desarrollado desde Costa Rica, con presencia de mujeres de toda la región. Esta formación, implementada en alianza con la Cámara de Comercio de Costa Rica y el programa Mujeres Empresaria, reunió a más de 3200 mujeres.

Foto: ONU Mujeres

SUSTENTABILIDAD DEL PROGRAMA

El Programa trabajó en el fortalecimiento de los mecanismos nacionales de las mujeres en cada uno de los países para convocar al sector privado y a otros socios a nivel nacional. Estos mecanismos han sido socios clave en el desarrollo del Programa, organizando eventos e impulsando iniciativas en forma conjunta. En particular en Argentina, Costa Rica y Uruguay, se han realizado planes de trabajo que trascenderán el Programa, específicamente en lo que respecta al involucramiento del sector privado.

17 eventos implementados
junto con los mecanismos nacionales de las mujeres

También otras iniciativas de sostenibilidad fueron desarrolladas durante el Programa, buscando extender el impacto positivo de las acciones más allá de agosto de 2021 y capitalizando el conocimiento generado y difundido.

Foto: ONU Mujeres

GRUPO DE PERSONAS ALIADAS DE LOS WEPS

Con el objetivo de multiplicar las voces por la igualdad de género en el sector privado, en 2021 el Programa Ganar-Ganar creó el Grupo de Personas Aliadas de los WEPs.

Las personas aliadas de los WEPs son aquellas que forman parte de la dirección de empresas comprometidas con estos principios, o que pertenecen a asociaciones o fundaciones del sector privado, universidades, asociaciones de empleadores, etc. que apoyan los WEPs, que son reconocidas por su alta capacidad de influencia en su sector o segmento, han demostrado compromisos concretos con estos principios y tienen experiencia previa con la agenda de ONU Mujeres. Algunas de las personas seleccionadas ya han estado promoviendo los WEPs de manera informal e influyendo en otras empresas para que se sumen a esta red.

80 personas aliadas

La creación de un Grupo de Personas Aliadas de los WEPs en todos los países del Programa Ganar-Ganar tiene la intención de formalizar y reconocer a estas personas líderes, voluntarios y voluntarias, aprovechar su potencial de influencia y aumentar el número de personas que se comprometen con el camino hacia la igualdad de género.

Mediante la creación del Grupo, se busca otorgarles reconocimiento formal, proporcionarles orientación e impulsar sus resultados. Las personas aliadas se han comprometido a difundir mensajes de igualdad de género y promover los WEPs.

Para facilitar su propósito, el Programa puso al alcance de las personas aliadas de los WEPs un conjunto de herramientas de comunicación, para ayudarlas a promover los WEPs y a involucrar a nuevas empresas en esta causa. Las personas aliadas tendrán como objetivo atraer nuevas empresas, asegurarse de que las empresas estén dispuestas a implementar los WEPs y a reportar sobre sus avances.

Se llevaron a cabo capacitaciones específicas en entornos virtuales que fortalecieron a las personas aliadas ofreciéndoles nuevos recursos para realizar esta tarea de difusión y apoyo, además de brindarles herramientas concretas sobre gestión con perspectiva de género, comunicación y visibilidad. Asimismo, quedaron todas y todos conectados mediante una plataforma virtual, para continuar los intercambios y potenciar su acción colectiva. La lista de personas aliadas de los WEPs se encuentra disponible en el sitio http://ganarganar.lim.ilo.org/.

4 instancias de capacitaciones

Foto: ONU Mujeres

ANA BAVON

Socia fundadora de B4 People
Brasil

Es necesario evaluar y comprender cómo han progresado otras organizaciones al unirse a asociaciones que son miembros de la comunidad WEPs y que trabajan junto con ONU Mujeres.

Y eso también depende de nuestra autovalidación como líderes. Los WEPs han sido fundamentales para presentar nuevas perspectivas, propiciar diálogos importantes y, más que eso, educar a las personas para una sociedad más plural, más justa, equitativa y ética. Una de las mejores prácticas es la interseccionalidad como metodología de trabajo, para comprender cómo el género, la raza y la clase se interconectan y cómo garantizar que todas las mujeres puedan avanzar.

Como una de las personas aliadas, he participado de muchas reuniones impulsadas por este sensacional grupo de personas que están ayudando a transformar organizaciones, que demandan debates, benchmarks, y las relaciones que construimos a partir del intercambio de experiencias y los desafíos que enfrentamos como líderes y como organización.

PRODUCTOS DEL CONOCIMIENTO, RESUMEN Y RECURSOS

Tal como se ha mencionado, el Programa Ganar-Ganar desarrolló más de trescientos productos de conocimiento, cubriendo diversas temáticas y generando materiales para todos los públicos. Como una medida de continuidad para el Programa, y atendiendo a las necesidades de las organizaciones que se involucraron durante su implementación o que se sumarán en el futuro, se crearon espacios para disponibilizar la información. Todos los recursos —documentos, herramientas, aprendizajes y materiales— desarrollados durante el Programa quedaron a disposición de quienes deseen seguir trabajando por la igualdad de género en el sector privado en espacios digitales de gestión y aprendizaje, que continúan disponibles, y en otros que se han creado especialmente para facilitar el acceso a los recursos.

Sitios clave a tener en cuenta:
http://ganarganar.lim.ilo.org/
www.weps.org
https://lac.unwomen.org/es

También se elaboró un conjunto de productos de comunicación para compilar el impacto del Programa, los que se encuentran disponibles en estos sitios de forma abierta y online. De este modo, todas las personas podrán acceder a un resumen potente, compacto y claro de lo que ha sido el Programa Ganar-Ganar en estos tres años.

+400
productos del conocimiento

En el sitio web ganarganar.lim.ilo.org se ha creado un centro de recursos online que tiene la intención de funcionar como una caja de herramientas virtual, en la cual las organizaciones puedan encontrar los documentos, herramientas o materiales necesarios para gestionar con enfoque de género (disponible en los tres idiomas del Programa y con un buscador para facilitar el acceso a la información).

MARIA NOEL VAEZA

Directora regional de ONU Mujeres para las Américas y el Caribe

"Tenemos muchos aprendizajes de estos años del Programa Ganar-Ganar. Hemos establecido vínculos sólidos con el sector privado. Hemos aprendido a ser resilientes, a adaptarnos y a construir juntos un futuro más sostenible. Nuestro compromiso es seguir trabajando juntos para impulsar los resultados que hemos logrado. No hay futuro sin igualdad"

HILDE HARDEMAN

Directora del Servicio de Instrumentos de Política Exterior (FPI) de la Unión Europea

El Programa Ganar-Ganar: la Igualdad de Género es un Buen Negocio ha ofrecido un apoyo específico y gratificante para mujeres emprendedoras de la Unión Europea y países de América Latina y el Caribe. Es una poderosa red para ayudar a las mujeres a expandir sus empresas y unir otras empresas y redes dirigidas por mujeres, empresas multinacionales y organizaciones de empleadores de ambas regiones. (...)

Boletín Ganar-Ganar - Q2, 2020

MARIA ROSA SABBATELLI

Jefa de Instrumentos de Política Exterior de la Delegación de la Unión Europea en Brasil

Con Ganar-Ganar teníamos un sueño: lograr algo que es, de alguna manera, intangible, que no se puede describir únicamente como resultado de un proyecto. Lo que realmente queríamos hacer con las capacitaciones, el intercambio de conocimientos y las actividades de networking *que hemos implementado durante los últimos tres años era lograr el milagro, que a veces sucede, de cambiar la forma en que pensamos. Es algo que sucede dentro de cada uno de nosotros. Es un momento, diría yo, mágico.*

Con este programa queríamos que las mujeres superaran las limitaciones sociales y cambiaran su forma de pensar, motivándose y sintiéndose orgullosas de sus propios logros. (...) Creemos que las más de veinte mil empresarias impactadas por Ganar-Ganar, que han participado en más de ochocientos programas de formación y eventos que hemos realizado, han podido pasar por una experiencia que las ha llevado, de una forma u otra, a repensarse como emprendedoras o como empresarias. Tuvieron una experiencia que las ha cambiado. Descubrieron lo que son capaces de hacer. Esperamos que su participación en Ganar-Ganar haya dado un impulso de vitalidad a sus proyectos y a la realización de sus sueños.

Foro WEPs, 2021

VINÍCIUS CARVALHO PINHEIRO

Director regional de la Oficina de la OIT para América Latina y el Caribe

Sin duda, uno de los éxitos del Programa Ganar-Ganar es haber contribuido a cambios inclusivos en la cultura y la práctica empresarial de las organizaciones de empleadores. Al generar cambios en sus órganos de gobierno, no solo se incorporan a sus juntas directivas voces de mujeres emprendedoras, sino que se amplían los objetivos de paridad dentro de las empresas.

Foro WEPs, 2021

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

International Finance Corporation (2014). ***Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. A Market and Credit Gap Assessment and IFC's Portfolio Gender Baseline.*** Washington.

McKinsey Global Institute (2015). ***The Power of Parity: How Advancing Women's Equality Can Add $12 trillion to Global Growth.***

ONU Mujeres (2018). ***El poder de las adquisiciones: cómo adquirir productos y servicios de empresas que son propiedad de mujeres. Una guía sobre adquisiciones con perspectiva de género para las empresas.*** América Latina y el Caribe.

ONU Mujeres y CEPAL (2020). ***Impacto de la maternidad sobre el ingreso laboral en el Uruguay.*** Montevideo.

UN Women (2021). ***Inversión con impacto de género en la región de América Latina y el Caribe. Estado de situación, iniciativas y prácticas innovadoras.*** América Latina y el Caribe.

UN Women (2021). ***Win-Win Workshop. Gender Equality Means Good Business.***

UN Women (2018). ***Win-Win: Gender Equality Means Good Business.*** Latin America and Caribbean.

UN Women (2015). ***Progress of the World Women: Transforming Economies, Realizing Rights.***

World Bank (2012). ***The Effect of Women's Economic Power in Latin America and the Caribbean.***

ganarganar

Organización Internacional del Trabajo

Financiado por

Unión Europea

ONU MUJERES