

EL EMPODERAMIENTO DE LA MUJER Y LOS NEGOCIOS TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES PARA 2022:

avance en medio de
los desafíos de la pandemia
en todas las regiones



United Nations
Global Compact



IDB | Invest



IDB | LAB



BSR®

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	3
PANORAMA MUNDIAL.....	4
RESULTADOS DE LOS WEPs	5
RESULTADOS REGIONALES	6
ÁFRICA	7
ASIA Y OCEANÍA	8
EUROPA DEL ESTE	9
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	10
ORIENTE MEDIO	11
EUROPA OCCIDENTAL Y NORTEAMÉRICA	12

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Acerca de la Herramienta de Análisis de la Brecha de Género de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres

La [Herramienta de Análisis de la Brecha de Género de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres](#) (herramienta WEPs) es una herramienta empresarial diseñada para ayudar a las empresas de todo el mundo a evaluar el rendimiento de la igualdad de género en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad.

La Herramienta de Análisis de la Brecha de Género en los WEPs está compuesta por **18 preguntas de opción múltiple** sobre los 7 Principios de Empoderamiento de las Mujeres.

La herramienta también cubre **cuatro etapas de gestión** (compromiso, implementación, medición y transparencia) para garantizar que los compromisos estén acompañados de acciones sustantivas para implementar los WEPs.

La Herramienta de Análisis de la Brecha de Género en los WEPs es un proyecto conjunto del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, ONU Mujeres, el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y BID Invest.

RESUMEN EJECUTIVO

La pandemia de la COVID-19 apartó a millones de mujeres de la fuerza laboral y, para muchos otros, desdibujó las líneas del hogar y el trabajo.¹ A su vez, las empresas han optado por analizar sus políticas y programas para comprender cómo podrían apoyar mejor a las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Cerca de 6000 CEO han firmado los **Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEPs, por sus siglas en inglés)**, un conjunto de siete principios que guían a las empresas para promover la igualdad de género. Sobre la base de estos principios, la Herramienta de Análisis de la Brecha de Género en los WEPs es una autoevaluación en línea que permite a las empresas evaluar de forma anónima su desempeño en materia de igualdad de género.

Este informe presenta las conclusiones agregadas de la herramienta de autoevaluación para 2682 empresas en 117 países para indicadores seleccionados al 1 de diciembre de 2021.² Los resultados abarcan una amplia gama de sectores, desde los servicios financieros hasta la energía, y casi la mitad de las empresas que utilizan la herramienta son microempresas y pymes (47 %).

Hay indicios de progreso por parte de las empresas. A nivel mundial, la puntuación media de las empresas que utilizan la herramienta ha aumentado del 28 al 32 %, lo que indica un aumento de los esfuerzos de las empresas para promover la igualdad de género. Sin embargo, gran parte de ese progreso se limita a los compromisos de la empresa. Si bien el 78 % de las empresas que utilizan la herramienta se ha comprometido con la igualdad de género, frente al 68 % en 2020, los niveles de implementación, medición y transparencia siguen siendo muy bajos (entre el 1 y el 2 % de media). Esto muestra la necesidad de un cambio más **acelerado, urgente e impactante**.

La COVID-19 exacerbó muchas de las barreras existentes a las que se enfrentan las mujeres, incluida la carga desigual en las tareas no remuneradas, la violencia doméstica y las formas en

que las empresas no aplican una perspectiva de género a sus políticas y prácticas. Por ejemplo, solo el 34 % de las empresas afirma que proporciona un equipo de protección individual que tiene en cuenta las necesidades de salud específicas de las mujeres. Solo el 25 % de las empresas señala que garantiza la participación equitativa de mujeres y hombres en las consultas comunitarias, cruciales para responder a crisis como la de la COVID-19 y el cambio climático. En muchos países, los derechos de la mujer, incluidos sus derechos reproductivos, están amenazados, pero menos de la mitad de todas las empresas (48 %) utilizan su influencia para apoyar políticas públicas que promuevan la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer.

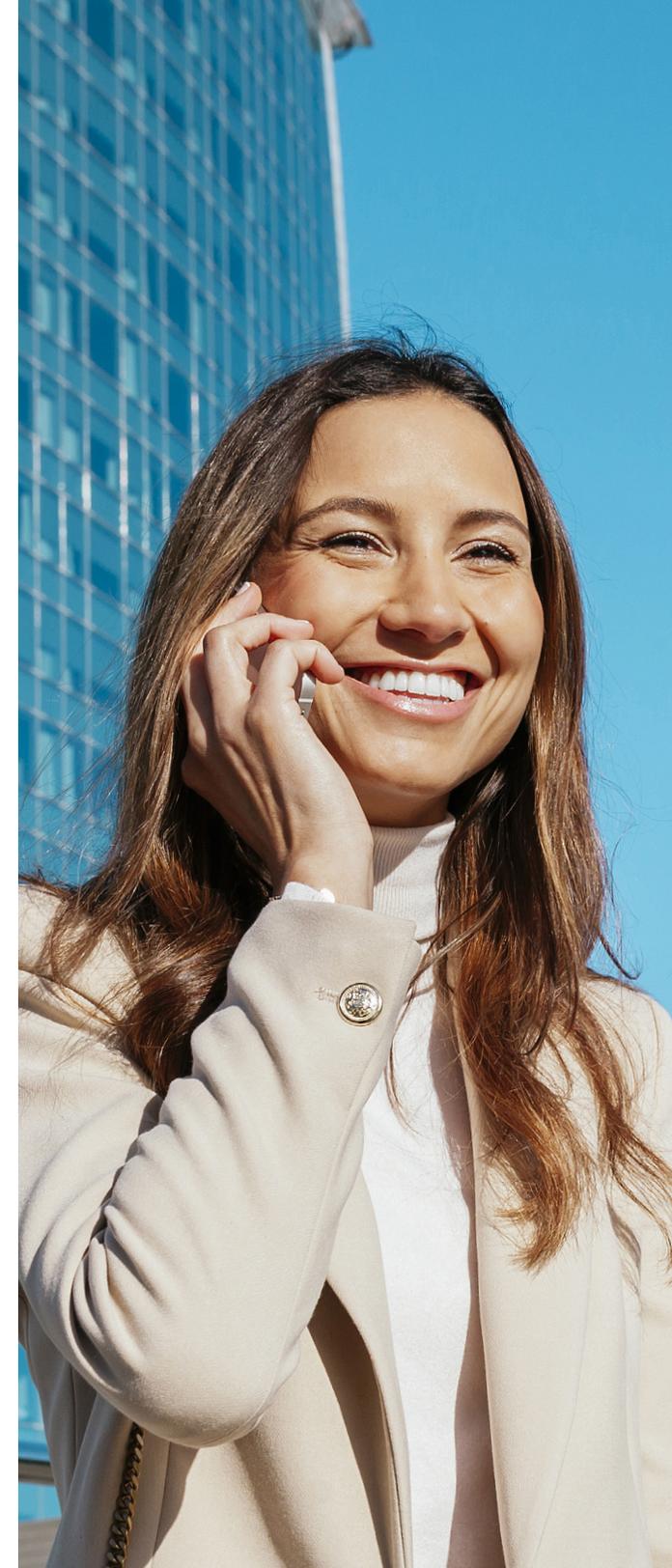
La diversidad en el lugar de trabajo ha demostrado ser esencial para construir negocios resilientes que respondan a las necesidades de los/las empleados/as, consumidores y miembros de la comunidad. A medida que las empresas se adaptan a la vida con la COVID-19, tienen la oportunidad de implementar nuevos sistemas que funcionen para todos/as los/las empleados/as y aborden estos problemas. Por ejemplo, más de la mitad de las empresas (54 %) señala que ofrecen teletrabajo, y casi tres cuartas partes ofrecen permisos de maternidad y paternidad remunerados, políticas que pueden ayudar a todos los cuidadores, la mayoría de los cuales son mujeres, a gestionar sus responsabilidades profesionales y personales.

Los WEPs proporcionan a las empresas una hoja de ruta holística para abordar los retos a los que se enfrentan las mujeres en el lugar de trabajo, así como para promover la igualdad de género en sus cadenas de valor, en los productos y servicios que ofrecen, en su marketing y en su compromiso con la comunidad. La firma de los WEPs y el uso de la Herramienta son los primeros pasos en el camino de una empresa hacia la igualdad de género. El Pacto Mundial de la ONU, ONU Mujeres, BID Lab y BSR están trabajando con las empresas para adaptarse a nuevas formas de trabajo que funcionen para todos.

1. Organización Internacional del Trabajo. Fewer Women than Men Will Regain Employment during the Covid-19 Recovery Says ILO. OIT. 19 de julio de 2021.

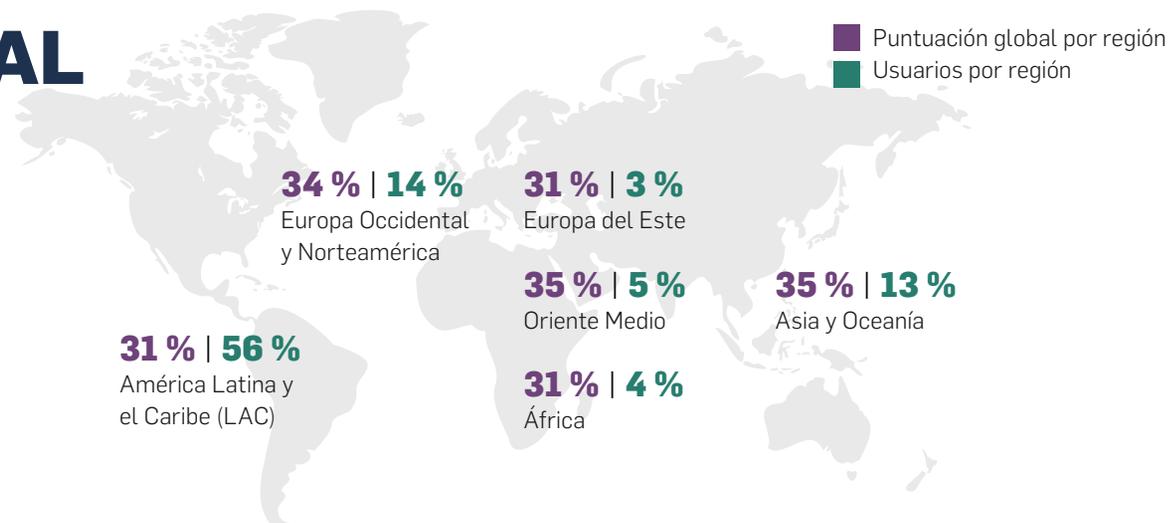
ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_813449/lang--en/index.htm

2. Los datos presentados en este informe son los resultados agregados de datos autoinformados que no han sido verificados o validados por ninguno de los socios de la herramienta (Pacto Mundial de las Naciones Unidas, ONU Mujeres o cualquier miembro del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo). Representa una muestra de 2682 respuestas enviadas por las empresas entre el lanzamiento de la herramienta en marzo de 2017 y diciembre de 2021.



PANORAMA MUNDIAL

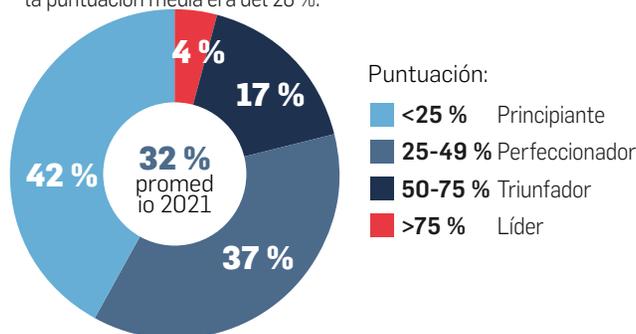
2682
EMPRESAS HAN UTILIZADO LA HERRAMIENTA DESDE SU LANZAMIENTO EN 2017.



RENDIMIENTO GENERAL DE LA PUNTUACIÓN DE LOS WEPS

La Herramienta de Análisis de la Brecha de Género en los WEPs establece un listón alto al alentar a las empresas a emplear un enfoque holístico para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Una empresa logra una puntuación más alta al demostrar una acción más completa en cada etapa de la gestión (compromiso, implementación, medición y transparencia). El enfoque holístico y ambicioso de la herramienta garantiza que incluso las empresas situadas en los puestos más altos de la clasificación son capaces de identificar múltiples áreas de mejora.

La puntuación media de todos los usuarios es del 32 %, lo que representa un ligero aumento con respecto a 2020,³ cuando la puntuación media era del 28 %.



PUNTUACIÓN GLOBAL POR REGIÓN

La puntuación media de las seis regiones geográficas oscila entre el 31 y el 35 %, situando a todas las regiones dentro de la categoría de «Perfeccionador» con solo leves diferencias entre las regiones.⁴

USUARIOS POR SECTOR

Este gráfico muestra los seis principales sectores de las empresas que han utilizado la Herramienta de Análisis de la Brecha de Género en los WEPs. A partir de 2020 se han producido pocos cambios en la representación de los sectores, aunque es interesante observar que muchas empresas que utilizan la herramienta se encuentran en sectores tradicionalmente dominados por los hombres (por ejemplo, entre otros, la energía y las extracciones, la industria y la ingeniería).

LOS SEIS PRINCIPALES SECTORES

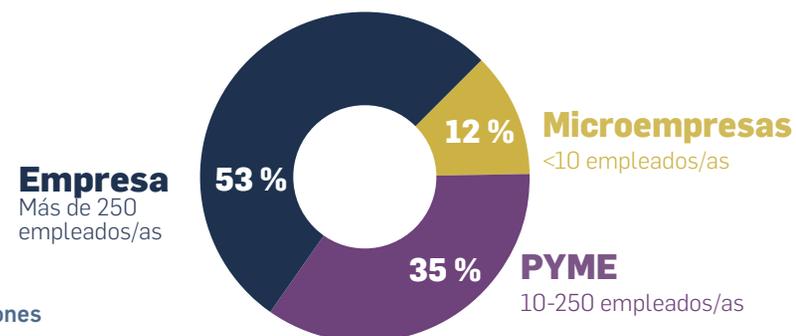
1. Servicios financieros
2. Bienes de consumo
3. Energía y extracciones
4. Alimentación, bebidas y agricultura
5. Industrias e ingeniería
6. Tecnología de la información y las comunicaciones

USUARIOS POR REGIÓN

Este mapa muestra la distribución regional de las empresas que han utilizado la Herramienta de Análisis de la Brecha de Género en los WEPs. América Latina y el Caribe presentan el mayor número de empresas que utilizan la Herramienta. Sin embargo, la Herramienta está ganando cada vez más impulso en otras regiones, especialmente en Asia y Oceanía, donde el total de usuarios aumentó del 5 al 13 % en 2020.

USUARIOS POR TAMAÑO DE EMPRESA

Este gráfico muestra la distribución del tamaño de las empresas que han utilizado la Herramienta de Análisis de la Brecha de Género en los WEPs. Los datos muestran que la Herramienta es aplicable a empresas de todos los tamaños, aunque la mayoría se identifica como grande, con más de 250 empleados/as.



3. Los datos de comparación de 2020 descritos a lo largo del informe se refieren a los puntos de datos del informe «El empoderamiento de la mujer y los negocios, tendencias y oportunidades para 2020», que incluye las puntuaciones agregadas de los resultados de las empresas desde el lanzamiento de la herramienta en 2017 hasta el 31 de diciembre de 2019.

4. Además de las seis regiones geográficas descritas a lo largo del informe, las empresas también tienen la oportunidad de elegir la opción «Global» en sus respuestas, que solo seleccionó el 4 % de los usuarios.

Resultados DE LOS WEPS

37% PUNTUACIÓN MEDIA OLIDERAZGO

- 78 % tiene un compromiso de liderazgo o apoyo para la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer **en comparación con el 68 % en 2020**
- 48 % aboga por la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en foros públicos
- 38 % tiene metas y objetivos medibles y con plazos determinados **en comparación con el 28 % en 2020**
- 33 % informa públicamente sobre el progreso y los resultados

17% PUNTUACIÓN MEDIA MERCADO

- 39 % tiene una política de marketing responsable o un compromiso que aborda los estereotipos de género
- 12 % dispone de procesos sólidos de diligencia debida o de evaluación para proveedores y vendedores
- 9 % incluye preguntas específicas de género en las autoevaluaciones de los proveedores, y el 9 % también incluye criterios de igualdad de género en los protocolos de auditoría estándar, tarjetas de puntuación de proveedores u otras herramientas de gestión de la cadena de suministro
- 8 % realiza un seguimiento del porcentaje de gasto con empresas pertenecientes a mujeres, **en comparación con el 4 % en 2020**
- 5 % informa públicamente sobre el porcentaje de gasto con empresas pertenecientes a mujeres

23% PUNTUACIÓN MEDIA COMUNIDAD

- 36 % tiene una política o compromiso que incorpora el género en la RSE, la filantropía, la promoción y las asociaciones
- 13 % evalúa los impactos en hombres y mujeres durante las evaluaciones de derechos humanos o de impacto social
- 20 % tiene objetivos claros sobre los impactos deseados para las mujeres y las niñas en los proyectos comunitarios **en comparación con el 14 % en 2020**
- 17 % informa públicamente el número de beneficiarios de proyectos comunitarios, desglosado por sexo

37% PUNTUACIÓN MEDIA LUGAR DE TRABAJO

Promoción de Resultados equitativos en el lugar de trabajo:

- 42 % tiene una política de no discriminación y de igualdad de oportunidades
- 39 % toma medidas proactivas para reclutar mujeres en funciones tradicionalmente subrepresentadas **en comparación con el 29 % en 2020**
- 32 % realiza regularmente una auditoría o evaluación de la brecha salarial de género
- 18 % divulga públicamente la brecha salarial de género

Apoyo a los padres que trabajan:

- 72 % proporciona permisos de maternidad y paternidad remunerados
- 17 % proporciona incentivos para alentar a los hombres a tomar la baja de paternidad, mientras que el 22 % informa públicamente sobre el número de mujeres que tomaron la baja de maternidad y su reincorporación al trabajo, así como las tasas de retención
- 11 % informa públicamente sobre el número de empleados/as que utilizan prestaciones parentales o de cuidado, desglosado por sexo
- 5 % proporciona cuidado de niños en el sitio o referencias para el cuidado de niños fuera del sitio **en comparación con el 18 % en 2020**

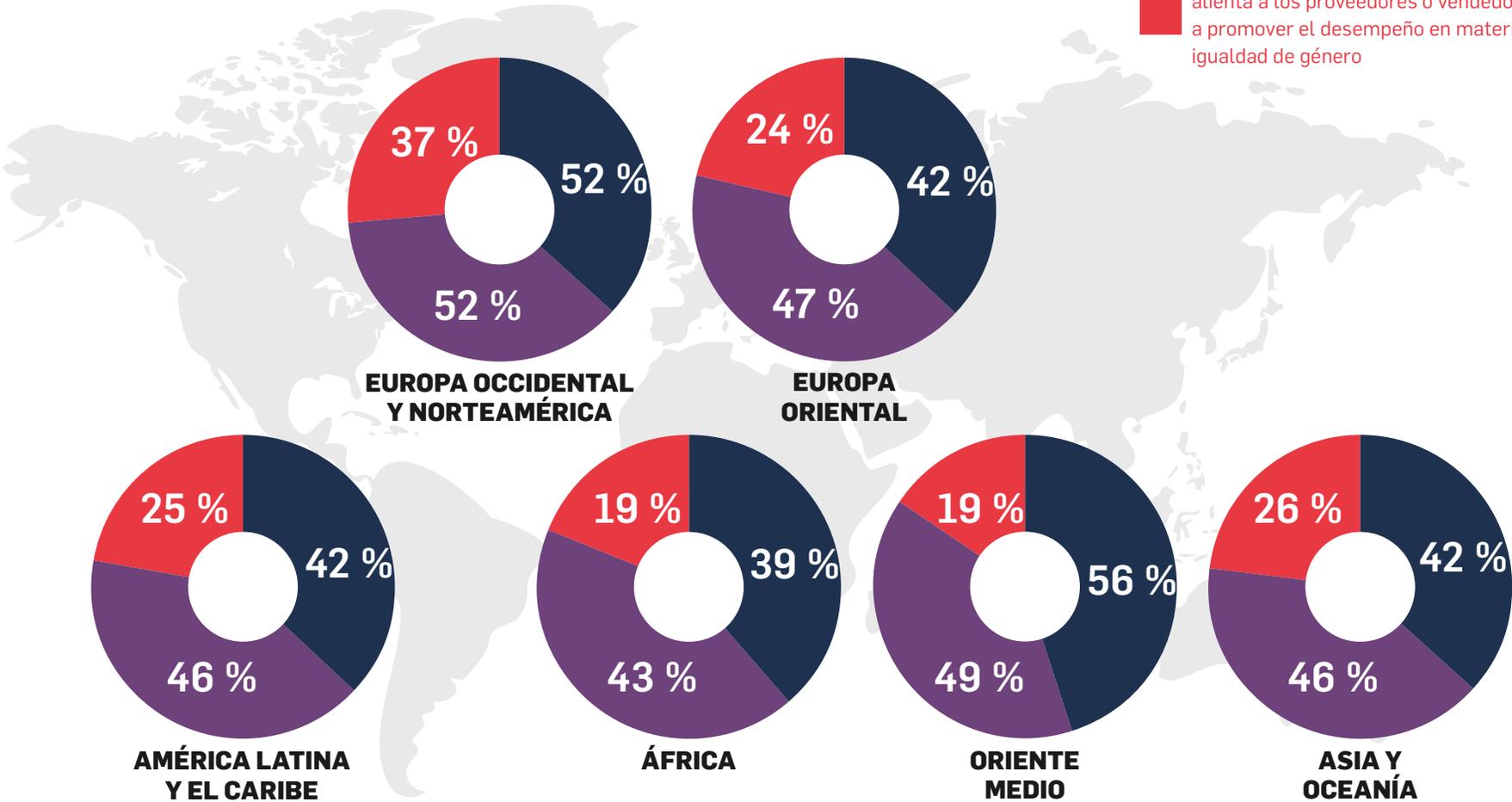
Garantizar lugares de trabajo seguros:

- 76 % tiene una política o compromiso para la tolerancia cero de la violencia en el trabajo
- 44 % realiza un seguimiento de las quejas relacionadas con la violencia en el lugar de trabajo, desglosadas por sexo
- 38 % proporciona formación anual sobre tolerancia cero a la violencia para todos/as los/las empleados/as **en comparación con el 28 % en 2020**
- 30 % comunica públicamente su enfoque para garantizar un entorno libre de violencia

RESULTADOS REGIONALES

En general, cada región registró un desempeño similar en las cuatro etapas de gestión. La siguiente sección proporciona una visión general de las respuestas relevantes por región, así como estudios de casos que destacan cómo las empresas dentro de cada región están trabajando para romper las barreras a la igualdad de género.

- ha firmado los WEPs
- aboga por la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en foros públicos
- alienta a los proveedores o vendedores a promover el desempeño en materia de igualdad de género



ÁFRICA

África es una región rica en recursos, joven, geográficamente amplia y políticamente diversa. Ha mostrado un notable crecimiento en la sostenibilidad del sector privado, especialmente en lo que respecta al emprendimiento de las mujeres. A pesar de que las barreras siguen obstaculizando a las mujeres empresarias, incluida la financiación limitada y la falta de redes de apoyo,

el sector privado ha mostrado un interés significativo en allanar el camino para las mujeres empresarias a través de la sensibilización y la implementación de los WEPs.

Estrategia: El 37 % cuenta con una estrategia de igualdad de género en toda la organización con áreas de enfoque para mejorar

Establecimiento de objetivos: El 33 % tiene metas y objetivos medibles y con plazos determinados en su estrategia de igualdad de género

Mujeres en puestos de liderazgo: El 24 % posee metas y objetivos medibles y con plazos determinados para crear una fuente de mujeres cualificadas para la dirección

Evaluación de proveedores: El 9 % tiene procesos sólidos de debida diligencia o evaluación para proveedores y vendedores, y el 16 % realiza un seguimiento del porcentaje de gasto con empresas pertenecientes a mujeres.

ENFOQUE REGIONAL: APOYO A LAS MUJERES EMPRENDEDORAS

24 % proporciona formación para desarrollar la capacidad de las mujeres empresarias

17 % proporciona apoyo financiero e inversión, o asociarse con bancos e instituciones financieras, para proporcionar crédito y otros servicios financieros a las mujeres empresarias

17 % tiene iniciativas de divulgación para comunicar las oportunidades de adquisición a las empresas pertenecientes a mujeres

PUNTUACIÓN MEDIA: 31 %

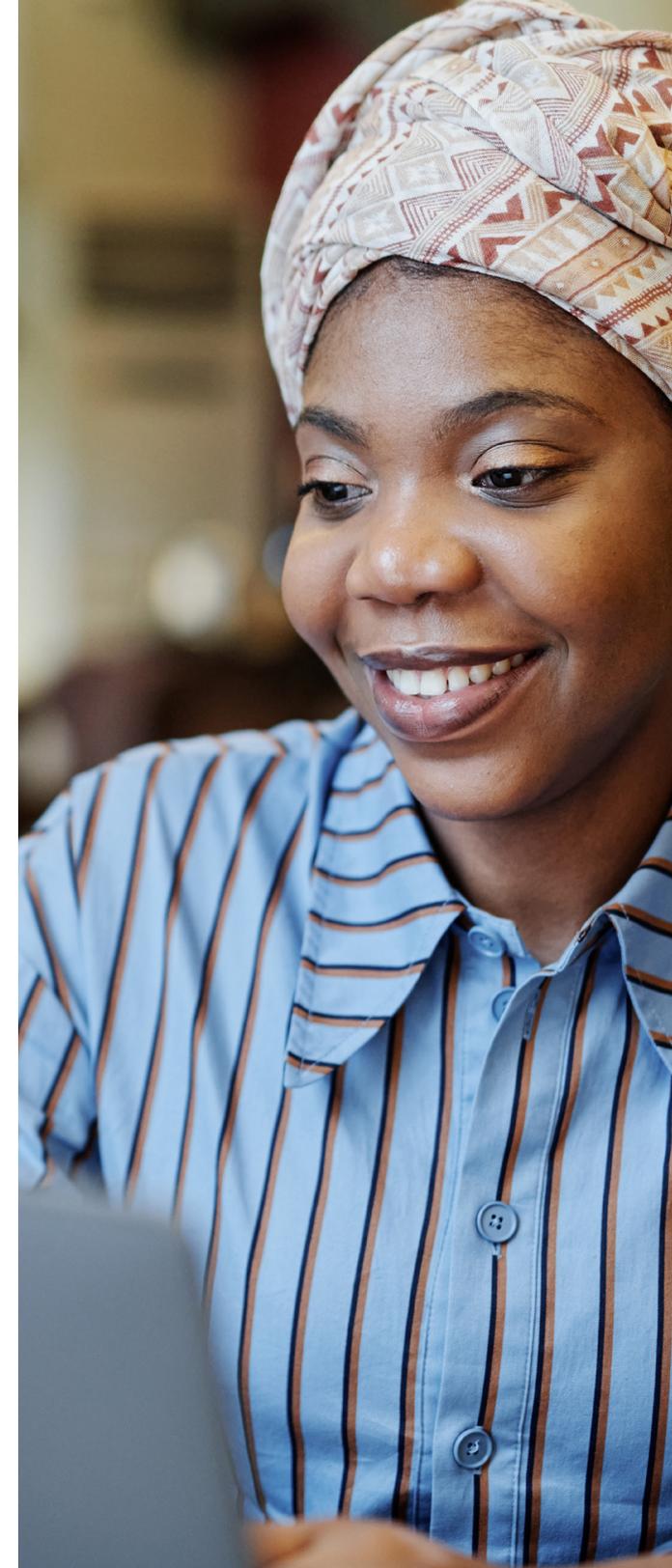
ESTUDIOS DE CASO

East African Breweries

[East African Breweries \(EAB\)](#), con sede en Kenia, Uganda, Tanzania, Ruanda y Sudán del Sur, ha utilizado la herramienta WEPs para impulsar la diversidad de género en su junta directiva y en el liderazgo superior. Asimismo, EAB también creó un programa llamado Hekima, destinado a apoyar a las empresas locales propiedad de mujeres.

Bamburi Cement Ltd

[Bamburi Cement Ltd](#) (Kenia) ha firmado los WEPs, ha utilizado la herramienta WEPs y ha creado un programa para incorporar a más mujeres a su fuerza de trabajo. La empresa creó el programa Women on Wheels, trabajando con organizaciones asociadas para abordar las barreras y los riesgos que las mujeres tienen en el sector del transporte, identificar soluciones y proporcionar programas de formación para alentar a más mujeres a tomar la conducción de camiones como una carrera.



ASIA Y OCEANÍA

La región de Asia y Oceanía, política y culturalmente diversa, se enfrenta a desafíos comunes derivados de las disparidades socioeconómicas, incluidas las relacionadas con el género. Al igual que en otras regiones, la COVID-19 ha empeorado los problemas de desigualdad de género de larga data que amenazan el progreso hacia el empoderamiento económico de las mujeres, especialmente las contribuciones desproporcionadas de las mujeres a la economía del cuidado. Sin embargo, las empresas de Asia y Oceanía han logrado un progreso significativo en la equidad de género, con **una importante aceptación del compromiso con los WEPs y el uso de la Herramienta de Análisis de la Brecha de Género en los WEPs**, lo que permite un punto de entrada para ir más allá del lugar de trabajo para abordar las desigualdades en la economía del cuidado y más allá.

Estrategia: El 44 % cuenta con una estrategia de igualdad de género en toda la organización con áreas de enfoque para mejorar

Establecimiento de objetivos: El 42 % tiene metas y objetivos medibles y con plazos determinados en su estrategia de igualdad de género

Mujeres en puestos de liderazgo: El 30 % posee metas y objetivos medibles y con plazos determinados para crear una fuente de mujeres cualificadas para la gestión

Evaluación de proveedores: El 13 % tiene procesos sólidos de debida diligencia o evaluación para proveedores y vendedores, y el 12 % realiza un seguimiento del porcentaje de gasto con empresas pertenecientes a mujeres

ENFOQUE REGIONAL: PROMOCIÓN DE LA EQUIDAD EN LA ECONOMÍA DEL CUIDADO

87 % cuenta con una política de baja de maternidad remunerada, y el 63 % proporciona una baja de maternidad y paternidad remunerada

20 % proporciona cuidado infantil en el sitio o ayudas para el cuidado infantil fuera del sitio

12 % informa públicamente sobre el número de empleados/as que utilizan prestaciones parentales o de cuidado, desglosado por sexo

PUNTUACIÓN MEDIA: 35 %

ESTUDIOS DE CASO

Bangchak Corporation

[Bangchak Corporation](#) (Tailandia) promueve la igualdad de género en el lugar de trabajo a través de planes de bienestar sensibles al género, políticas de contratación e instalaciones de oficina (por ejemplo, salas de lactancia), así como ofreciendo beneficios de salud que corresponden a las identidades de género de sus empleados/as.

MAS Holdings

[MAS Holdings](#) (Sri Lanka) lanzó un programa inclusivo de empoderamiento de las mujeres llamado «Women Go Beyond», que tiene como objetivo mejorar los estándares del sector de la confección del país. MAS apoya el desarrollo de las mujeres asociadas más allá del lugar de trabajo, al proporcionar oportunidades de aprendizaje en gestión financiera, además de apoyar el desarrollo de habilidades multilaterales. Además, MAS ofrece ayuda con el cuidado de niños en el lugar y guarderías subvencionadas, disminuyendo la inequidad en la economía del cuidado.



EUROPA DEL ESTE

Europa del Este es una región con esfuerzos acelerados del sector privado en sostenibilidad, y ha experimentado **una reciente aceptación de los esfuerzos hacia la equidad de las mujeres tanto en las empresas como en otros ámbitos**. Aún así, las mujeres a menudo se enfrentan a barreras para ingresar al lugar de trabajo y su posterior ascenso a puestos de liderazgo. Con más empresas centradas en aumentar la conciencia de los WEPs, las posibilidades de cerrar la brecha de género en el sector privado aumentan, fomentando una fuente de mujeres líderes en toda la región.

Estrategia: El 38 % cuenta con una estrategia de igualdad de género en toda la organización con áreas de interés para mejorar

Establecimiento de objetivos: El 35 % tiene metas y objetivos medibles y con plazos determinados en su estrategia de igualdad de género

Mujeres en puestos de liderazgo: El 25 % posee metas y objetivos medibles y con plazos determinados para crear una fuente de mujeres cualificadas para la gestión

Evaluación de proveedores: El 12 % tiene procesos sólidos de debida diligencia o procesos de evaluación para proveedores y vendedores, y el 8 % realiza un seguimiento del gasto porcentual con empresas pertenecientes a mujeres.

ENFOQUE REGIONAL: ABORDAR LAS BARRERAS PARA LA CONTRATACIÓN DE MUJERES

58 % tiene una política independiente o un compromiso integrado en una política corporativa más amplia sobre la no discriminación e igualdad de oportunidades que aborde específicamente la diversidad de género en la contratación

36 % realiza un seguimiento de la contratación de empleados/as y las razones de la rotación desglosadas por sexo

34 % toma medidas proactivas para contratar a mujeres en funciones tradicionalmente subrepresentadas

PUNTUACIÓN MEDIA: 31 %

ESTUDIOS DE CASO

StarLightMedia

[StarLightMedia](#) (Ucrania) desarrolló un plan anual utilizando los resultados de la herramienta WEPs para integrar la igualdad de género en su promoción de los medios y otros aspectos de su trabajo, incluida la contratación y la gestión del capital humano, la creación de contenido, la cooperación con contratistas y socios y la promoción de género. En menos de un año, StarLightMedia ha más que triplicado su puntuación de la Herramienta.

Adjara Group

[Adjara Group](#) (Georgia) imparte regularmente formaciones para aumentar la conciencia de los/las empleados/as sobre la igualdad de género y los problemas de diversidad. La empresa incrementó el número de mujeres en puestos de liderazgo y en su junta directiva, además de adoptar prácticas de contratación inclusivas para eliminar barreras y ofrecer más oportunidades para las mujeres en el lugar de trabajo. Adjara tiene como objetivo tener una representación equitativa de las mujeres en tres niveles de la empresa, incluido el consejo de administración. A las empleadas se les concede una baja de maternidad de seis meses con un enfoque centrado en el individuo, para garantizar una adaptación completa a las necesidades de la empleada.



AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

A pesar de las diferentes realidades sociales, económicas y políticas en los países de América Latina y el Caribe (ALC), la región cuenta con compromisos significativos con los derechos de las mujeres a **través de asociaciones sólidas público-privadas y una acción empresarial acelerada**. Sin embargo, ALC es una región caracterizada por altos niveles de violencia contra las mujeres y las niñas, lo que llevó al sector privado a intensificar las acciones para eliminar la violencia de género, particularmente después de las medidas de confinamiento y la limitación de recursos debido a la pandemia de la COVID-19. El fuerte compromiso con el empoderamiento de la mujer y los WEPs en toda la región allana el camino para garantizar el acceso de las mujeres a lugares de trabajo seguros y equitativos y mucho más.

Estrategia: El 38 % cuenta con una estrategia de igualdad de género en toda la organización con áreas de interés para mejorar

Establecimiento de objetivos: El 34 % tiene metas y objetivos medibles y con plazos determinados en su estrategia de igualdad de género

ESTUDIOS DE CASO

Natura

Natura (Brasil) respondió al aumento de violencia doméstica durante la pandemia de la COVID-19 iniciando su campaña de #IsolatedNotAlone, en colaboración con su familia de marcas Avon, Aesop y The Body Shop. Con sus redes colectivas, la campaña generó conciencia sobre el aumento de la violencia de género e hizo un llamamiento a los gobiernos para garantizar que siguieran financiándose los servicios de apoyo.

PUNTUACIÓN MEDIA: 31 %

Mujeres en puestos de liderazgo: El 20 % posee metas y objetivos medibles y con plazos determinados para crear una fuente de mujeres cualificadas para la gestión

Evaluación de proveedores: El 10 % tiene procesos sólidos de debida diligencia o evaluación para proveedores y vendedores, y el 6 % realiza un seguimiento del gasto porcentual con empresas pertenecientes a mujeres

ENFOQUE REGIONAL: ASEGURAR LUGARES DE TRABAJO SEGUROS

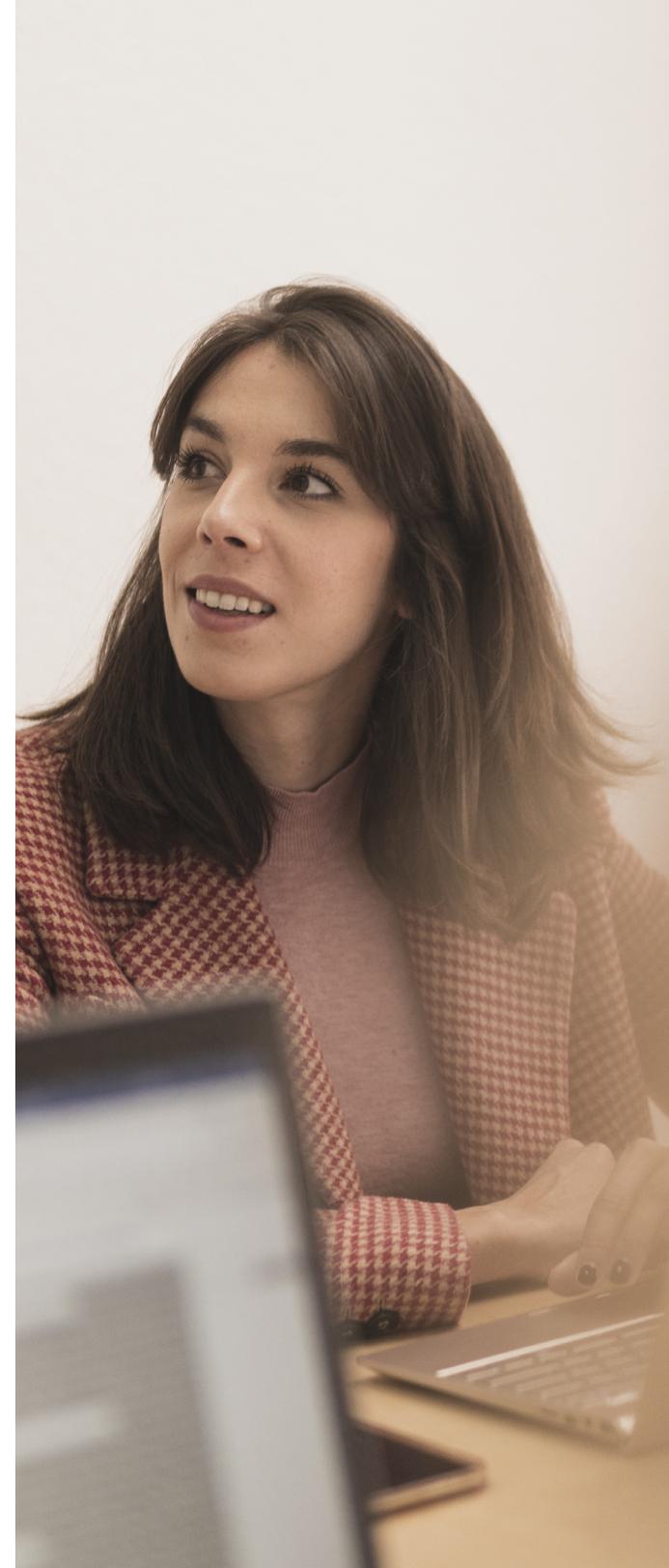
73 % tiene una política o compromiso para la tolerancia cero de la violencia en el trabajo

42 % realiza un seguimiento de las quejas relacionadas con la violencia en el lugar de trabajo, desglosadas por sexo, mientras que el 37 % proporciona formación anual para todos/as los/las empleados/as sobre tolerancia cero a la violencia

29 % comunica públicamente su enfoque para garantizar un entorno libre de violencia

Calidda

Calidda (Perú) creó una Estrategia de Género y Diversidad acompañada de un plan de acción basado en áreas de mejora identificadas por la Herramienta WEPs. «Generar conexiones», el tercer pilar de la estrategia de sostenibilidad de la compañía, se centra en promover la equidad de género y la inclusión en un campo dominado por los hombres. Como resultado de la implementación de estas acciones, Calidda aumentó su puntuación en la Herramienta en un 11 %, con mejoras notables en el compromiso del liderazgo en materia de igualdad de género, formalización y planificación de políticas, allanando el camino para esfuerzos más avanzados en diversidad e inclusión en la empresa.



ORIENTE MEDIO

La región del Oriente Medio alberga una multitud de culturas, un sector privado en rápida expansión y una abundancia de riqueza y capital, por lo cual ofrece poderosas oportunidades para el progreso en la sostenibilidad del sector privado y el empoderamiento económico de las mujeres. Aún así, las bajas tasas de empleo y liderazgo de las mujeres en el ámbito empresarial hacen que el empoderamiento económico sea una preocupación en toda la región. El sector privado es cada vez más reconocido como instrumento para abordar los desafíos apremiantes de la sostenibilidad, y **las mujeres en puestos directivos son necesarias para la inspiración y las oportunidades, creando una cartera de mujeres líderes.**

Estrategia: El 41 % cuenta con una estrategia de igualdad de género en toda la organización con áreas de enfoque para mejorar

Establecimiento de objetivos: El 37 % tiene metas y objetivos medibles y con plazos determinados en su estrategia de igualdad de género

ESTUDIOS DE CASO

Aramax

[Aramax](#) (EAU) ha aumentado la representación de las mujeres en la empresa, incluso en su equipo de liderazgo y en su junta directiva, áreas destacadas en la herramienta WEPs. Asimismo, la empresa demostró su apoyo a las empleadas al lanzar una campaña en el [Día Internacional de la Tolerancia](#) llamada #YesToRespect para resaltar la tolerancia cero de la empresa frente al acoso, la intimidación o la discriminación y para fomentar una cultura de denuncia dentro de la organización.

PUNTUACIÓN MEDIA: 35 %

Mujeres en puestos de liderazgo: El 25 % posee metas y objetivos medibles y con plazos determinados para crear una fuente de mujeres cualificadas para la gestión

Evaluación de proveedores: El 8 % posee procesos sólidos de debida diligencia o procesos de evaluación para proveedores y vendedores, y el 7 % realiza un seguimiento del porcentaje de gasto con empresas pertenecientes a mujeres.

ENFOQUE REGIONAL: AVANZANDO EN EL LIDERAZGO DE LAS MUJERES EN LOS NEGOCIOS

60 % el 79 % firmó los WEPs y tiene un compromiso de liderazgo o apoyo para la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, pero solo el 8 % indicó que era una empresa perteneciente a mujeres

37 % tiene metas y objetivos medibles y con plazos determinados

33 % informa públicamente sobre el progreso y los resultados

BLC Bank

[BLC Bank](#) (Líbano), el primer banco de Oriente Medio en convertirse en signatario de los WEPs, está comprometido con el empoderamiento económico de las mujeres. Dado que las mujeres representan el 53 % de la plantilla total y el 44 % de los altos/as directivos/as, el banco está trabajando para aumentar el liderazgo de las mujeres tanto interna como externamente a través de su programa «We Initiative», que ayuda a las mujeres empresarias a convertirse en líderes en los negocios a través de la tutoría, la creación de redes y la exposición a los medios.



EUROPA OCCIDENTAL Y NORTEAMÉRICA

Con el **aumento de la acción del sector privado en materia de sostenibilidad**, son notables los esfuerzos de promoción y estructuras y operaciones bien establecidas para promover la igualdad de género, la región de Europa Occidental y América del Norte (WENA) está muy comprometida con el empoderamiento económico y la igualdad de las mujeres. Sin embargo, en toda la región WENA, las mujeres siguen cobrando menos que los hombres por una variedad de razones, incluida la sobrerrepresentación en los sectores mal remunerados y la relación salarial entre el pago remunerado y no remunerado, a menudo perpetuado por las expectativas sociales de las tareas de cuidado de las mujeres. Esto indica la necesidad de una mayor transparencia en todos los sectores que pueda revelar disparidades salariales injustificadas basadas en el género para un trabajo igualitario.

Estrategia: El 48 % tiene una estrategia de igualdad de género en toda la organización con áreas de enfoque para mejorar

Establecimiento de objetivos: El 47 % tiene metas y objetivos medibles y con plazos determinados en su estrategia de igualdad de género

Mujeres en puestos de liderazgo: El 26 % posee metas y objetivos medibles y con plazos determinados para crear una fuente de mujeres cualificadas para la gestión.

Evaluación de proveedores: El 18 % tiene procesos sólidos de debida diligencia o evaluación para proveedores y vendedores, y el 8 % realiza un seguimiento del gasto porcentual con empresas pertenecientes a mujeres.

ENFOQUE REGIONAL: IGUALDAD SALARIAL

54 % posee una política independiente o un compromiso integrado en una política corporativa más amplia que aborda la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor

43 % realiza regularmente una auditoría o evaluación de la brecha salarial de género

23 % divulga públicamente la brecha salarial de género

PUNTUACIÓN MEDIA: 34 %

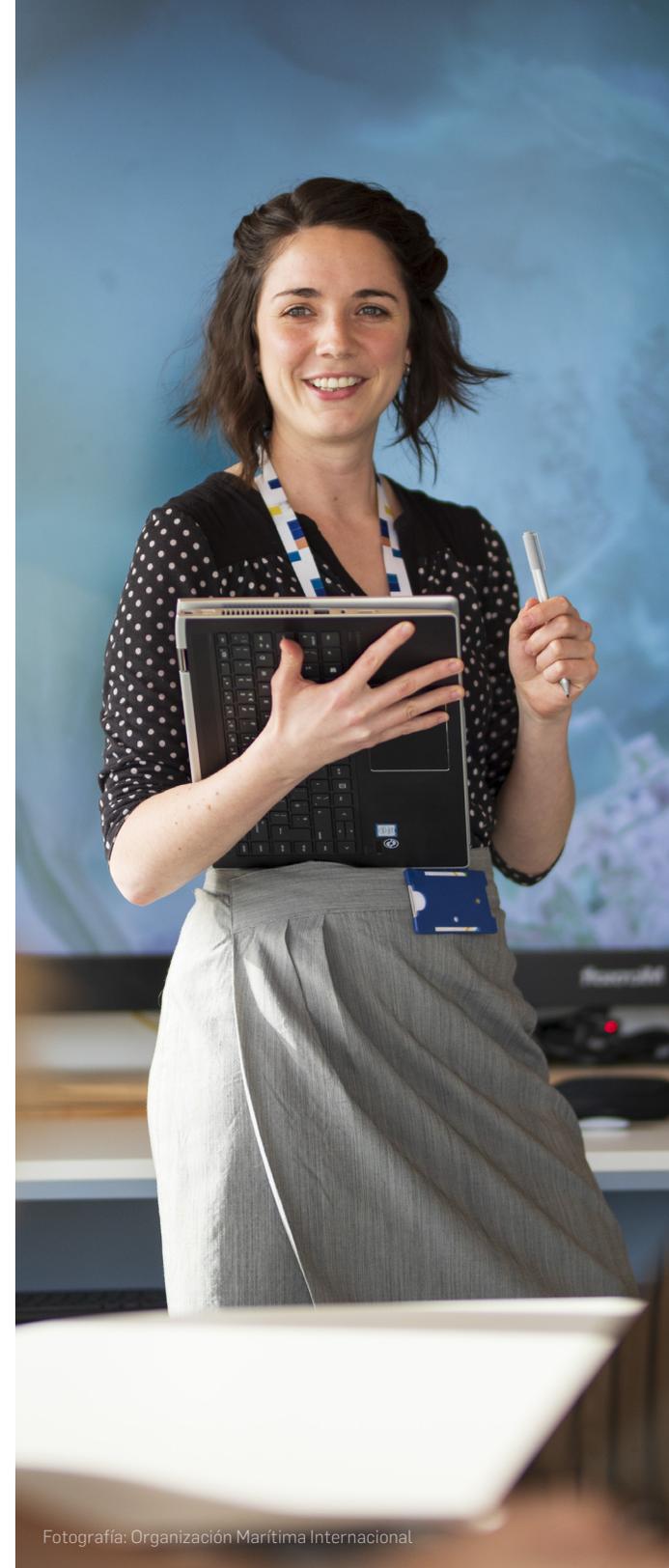
ESTUDIOS DE CASO

MetLife

[MetLife](#) (EE. UU.) utilizó la herramienta WEPs para ayudar a dar forma a su Iniciativa de Equidad de Género, en 37 mercados con planes de acción con plazos limitados informados por datos y centrados en cuatro áreas clave: liderazgo, fuerza laboral, mercado y comunidad y sostenibilidad. Además de eliminar las barreras y mantener la igualdad salarial, esta iniciativa proporciona un desarrollo de liderazgo inclusivo y ofrece a las mujeres una variedad de programas de apoyo profesional. Asimismo, la empresa se unió al programa acelerador Target Gender Equality del Pacto Mundial de la ONU.

Taisi

[Taisi](#) (España) es una pyme con un plan de igualdad de género que incluye abordar la equidad salarial. Taisi también recibió un premio por promover una cultura de igualdad y diversidad dentro de la empresa. Mediante el uso de la herramienta WEPs, las pymes pueden desarrollar programas específicos para lograr un mayor impacto.



Fotografía: Organización Marítima Internacional

BSR™

BSR™ es una organización de expertos en negocios sostenibles que trabaja con su red global de empresas líderes en el mundo para construir un mundo justo y sostenible. Con oficinas en Asia, Europa y Norteamérica, BSR™ proporciona información, asesoramiento e iniciativas colaborativas para ayudar a construir un mundo cambiante, crear valor comercial a largo plazo y aumentar el impacto.

BID INVEST

BID Invest, miembro del Grupo BID, es un banco multilateral de desarrollo comprometido con la promoción del desarrollo económico de sus países miembros en América Latina y el Caribe a través del sector privado. BID Invest financia empresas y proyectos sostenibles para lograr resultados financieros y maximizar el desarrollo económico, social y ambiental en la región. Con una cartera de 13 100 millones de dólares en la administración de fondos de inversión y 385 clientes en 25 países, BID Invest ofrece soluciones financieras innovadoras y servicios de asesoría que satisfacen las necesidades de sus clientes en una variedad de sectores.

BID LAB

BID Lab es el laboratorio de innovación del Grupo BID, la principal fuente de financiación para el desarrollo y los conocimientos para mejorar vidas en América Latina y el Caribe (LAC). El propósito de BID Lab es impulsar la innovación para la inclusión en la región mediante la movilización de financiación, conocimiento y conexiones para probar soluciones en etapa temprana con el potencial de transformar las vidas de las poblaciones vulnerables afectadas por factores económicos, sociales o ambientales. Desde 1993, BID Lab ha aprobado más de 2000 millones de dólares en proyectos desplegados en 26 países de LAC.

ONU MUJERES

ONU Mujeres es la organización de la ONU dedicada a la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer. Defensora mundial de las mujeres y las niñas, ONU Mujeres se creó para acelerar el progreso en la satisfacción de sus necesidades en todo el mundo. ONU Mujeres apoya a los Estados Miembros de la ONU a medida que establecen normas globales para lograr la igualdad de género y trabaja con los gobiernos y la sociedad civil para diseñar leyes, políticas, programas y servicios necesarios para garantizar que las normas se implementen de manera efectiva y beneficien verdaderamente a las mujeres y las niñas de todo el mundo. Opera a nivel mundial para hacer realidad la visión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para las mujeres y las niñas y respalda la participación igualitaria de las mujeres en todos los aspectos de la vida. En colaboración con el Pacto Mundial

de las Naciones Unidas, ONU Mujeres involucra al sector privado a través de los Principios de Empoderamiento de las Mujeres, un marco global y una plataforma de compromiso para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. En línea con su Plan Estratégico (2022-2025), ONU Mujeres se centra en cuatro áreas estratégicas prioritarias: gobernanza y participación en la vida pública; el empoderamiento económico de la mujer; poner fin a la violencia contra las mujeres y las niñas; y las mujeres, la paz y la seguridad, la acción humanitaria y la reducción del riesgo de desastres. Obtenga más información en:

unwomen.org y weps.org. Síguenos en Twitter: [@UN_Women](https://twitter.com/UN_Women), [@WEPrinciples](https://twitter.com/WEPrinciples) y en LinkedIn: [ONU Mujeres](https://www.linkedin.com/company/ONU-Mujeres), [WEPrinciples](https://www.linkedin.com/company/WEPrinciples)

El trabajo de ONU Mujeres en la región de Asia y Oceanía cuenta con el apoyo de WeEmpowerAsia, un programa financiado por y en asociación con la Unión Europea cuyo objetivo es que haya más mujeres que lideren, participen y tengan acceso a mejores oportunidades de negocios y liderazgo dentro del sector privado. Implementado en siete países de la región de Asia y el Pacífico, el programa aprovecha los WEPs como una plataforma de orientación para promover políticas y prácticas inclusivas de género en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad para promover el comercio con igualdad de género con Europa y avanzar en la sostenibilidad y crecimiento inclusivo.

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Como iniciativa especial del Secretario General de las Naciones Unidas, el **Pacto Mundial**

de las Naciones Unidas es un llamamiento a las empresas de todo el mundo para que alineen sus operaciones y estrategias con diez Principios universales en las áreas de los derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción, y para que tomen medidas en apoyo de los Objetivos de las Naciones Unidas. Con más de 15 000 empresas y 3000 adheridos no empresariales radicados en más de 160 países, y más de 69 redes locales, es la iniciativa de sostenibilidad empresarial más grande del mundo. Para obtener más información, siga [@globalcompact](https://twitter.com/globalcompact) en las redes sociales y visite nuestro sitio web en unglobalcompact.org.

Target Gender Equality es un programa acelerador centrado en apoyar a las empresas que participan en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas a la hora de definir y alcanzar unos objetivos empresariales ambiciosos para promover la igualdad de género. Esta iniciativa se lleva a cabo en colaboración con las Redes Locales del Pacto Mundial y actualmente se ofrece en más de 50 países en todas las regiones.

LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS



DERECHOS HUMANOS

- 1 Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados universalmente; y
- 2 asegurarse de que no son cómplices de abusos contra los derechos humanos.



TRABAJO

- 3 Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a negociación colectiva;
- 4 la eliminación de todas las formas de trabajo forzado y obligatorio;
- 5 la abolición efectiva del trabajo infantil; y
- 6 la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.



MEDIO AMBIENTE

- 7 Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente;
- 8 fomentar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental; y
- 9 fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.



LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

- 10 Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.



United Nations
Global Compact

© 2022 Pacto Mundial de Naciones Unidas
685 Third Avenue Nueva York, NY 10017 (EE. UU.)

Los Diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas se derivan de: la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.