

# 4 CLAVES PARA INCLUIR LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LAS EMPRESAS

*“Debemos mostrar a las mujeres y a las niñas que no existe motivo alguno para poner límites a sus sueños y aspiraciones. La igualdad de género tiene que ser una realidad vivida.”*

- Michelle Bachelet

## ¿Por qué es importante la perspectiva de género en la comunicación corporativa?

Con motivo de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer, resulta necesario hacer un alto en el camino para reflexionar sobre qué tanto hemos avanzado en cuanto a la inclusión de la denominada perspectiva de género no solo en nuestra sociedad, sino, particularmente, en el ámbito corporativo y de los negocios.

La perspectiva de género es una herramienta de comunicación destinada a integrar la igualdad entre mujeres y hombres y las actividades de una organización, para modificar su convivencia y su posicionamiento en el mercado. En este sentido, la Agencia ONU Mujeres considera al sector empresarial como un componente clave para lograr este cometido, ya que en México y a nivel internacional, las compañías que han logrado transmitir sus labores con mayor paridad, gozan de niveles más altos de crecimiento y desempeño.

De acuerdo con un estudio de la Organización Internacional del Trabajo titulado *Las mujeres en la gestión empresarial*, se encontró que, de 13 mil empresas en 70 países, más del 57% señalaron que los programas con perspectiva de género contribuyeron a mejorar su operatividad, así como a atraer y retener profesionales con talento. Asimismo, más del 54% observaron mejoras en materia de creatividad, innovación, apertura y reputación<sup>1</sup>.

## Retos para México

La revista *Expansión* argumenta que en México, en promedio, el 52% de las empresas cuentan con proyectos con perspectiva de género. Pero dentro de este porcentaje, sólo el 40% de ellas las comunica<sup>2</sup>. Asimismo, nuestro país presenta la brecha más pronunciada en términos de salarios entre hombres y mujeres de los 37 países que conforman la OCDE<sup>3</sup>.

Si bien lo anterior nos indica que aún queda mucho camino por recorrer, también existen casos de éxito que invitan al optimismo. Así, desde el año 2002, la empresa Manpower Group México decidió implementar acciones concretas para fomentar la diversidad y la perspectiva de género a sus puestos de trabajo.

Tal es el caso de prácticas como su Política de Diversidad e Inclusión o su Comité de Diversidad e Inclusión o la Estrategia de Sustentabilidad, por mencionar algunas, las cuales, en conjunto, han posibilitado que se implemente la diversidad y la promoción de oportunidades de empleo y formación para asegurar la igualdad entre las personas calificadas, independientemente de su género. Todo ello, le permitió ocupar el 5to lugar en el Ranking Par 2021<sup>4</sup> por sus prácticas laborales que promueven y defienden la igualdad de género<sup>5</sup>.

## ¿Qué acciones tomar?

Las mujeres contribuyen de manera significativa a la economía y componen más del 50% de la población mexicana<sup>6</sup>. El Instituto Mexicano para la Competitividad, argumenta que el Producto Interno Bruto (PIB) puede ser 15% mayor si se suman 8.2 millones de mujeres al mercado laboral para 2030<sup>7</sup>. En consecuencia, es vital que las empresas den un paso verdadero en pos de la comunicación corporativa con perspectiva de género y, que con ello, garanticen la inclusión del talento y las capacidades de las mujeres en todas las posiciones.

Las compañías deben poder visualizar los beneficios que todo ello brinda, no sólo a su comunicación e imagen corporativa, sino a su posicionamiento en el mundo de los negocios como agentes de cambio para mujeres y hombres. Por ello, es recomendable que puedan implementar las siguientes 4 acciones:

**Igualdad de oportunidades:**

Las empresas deben procurar que mujeres y hombres tengan las mismas oportunidades y trato en las actividades para fortalecer la diversidad en la empresa. Como por ejemplo el acceso equilibrado a puestos de liderazgo y toma de decisiones trascendentales.

**Suprimir procesos que reproducen la desigualdad:**

Identificar las áreas de oportunidad que perpetúan las discrepancias y favorecer la igualdad con iniciativas conjuntas y liderando con el ejemplo para evaluar los progresos efectuados. El ejemplo debe ser fundamental para el cambio.

**Condiciones seguras:**

Se debe velar por la salud y el bienestar para poseer un ambiente laboral sano y a la vez obtener mejores resultados. Tal como protocolos para combatir el acoso sexual o licencias por maternidad.

**Impulsar el desarrollo y la formación de las mujeres:**

Realizar prácticas de desarrollo empresarial y comunicación corporativa a favor del empoderamiento de las mujeres y su participación en la toma de decisiones. Ya sea gestionando capacitaciones internas en temas de género o desarrollando cursos que potencialicen sus conocimientos.

**Conclusiones**

Poseer un enfoque con perspectiva de género permite no sólo alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, sino también mejorar el rendimiento de las empresas en muchos niveles. Posibilita enriquecer su diversidad, asegurar el bienestar de sus integrantes y potencializar su funcionamiento con una imagen corporativa vanguardista e inclusiva. Por tanto, contar con un esquema que permita capitalizar dicho mensaje es central para los actores de la sociedad, en especial las empresas, vislumbren la importancia y valor en una problemática que no sólo afecta a las mujeres, sino a toda la estructura económica, social y empresarial de un país. Las acciones que ejecutemos diariamente como empresas son las que marcarán la diferencia para vivir en un mundo igualitario.



## Referencias Bibliográficas:

1. Organización Internacional del Trabajo. (2019). Las mujeres en puestos directivos contribuyen a aumentar el rendimiento empresarial. febrero 22, 2022, de Organización Internacional del Trabajo Sitio web: [https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/news-room/news/WCMS\\_701791/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/news-room/news/WCMS_701791/lang--es/index.htm)
2. Cortés, V. (2021). Importancia de la equidad de género en las empresas. febrero 22, 2022, de Sodexo Sitio web: <https://blog.sodexo.com.mx/blog/equidad-de-gnero-en-las-empresas#:~:text=Expansi%C3%B3n%20comenta%20que%2C%20den-tro%20de,solo%20el%2040%25%20las%20cumple.&text=50%25%20de%20las%20empr esas%20cuenta,a%20violencia%20y%20acoso%20sexual>
3. García A. (2020). Día Internacional de la Mujer: 8 gráficos sobre la desigualdad de género. febrero 21, 2022, de El Economista Sitio web: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Dia-Internacio-nal-de-la-Mujer-8-graficos-sobre-la-desigualdad-de-genero-20200308-0002.html>
4. Es un instrumento de medición que mide los avances en equidad de género de las organizaciones participantes en Latinoamérica. Como resultado de esta medición anual, gratuita y confidencial las empresas obtienen un lugar de acuerdo con la puntuación obtenida en las categorías: gestión de objetivos, cultura organizacional, estructura organizacional y gestión de talento. También, se incluye el desempeño en la gestión de crisis con enfoque de género. En su edición 2021, participaron más de 800 empresas.
5. PAR Ranking de Equidad de Género en las Organizaciones. (2021). ORGANIZACIONES GANADORAS DEL RANKING PAR 2021. marzo 3, 2022, de Aequales Sitio web: [https://drive.google.com/file/d/1L\\_H2AFEjdOZHAdrJyYq4n\\_RALa1YLoVG/view](https://drive.google.com/file/d/1L_H2AFEjdOZHAdrJyYq4n_RALa1YLoVG/view)
6. INEGI. (2021). Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Mujer (8 de marzo). febrero 22, 2022, de INEGI Sitio web: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021\\_Nal.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021_Nal.pdf)
7. Flores, L.. (2022). Con mujeres, PIB sería 15% mayor para 2030: Imco. marzo 4, 2022, de El Universal Sitio web: <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/con-mujeres-pib-seria-15-mayor-para-2030-imco>

**PROacción con inclusión** es una iniciativa de integrantes de la agencia PROa para difundir conocimiento y pedagogía sobre igualdad de género, y sensibilizar a las empresas para su adopción, con el uso de las mejores prácticas de comunicación.