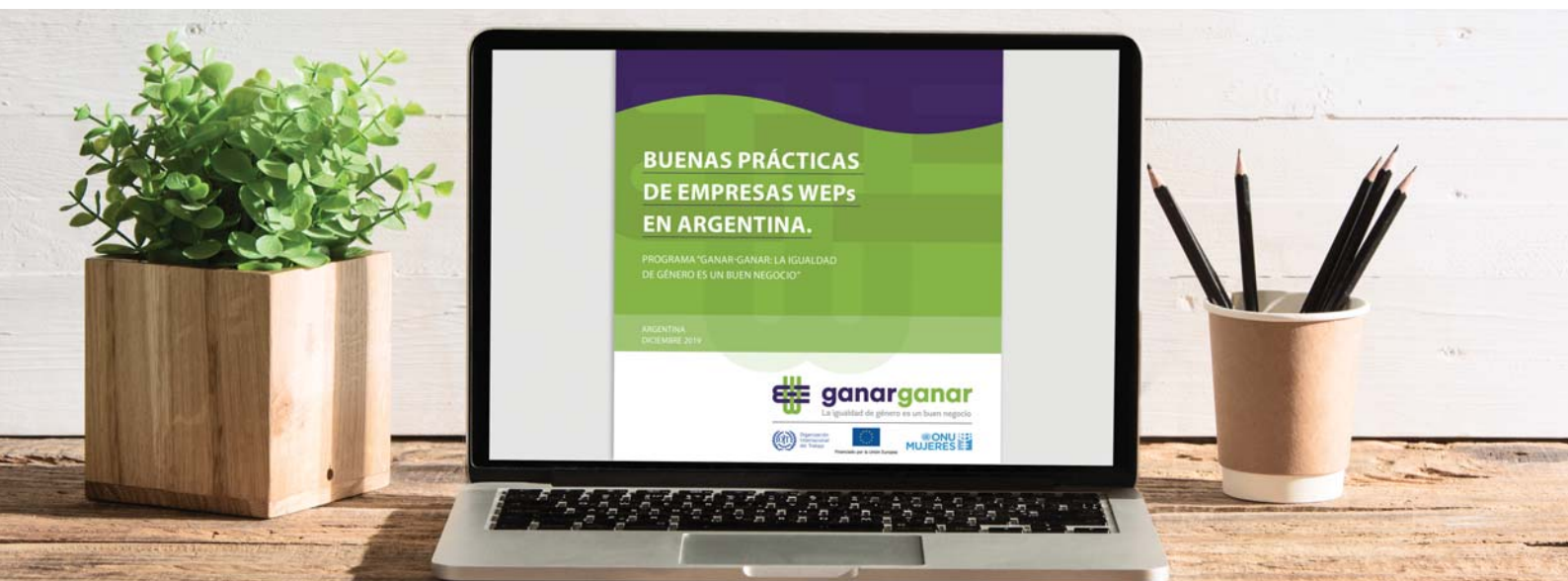




BUENAS PRÁCTICAS DE EMPRESAS WEPS EN ARGENTINA



EL SECTOR PRIVADO TIENE UN ROL CLAVE Y UN GRAN POTENCIAL PARA LOGRAR EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO Y EL LIDERAZGO DE LAS MUJERES.

El reporte **“Buenas prácticas de empresas WEPS en Argentina”**, elaborado en el marco del Programa **“Ganar-Ganar: la igualdad de género es un buen negocio”**, implementado por ONU Mujeres, la Organización Internacional del Trabajo

(OIT) y la Unión Europea-principal financiador- releva y sistematiza las acciones de las compañías signatarias de los **Principios de Empoderamiento de las Mujeres** (WEPs, por sus siglas en inglés) en Argentina.

PERFIL DE EMPRESAS WEPS EN ARGENTINA



114

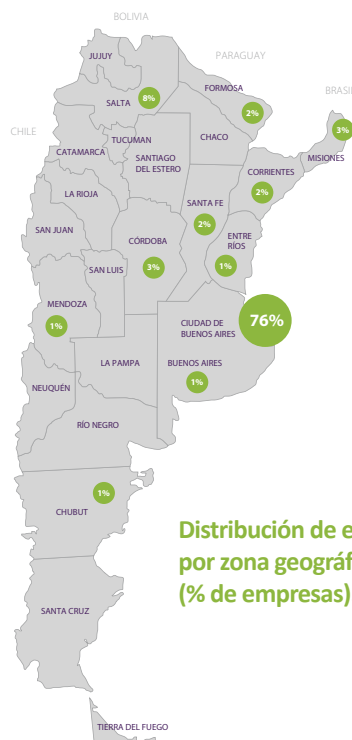
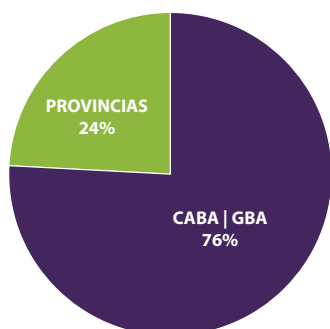
impactan en

Compañías relevadas
en este informe



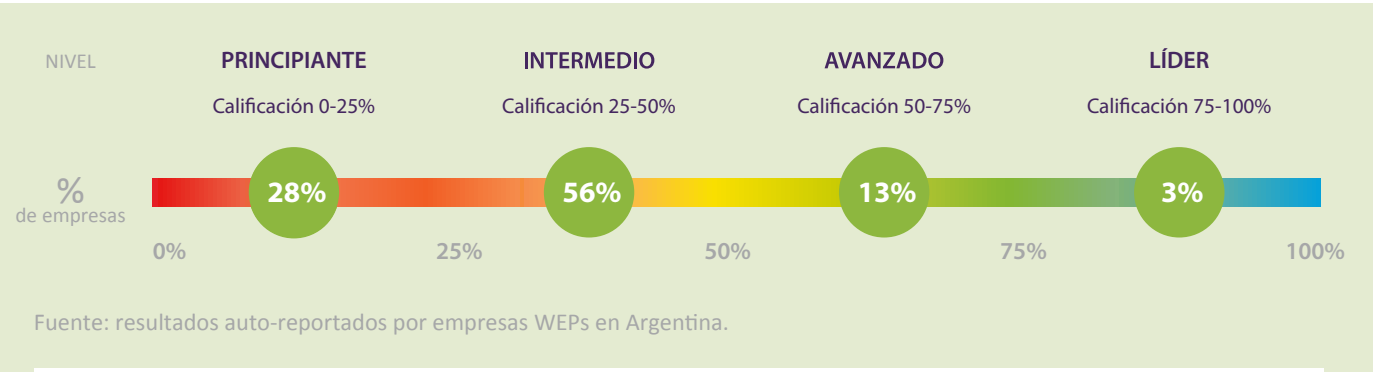
+100.000

Mujeres empleadas



Distribución de empresas WEPS
por zona geográfica
(% de empresas).

GRADO DE AVANCE AL MOMENTO DE LA ADHESIÓN



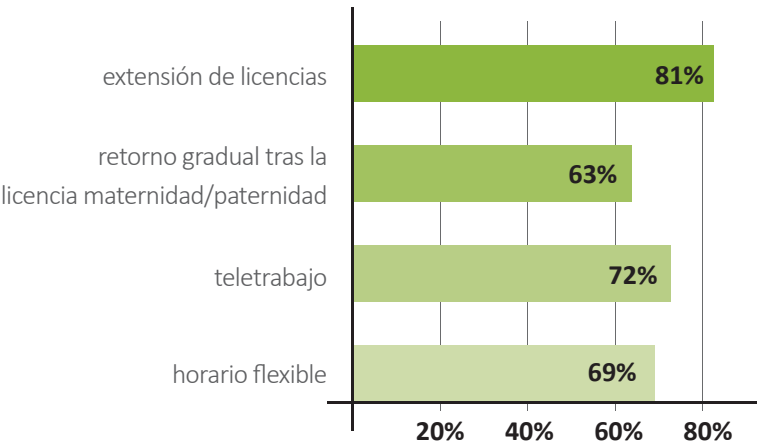
El primer paso de las empresas WEPs al momento de la adhesión es completar un autodiagnóstico a través de la **Herramienta Empresarial de Género WEP**. Esta permite conocer el grado de avance de la empresa en términos de igualdad de género, contar una hoja de ruta para la promoción de la igualdad de género y medir el progreso a lo largo del tiempo.

Según las respuestas auto-reportadas por 32 empresas, si bien el grado de avance al momento de la adhesión es intermedio, un 94% de las empresas WEPs ha firmado compromisos al más alto nivel de liderazgo para apoyar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Al momento de la adhesión, las iniciativas de las empresas están concentradas en mejorar la igualdad de género en el **Lugar de trabajo**, principalmente a través de medidas de apoyo a las **tareas de cuidado y corresponsabilidad**

41% **Desarrollo de carrera y promoción.**
Empresas crearon un pool de mujeres o pusieron objetivos de contar con un mayor número de mujeres en el pipeline

41% **Medidas para corregir desigualdades salariales.**



En la dimensión **Mercado**

47% **Acciones en comunicación y publicidad con enfoque de género,** como la revisión de materiales y tácticas de marketing para evitar estereotipos de género.

En lo que se refiere a **Comunidad**

75% **Alianzas con organizaciones y plataformas a favor de la igualdad de género.**

BUENAS PRÁCTICAS PARA PROMOVER LA IGUALDAD

En base a los resultados obtenidos en el autodiagnóstico y a sus prioridades estratégicas, las empresas WEPs elaboran un plan de acción, a través del cual se proponen encarar iniciativas que les permitan avanzar en aquellas dimensiones donde identificaron oportunidades de mejora.

A diciembre de 2019, 24 firmas adheridas habían finalizado sus planes de acción en los cuales incluyeron 196 iniciativas vinculadas con las dimensiones **Liderazgo y estrategia (15), Lugar de trabajo (98), Mercado (55) y Comunidad (28).**

LIDERAZGO Y ESTRATEGIA

- Impulso de la igualdad de género en las empresas clientes y contrapartes
- Establecimiento de metas y objetivos de incremento del número de mujeres en su organización (mínimo 50%) y en puestos de liderazgo (40-25%)
- Reducción de la desigualdad salarial entre hombres y mujeres en un 25% para 2025
- Conformación de Equipo Líder de Igualdad dentro de cada empresa

LUGAR DE TRABAJO

- Impulso de la corresponsabilidad en los cuidados (licencias obligatorias para padres)
- Curriculum ciegos para desafiar los sesgos inconscientes en la selección de personal
- Incorporación de mujeres en puestos de trabajo e industrias tradicionalmente consideradas masculinas
- Diagnóstico de la representación de mujeres y obstáculos en su carrera
- Capacitación, mentoría, esponsorio y soporte a redes para mujeres
- Diagnóstico de la Brecha Salarial de Género (Herramienta DIR desarrollada por ONU Mujeres)
- Protocolos de actuación interna ante situaciones de violencia de género y acoso sexual en el trabajo
- Campañas y capacitaciones para prevenir y erradicar el acoso hacia las mujeres en el ámbito laboral
- Trabajo a distancia y horario flexible
- Licencias para nuevas modalidades de familia (incluidas LGTBQ+) y necesidades particulares
- Monitoreo de contratación y rotación por sexo
- Monitoreo de la distribución por sexo de las personas contratadas y de quienes dejan la compañía (rotación)
- Evaluación de la distribución de la nómina por género

MERCADO

- Incorporación de la perspectiva de género en las acciones de comunicación y publicidad (no reproducir estereotipos sexistas y, a su vez, cuestionarlos)
- Desarrollo de productos y servicios con perspectiva de género que consideren la situación y necesidades particulares de las mujeres
- Apoyo a emprendedoras o empresarias para conectarse con oportunidades y mercados locales e internacionales
- Incentivo a empresas proveedoras a adoptar medidas a favor de la igualdad de género y ampliar compras a empresas de propiedad de mujeres
- Enfoque de marketing que desafía normas de género y promueve imágenes positivas de las mujeres y niñas
- Estudios de mercado sobre las necesidades de las mujeres
- Alianza dirigida a promover el empoderamiento de las mujeres a través de los medios de comunicación
- Evaluación a empresas proveedoras para asegurar que no vulneren derechos humanos, particularmente de mujeres y niñas

COMUNIDAD

- Desarrollo de proveedoras mujeres en la comunidad (fortalecimiento económico a emprendedoras mediante capacitación e inversión para el negocio)
- Formación, orientación laboral y mentoría para mejorar la empleabilidad de mujeres en desventaja
- Impulso de la participación de mujeres y niñas en STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas)
- Acciones que contribuyan al logro de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y niñas en las comunidades donde opera la empresa
- Impulso a la participación de las mujeres en deportes o actividades no tradicionales.

Esperamos que las organizaciones que quieran sumarse encuentren en este reporte la guía e inspiración que necesitan para avanzar. **Disponible aquí.**