Aumentan empresas que han instaurado protocolos de género

En respuesta al protagonismo de la temática feminista en la agenda pública, el mundo privado busca asesorías para equilibrar las relaciones entre hombres y mujeres en el espacio laboral.

Trabajadores de una empresa agrícola en San Francisco de Mostazal.

PAULINA SEPÚLVEDA GARRIDO

Las demandas sociales de igualdad que hoy exigen las mujeres no solo son un tema relevante en la agenda pública. Las empresas, conscientes de este anhelo de género, cada vez están desarrollando más acciones, protocolos y políticas para contribuir al avance y empoderamiento femenino en el mundo laboral, espacio donde existen importantes brechas en salarios y participación.

Hoy, varias consultoras coinciden en reconocer un alza en el número de compañías de distintos sectores que buscan asesorarse en cómo tener un ambiente que propicie esos cambios.

La Red de Empresas por la Equidad de Género, iniciativa de Imagine Consulting, lleva dos años en esta tarea y ha convocado a más de 80 organizaciones del sector público, privado, de la academia y ONG, para trabajar en trasladar la equidad de género a estas organizaciones, entre las que se encuentran Aguas Andinas, Provida, Universidad Central, Telefónica y Walmart.

La consultora asegura que hoy existe un creciente interés de empresas por conocer el tema, diagnosticar y, por supuesto, intervenir.

En la consultora Asersentido dicen que hoy trabajan con seis empresas pertenecientes al rubro minero, retail, banca y de auditoría financiera para aumentar la presencia femenina.

“Cuando buscan estas asesorías lo hacen por real convicción, no por un afán de identidad pública o marketing.

Con algunas hemos realizado un trabajo sostenido durante 10 años para impulsar liderazgos femeninos desde sus directorios y equipos ejecutivos hacia abajo, donde he sido testigo de que planas excluyentemente masculinas, en rubros como la banca o la auditoría financi era, han integrado mujeres a sus filas no solo de modo honorífico o para tomar minuta, sino llegando a encabezar directorios o ascendiendo a la gerencia general”, explica Minerva Gebran, directora ejecutiva de Asersentido.

En ComunidadMujer (CM) explican que ya llevan 10 años realizando consultorías y asesorías enfocadas en la equidad de género.

Alejandra Sepúlveda, directora ejecutiva de CM, reconoce que en un comienzo se trató de un trabajo “más de contracultura”.

Hace una década no existía la conciencia actual sobre el tema de género.

A la fecha, han asesorado a más de 30 organismos públicos y privados, de áreas tan diversas como minería o la banca.

Cada vez más las empresas están presentando un interés claro en mejorar los indicadores de género y equidad, reconoce Sepúlveda.

Las extranjeras son las que muestran la mayor preocupación, porque responden a estándares internacionales, pero muchas firmas nacionales se están preocupando o iniciando en el camino de diseñar políticas de género.

“Dónde se ve más actividad es en el ámbito del reclutamiento y atracción de mujeres”, dice.

Sin embargo, existe desconocimiento del tema.

Hay empresas que creen que por tener mujeres en puestos directivos y con beneficios para ellas, en su organización ya existe la igualdad de género, indica Andrés Moyano, psicólogo organizacional y director de Imagine Consulting.

“Nada más ajeno a la realidad”, señala. “Se necesita un cambio e intervención real a nivel cultural, abordando las prácticas que en la base tienden a ser machistas, con pensamientos y acciones ‘micromachistas’ que impiden poder avanzar de manera sólida”.

El gran desafío en esta materia es incluir activamente a los hombres, dice Moyano, no solamente desde el discurso, sino desde la acción. En ese sentido, comenta que son pocas las empresas que piden talleres de nuevas masculinidades.

“Falta entender la relevancia de que el hombre se cuestione su forma de pensamiento para que pueda ser más corresponsable en su familia y que equilibre su familia y su trabajo. Esto implica cuestionar su propio machismo.

Y para esto se requiere valentía”, agrega.

El compromiso de la alta gerencia y los dueños es fundamental para que ese trabajo funcione en todos los niveles de la organización, señala Sepúlveda. Es importante que estos procesos sean participativos, que incluyan procesos de comunicación y difusión efectivos. Eso, porque todos los sesgos de género presentes en la organización se dan en los espacios informales, no en los comités, aclara. “Se dan en el mismo espacio de trabajo cuando se dice que algo no es un trabajo para mujeres o cuando se evalúa un desempeño o performance de una mujer, y se dice que está estresada y no se la puede con el trabajo”.

Intervenciones Respecto a qué tipo de intervenciones se realizan, Moyano dice que se trata de una oferta muy variada.

“Los requerimientos van desde cursos de capacitación hasta diagnósticos y asesorías en la norma chilena 3.262 que se asocia a la igualdad de género”, dice.

De igual manera, dice que hay mucho interés por conocer buenas prácticas laborales en torno a la equidad de género para aprender e incorporar acciones tendientes a avanzar en la materia.

Es por esto que varias empresas están empezando a abordar los sesgos inconscientes con workshops de una hora, por ejemplo, en los que “hacen conscientes aquellos temas, pensamientos y acciones que llevan a estereotipar, discriminar y hacer perder oportunidades a hombres, pero fundamentalmente mujeres”.

En ComunidadMujer identifican cuáles son los facilitadores que posee cada empresa para reducir las barreras. También trabajan con hombres desarrollando competencias para la gestión de igualdad de género y empoderamiento.

Uno de los principales enfoques, dice Sepúlveda, tiene que ver con sensibilización y entrega de conocimiento sobre los temas de género, qué significa la igualdad de género, los sesgos de género. “Explicar el impacto que tiene paradigmas con los cuales hemos funcionado, como el rol tradicional, donde el hombre es el proveedor y la mujer es la cuidadora, y cómo eso determina trayectorias de vida, o que la maternidad la ejercen solo las mujeres, lo que genera muchas brechas salariales y cómo afecta que lleguen a pociones más altas”, indica Sepúlveda.

Beneficios “Está comprobado que la diversidad aporta al negocio”, resume María Verónica Bravo, directora de Diversidad de Género en Codelco, una de las primeras empresas del país en tener una ejecutiva para regular la desigualdad entre hombres y mujeres (ver entrevista).

Considerar la mirada de género a través de la equidad, agrega Bravo, implica derribar estereotipos y sesgos.

Romper paradigmas. “Diferentes estudios y experiencias avalan que liderazgos y estilos diversos generan mejores resultados económicos.

Se logra un mayor bienestar de las personas y en las relaciones”, indica.