

ACCIONES	BOGOTÁ	PFAVAL	GRUPOARGOS	ISAGEN	CEMARGOS	BOGOTÁ						
	\$66.240,00	-3.889%	\$1.260,00	-1.176%	\$17.980,00	0.335%	\$4.130,00	0%	\$7.930,00	0.253%	\$38.620,00	0.994%

FOROS SEMANA | 6/19/2019 12:32:00 PM [f](#) [t](#) [in](#)

Así se logran transformaciones para la igualdad de género en las empresas

El progreso en la igualdad de género se está desacelerando. ¿Qué hay que hacer para romper los estigmas y cambiar las tradiciones que mantienen la inequidad? Responden presidentes y consejeras de destacadas organizaciones en el foro 'Mujeres colombianas, mujeres que inspiran'.



Así se logran transformaciones para la igualdad de género en las empresas

Al ritmo actual de cambio, llevará 108 años cerrar la brecha global de género, que ahora es del 68%. Eso agrega ocho años a la estimación de 2017, según el informe anual del **Foro Económico Mundial**.

Desde 2006, la **brecha de género** se ha reducido en un 3,6%, pero en 2018 solo hubo una reducción del 0,03%, lo que reveló un progreso extremadamente lento. **La inequidad de las oportunidades económicas es la que llevará más tiempo en cerrarse por completo: en 202 años.**

Lea también: **Las mujeres en la gerencia aumentan el rendimiento empresarial: OIT**

Es evidente, entonces, que el "techo de cristal" persiste y las **mujeres** siguen siendo pasadas por alto para cargos gerenciales u oficiales de alto nivel. Donde hay datos disponibles, solo el 34% de los gerentes globales son mujeres.



En este panorama, es pertinente preguntarse qué deben hacer las **empresas** para lograr la igualdad de género al interior de su organización y cómo, a través de diferentes iniciativas, **el cambio puede extenderse hasta un ámbito cultural y social**.

En el marco del foro "Mujeres colombianas, mujeres que inspiran", que contó con la participación de Mónica Contreras, gerente general región Andina PepsiCo; Valeria Frigeri, consejera para la región Andina 3M; Rafael Simón Herz Stenberg, presidente Junta Directiva GEB, asesor independiente y vicepresidente de la Asociación Colombiana del Petróleo - ACP; Natalia de la Calle, CEO / Presidente de Oleoducto de Colombia; Sandra Suárez, gerente general Grupo Semana; y Carlos Enrique Rodríguez, director de la Revista Dinero y jefe de redacción del Grupo Semana, **este grupo de líderes conversaron alrededor de las iniciativas, tanto públicas como privadas, que se deben realizar ya para contribuir a la disminución de una brecha que cada vez es más grande.**

Lea también: **La física colombiana que empieza a sonar para Nobel**

Por su parte, Valeria Frigeri, consciente de que hay que poner el tema sobre la mesa, explicó que el punto de partida de 3M para combatir la inequidad es respetar la diversidad. **"Hoy, además de buscar la diversidad para nuestros equipos, la celebramos. Sabemos que hay que tomar acciones afirmativas, tener cuotas -aunque genere muchas antipatías- y metas claras.** Para el 2025 esperamos doblar al 30% nuestra meta de diversidad. Además, consideramos clave medir los resultados todo el tiempo para encontrar dónde están las brechas y eliminarlas".

Para Mónica Contreras, las empresas ganan por diversidad de inclusión. Según ella, la posibilidad para transformar vidas está en el ADN de las mujeres. **"Ahora tenemos más mujeres en el agro y en toda la cadena productiva. Con ellas presentes, la productividad se ha elevado entre un 20% y 30%".** Contreras no está de acuerdo con las cuotas, pues considera que en el mundo actual debemos propender por el espacio para todos. "Las mujeres tenemos que llegar por mérito, demostrar que somos aptas y capaces. No creo que a ninguna mujer le gustaría decir que llegó al puesto que ocupa solo por ser mujer y no por sus capacidades".

Y no hay que parecerse a los hombres para poder avanzar. Hay que ser auténticas. Lo que se debe hacer es trabajar por el presente y las siguientes generaciones. Asimismo, el trabajo debe ser en conjunto: no solo el sector privado debe modificar sus directrices empresariales, el sector público debe promover políticas públicas que contribuyan al cambio.

Lea también: **El impuesto rosado o el costo de ser mujer**

En este sentido, el Gobierno debe ser un aliado. "Esto un problema público-privado. El trabajo debe fluir en las dos dimensiones. El reto es construir casos de negocios con equidad de género para que mejore la productividad", explica Contreras.

Mujeres y empresas: ¿es posible la igualdad de género?

00:00 01:04:20

Natalia de la Calle, inmersa en una industria predominantemente masculina, representa desde su posición un cambio. Una ruptura. **"En este sector de oleoductos, los puestos que se le ofrecían a las mujeres eran para las áreas de aseo y cafetería.** Se pensaba que las mujeres no podían ocupar otros cargos, y ahora eso ha cambiado un poco. Yo veo mujeres en las regiones que se han sumado a la mano de obra local. Sin embargo, la brecha en la industria es gigante: 65% hombres y 35% mujeres. Es necesario cambiar la cultura con políticas asertivas".

Y el cambio debe ser deliberado. Desde el reclutamiento y el proceso de selección es necesario incluir candidatas mujeres. Porque sí las hay y están preparadas. Por ejemplo, en Semana, el 56% de los empleados son mujeres y el 63% de cargos directivos los ocupan mujeres. Sandra Suárez considera que, si bien la ley de cuotas es clave para avanzar en el debate por la inequidad, no debe ser una finalidad. **"Esta ley es un estadio preliminar para luego hablar sobre equidad. No me gusta que el piso de la ley de cuotas se convierta en un techo".** En este punto es clave que los medios de comunicación visibilicen el tema.

Lea también: **Mujeres y niñas en tecnología: ¿y si hablamos de liderazgo antes que de STEM?**

Finalmente, Rafael Simón Herz, argumentó que la diversidad en las empresas es clave para tomar las mejores decisiones. Para él, el cambio más importante del siglo XX es el ingreso de las mujeres al mercado laboral. **En el Grupo de Energía de Bogotá, los últimos cuatro presidentes han sido mujeres, y ahora el 33% de la junta directiva son mujeres.** "Quiero que mis hijas tengan las posibilidades de educación que mis hermanas no tuvieron", dice. Y concluye que el tema de la equidad no es algo que se debe incluir en una lista y simplemente chulear. Para él, todo va más allá del ámbito empresarial. Lo fundamental es realizar una transformación cultural.

Dinero
Analizar la realidad económica
SUSCRÍBASE YA
Impreso + digital por solo \$199.000* AÑO
*Aplican condiciones y restricciones.

0 COMENTARIOS

TEMAS RELACIONADOS > [FORO MUJERES COLOMBIANAS MUJERES QUE INSPIRAN](#)

Últimas noticias

Compañías con un ojo en el futuro

Esta bebida popular en los años 90 está volviendo como parte de la estrategia de bebidas no alcohólicas de Bavaria.



Valentina Vieira, directora de maltas de Bavaria. Foto: Bavaria

Tras la resurrección de la marca Malta Leona, que había existido dos décadas atrás, AB InBev **Bavaria está trabajando para aumentar su participación en el mercado de las bebidas no alcohólicas.**

"Nosotros siendo los dueños del mercado con Pony Malta, nos lanzamos al mercado sabiendo que hay consumidores que quieren maltas, muchos con gustos diferentes. Una sola marca como Pony Malta no era suficiente para satisfacer los gustos de todos los consumidores", le contó a Dinero Valentina Vieira, directora de las maltas en AB InBev Bavaria.

Vea también: Empleo e inversión, lo bueno que deja la guerra cervecera

El octubre del año pasado introdujeron Malta Leona de una forma segmentada a consumidores de Antioquia y Bogotá. **"Sin embargo, nos la pidieron en todo el país. Desde finales de enero la tenemos a nivel nacional"**, enfatiza.

Esta bebida pertenecía a Cervecería Leona, empresa creada en 1996 por el Grupo Ardilla Lülle. En 2004 fue vendida a Bavaria, que comenzó a producir sus cervezas en esta planta. En la fusión SABMiller-Bavaria esta unidad industrial también fue incluida en el acuerdo.

Según Vieira, hace unos días se convirtieron en la primera marca colombiana en producir más de 80 comerciales personalizados en tiempo real.

Lea además: Cambios en la junta de la mayor cervecera del mundo

"Tuviéron siete actores encerrados en las instalaciones de Caracol Televisión durante dos días haciendo comerciales en vivo para quienes tuiteaban con la etiqueta no 'do you más', con una queja sobre cualquier asunto. A los actores les entregaban un tuit, empezaban a grabar un comercial personalizado con base en el tuit y una vez salía el comercial se lanzaba", dijo.

Estas piezas audiovisuales, pensadas primero para digital, saldrán a la televisión tradicional. Ante el cuestionamiento de si esta estrategia afecta la privacidad de los usuarios, Vieira señala que "es increíble, que en vez de incidir en un tema de privacidad, la gente se emociona porque habla directamente. Normalmente ves marcas que responden de una forma genérica y no que te están tocando a ti. Nosotros hablamos a cada persona con su nombre".

Para la líder de esta área, más que quitarle mercado a Pony Malta, la introducción de este nuevo producto les ayuda a crecer la categoría, a ampliarla para traer consumidores nuevos.

"Crece desproporcionadamente la participación en el mercado porque llevamos poco tiempo en el mercado. El crecimiento es gigante. Se ha posicionado superando todas las metas y las expectativas", concreta.

Lea también: Ahora los colombianos toman más marcas Premium de cerveza

Dinero
Analizar la realidad económica
SUSCRÍBASE YA
Impreso + digital por solo \$199.000* AÑO
*Aplican condiciones y restricciones.

NOTICIAS RELACIONADAS

Más mujeres para transformar las empresas



"Las empresas pueden ser hasta 26% más rentables con mujeres en posiciones de liderazgo"

Las mujeres en la gerencia aumentan el rendimiento empresarial: OIT

LO MÁS LEIDO

Aprueban polémico proyecto de prima legal para financiar la canasta familiar

El suceso que emprendió en Colombia vendiendo seguros en internet

El billonario paquete de proyectos para los que Colombia busca plata

VIDEOS MÁS VISTOS

Así se supera la brecha de género en las empresas

El emprendedor debe actuar como un científico para tener éxito

Se cayó otro puente en la Vía al Llano

VER MÁS VIDEOS

Lülle

LO MÁS LEIDO

Aprueban polémico proyecto de prima legal para financiar la canasta familiar

El suceso que emprendió en Colombia vendiendo seguros en internet

El billonario paquete de proyectos para los que Colombia busca plata

VIDEOS MÁS VISTOS

Así se supera la brecha de género en las empresas

El emprendedor debe actuar como un científico para tener éxito

Se cayó otro puente en la Vía al Llano