



UNA NUEVA FORMA DE MIRAR AL TRABAJO

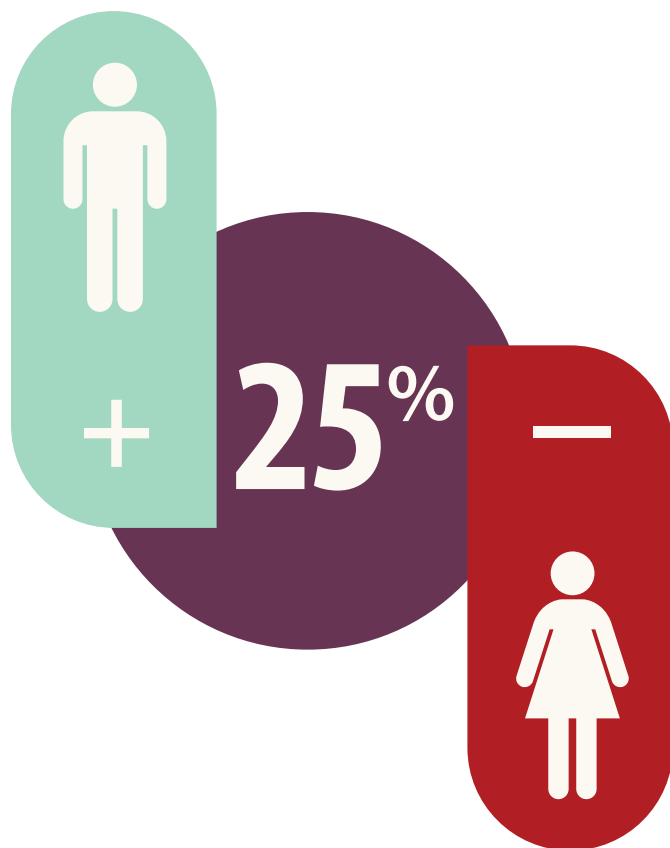
NUESTRA **VISIÓN** ES VIVIR EN UNA SOCIEDAD
CON **IGUALDAD DE OPORTUNIDADES** PARA
HOMBRES Y MUJERES, EN DONDE EN BASE A
SUS DIFERENCIAS SE PLANTEEN POLÍTICAS Y
PROGRAMAS QUE ASEGUREN UN **EQUITATIVO**
ACCESO A OPORTUNIDADES DE
CRECIMIENTO EN EL ÁMBITO LABORAL.



CONTEXTO



EN PROMEDIO, EN ARGENTINA,
LA PRESENCIA DE **LAS**
MUJERES EN COMITÉS
EJECUTIVOS, EQUIPOS
DIRECTIVOS Y **PUESTOS DE**
LIDERAZGO ALCANZA EL **11%** ⁽¹⁾



El trabajo es la herramienta de movilidad social más importante de las sociedades modernas. **(2)**

7 de cada 10 mujeres argentinas forman parte de la fuerza de trabajo. **(3)**

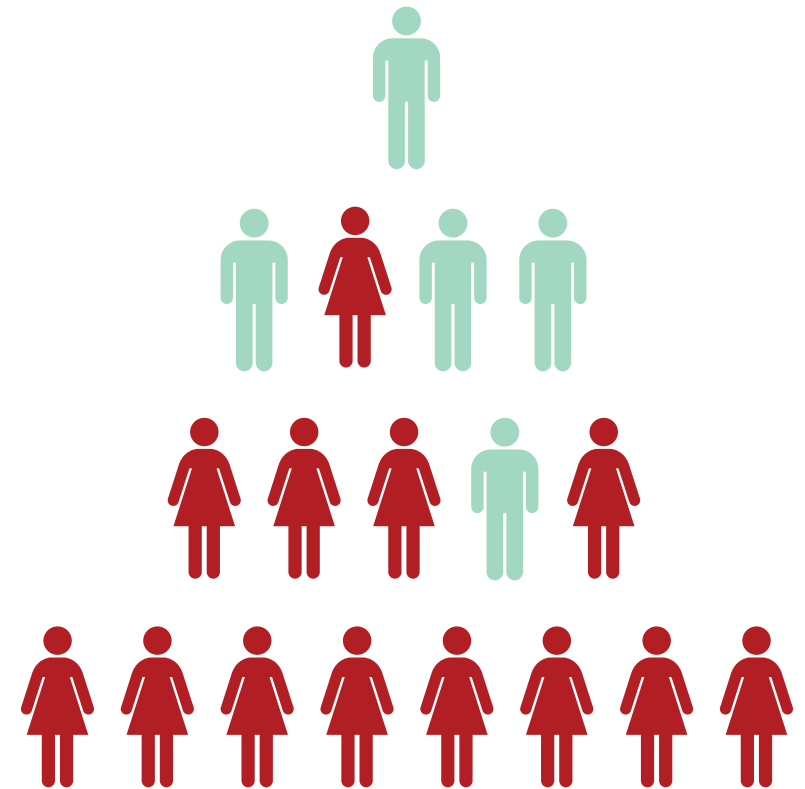
Su remuneración en el sector privado está un 25% por debajo de los hombres. **(4)**



Las mujeres representan el 18% del empleo industrial, el 32% del empleo en comercio y el 42% en el sector de servicios, este último vinculado sobre todo a educación, salud y cuidado. **(5)**

El 60% de las empresas no tienen mujeres en cargos gerenciales. **(6)**

Aspectos culturales y sociales atraviesan a las empresas e impactan de manera diferenciada a hombres y mujeres en sus carreras.





OPORTUNIDADES



¿Cuáles son los **beneficios** de implementar políticas de **balance de género**?

1

Mejora y retiene el talento:

Las mujeres representan el 60% de los graduados universitarios en Argentina y el mundo. Adaptarse a sus necesidades posibilita conseguir los mejores perfiles profesionales. **(7)**

Además se ha demostrado que a mayor balance de género, menor es el deseo de cambiar de trabajo y mayor la productividad de hombres y mujeres. **(8)**

2

Mejora el desempeño financiero: Empresas del Fortune 500 con 3 o más mujeres en su Comisión Directiva han logrado un 73% más de rendimiento de sus ventas; 83% más de rentabilidad sobre sus recursos propios y 112% más de retorno sobre el capital en comparación a las empresas que no tienen mujeres. **(9)**



¿Cuáles son los **beneficios** de implementar políticas de **balance de género**?

3

Permite adaptarse a las nuevas reglas de consumo: Las mujeres en Argentina influyen o toman las decisiones de la compra de la mayoría de productos del mercado. En el hogar, las mujeres influyen el 85% de las compras para la familia. **(10)**

En ámbitos tradicionalmente masculinos como la industria automotriz las mujeres son dueñas del 35% de los autos y representan casi la mitad del tráfico en sitios de venta de autos. **(11)**

Entre los nuevos consumidores de la región, las mujeres son el público de mayor crecimiento. **(12)**



¿Cuáles son los **beneficios** de implementar políticas de **balance de género**?

4

Mejora la imagen corporativa: que una empresa se interese por la diversidad de género mejora su imagen y colabora en acercar la empresa a sus empleados, accionistas y clientes. Los programas de diversidad mejoran: la motivación de los empleados en un 58%, la satisfacción del cliente en un 57%, la percepción de la marca en un 69%. **(13)**

Un estudio de casos de mujeres argentinas de 30 años demuestra que sólo el 11% cree que la imagen femenina de las publicidades es una buena representación de su realidad. **(14)**



¿Cuáles son los **beneficios** de implementar políticas de **balance de género**?

5

Genera desarrollo: Para el 2020, se prevé que el 53,5% de las mujeres participen del mercado laboral, reduciendo la pobreza y aumentando el PBI. Sin la contribución de las mujeres la pobreza urbana se incrementaría en un 10%. Las mujeres tienden a invertir en salud, educación y en el bienestar de sus familias

En Latinoamérica, en los últimos 20 años, 70 millones de mujeres ingresaron al mercado laboral, reduciendo la pobreza extrema en la región en un 30%. *(15)*



INCORPORAR POLÍTICAS DE **BALANCE DE GÉNERO** ES UNA DECISIÓN **CLAVE Y ESTRATÉGICA** PARA **MEJORAR EL RENDIMIENTO** DE LAS **EMPRESAS** Y APOYAR AL **DESARROLLO DEL PAÍS.**





GROW
propone un
enfoque integral
que permite:

1

Identificar las causas que explican las diferentes trayectorias laborales de hombres y mujeres en la organización.

2

Identificar los objetivos a corto, mediano y largo plazo que la organización desea llevar adelante.

3

Planificar e implementar las acciones necesarias que le permitan a la organización cumplir sus objetivos.



Nuestros servicios incluyen:

1

Diagnóstico y evaluación del estado de situación de las organizaciones en materia de igualdad de género y políticas de diversidad. Análisis financieros de los costos asociados a la contratación y rotación de hombres y mujeres.

2

Diagnósticos, informes y recomendaciones para la generación de climas diversos y saludables de trabajo. Asistencia técnica a las organizaciones para el desarrollo de planes estratégicos de inclusión de políticas de género y diversidad.

3

Capacitaciones en materia de igualdad de género y políticas de diversidad a organizaciones con el objetivo de concientizar e incorporar esta visión en sus integrantes. Construcción del género desde una visión amplia que incluye tanto al hombre como a la mujer.

4

Investigaciones acerca del impacto en la vida de hombres y mujeres de las políticas y programas de empleo, conciliación trabajo-familia y de cuidado, dentro del sector público y privado. Análisis de las normas y valores sociales y culturales, tanto dentro de la organización como de la sociedad en su conjunto.



- (1) FIEL (2007). "El mapa económico de las mujeres argentina (1998-2006)". Muestra de la base, 2300 empresas.
- (2) PNUD (2011). "Aportes para el desarrollo humano. Género en cifras: Mujeres y Varones en la sociedad Argentina".
- (3) PNUD (2011). "Aportes para el desarrollo humano. Género en cifras: Mujeres y Varones en la sociedad Argentina".
- (4) Boletín del Ministerio de Trabajo (2013). Datos del segundo trimestre del Sistema Previsional Argentino.
- (5) Rojo Brizuela y Lucía Tumini (2008). "Inequidades de género en el mercado de trabajo en Argentina: las brechas salariales".
- (6) FIEL (2007). "El mapa económico de las mujeres argentina (1998-2006)". Muestra de la base 2300 empresas.
- (7) UNESCO Institute of Statistics (2013).
- (8) Patricia Debeljuh y Ángeles Destéfano (2013). IAE Busines School. "Hacia la Responsabilidad Familiar Corporativa. Guía de buenas prácticas".
- (9) Wittenberg-Cox, Avivah (2010). "How women mean business. A step by step guide to profiting from gender balanced business". Sussex, Inglaterra.
- (10) El Cronista (2013)
<http://www.cronista.com/finanzasmercados/Las-mujeres-canalizan-60-de-su-consumo-a-traves-de-la-tarjeta-20130308-0063.html>
- (11) Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina. (2012). Emprendedoras en red,
<http://comunidademprendedoras.blogspot.com.ar/2011/04/el-consumo-y-las-mujeres.html>
- (12) America's Market Intelligence
http://americasmi.com/en_US/expertise/articles-trends/page/the-latin-american-consumer-of-2020
- (13) McKinsey (2007). "Women Matter". Gender diversity, a corporate performance driver. McKinsey & Company.
- (14) The Brandbean (2013). Argentina.
- (15) Banco Mundial (2013). "Día Internacional de la Mujer: Las desigualdades persisten en América Latina, a pesar de avances significativos".
<http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/03/08/women-latin-america-economy-growth-challenges>.



CONTACTO

carolina@generoytrabajo.com
georgina@generoytrabajo.com

www.generoytrabajo.com