



IGUALDAD DE GÉNERO Y MERCADOS GLOBALES

Taller interactivo – Parte 1

En colaboración con



Con el apoyo de



THE GOVERNMENT
OF THE GRAND DUCHY OF LUXEMBOURG

COLUMBIA | SIPA
School of International and Public Affairs

Sustainable Investing Research Initiative

The SSE is a UN Partnership Programme of



Palabras de bienvenida



Liliana Forciniti

Jefe de Sostenibilidad de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y Líder del Grupo de Trabajo sobre Sostenibilidad del Subcomité FIAB.



BCBA
Bolsa de Comercio de Buenos Aires



FIAB
Federación
Iberoamericana
de Bolsas



IGUALDAD DE GÉNERO Y MERCADOS GLOBALES

Parte 1: Comprender la complejidad de la intersección entre equidad de género, mercados y alineación con las normas

Organización y Pautas



Duración: 2 horas



Preguntas: Permitido hacer preguntas en vivo y en todo momento



Participación: ¡Activa!



Certificado: Para obtener el certificado de participación, de debe completar oportunamente la encuesta que será enviada con dicha finalidad.

CUANDO UTILIZAR EL CHAT:

Use el cuadro de chat para presentarse y hacer comentarios.

Audio Settings



Chat



Q&A



Show Captions



Reactions



Raise Hand

Leave

AUDIO SILENCIADO:

Todos los participantes están silenciados para garantizar que todos puedan escuchar a los presentadores. Use las otras funciones para interactuar con nosotros.

COMO HACER PREGUNTAS:

1. Haga sus preguntas en el cuadro de preguntas y respuestas.
2. Recuerde que puede hacer todas las preguntas que estime conveniente a lo largo de la sesión.
3. Responderemos las preguntas a lo largo de la sesión y de la manera más rápida posible.

LEVANTAR LA MANO:

Si al final de la sesión queda tiempo para las preguntas y respuestas, levante la mano usando el icono correspondiente para hacer una pregunta.





TIFFANY GRABSKI

Directora de la academia





Alejandra Vallejos Morales
Oficial Asociada de Gobernanza
Corporativa



EN ASOCIACIÓN CON



NATALIA BUENAHORA
Consultora Internacional
Oficina Regional para América
Latina y el Caribe



ORADOR INVITADO



ROCÍO OLALLA
MÉRIDA

*Gerente de Experiencia del
Cliente*



PREPARAR

Comprensión integral sobre igualdad de género a través de una visión general del **panorama, el lenguaje y el propósito.**



COMUNICAR

Divulgar información sobre género y comunicarse con **las partes interesadas tanto internas como externas.**



ALINEAR

Identificar los **principios globales, los requisitos locales y las mejores prácticas entre pares**, que puedan servir de guía para implementar mejoras en las políticas y prácticas para mejorar la igualdad de género.



IMPLEMENTAR

Capturar valor a través de **generar y promover productos** del mercado con perspectiva de género



OBJETIVOS DE APRENDIZAJE



Comprender **por qué** es necesario actuar para mejorar prácticas de igualdad de género



Identificar **qué** herramientas se pueden implementar para mejorar la igualdad de género.

AGENDA SESION 1

Duración: 2 horas	Tema: La igualdad de género en los mercados globales Parte 1: Comprender las complejidades a través de la preparación y la alineación
15 minutos	Presentación del curso y el tema
50 minutos	Paso 1. Preparar: La conexión entre género y finanzas
5 minutos	Pausa de 5'
40 minutos	Paso 2. Alinear: Marcos con perspectiva de género
10 minutos	Conclusión y preguntas



Visite www.menti.com
y escriba el código que
compartimos en el
chat.

**¿Qué es lo que ya
sabe sobre el tema
género y finanzas?**



COMPRENDER LA CONEXIÓN ENTRE GÉNERO Y FINANZAS

PREPARAR

LENGUAJE

PROPÓSITO

PANORAMA



PREPARAR



LENGUAJE

Terminología clave: ¿por qué es importante el lenguaje?

PROPÓSITO

PANORAMA

DEFINICIÓN DE “GÉNERO”

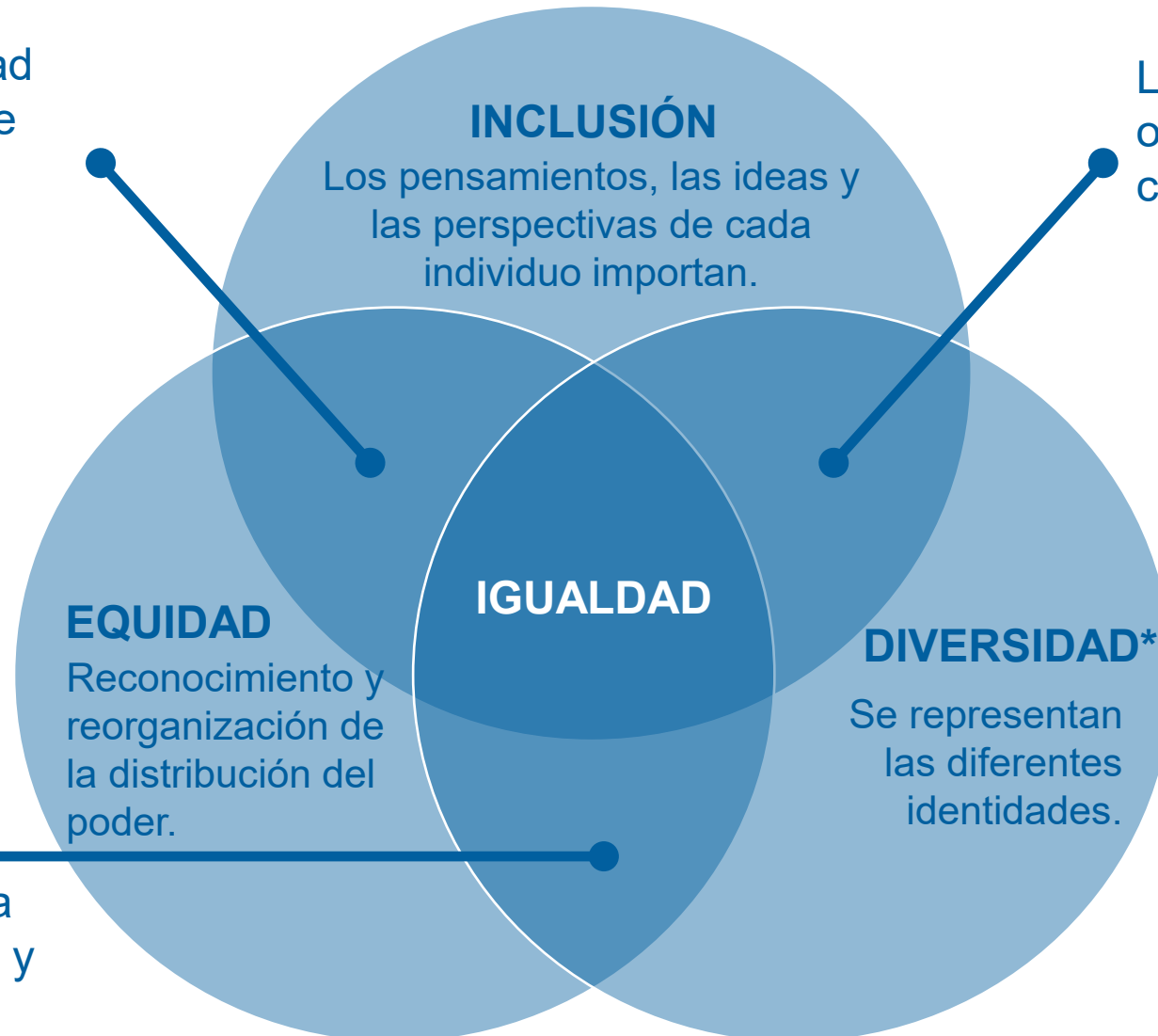
Analice diferentes términos relacionados con género en el [Glosario de Igualdad de Género de ONU Mujeres](#).

- Se aprende a través del proceso de socialización.
- Es jerárquico y relacional.
- Evoluciona o cambia.
- Se vincula con las instituciones.
- Es contextual.

- Atributos sociales
- Oportunidades
- Normas
- Papeles

Diversidad, equidad e inclusión (DEI)

Sobresaturación o semejanza, homogeneidad cultural y simplificación de los puntos de vista.



La toma de decisiones, las oportunidades y el liderazgo se confían al grupo dominante.

La asimilación cultural da lugar a la desvinculación y la baja retención.

* La diversidad puede incluir el sexo, el género, la cultura, la raza o el origen étnico, la religión, la edad, la discapacidad, etc.

PREPARAR



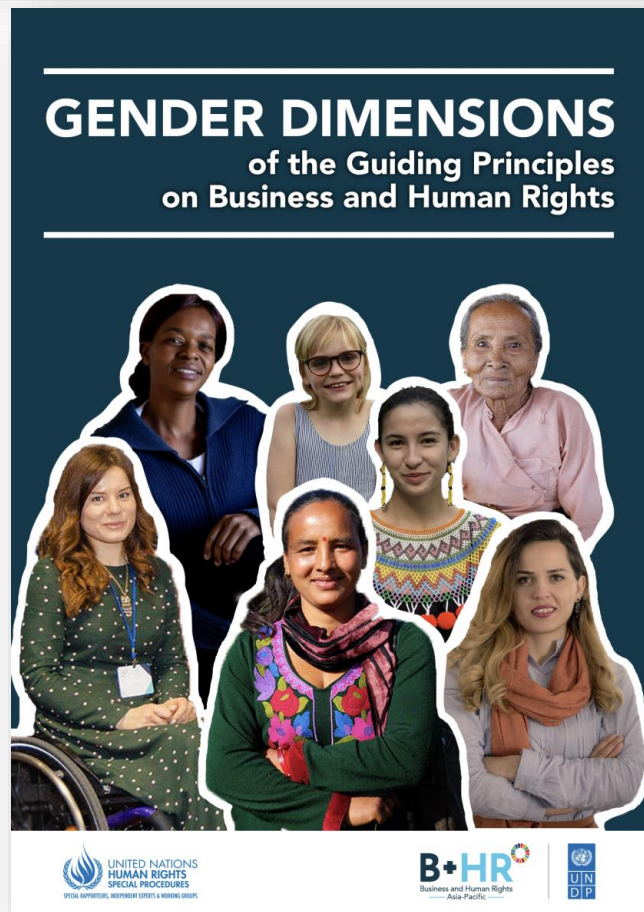
LENGUAJE

PROPÓSITO

¿Por qué es importante la perspectiva de género?

PANORAMA

DIRECTRICES PARA EMPRESAS SOBRE DERECHOS HUMANOS



Principio 14

- **Todas las empresas, incluidas las pequeñas y medianas,** deben tomar las medidas adecuadas para respetar los derechos humanos.

Principio 16

- Las empresas deben comprometerse a respetar los derechos humanos de las mujeres y contribuir con el objetivo de lograr igualdad de género real mediante una **política de igualdad de género**.

Principio 20

- Las empresas deben monitorear la eficacia de la aplicación de sus políticas mediante medición **datos desglosados por sexo**.

Principio 21

- Las empresas deben **comunicar** información adecuada con regularidad y la información debe ser de fácil acceso para las partes interesadas.

Lea la guía sobre las dimensiones del género de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH) [aquí](#).

Agenda de 2030

“No puede haber desarrollo sostenible sin igualdad de género”.

Lea más sobre cómo se enmarca la perspectiva de género en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas [aquí](#).



LO QUE SE LOGRA AUMENTANDO LA IGUALDAD DE GÉNERO



Disminuye la violencia, consecuencia positiva en la sociedad.

Aumenta la productividad, consecuencia positiva en la económica.

Aumenta la resiliencia frente a las crisis financieras y ambientales, consecuencia positiva global.

BENEFICIOS DE LA IGUALDAD



Mayor rentabilidad y mejor rendimiento financiero.



Mejora el proceso de toma de decisiones.



Aumenta la competitividad y la innovación.



Aumenta la capacidad de atraer y retener talentos.



Atrae más financiamiento.



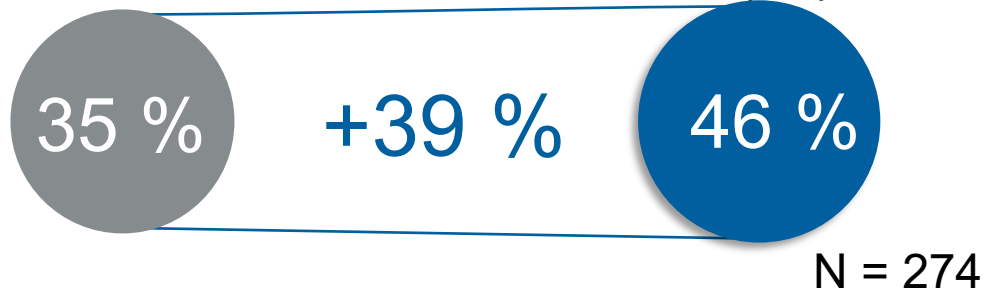
Mejora el desempeño ambiental.

IMPACTOS POSITIVOS DEL LIDERAZGO DIVERSO

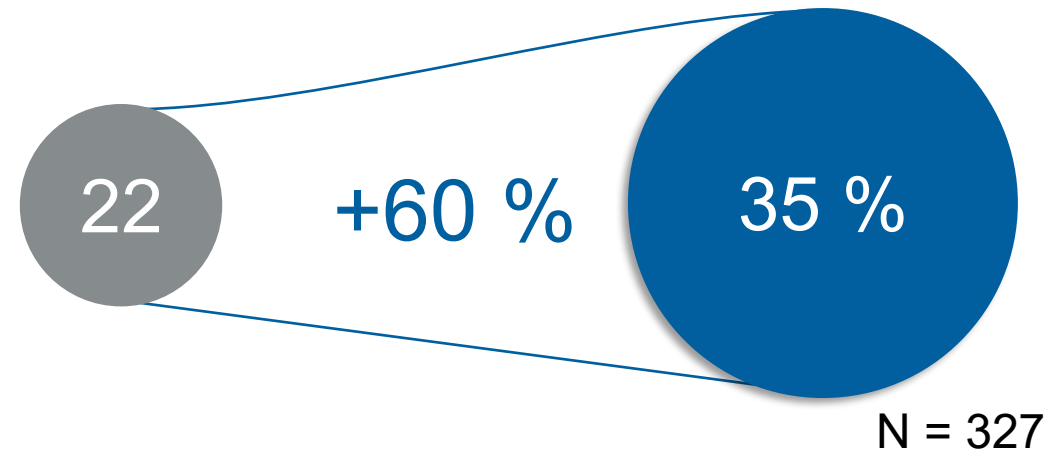


IMPACTOS POSITIVOS EXTERNOS DEL LIDERAZGO DIVERSO

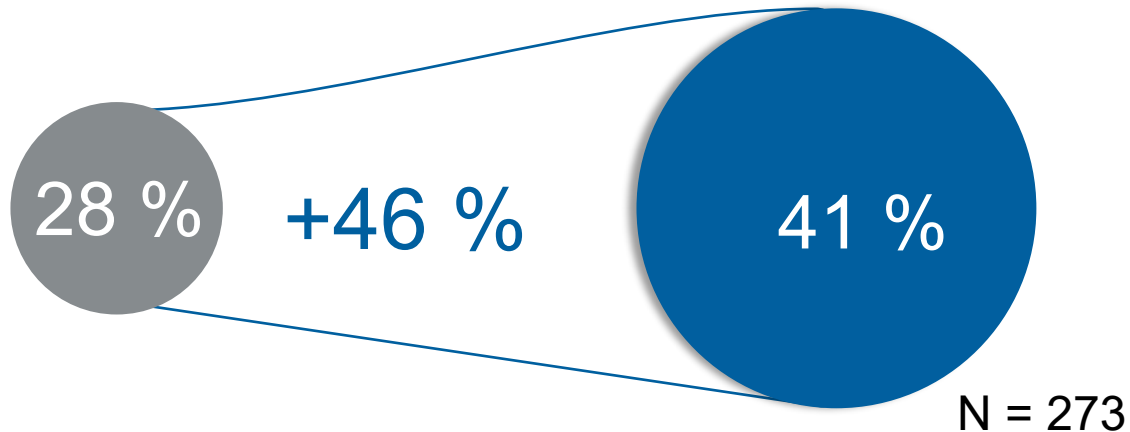
Probabilidad de reducir la contaminación creada por gases del efecto invernadero (GEI)



Probabilidad de mejorar eficiencia en el uso de energía



Probabilidad de mejorar la eficiencia del uso del agua



- Disminución o ningún cambio en el porcentaje de mujeres en los directorios.
- Aumento del porcentaje de mujeres en los directorios.

MUJERES



Se ven afectadas por el clima

Las mujeres se ven desproporcionadamente afectadas por el cambio climático

Mejorar la gobernanza climática

Las empresas en las que más del 30 % de mujeres integran sus juntas directivas tienden a tener una mejor gobernanza climática (Bloomberg NEF y Sasakawa Peace Foundation)

Disminuir las emisiones de CO2:

El aumento del 1 % en el número de mujeres que ocupan cargos directivos en una empresa se asocia con una disminución del 0,5 % en las emisiones de CO2 de una empresa. (Bank for International Settlements)

PREPARAR



LENGUAJE

PROPÓSITO

PANORAMA

Situación del mercado: ¿dónde nos encontramos en la actualidad?

DIVERSIDAD DE GÉNERO EN LOS DIRECTORIOS



Para obtener más información sobre la labor de la SSE en materia de igualdad de género, visite sseinitiative.org/gender-equality/
Para obtener datos sobre la igualdad de género en los directorios de las empresas, visite <https://sseinitiative.org/gender-equality-database/>

Gender equality in corporate leadership:

Latin America

2024



MARKET MONITOR



SDG 5 - Gender Equality

In strategic collaboration with:



With support from:



Highlights

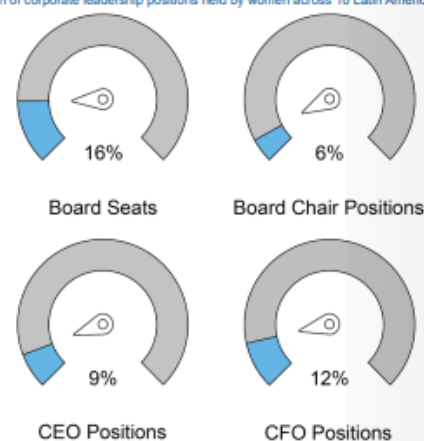
- On average, women hold 16% of board seats, 6% of board chair positions and 9% of CEO and 12% of CFO positions across the entire region.
- BVC (Colombia), leads the region with 20% of board seats held by women. Latindex (Panama) and Bolsa de Valores de El Salvador follow closely with 19% and 18% of board seats held by women, respectively.
- Bolsa de Valores de El Salvador and B3 (Brazil) have the highest percentage of corporate boards chaired by women at 9%. This is followed by Bolsa Electronica de Valores del Uruguay and Latindex, both with 8%.
- All-male boards persist as a significant proportion in most markets in the region, with all 10 markets having more than 20% all-male boards and 5 markets having more than 40% all-male boards.
- Only one market in Latin America (Panama) has a mandatory minimum rule for women on boards, where 30% of board seats are to be filled by women.

Introduction

This review of 734 Latin American companies grouped by primary listing venue in 10 markets, provides exchanges, regulators and policy makers with the state of gender equality in the leadership positions of companies listed on their markets. On average, women hold 16% of board seats, 6% of board chair positions, 9% of CEO and 12% of CFO positions across the region (overview figure 1, full details figure 2).

UN member States have agreed through the Sustainable Development Goals (SDGs) that gender equality is an integral element of sustainable development. SDG5 explicitly addresses gender equality, and the topic is further integrated as a cross cutting issue in a total of 10 different SDGs.¹ The Women's Empowerment Principles (WEPs) is the UN framework for the private sector to advance on the SDGs, particularly SDG 5 on gender equality and women's empowerment, including on boards and corporate leadership.² Stock exchanges, regulators and other capital market participants can play an important role in promoting gender equality through their own gender-inclusive practices, market education and promoting gender-focused products and applicable reporting.³ This UN SSE Market Monitor has been prepared with IFC and UN Women, with the support of the Government of Luxembourg. It forms part of an annual series launched in 2021 that serves as a benchmark for exchanges and other relevant institutions in their efforts to promote women's full and effective participation in, and equal opportunities for, corporate leadership positions.

Figure 1. Dashboard: Women in Corporate Leadership, Latin America
Proportion of corporate leadership positions held by women across 10 Latin American markets



Source: UN SSE

¹ See Annex 3 of the joint SSE-IFC publication [How exchanges can advance gender equality](#) for the full list of indicators

² For more information, please visit: www.weps.org

³ For an action plan with key activities stock exchanges can do to advance gender equality, see the joint SSE-IFC publication [How exchanges can advance gender equality](#)

Ranking of Latin American Exchanges

Figure 2. Ranking of Latin American Stock Exchanges Based on the Gender Balance of Issuers' Boards

Analysis of the top 100 issuers by market capitalization from each of the ten largest exchanges in Latin America by market capitalization. Where an exchange has less than 100 companies listed, all listed companies were analyzed.

Market	Exchange	% Board seats held by women	% change since 2022	% Firms with at least 30% women on board	% Firms with all male board	% Chair position held by women	% change since 2022	% CEO position held by women	% change since 2022	Number of Firms
1 Colombia	Bolsa de Valores de Colombia (BVC)*	20	+4	12	26	7	+4	12	+9	58
2 Panama	Latindex	19	-1	26	37	8	-1	10	+2	92
3 El Salvador	Bolsa de Valores de El Salvador	18	+2	26	46	9	+4	23	+12	35
4 Uruguay	Bolsa Electronica de Valores del Uruguay	17	N/A	29	46	8	N/A	17	N/A	24
5 Brazil	Brazil Exchange (B3)	17	+1	14	20	9	+8	3	+2	100
6 Chile	Bolsa de Santiago*	17	+6	16	26	2	+1	8	+3	100
AVERAGE		16		16	36	6		9		
7 Peru	Bolsa de Valores de Lima (BVL)*	15	+2	14	45	6	+1	6	+1	100
8 Argentina	Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA)	12	-1	11	43	6	+5	5	+5	79
9 Bolivia	Bolsa Boliviana de Valores	12	-	11	43	4	-2	11	+11	46
10 Mexico	Bolsa Mexicana de Valores (BMV)	11	+2	3	31	2	+2	0	-2	100

Source: UN SSE, based on data from Bloomberg and companies' latest FY annual reports.

Notes: the top 100 listed companies by market capitalization were analyzed where exchanges had more than 100 listed companies. Where less than 100 companies were listed, all listed companies were analyzed. The analysis covers data on 734 firms in total.

* These exchanges are part of Nuem, the Regional Holding that brings together the Santiago, Colombia, and Lima Stock Exchanges into a single market.

Corporate Board Gender Balance in Latin America

- BVC (Colombia) leads the list with 20% of board seats held by women.
- Latindex (Panama) and Bolsa de Valores de El Salvador follow closely with 19% and 18% of board seats held by women, respectively.
- On average, women hold 16% of board seats across the entire region.
- This report includes data on the percentage of firms in a market that have at least 30% of board seats held by women. The level of 30% is seen as the level at which women's participation in the board reaches a critical mass. Internationally, civil society groups such as The 30% Club⁴ uses this as a benchmark, noting that it represents a floor rather than a ceiling for women's participation. In three markets in Latin America among the ten analyzed, 20% or more of issuers exceed this 30% female board participation threshold.
- All-male boards are a minority in every market in Latin America analyzed, but persist as a significant proportion in most markets in the region with all 10 markets having 20% or more all-male boards and 5 markets having more than 40% all-male boards.

⁴ 30percentclub.org

			% Board seats held by women	% change since 2022	% Firms with at least 30% women on board	% Firms with all male board	% Chair position held by women	% change since 2022	%CEO position held by women	% change since 2022	Number of Firms
Market	Exchange										
1	Colombia	Bolsa de Valores de Colombia (BVC)*	20	+ 4	12	26	7	+ 4	12	+ 9	58
2	Panama	Latinex	19	- 1	26	37	8	- 1	10	+ 2	92
3	El Salvador	Bolsa de Valores de El Salvador	18	+ 2	26	46	9	+ 4	23	+ 12	35
4	Uruguay	Bolsa Electronica de Valores del Uruguay	17	N/A	29	46	8	N/A	17	N/A	24
5	Brazil	Brazil Exchange (B3)	17	+ 1	14	20	9	+ 8	3	+ 2	100
6	Chile	Bolsa de Santiago*	17	+ 6	16	26	2	+ 1	8	+ 3	100
	AVERAGE		16		16	36	6		9		
7	Peru	Bolsa de Valores de Lima (BVL)*	15	+ 2	14	45	6	+ 1	6	+ 1	100
8	Argentina	Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA)	12	- 1	11	43	6	+ 5	5	+ 5	79
9	Bolivia	Bolsa Boliviana de Valores	12	-	11	43	4	- 2	11	+ 11	46
10	Mexico	Bolsa Mexicana de Valores (BMV)	11	+ 2	3	31	2	+ 2	0	- 2	100

SOURCE: UNCTAD, based on data from Bloomberg, as of 31 March 2023. * Market Entry

VISIÓN GENERAL DEL MUNDO

Según Regiones de las Naciones Unidas

Región	Mercados	Porcentaje de puestos en directorios ocupados por mujeres	Variación porcentual (interanual)	Directorios formados por hombres (%)	Presidentas de directorio (%)	Directoras ejecutivas (%)
1 Europa	Francia, Reino Unido, Suecia, Alemania, Suiza	37	+1	2	9	7
2 USCANZ	Australia, EE. UU. (2 intercambios), Canadá, Nueva Zelandia	34	+2	2	11	8
3 África	Sudáfrica, Kenya, Nigeria, Marruecos, Egipto	24	+2	12	11	10
4 Asia sudoriental	Malasia, Tailandia, Filipinas, Singapur, Indonesia	21	+2	16	10	8
5 Asia oriental	China (3 intercambios), Japón, Corea	15	=	17	3	3
6 América Latina	Chile, Brasil, Perú, México, Argentina	14	+1	33	5	4
7 Asia occidental	Türkiye, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Arabia Saudita, Qatar	8	+1	59	3	3

POSIBLES OBSTÁCULOS

ESCRIBA EN EL CHAT:

¿Cuáles son los obstáculos que enfrenta su organización o país para promover la igualdad de género en los niveles directivos de las empresas?



PRINCIPALES OBSTÁCULOS

- Falta de **datos desglosados por sexo** y prácticas incoherentes de presentación de informes.
- Falta de **capacitación** y falta de oportunidades de desarrollo profesional.
- Falta de adecuada **gestión del capital humano** con perspectiva de género, incluso en los procesos de contratación, retención y ascenso.
- Prejuicios y **estereotipos** que sugieren que las mujeres no cuentan con las características necesarias para liderar.
- **Escepticismo** o falta de conocimiento de impacto positivo de tener un liderazgo en la empresa con equilibrio de género.
- Poco acceso a **redes** y conexiones/ contactos adecuados.
- Falta de modelos, **mentores**, consejeros y patrocinadores disponibles dentro de la empresa.
- **Entornos de trabajo** inadecuados en sectores tradicionalmente dominados por los hombres.
- **Problemas de seguridad** en los lugares de trabajo, junto con acoso y violencia de género.

PAUSA

Tómese un momento para reflexionar, relajarse, prepararse un café, atender una llamada o hacer un estiramiento.

Volveremos cuando el temporizador termine, en 5 minutos.





COMPRENDER LAS NORMAS
GLOBALES Y LAS MEJORES
PRÁCTICAS

ALINEAR

GLOBAL

LOCAL

PARES



ALINEAR



GLOBAL

Puntos de referencia globales: por dónde empezar

LOCAL

PARES

ENCUESTA POR ZOOM

Seleccione la
respuesta correcta.

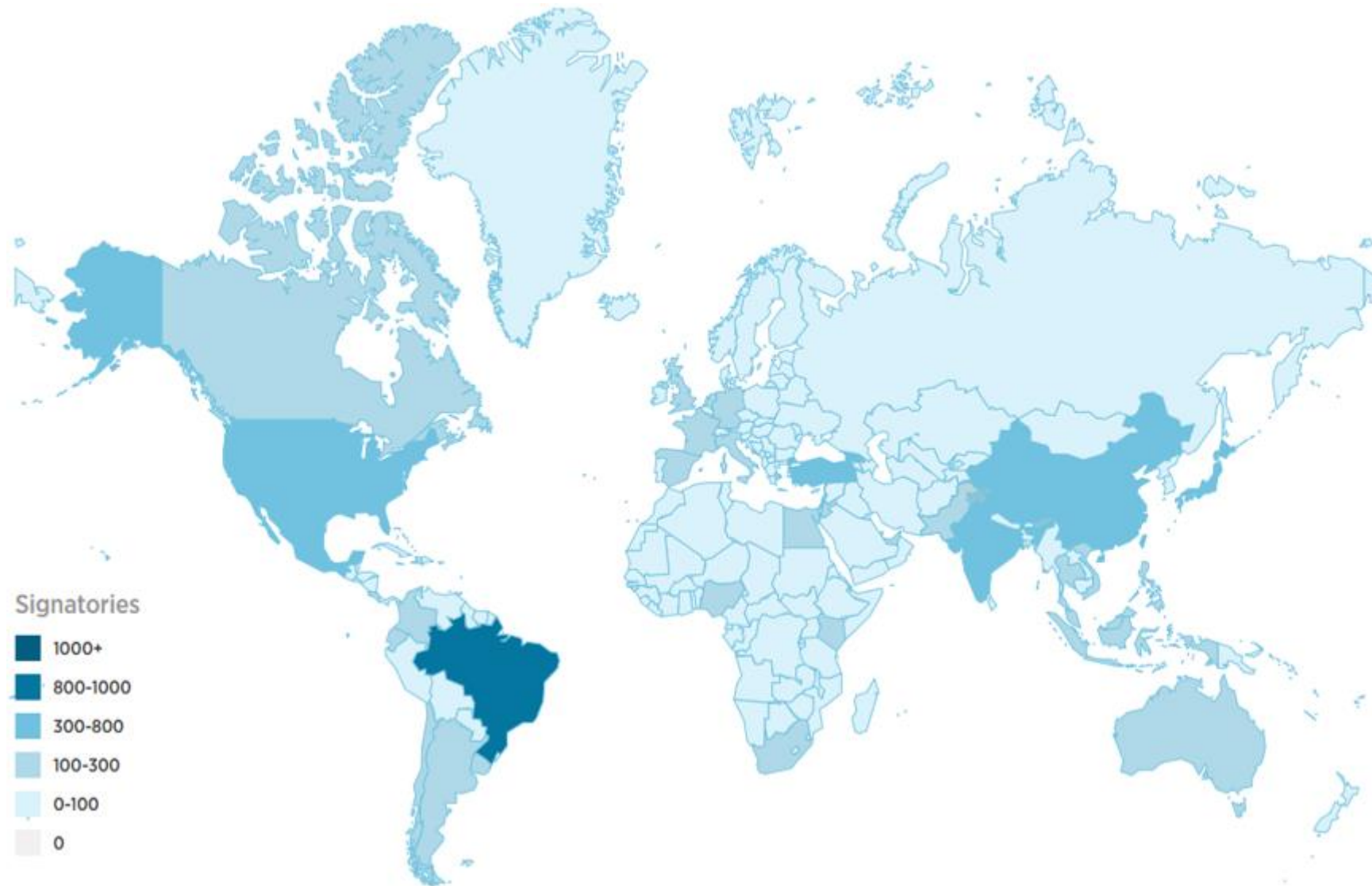
La encuesta por zoom debería aparecer en su pantalla. Si no aparece, no dude en responder en el cuadro de chat o enviar un mensaje directo a los anfitriones.

1. ¿Su organización ha suscrito a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEP) de las Naciones Unidas?

- I. Sí.
- II. No.
- III. No sé.

SIGNATARIOS DE LOS WEP EN EL MUNDO

**Cantidad de
signatarios:**
Hasta septiembre del
2025: más de 11 000
en más de
193 países



VISIÓN GENERAL de los WEP

1 PRINCIPIO

Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel

2 PRINCIPIO

Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo – respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación

3 PRINCIPIO

Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y trabajadoras

4 PRINCIPIO

Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres

5 PRINCIPIO

Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del empoderamiento de las mujeres

6 PRINCIPIO

Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y liderando con el ejemplo (cabildeo)

7 PRINCIPIO

Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género

WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES



1. Liderazgo en los niveles altos corporativos.



2. Tratar hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo, sin discriminación.



3. Salud, seguridad y bienestar de todos los trabajadores.



4. Educación y capacitación que permitan el desarrollo profesional.



5. Desarrollo empresarial, cadena de suministro y prácticas de marketing.



6. Iniciativas y defensa comunitarias.



7. Medición y presentación de informes.

EJEMPLO DE IMPLEMENTACIÓN DE LOS WEP:

El proceso de los WEP

Activar

Active las acciones con las partes internas interesadas para fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad.

Interactuar

Comparta su sobre los principios WEP con la comunidad e interactúe con las partes interesadas externas.



Presentar informes

Informe sobre la igualdad de género y los WEP en la página de la empresa.

Mantener

Recopile datos y supervise el avance, los resultados y el impacto.

Tenga un **plan de acción**, establezca **metas** alcanzables
Los WEP pueden servirle de orientación

CÓMO CONVERTIRSE EN SIGNATARIO DE LOS WEP

Criterios de elegibilidad

1

- Empresa legalmente registrada de cualquier sector, tamaño y propiedad.
- Elegible para la Cámara de Comercio o las asociaciones industriales.

¿Cómo hacerlo?

2

- Ingrese en www.weps.org/join para completar el formulario en línea.

ALINEAR



GLOBAL

LOCAL

Reglamentación basada en género: ¿qué impactos se pueden esperar?

PARES

REGULACIÓN

Mercado	Requisito (mín.)	Año de cumplimiento	Mujeres en puestos de directorio (%)	Directorios formados por hombres (%)	Presidentas de directorio (%)	Directoras ejecutivas (%)
Francia (Euronext-París)	40 % de mujeres	2017	45	1	6	6
Italia (Borsa Italiana)	40 % de mujeres	2019	36	2	15	2
Alemania (Deutsche Boerse)	30 % de mujeres	2016	33	6	5	3
EE. UU. (Nasdaq)	1 mujer	2023	31	2	3	6
Suiza (SIX)	30 % de mujeres	2026	28	6	5	4
Malasia (Bursa Malaysia)	1 mujer	2024	26	4	5	2
Marruecos (Bourse de Casablanca)	30 % de mujeres	2024	20	22	7	4
India (NSE y BSE)	1 mujer	2019	17	1	6	6
China (HKEX)	1 mujer	2024	14	28	6	5
Egipto (EGX)	25 % de mujeres	2021	12	31	3	2
Argentina (BYMA)	33 % de mujeres	**	11	48	3	4
Corea (KRX)	1 mujer	2022	10	34	1	2
Emiratos Árabes Unidos (ADX)	1 mujer	2020	8	45	0	

Estrategias corporativas:

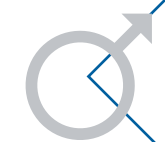
Historia de dos empresas



Ambas tienen un 10 % de mujeres en puestos de liderazgo.



Ambas tienen un 50 % de mujeres y hombres en puestos de nivel operativo.



Ambas tienen un nuevo director ejecutivo para quien la igualdad de género es una prioridad.



Meta: Establece meta del 40 % de mujeres en puestos de liderazgo



Experiencia Personal: El director ejecutivo comparte su experiencia de llegar a la cima.



Contrataciones: interrupción de contrataciones de candidatos masculinos hasta nuevo aviso.

PRIORIZACIÓN DE LAS METAS





Target: Director ejecutivo se une al club del 30 % para el público.



Enfoque: Crea un grupo de trabajo para identificar las barreras.

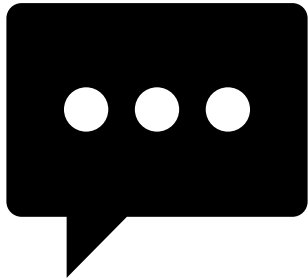


Programa de Trabajo: Inicia un programa de tutoría inversa.

PRIORIZACIÓN DE LAS CAUSAS FUNDAMENTALES



Comparta
en el chat



¿Qué estrategias cree
que funcionarán mejor?



Menos ascensos internos



Más contrataciones externas



Más tiempo para contratar nuevo personal



Estancamiento de la innovación

**RESULTADO DE
LA PRIORIZACIÓN
DE LAS METAS**





Más ascensos internos



Más madres que permanecen en la fuerza
laboral



Recursos de RR. HH. que se reorientaron
hacia el apoyo a la capacitación



Aumento de la innovación

**RESULTADO DE
LA PRIORIZACIÓN
DE LAS CAUSAS
FUNDAMENTALES**



CULTURA CORPORATIVA



Prácticas de contratación

- ☐ Identidad oculta
- ☐ Publicación de empleos inclusiva
- ☐ Capacitación en cuestiones de género

Políticas

- ☐ Políticas contra el acoso
- ☐ Revisión de la licencia parental
- ☐ Equilibrio entre el trabajo y la vida personal
- ☐ Comunicación de políticas

Auditorías e investigación

- ☐ Revisiones de los prejuicios inconscientes
- ☐ Auditorías de género
- ☐ Auditorías externas de la brecha salarial de género

Tono desde los puestos más altos

- ☐ Capacitación y formación de los directorios y líderes
- ☐ Integración de sólidas prácticas en materia ambiental, social y de gobernanza
- ☐ Objetivos de sostenibilidad

ENCUESTA POR ZOOM

Seleccione la respuesta correcta.

La encuesta por zoom debería aparecer en su pantalla momentáneamente. Si no aparece, no dude en responder en el cuadro de chat o enviar un mensaje directo a los anfitriones.

2. ¿De qué manera su empresa debería mejorar su desempeño financiero?

(Puede haber más de una respuesta correcta)

- I. Implementar políticas que promuevan la diversidad de género.
- II. Crear directorios conformados exclusivamente por mujeres.
- III. Recopilar datos desglosados por género.
- IV. Ascender solo a mujeres hasta alcanzar la paridad.
- V. Establecer metas basadas en el género.

ALINEAR



GLOBAL

LOCAL

PARES

Para conversar entre pares: ¿cómo mantenerse a la vanguardia?

PRÁCTICAS ESPECÍFICAS DE SECTOR E INDUSTRIA



Lugar de trabajo

- Banco en Suecia: brecha salarial de género
- Banco en España: igualdad de condiciones
- Aerolínea en América Latina: aumento de mujeres pilotos



Mercado

- Una plataforma financiera en EE. UU.: soluciones para la inversión inclusiva
- Banco de América Latina: puso en marcha un programa de inclusión financiera para mujeres



Acelerar el avance

- Acelerador empresarial de los WEP
 - Evaluar
 - Entrar en acción
 - Conectar
 - Crecer
 - Impacto

Herramientas útiles y de vanguardia

Plan de acción sobre cuestiones de género

En este módulo, se detallan los pasos para elaborar un plan de acción que abarque eficazmente a toda la organización y promueva igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad.

PUBLICO

Lista de verificación para contratación con perspectiva de género

Esta lista de verificación ayuda a comprobar si el proceso de contratación de su empresa tiene perspectiva de género. Las firmas de Head-Hunters, los reclutadores y los departamentos de RR. HH. pueden usar esta lista en su trabajo diario.

SIGNATARIOS

Herramienta de evaluación de adquisiciones con perspectiva de género

Con esta herramienta, las empresas pueden evaluar sus avances en relación con sus políticas y prácticas de adquisiciones con perspectiva de género. La herramienta, que consta de 31 preguntas, identifica las deficiencias y las áreas de mejora.

SIGNATARIOS

ORADOR INVITADO



ROCÍO OLALLA
MÉRIDA

*Gerente de Experiencia del
Cliente*





Visite www.menti.com
y escriba el código que
compartimos en el
chat.

**Mencione tres actividades
que planea iniciar en su
organización.**

**Vuelva a calificar sus
conocimientos sobre este
tema.**



Certificate of Participation

YOUR NAME HERE

Participated in
Gender Equality & Capital Markets

In strategic collaboration with:



**ACOMPÁÑENOS EL
MIÉRCOLES PARA
COMPLETAR ESTE
CURSO Y RECIBIR SU
CERTIFICADO**

AGRADECEMOS A NUESTRO ORADORE INVITADO



GRACIAS A LAS EMPRESAS QUE NOS APOYAN OFICIALMENTE





En colaboración con



Con el apoyo de



 COLUMBIA | SIPA
School of International and Public Affairs

Sustainable Investing Research Initiative

Organizado por



The SSE is a UN Partnership Programme of



Descargo de responsabilidad

Toda la información y las opiniones que figuran en este documento, incluidas todas las cifras, los términos y las condiciones, se expresan en la fecha de presentación y están sujetas a cambios sin previo aviso. Ni la Iniciativa de SSE de las Naciones Unidas ni IFC asumirán responsabilidad alguna ante los destinatarios de este documento por las pérdidas, los costos o los daños supuestamente sufridos por dichos destinatarios como consecuencia del uso de este documento o de su confianza en él. Asimismo, ni la Iniciativa de SSE de las Naciones Unidas ni IFC aceptan responsabilidad alguna por las acciones adoptadas u omitidas por los destinatarios de este documento sobre la base de los asuntos incluidos en este documento u omitidos de él. Todos los nombres, los logotipos y las marcas registradas pertenecientes a la Iniciativa de SEE de las Naciones Unidas o a IFC que aparecen en este documento son propiedad de la organización correspondiente y no se pueden utilizar para ningún fin sin el consentimiento expreso por escrito de la organización correspondiente.

MUCHAS GRACIAS