



ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

# Igualdad de género y Trabajo Decente

Patricia Roa

Mayo, 2016





# Visión de la OIT

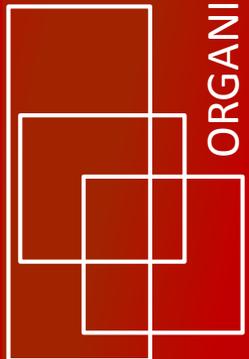
- Desde su fundación en 1919, la OIT ha estado comprometida con la promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el mundo laboral.
- Su visión sobre la igualdad de género, coincide con los cuatro objetivos estratégicos de la Organización: 1) fomentar los derechos laborales, 2) ampliar las oportunidades de acceder a un empleo decente, 3) mejorar la protección social y 4) fortalecer el diálogo al abordar temas relacionados con el trabajo.
- La igualdad de género se considera como un derecho humano fundamental, esencial para alcanzar el objetivo mundial de Trabajo Decente para todos.





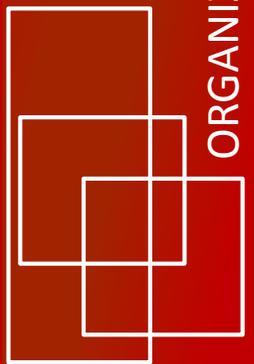
# Marco normativo OIT

- **Declaración de Filadelfia (1944):** igualdad de condiciones para hombres y mujeres.
- **Remuneración y discriminación:** Convenio 100 sobre igualdad de remuneración (1951) y Convenio 111 sobre la discriminación en el empleo y la ocupación (1958).
- **Protección a la maternidad:** Convenio 3 (1919), 103 (1952), 183 (2000) y Recomendación 191 (2000).
- **Conciliación:** Recomendación 123 (1965) sobre el empleo de mujeres con responsabilidades familiares y Convenio 156 (1981) sobre los trabajadores con responsabilidades familiares.





ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO



# Las mujeres en el trabajo

## Tendencias 2016

OIT, 2016



# I. Tasas de participación en la fuerza de trabajo

La brecha de género en las tasas de empleo y de participación en la fuerza de trabajo apenas se ha reducido.

En **2015**, la tasa de empleo de las **mujeres** fue de **25,5 puntos porcentuales menor** que las de los **hombres** (sólo 0,6 puntos porcentuales por debajo de la cifra de 1995).





## II. Empleo y desempleo

Las mujeres jóvenes se enfrentan al mayor riesgo de desempleo.

Tasa mundial de desempleo:

Hombres → 5,5%

Mujeres → 6,2%

\*Excepto en Asia Oriental, Europa Oriental y América del Norte como consecuencia de la reducción de las tasas de empleo de los hombres debido a la recesión económica

En América del Norte y los Estados árabes, la tasa de desempleo de las mujeres jóvenes casi duplica la de los hombres jóvenes: 44,3% y 44,1%, respectivamente.





## III. Tipo y calidad de empleo

La calidad de los empleos de las mujeres sigue siendo un desafío.

Reducción de la brecha de género de **19,5 puntos porcentuales** en 1995 a **10,6 puntos porcentuales** en 2015.

No obstante, **casi el 40% de las mujeres** con empleos remunerados **no contribuyen** a la **protección social**.

En África Subsahariana, América Latina y el Caribe, y Asia Meridional, **el empleo informal** es una **mayor fuente de empleo no agrícola** para las **mujeres** que para los hombres.





# III. Tipo y calidad de empleo

## Segregación sectorial y ocupacional

### Países de altos ingresos:

La principal fuente de empleo para las mujeres es el sector de la salud y la educación (30,6 %).

### Países de ingresos medios altos:

33,9% de las mujeres están empleadas en servicios de comercio mayorista y minorista, seguido del 12,4% en el sector manufacturero.

### Países de bajos ingresos y de ingresos medios bajos:

La agricultura sigue siendo la fuente más importante de empleo para las mujeres.





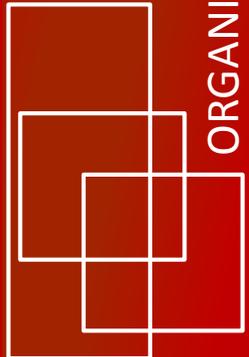
# IV. Brecha de género y labores no remuneradas

La brecha de género en la distribución de las labores de cuidado y las tareas domésticas no remuneradas significa que las mujeres tienen más probabilidades de menos horas a cambio de una retribución o beneficios.

Tanto en países de altos ingresos como en los de bajos ingresos, las mujeres asumen en promedio, dos veces y media más que los hombres las labores de cuidado y tareas domésticas no remuneradas.

Sin embargo, las mujeres empleadas tienen jornadas de trabajo más largas en promedio que los hombres empleados.

La brecha de género es de 73 minutos por día en países en desarrollo y de 33 minutos por día en los desarrollados.





## IV. Brecha de género y labores no remuneradas

Las escasas horas de trabajo de mujeres y horas de trabajo excesivas para los hombres, dificulta la distribución equitativa de las labores de cuidado y las tareas domésticas no remuneradas entre las mujeres y los hombres.

En el mundo, las mujeres constituyen menos del 40% del empleo total, pero componen el 57 % de quienes trabajan a tiempo parcial.

35,5% de los hombres que trabajan en los 100 países estudiados cuentan con más de 48 horas de trabajo por semana. Situación que empeora para el caso de los trabajadores autónomos.





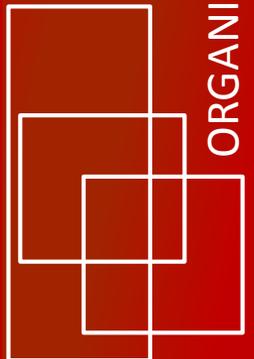
## V. Tendencias en América Latina

América Latina y el Caribe una de las regiones con mayor avance en la participación de las mujeres en el mercado laboral (aquellas que tienen empleo o están buscando uno activamente): subió de 44,5% en 1995 a 52,6 % en 2015.

Pero sigue existiendo una brecha de al menos 25 puntos porcentuales con los hombres, que tienen una participación en torno al 78%.

La tasa de desempleo de hombres en 2015 es de 5,4%, y de 8,1% en las mujeres.

Durante más de 10 años en América Latina la desocupación femenina equivale a más de 1,4 veces la de los hombres.





## V. Tendencias en América Latina

La tasa de informalidad laboral entre las mujeres es de 54%, 6 puntos por encima del 48% de los hombres.

66,6% de las mujeres trabajan en la categoría de remuneradas o asalariadas, 24,1% tienen trabajo por cuenta propia, 6,8% están en la categoría de trabajadores familiares auxiliares, y apenas 2,6% son empleadoras.

Alrededor de 80% de las mujeres se desempeñan en el sector de servicios, poco más de 11% en el de industria y 8,2% en agricultura.

Entre 15 y 24 años las mujeres tienen tasas de desocupación de 17,6%, casi 6 puntos por encima del 11,9 de los varones.





## VI. Apoyando la participación y liderazgo de las mujeres en la toma de decisiones

Las políticas de discriminación positiva corrigen la segregación ocupacional y promueven la participación y liderazgo de las mujeres.

Las cuotas o definición de objetivos específicos que fomenten la participación de las mujeres en actividades, niveles y sectores de los que han sido normalmente excluidas o en los que continúan estando sub-representadas.

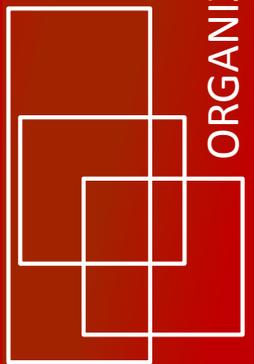
Lo anterior, puede aplicarse en diversos contextos como son los gobiernos, sindicatos, organizaciones empresariales y compañías.

A comienzos de los 2000, en América Latina el sistema de cuotas estaba normalmente establecido en un 30%, sin embargo, terminada la primera década, Costa Rica, Ecuador y el Estado Plurinacional de Bolivia ya habían aumentado sus cuotas al 50%.





ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO



# La mujer en la gestión empresarial. Cobrando impulso.

OIT, 2015



# La mujer como “motor del crecimiento económico”

La creciente participación de la mujer en el mercado de trabajo ha sido un importante motor del crecimiento mundial y la competitividad.

Diversos estudios han llegado a la conclusión de que el equilibrio de género en los equipos de gestión y juntas de administración es positivo desde el punto de vista financiero.

El obstáculo cultural que impide a la mujer llegar a los altos cargos en las empresas ha comenzado a ceder terreno, pero todavía persiste.

Si bien son mucho más numerosas las mujeres que ahora ocupan cargos directivos o son dueñas de empresas, aún hay escasez de mujeres en la cúspide de la pirámide empresarial.





# La mujer como “motor del crecimiento económico”

Cuanto mayores son las dimensiones de una empresa o una organización, más difícil será para una mujer ocupar el cargo de ejecutiva máxima.

Menos del 5% de los directivos de las principales empresas del mundo son mujeres.

Cuadro 1: Directoras Generales de las empresas cotizadas en bolsa

Bolsa	Porcentaje	Bolsa	Porcentaje
OECD <sup>1</sup>	< 5,0	Union Europea <sup>2</sup>	2,8
Latin 500 <sup>3</sup>	1,8	FTSE 100, Reino Unido <sup>4</sup>	4,0
US Fortune 500 <sup>5</sup>	4,8	ASX 200, Australia <sup>6</sup>	3,0
JSE Sudáfrica <sup>7</sup>	3,6	BSE 100 India <sup>8</sup>	4,0
Mexico Expansion 100 <sup>9</sup>	3,0	CAC 40 Francia <sup>10</sup>	0,0
SGX Singapur <sup>11</sup>	4,6	DAX 30 Alemania <sup>12</sup>	0,0
China <sup>13</sup>	5,6	NZSX 100 Nueva Zelandia <sup>14</sup>	5,0



# La mujer como “motor del crecimiento económico”

Cuadro 2: Porcentajes de lugares ocupados por mujeres en las juntas directivas, último año

>20 %	10-20 %	5-10 %	<5 %
Finlandia	Australia	Bélgica	Bahrain
Noruega	Austria	Brasil	Chile
Suecia	Canadá	China	India
Reino Unido	Dinamarca	Grecia	Japón
	Francia	Hong Kong China	Kuwait
	Alemania	Indonesia	Omán
	Israel	Irlanda	Portugal
	Países Bajos	Italia	Qatar
	Polonia	Malasia	República de Corea
	Sudáfrica	México	Federación de Rusia
	Turquía	Nueva Zelanda	Arabia Saudita
	Suiza	Singapur	Taiwan
	Estados Unidos	España	Emiratos Árabes Unidos
		Tailandia	

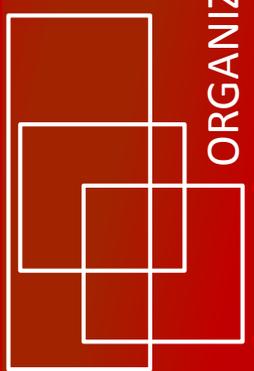
Fuente: Catalyst Inc. Knowledge Center, "Quick Take: Women on Boardss". 3 marzo 2014

- La encuesta Catalyst21 2013 muestra que, de un total de 44 países, solo en Finlandia, Suecia, Noruega y el Reino Unido, las mujeres representaban más del 20% de los miembros de las juntas directivas.



# Obstáculos al liderazgo de la mujer

➤ Las mujeres tienen más responsabilidad familiares que los hombres.	➤ Estereotipos opuestos al interés de la mujer.
➤ Los papeles que la sociedad atribuye a los hombres y las mujeres.	➤ Falta de capacitación de la mujer en técnicas de dirección.
➤ La cultura empresarial masculina.	➤ Falta de soluciones de trabajo flexibles.
➤ Las mujeres con insuficiente experiencia empresarial general o en puestos directivos.	➤ Falta de estrategia para conservar a las mujeres competentes.
➤ Pocas opciones de paradigmas femeninos.	➤ Prejuicios de género inherentes a la contratación y el ascenso/la función de dirección generalmente destinada a los hombres.
➤ No se estimula a los hombres a pedir licencia relacionada con responsabilidades familiares.	➤ Políticas de igualdad de género que existen pero no se aplican.
➤ La empresa carece de política y programas igualitarios.	➤ Leyes sobre el trabajo y de no discriminación insuficientes.





# ¿Qué pueden hacer las empresas para promover a la mujer en la gestión empresarial? (I)

1. Sensibilizar sobre los argumentos a favor de un mayor número de mujeres en cargos de dirección.
2. Establecer la igualdad de oportunidades/una **política de diversidad** – hacerla por escrito y distribuirla.
3. Establecer una **política sobre el acoso sexual** – procedimientos y sanciones.
4. Sensibilizar a los directivos sobre los estereotipos de género y los enfoques de diversidad.
5. **Evaluar los perfiles de los empleados** (sexo, edad, competencias, etc.).
6. Organizar una consulta/encuesta sobre las necesidades de los empleados en relación con las responsabilidades familiares.
7. Fijar objetivos y establecer un sistema de supervisión e información
8. Formular la planificación de las carreras de los hombres y las mujeres.





## ¿Qué pueden hacer las empresas para promover a la mujer en la gestión empresarial? (II)

9. Garantizar la **igualdad de acceso a la capacitación** para los hombres y las mujeres/capacitación especial para las mujeres.
10. Asignar a las jóvenes, tareas, cometidos, proyectos estimulantes y visibles.
11. Integrar a las mujeres, así como a los hombres, en todas las funciones de la empresa.
12. Organizar **modalidades de trabajo flexible** (tiempo y lugar – teletrabajo).
13. Prever **programas de reinserción después de interrupciones de carrera**/permanecer en contacto durante la licencia.
14. **Alentar a los empleados de sexo masculino a participar en las tareas familiares** (licencias, horarios de trabajo, etc.).
15. Contribuir a la organización del cuidado de los niños y personas de edad.
16. Establecer evaluaciones del desempeño basadas en los resultados de la labor del empleado.



## ¿Qué pueden hacer las empresas para promover a la mujer en la gestión empresarial? (III)

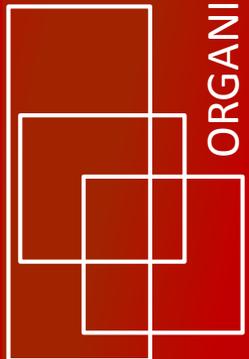
17. Estimular el trabajo en redes.
18. Organizar planes de orientación (normas y procesos no escritos).
19. Fomentar el patrocinio del nivel superior.
20. Atribuir premios de la empresa/rama de producción.
- 21. Nombrar a mujeres directivas, directoras generales, miembros de las juntas de dirección y los subcomités de estas juntas.**
22. Nombrar a las mujeres que ocupan cargos de gerente en cargos clave y estratégicos, no solo en la esfera de los RH, las finanzas y la RSE (responsabilidad social de las empresas).
23. Fomentar los paradigmas (mujeres directivas, hombres defensores de la causa femenina) y utilizarlos como ejemplos o fuentes de inspiración.
- 24. Es fundamental el compromiso de los altos directivos.**





# ¿Qué pueden hacer las organizaciones de empleadores para promover a la mujer en la gestión empresarial? (I)

1. Sensibilizar a su personal sobre los argumentos en favor de la diversidad de género y la igualdad.
2. **Diseñar y aplicar una política interna sobre igualdad de género.**
3. Sensibilizar a su personal sobre las estrategias empresariales para promover a la mujer en la gestión empresarial.
4. Promover el **equilibrio de género en el personal de las organizaciones**– como arquetipo.
5. Examinar mecanismos/estructuras para la ejecución de actividades relacionadas con el género.
6. Estudiar la posibilidad de **realizar una auditoría de género participativa** para definir una referencia y el camino a seguir.





## ¿Qué pueden hacer las organizaciones de empleadores para promover a la mujer en la gestión empresarial? (II)

7. Orientar a los afiliados y las empresas sobre cómo promover a la mujer en gestión empresarial y prestar asistencia mediante la autoevaluación o auditoría de las necesidades de la empresa.
8. Crear o fortalecer vínculos con las asociaciones de empresarias para conocer sus experiencias y estrategias y apoyar sus objetivos.
9. Promover **políticas para hacer frente a los obstáculos con que tropiezan las mujeres** empresarias (acceso a servicios de crédito, recursos, servicios de desarrollo empresarial, capacitación, etc.).
10. Promover **políticas sobre marcos jurídicos favorables al acceso de las mujeres** al nivel de adopción de decisiones en el sector privado.
11. Establecer alianzas con instituciones académicas para realizar investigaciones y con los medios para promover a las mujeres en la gestión empresarial.
12. Organizar premios anuales, exposiciones y ferias, para atraer la atención del público y los medios.

