



- Lugar:** Oficinas de CAP, Gertrudis Echeñique 220, Las Condes.
- Hora Inicio:** 9:00hrs.
- Hora Término:** 11:00hrs.
- Línea Temática:** Equidad de Género: implementación de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs).
- Sesión 4:** Principio 5: Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del empoderamiento de las mujeres.
Principio 6: Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo.
- Organismo Técnico:** ONU Mujeres. Equipo UN Global Compact NY Women's Empowerment Principles.
- Preside:** Elena Sanz, Vicepresidente de Sostenibilidad y Recursos Humanos Grupo CAP.
- Asistentes:** ACHS, Banco Scotiabank, CAP, ENAP, Entel, Eulen, Everis, Komatsu, Laboratorio Bagó, Sodexo, Sodimac, SERNAM y Comunidad Mujer, Área de Gestión de Proyectos y Área de Comunicación de Pacto Global

Expositora:

Carina Foladori

Profesional del Programa Mujer, Ciudadanía y Participación en Diseño Programático.

Socióloga con formación en Estudios Políticos Internacionales de la Unión Europea y en Ciencias Sociales orientadas a la Educación. Consultora para la OPS en Participación Ciudadana en el Sector Salud en la Región Metropolitana y participó en el Monitoreo Ciudadano a la Conferencia del Cairo. Ha sido consultora de la CEPAL en los Cursos e learning de Introducción a las Estadísticas e Indicadores de Género y en el curso de Medición de Violencia Contra las Mujeres.

Trabaja en el SERNAM, actualmente Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género, SERNAMEG, desde el año 2008, donde ha sido Encargada de Seguimiento y Desarrollo Programático del Programa Mujeres Jefas de Hogar, trabajó en el Departamento de Estudios diseñando contenidos para los cursos de capacitación y asesoró, apoyando metodológicamente a los Programas del Servicio, donde entre otras labores tuvo a su cargo el diseño, aplicación y análisis de un cuestionario para aquellas empresas que trabajaban con el Programa Buenas Prácticas Laborales con Equidad de Género.

El pasado martes 05 de julio 2016, se llevó a cabo la cuarta sesión de la Comisión de Relaciones Laborales de 2016 en las oficinas del Grupo CAP.

La reunión inició con una introducción a cargo de Angie Quiroga, Jefa de Área de Gestión de Proyectos y Evelyn Uribe, Coordinadora del Área de Gestión de Proyectos, quienes presentaron un resumen del trabajo realizado hasta el momento en las sesiones pasadas de la Comisión de Relaciones Laborales y sobre los Principios 5 y 6 de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres correspondientes a esta sesión. Se destaca además sobre las empresas chilenas que han



suscrito a estos Principios, destacando la reciente incorporación de Laboratorio Bagó que ha firmado este compromiso en el último mes.

La Comisión de Relaciones Laborales, trabaja en torno a un tema central que se desarrolla mediante 5 sesiones durante el año. Este ha sido seleccionado de acuerdo con la pauta indicada por la Oficina Mundial de Pacto Global y las solicitudes manifestadas por las empresas adheridas. La propuesta para el trabajo de este año recoge elementos del trabajo realizado durante 2015, esta vez trascendiendo a sesiones más prácticas, por lo cual se desarrollarán los Principios de Empoderamiento para la Mujer de ONU Mujeres, como herramienta para las empresas guíen sus acciones para promover la equidad de género en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad.

Los [Principios para el Empoderamiento de la Mujer \(WEPs\)](#), son una iniciativa aliada a ONU Mujeres y el Pacto Global, que provee un grupo de consideraciones para apoyar al sector privado como una guía a enfocarse en elementos cruciales para promover la equidad de género. Los WEPs se basan en la creencia de que para asegurar la inclusión del talento, habilidades, experiencia y energía de la mujer se requiere de acciones concretas, intencionales y del establecimiento de políticas deliberadas.

La sesión da inicio mediante una introducción sobre los Principios para el empoderamiento de las Mujeres, en esta ocasión se desarrollará información vinculada al Principio 4, citando las acciones que propone:

Principio 5: Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del empoderamiento de las mujeres.

- Extender las relaciones empresariales a las empresas dirigidas por mujeres, incluidas a las pequeñas empresas y a las mujeres empresarias.
- Promover soluciones que integren la dimensión de género a los obstáculos que suponen los créditos y los préstamos.
- Pedir a los socios y a las entidades pares que respeten el compromiso de la empresa de favorecer la igualdad y la integración.
- Respetar la dignidad de las mujeres en todos los productos de la empresa, ya sea de marketing u otros.
- Garantizar que los productos, servicios e instalaciones de la empresa no se utilicen para fines de trata de seres humanos y/o de explotación sexual o laboral.

Ejemplos Empresariales:

- Consciente del creciente papel que tienen las mujeres empresarias, un importante banco con sede en el Reino Unido lanzó una línea de servicios financieros específicos,



- de oportunidades para las microfinanzas y de préstamos para empresas y además, ofrece un centro de recursos en línea para las empresarias que dirigen pequeñas y medianas empresas.
- Un fabricante sueco ayuda a las mujeres productoras de materia prima en los países en vía de desarrollo a tratar directamente con el fabricante, lo que les permite
- mejorar sus ingresos al reducir el número de intermediarios de la cadena de suministros.
- Para poder concientizar al público internacional sobre el alcance de la violencia contra las mujeres, una multinacional de publicidad colaboró con una organización de las Naciones Unidas para desarrollar una campaña de sensibilización basada en el uso de la televisión y de Internet.

Principio 6: Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo.

- Dar ejemplo — compromiso de empresas de prestigio, para la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.
- Ejercer presión, de forma individual o conjunta, para defender la igualdad de género y colaborar con socios, proveedores y líderes comunitarios en la promoción de la integración
- Trabajar con los representantes de la comunidad y los cuerpos oficiales entre otros, con el fin de erradicar la discriminación y la explotación y de generar nuevas oportunidades para las mujeres y las niñas.
- Promover y reconocer el liderazgo femenino y su contribución en sus comunidades, así como garantizar la suficiente representación de las mujeres en cualquier mecanismo de consulta comunitaria.
- Utilizar programas filantrópicos y becas para apoyar el compromiso empresarial con la integración, la igualdad y la defensa de los derechos humanos.

Ejemplos Empresariales:

- Una importante empresa cosmética lanzó y vendió productos para poder reunir fondos a favor de las organizaciones que operan a nivel de la comunidad para erradicar la violencia de género en el mundo.
- Una multinacional minera con operaciones en Ghana implementó un programa de incorporación de la perspectiva de género a fin de animar a las empleadas a asumir mayores responsabilidades en la mina y a conectar con la comunidad local.
- Una multinacional textil con sede en los Estados Unidos concede becas a las organizaciones que operan a nivel de la comunidad para empoderar a las mujeres en las localidades donde realiza sus actividades.



Se invita a los participantes a conocer el documento completo que puede descargarse en este [link](#), este contiene una introducción de cada uno de los siete Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, integrando ejemplos empresariales de éstos en la práctica, acciones para conseguir y medir el progreso, hechos y cifras sobre el lugar ocupan las mujeres, y un glosario de género.

Actualmente suscriben a esta iniciativa 1261 empresas en diferentes países, de las cuales siete se encuentran en Chile: Chilectra S.A, CAP, Endesa Chile, Schneider Electric Chile S.A, SODEXO Chile, Unilever y Laboratorio Bagó. Se invita a las empresas que adhieren al Pacto Global a conocer estos principios y suscribirlos con el propósito de tomarles como pauta para incorporar en sus estrategias asociadas a promover la igualdad de género. Se propone para aquellas empresas interesadas, gestionar reuniones con sus altos directivos donde las representantes del Pacto Global, ONU Mujeres y la Presidenta de la Comisión y gestora de +Mujeres puedan resolver dudas y apoyar durante el proceso.

A continuación, Carina Foladori, Profesional del Programa Mujer, Ciudadanía y Participación en Diseño Programático, expuso sobre la participación y el rol de la mujer en el hogar, en ambientes sociales y en el mundo laboral. En la ocasión, Foladori explicó que las mujeres deben ser sensibles a sus realidades y desde ahí ver a los hombres.

Posteriormente, Foladori conversó con los asistentes sobre el tema de la participación en la mujer, las dificultades que enfrentan al atreverse menos y al miedo que tienen a equivocarse. Jugando un rol contradictorio debido a que como mujeres usualmente empoderan al otro, ya sea marido, pareja, hijos, etc. Es relevante destacar que difícilmente se empoderan a sí mismas.

Además, comentó que dentro de los procesos de participación es más importante la forma que el fondo, donde los procesos sean incidentes e instalen capacidades en las personas.

La relación con la comunidad, de acuerdo con la experta debiera ser permanente.

La gente no confía en las instituciones en Chile, la gente se reúne a participar, a conversar y no pasa nada. Si las mujeres logran gestionar acciones dentro de los *conversatorios* quiere decir que se logró el ejercicio, que se tuvo incidencia. Esto es participación sustantiva, cuando a la gente la hace sentido y se apropia de la participación.

- Ejemplo del MOP, la construcción de puentes va a duplicar el territorio nacional, pues evidentemente todo el comercio se potenciaría por esos puentes. ¿Cómo se le da legitimidad a esas propuestas? Sobre todo pensando que es algo que se verá reflejado en 30 años más. ¿Cuál es el tipo de desarrollo que se quiere?
- Muchas veces cuando se terminan los proyectos la gente se pregunta quién fue parte de esos procesos y por eso no se tienen proyectos con legitimidad.
- Ejemplo de la Ciudad de Juárez en México, frontera con Estados Unidos, tema de las desaparecidas de Juárez. Gracias a la fuga de una mujer se pudo ir conociendo qué pasaba con las mujeres, éstas formaban parte de las dinámicas del tráfico, siendo torturadas en pantalla y después vender estos video con la droga. Esto es una dinámica propia de las zonas de frontera. Entre México y Estados Unidos se tiene la frontera más grande entre el primer y tercer mundo.



¿Cómo se realizan las consultas a las personas? ¿Qué elementos utilizan? En lo personal, la expositora no puede imaginarse el significado de los tres túneles.

¿Qué significa para las dinámicas? ¿Qué significa para las comunidades Mapuches?

¿Qué tipo de consulta sería suficiente para abordar si usted quiere o no, que se construya este túnel? ¿Cómo se puede imaginar lo que la construcción va a generar?

¿Cómo se le da herramientas a la gente para esa consulta?

La participación supone un cierto nivel de información necesariamente.

Durante la reunión se problematizó.

- Participación ciudadana
- Rol privado?
- Aprender a equivocarse
- Procesos de participación más importante la forma y no el fondo
- La importancia de la participación dentro de la empresa, no solo hacia la comunidad.
- Juntarse menos y hacer más
- El hombre tampoco la pasa bien siempre (resiliencia y adaptación del hombre)

Además, habló también sobre los estilos de liderazgo, pues considera que las mujeres deben demostrar la ventaja competitiva que ofrecen en posiciones de liderazgo. Se debe demostrar además si es posible crear otro tipo de relaciones.

Hay que poner atención a los discursos de neutralidad.

Como complemento a la información presentada se sugiere consultar el video: Historia de la representación de las mujeres en la publicidad: <https://www.youtube.com/watch?v=5PvKiKvggd8>

Próxima sesión: martes 02 de agosto de 2016.

Debido al interés manifestado por las empresas asistentes sobre cómo el marketing y la publicidad pueden apoyar de buena forma el empoderamiento de las mujeres, en esta quinta sesión contaremos con la participación de Maribel Vidal, V.P. de Planificación Estratégica de McCann Erickson Chile, para recapitular el Principio 5: Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del empoderamiento de las mujeres y Lorena Herrera, Senior Manager Climate Change and Sustainability de KPMG, quien abordará sobre el Principio 7: Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.