Reconocimiento

“El talento no tiene genero”

Diciembre 2017

pwc

Introducción

Para esta segunda edición fueron invitadas a participar todas las Empresas legalmente constituidas, nacionales o multinacionales, con o sin fines de lucro, domiciliadas en el Ecuador de cualquier sector y tamaño.

Los organizadores realizaron una invitación directa a Gerentes Generales y de Recursos Humanos, de un grupo de empresas que se encuentran dentro de las 1000 más grandes del país tomando como base de datos de referencia la Superintendencia de Compañías y la base de afiliados de la Cámara de Industrias y Producción (CIP). Adicionalmente se hizo pública la invitación a través del Media Partner Ecuavisa y se hicieron publicaciones en redes sociales como Fabebook y Twiter.

Los resultados se desprenden del cuestionario que completaron las empresas participantes así como los resultados de la validación in situ que realizó el equipo de Consultores de PwC Asesores Empresariales.

Apertura del reconocimiento: **1 de Septiembre**

Cierre del reconocimiento : **11 de Octubre**

Presentación de resultados: **8 de Noviembre**

En la postulación ingresaron un total de: 115 empresas.

Metodología

Se elaboró un cuestionario de autoevaluación con 50 preguntas alineadas en 6 dimensiones: Demografía, Estrategia/Políticas, Comunicación, Atracción, Promoción / Desarrollo y Compensación.

Se obtuvo un reporte de las 91 Empresas que completaron la autoevaluación.

De acuerdo a la metodología las 3 organizaciones que tienen mayor puntuación, de cada una de las categorías, fueron visitadas in situ por PwC para validar la información.

Con base a la información evidenciada se procedió a tabular las respuestas y se seleccionaron 3 empresas que serán presentadas al Comité Evaluador

Se envió una carta para coordinar una visita a las empresas seleccionadas con el objetivo de validar la veracidad de las respuestas registradas en la autoevaluación.
Durante las visitas in situ se efectuaron las siguientes actividades: se solicitó y revisó información documentada, se entrevistó a diferentes representantes de la organización y se realizó una visita de las instalaciones con el fin de validar las respuestas de la autoevaluación.

Empresas Multinacionales participantes

1. Plan International
2. Citibank
3. Holcim
4. Schlumberger
5. Nestle
6. IBM
7. Kimberly-Clark
8. Bayer
9. Itabsa
10. Pfizer
11. Asevig Liderman
12. Repsol
13. Ecuaclorox
14. DHL Express
15. DHL Global Forwarding
16. Linde
17. General Motors
18. Yanbal
19. Cerveceria Nacional
20. Telefónica - Movistar
21. KLM
22. Agip Oil
23. Productos Avon
24. Glaxosmithkline
25. Gea Ecuador
26. Colgate Palmolive
27. Chubb
28. Intcomex
29. Claro
30. Un Techo Para Mi País
31. Quifatex

Empresas Nacionales participantes

1. Actuaria Consultores
2. ADITMAQ Aditivos y Maquinarias
3. Adpecor
4. AGPSA Almacenes Generales de Papeles
5. AMWAE Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana
6. Banco Central del Ecuador
7. Banco Guayaquil
8. Banco Pichincha
9. Banco Solidario
10. Bluecard Ecuador
11. Buen Trip Guentrip
12. CEAS
13. Centro de Investigación en Modelos de Gestión y Sistemas Informáticos CIMOGSYS - ESPOCH
14. Confiteca
15. Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja
16. Corporación Favorita
17. Corporacion Grupo Fybeca
18. Dk Management Services
19. Ejército Ecuatoriano
20. Equivida
21. ÉTICA - Metropolitan Touring
22. Fundacion ASOF
23. Fundación Espoir
24. Grupasa Grupo Papelero
25. Grupo Tao Advisors
26. Incelaire
27. Industria Textil La Vie En Rose
28. Industrias Mushee
29. Indusur
30. Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Empresas Nacionales participantes

31. Intimar Trading
32. Jael
33. La Fabril
34. Latinomedical
35. Metropolitan Touring
36. Moderna Alimentos
37. Oleoducto de Crudos Pesados OCP
38. Ortega y Guevara Domino It
39. Papelesa
40. Paragon Project Partners
41. Pazhorowitzabogados
42. Perez Bustamante y Ponce
43. Plus Trends Company
44. Pretium
45. Proysermesa
46. Radio Play Internacional
47. Rosa Burneo Alvarez
48. Salud
49. Seguros Equinoccial
50. Servicio de Acreditación Ecuatoriano
51. Siatigroup
52. Sociedad Ecuatoriana de Genética Humana
53. Surtioffice
54. Tecniseguros
55. Tomaquet S.A. (Organic Life)
56. Transhércules
57. Unacem Ecuador
58. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
59. Universidad San Gregorio de Portoviejo
60. Wiltshire

Dimensiones consideradas

Evolución en temas de equidad de género

En el período de un año logramos apreciar avances importantes en las practices utilizadas por las empresas.

Puntaje más alto
106 puntos
Multinacionales

Puntaje más alto
119 puntos
Multinacionales

Dimensión: Estrategia/Políticas

1. Política de respeto a la diversidad e inclusión, promovida por el equipo Directivo; estrategia de promoción de la misma para que sea conocida por el personal a través de publicaciones en su página web, intranet y capacitaciones internas desde la inducción.

2. Evaluaciones periódicas que permitan medir la equidad de género a todo nivel.

3. Política de gestión de compras y evaluación de proveedores que prohíba la discriminación y que otorgue prioridad a empresas dirigidas por mujeres con la finalidad de aportar a la igualdad de género y surgimiento de mujeres emprendedoras.

4. Políticas claras respecto a la prevención de bullying, acoso sexual y discriminación y establecimiento de un código de conducta para su prohibición y sanción.

Estudio tras estudio demuestran que la diversidad de género favorece el desarrollo económico y los resultados organizacionales:

Las compañías que tienen más mujeres como ejecutivas obtienen, en promedio, un 26% más de retorno del capital invertido. (Catalyst)

Según estudios, la participación igualitaria de género en la economía mundial representaría un crecimiento del 26% del PIB Global hasta el 2025.

Dimensión: Estrategia/Políticas

Programas que propicien un equilibrio de vida laboral y personal.

Enfoque en objetivos: Política de teletrabajo, horario flexible y trabajo parcial.

Programas de maternidad y paternidad adicionales a lo establecido por ley e incentivos para que los padres hagan uso de la licencia de paternidad.

Salas de lactancia dentro de la compañía

Dimensión: Estrategia/Políticas
Mejores Prácticas

- Modalidad de Programa de trabajo remoto, oficina virtual y días libres adicionales
- Programa "ArmEmocional" para apoyo psicológico a víctimas de acoso y violencia doméstica.
- Programa de acompañamiento en lactancia y nutrición.

- Proyectos para promover el emprendimiento de mujeres en comunidades marginales.
- Sala de lactancia móvil
- Posibilidad para trabajar desde casa en situaciones fortuitas.

Dimensión: Comunicación

Publicación permanentemente respecto a los avances en equidad de género.

Compromiso expreso de la Gerencia/Alta Dirección con el empoderamiento de mujeres y la equidad de género en medios masivos: prensa escrita, radio, tweets, blogs y televisión, etc.

Campañas y comunicaciones on line para la sensibilización del personal respecto a la igualdad de género y para la prevención de bullying, acoso sexual y discriminación.

Dimensión: Comunicación
Mejores Prácticas

- "Social Media Networks Policy" que define la parte visual y de marketing con enfoque en la diversidad e inclusión.
- Programa para "Mujeres emprendedoras".
- Evaluación GESA (Gender Equality Self Assessment) para evaluar tres áreas: Programas, comunicación-mercadeo y RRHH.

- Manual de lineamentos para medios de comunicación respecto a cómo usar un lenguaje incluyente.
- Grupo de líderes a nivel mundial "Connect women" que estimula la inclusión de mujeres.
- Apoya a organizaciones como centros de acogida a mujeres violentadas.

- Dotar a las mujeres de herramientas para emprender y tener sus propios ingresos.
- Programa "Supérate" en el cual se han graduado mujeres en prácticas de construcción.
- Realización de la "semana de la diversidad" efectuando foros y charlas.
- Programa para sensibilizar respecto al Acoso Callejero.

Dimensión: Atracción

- Los perfiles de puestos, convocatorias para reclutamiento y procesos de selección evidencian un claro compromiso con la equidad de género, no especifican el género en ningún documento.
- La empresa tiene métricas en el BSC de inclusión de mujeres para garantizar el avance en temas de equidad.

Dimensión: Atracción

- Metas en el BSC para la contratación de mujeres y para mantener la equidad en todos los niveles.
- Programa "Women Technology" que en conjunto con universidades fomenta la inclusión de mujeres en carreras de Ingeniería, ofreciendo pasantías a las mejores aplicantes.
- Acercamientos con escuelas de conducción, para solicitar información de mujeres inscritas para reclutarlas.

Dimensión: Promoción y desarrollo

- ✓ Definición de metas y cuotas para la participación de mujeres en posiciones Gerenciales.
- ✓ Capacitación permanente a todo el personal sin discriminación por género.
- ✓ Proyectos retadores e importantes para la empresa liderados por mujeres.
- ✓ Programas de mentoring y patrocinio de la Alta Dirección para mujeres.
- ✓ Planes de desarrollo individual que incluyen experiencias en áreas de staff y de línea para mujeres.
- ✓ Capacitación de líderes para que fomenten la diversidad en sus equipos y eviten la discriminación por género.
- ✓ Grupos de mayor potencial que mantengan igualdad de género.
- ✓ Planes de sucesión que cuenten con una participación importante y equitativa de mujeres.
- ✓ Evaluaciones de desempeño que garanticen objetividad.

Dimensión: Promoción y desarrollo
Mejores prácticas

01

- key performance objectives que incluyen metas y cuotas para la participación de mujeres en posiciones de Alta Dirección
- El BSC define en sus metas estándares de género para garantizar equidad.

02

- Programa de coaching y mentoring dirigido a las futuras líderes.

Dimensión: Compensación

La política salarial no hace distinción de género en posiciones de igual responsabilidad y es revisada periódicamente para evitar que surjan diferencias.

Beneficios para la organización

Contar con todo el talento disponible de la organización

Mejorar la rentabilidad y eficiencia de la compañía

Contribuir a la innovación y productividad

Reforzar la imagen de marca y reputación

Ser un referente empresarial alineado a las tendencias globales

Convertirse en un empleador de preferencia

Empresas Finalistas – Compañías Multinacionales

Schlumberger

Ganadora

PLAN INTERNATIONAL

citibank

Finalistas

Empresas Finalistas – Compañías Nacionales

BANCO GUAYAQUIL

Ganadora

FARMACIAS Fybeca Somos parte de tu vida

Finalista

"Mejores prácticas en Equidad de Género"

Diciembre 2017

pwc

Introducción

Siendo la primera edición de este reconocimiento fueron invitadas a participar todas las Empresas legalmente constituidas, nacionales o multinacionales, con o sin fines de lucro, domiciliadas en el Ecuador de cualquier sector y tamaño.

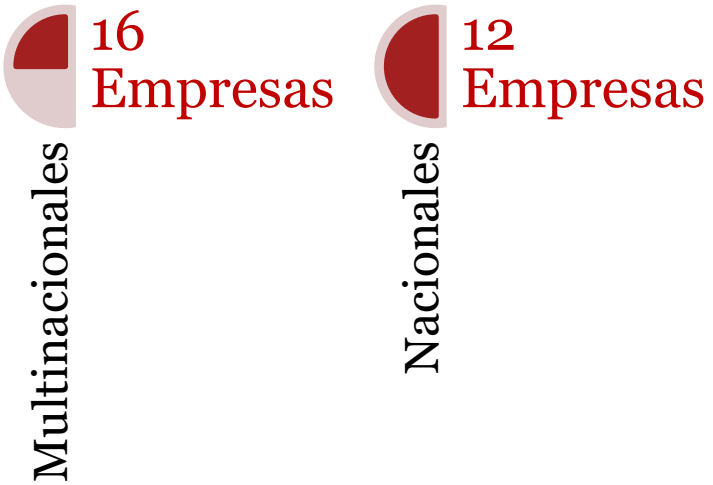
Los organizadores realizaron una invitación directa a Gerentes Generales y de Recursos Humanos, de un grupo de empresas que se encuentran dentro de las 1000 más grandes del país tomando como base de datos de referencia la Superintendencia de Compañías y la base de afiliados de la Cámara de Industrias y Producción (CIP). Adicionalmente se hizo pública la invitación a través del Media Partner Ecuavisa y se hicieron publicaciones en redes sociales como Facebook y Twiter.

Los resultados de esta presentación se desprenden del cuestionario que completaron las empresas participantes así como los resultados de la validación in situ que realizó el equipo de Consultores de PwC Asesores Empresariales.

Apertura de postulaciones: **1 de Septiembre**

Cierre de postulaciones : **11 de Octubre**

Total Empresas participantes: 28 empresas.



Dimensiones consideradas

Empresas finalistas

Schlumberger	CERVECERÍA NACIONAL	BANCO PICHINCHA En confianza.	GM General Motors
Multinacional	**Multinacional**	**Nacional**	**Multinacional**
Women and technology Ecuador 2017	**Rompiendo paradigmas**	**Programa de inteligencia de género (IG)**	**Women in action**

Schlumberger

Práctica Equidad de Género

Women and technology Ecuador 2017

Descripción de la Práctica

- Iniciativa dirigida a estudiantes universitarias en carreras de Ingeniería
- Tiene como principal objetivo mostrar a las estudiantes la Innovación continua en la industria del petróleo y las oportunidades de Liderazgo que tendrían al escoger esta industria como su futura carrera profesional.
- Women and Technology tiene dos etapas:

  1.- Fortalecimiento de la relación con tres Universidades que disponen de carreras de Ciencias de la Tecnología para hacer un proceso de reclutamiento de 60 estudiantes, que fueron invitadas a participar en un Taller con panelistas de SLB para abordar la problemática actual de las mujeres en carreras de Ingeniería.

  2.- Casa Abierta donde se realizaron varios workshops y actividades asignadas a las estudiantes en base a las principales tecnologías que dispone SLB.

  Las cinco personas con mejores puntuaciones obtuvieron una Pasantía para trabajar en SLB tanto en campo como en las oficinas base en Quito.

  Se estima realizar este tipo de iniciativas todos los años a fin de incrementar el porcentaje de mujeres en carreras técnicas de Ingeniería.

CERVECERÍA NACIONAL

Práctica Equidad de Género

Rompiendo Paradigmas

Descripción de la Práctica

- Esta práctica tiene como objetivo incrementar la participación de mujeres en la empresa, tanto en cargos gerenciales como operativos.
- Se realizó un taller de Diversidad e Inclusión para Line Managers, donde se incluyeron temas como selección sin sesgo. Y también se trabajó con todo el grupo de mujeres de la empresa para eliminar sus propias barreras mentales a la hora de evaluar oportunidades de carrera.
- La empresa incrementó en 3 puntos porcentuales la participación de mujeres, alcanzando un 24%. Este es el número más alto en la región.
- En el área de ventas, que era de los principales focos, existe el 46% de participación. De los cuales el 49% son líderes de área.
- La práctica se expandirá hacia la comunidad, donde las tienderas recibirán capacitación y asesoramiento para que sigan siendo emprendedoras exitosas.
- La empresa ha incluido dentro de las competencias corporativas, la competencia de Diversidad e Inclusión, por lo que la práctica es sostenible en el tiempo.

BANCO PICHINCHA
En confianza.

Práctica Equidad de Género

Programa de inteligencia de género (IG)

Descripción de la Práctica

El programa de Inteligencia de Género tiene impacto directo en la implementación de la propuesta de valor del mercado mujer dentro del banco y para los clientes.

Se ha diseñado líneas de crédito con Organismos Multilaterales que tienen como objetivo promover el desarrollo de mujeres microempresarias. En 2016 se realizaron 1.066 operaciones por un valor aproximado de US$ 4 millones.

La principal diferencia de estos créditos es el tipo de garantía que requieren pues básicamente no necesitan respaldo del cónyuge.

El banco realizó un estudio en donde se evidenció que las mujeres ahorran 16% más que los hombres, son más leales, mejores pagadoras y tienen el 80% de decisiones de compra por lo que, el Banco identificó la necesidad de acercarse por ese nivel de potencial que tienen.

Este producto respondió a esa necesidad de forma oportuna volviéndolas más independientes.

General Motors

Práctica Equidad de Género

Women in Action

Descripción de la Práctica

Se busca alinear la operación local a la política global, Programa tiene 3 ejes:

1. Selección: Vinculación de mujeres en Manufactura en acuerdo con Universidades e Institutos técnicos. En las últimas contrataciones de mano de obra técnico administrativo de manufactura, el 50% han sido mujeres y el 80% ha pasado a nómina. Internamente el clima laboral ha mejorado y se ha generado resultado de negocio pues, este año lograron la certificación Carbono neutro que fue un proyecto liderado por mujeres.
2. Capacitación: Planes y Programas específicos que incluyen Diversidad, Universidad de Manufactura (con instructores internos).
3. Programas de Apoyo: espacios de comunicación enfocados a mujeres: Capacitación a esposas de los colaboradores; programas de RSC dirigido a mujeres de comunidad de Tabuchila para dotarlas de herramientas para que puedan emprender y salir del desempleo o independizarse.

En el plan de negocios hay un objetivo del 50% de finalistas en las nuevas contrataciones y cuando ingresan se realizan intervenciones para garantizar su adaptación y permanencia.

Los talleres a esposas se hace todos los años como parte del plan de negocios al igual que los talleres de Tabuchila pues son considerados como una prioridad estratégica.

Aspectos a destacar de las practices seleccionadas

Empresa ganadora