

Postulación Premio Igualitario: Comunicación Interna

ESTRATEGIA: Equidad de Género - #NOSVEMOSIGUAL

Nos propusimos informar internamente todo lo que hacemos a través de nuestras marcas, nuestros programas de impacto en la comunidad y nuestras políticas internas en materia de equidad de género. Detrás de 3 estrategias puntuales:

- 1.- **Awareness:** vitamin sessions, charlas con líderes internos (Ejemplo: Susana Elespuru, primera Gerente General mujer de P&G Peru) y externos sobre el tema, campañas de marcas.
- 2.- **Entrenamientos:** MARC (Men Advocating for Real Change) plan de entrenamiento de P&G (en asociación con Catalyst) enfocado a traer a los hombres a abogar por la equidad de género, Gender Speak, Closing the confidence gap, Diversidad en estilos de liderazgo, Marcas con Propósito.
- 3.- **Apoyo:** Facilitamos la conversación entre mujeres y entre hombres y mujeres sobre el tema a través de Women's Networks, Lean In Circles, Coaching sessions, Reverse mentoring, discusiones sobre etapas de vida, entre otros. También, facilitamos la integración de la vida personal y laboral detrás de las siguientes políticas/beneficios: Horario Flexible, Roles free location, Trabajo desde casa, Early Friday, Maternity leave hasta de 12 meses (sin goce de haber), ALBENTURE- servicio como de consejería/gestoría gratuito que nos ayuda con diligencias y cosas que debemos hacer fuera de la oficina, para así, liberarnos tiempo. Clases Yoga y Vana Coach en las oficinas, Sala de lactancia muy bien situadas y equipadas en nuestras oficinas, Servicio gratuito de nutricionista.

Como el mayor anunciante del mundo, aprovechamos nuestra voz en la publicidad y los medios para hacer frente a prejuicios de género. Consideramos que tenemos la responsabilidad usar la voz de nuestras marcas para generar conciencia, cambiar actitudes y comportamientos y para hacerlo visible. Para hacer esto en una manera auténtica y creativa, de una manera tiene sentido para nuestras marcas, hemos hecho campañas con nuestras diferentes marcas como Always #ComoNiña, Ariel #ShareTheLoad, Gillette #TheBestaMancanBe, SKII #ChangeDestiny, P&G #NosVemosIgual, Pampers #change

Utilizamos estas campañas para comunicar internamente nuestra aspiración, nuestro propósito y despertar conversaciones sobre el tema.

Ariel #ShareTheLoad: <https://www.youtube.com/watch?v=8QDlv8kfwIM>

Always #ComoNiña: <https://www.youtube.com/watch?v=XjJQBjWYDTs>

Always #ComoNiña: <https://www.youtube.com/watch?v=Emawq64b0DU>

Gillette #TheBestaMancanBe: <https://www.youtube.com/watch?v=koPmuEyP3a0>

SKII #ChangeDestiny: <https://www.youtube.com/watch?v=irfd74z52Cw>

P&G #NosVemosIguar: <https://www.youtube.com/watch?v=g6E4pfAzUCE>

Resultados:

85 % de las mujeres han participado en algún womens network, lean in circle.

90% de la organización ha recibido algún tipo de entrenamiento o vitamin session.

90% del equipo de liderazgo recibió el training de Marc.

**MARC (Men advocating for real change) es el plan de entrenamiento de P&G (en asociación con Catalyst) enfocado a traer a los hombres a abogar por la equidad de género. La equidad de género no es un esfuerzo de "mujeres para mujeres", o algo que las mujeres necesitan "arreglar". Nos lleva a todos. Los hombres tienen un papel fundamental como agentes de cambio.

Mejora en la encuesta interna Organizacional sobre Equidad de Género de Febrero 2019 vs 2018: +12 pts.

Último resultado de Auditoría de equidad salarial: 0.17

**Auditorías de equidad salarial:

Los resultados estadísticos de D de Cohen demostraron que el género es una variable que no influye en nuestra compensación, ya que nosotros pagamos por performance y tiempo en la banda. El valor que dio fue de 0.17. Cuando el valor de "d" se encuentra más pegado a 0 significa que el género no influye en el salario. Según la teoría de Cohen, de 0.2 a 0.5 la relación es baja. En este caso el valor es 0.17 por lo que es muy baja la relación entre salario y género.

Las prácticas de equidad salarial y un lugar de trabajo equitativo son las creencias fundamentales de P&G y son esenciales para el éxito a largo plazo de la compañía. Las prácticas de pago justo de P&G se basan en: una clara filosofía de compensación articulada, un conjunto bien definido de políticas de compensación y estructura; procesos robustos de auditoría de ejecución y de equidad salarial.

Algunas fotos de lo que hicimos este año:







Ana Sofía Hernández
Gerente Senior de Comunicaciones del
Cluster Pacífico en Procter & Gamble

El Estado

A inicios de abril del presente año, se aprobó a través del Decreto Supremo N° 008-2019-MIMP la Política Nacional de Igualdad de Género, la cual es de aplicación inmediata a todas a las instituciones de administración pública y que busca lograr la autonomía de la mujer desde diversas aristas: física, económica, etc. En otras palabras, esto connota acortar la discriminación estructural contra la mujer en el Perú. Mariangela Zuloaga se refirió sobre este documento.

“Al contar con análisis multidimensional la norma ha ampliado el espectro de análisis y de intervención, y aborda los diferentes ámbitos de desarrollo de la mujer: económico, social, cultural, ambiental y político. En ese sentido, considero que ha sido un gran avance en cuanto a políticas vinculadas a los derechos sexuales y reproductivos, el empoderamiento de la mujer y su participación en el mercado laboral”.

Sin embargo, hizo hincapié en un apartado que merece una evaluación: la licencia de paternidad. “Existe una normativa que urge una revisión como la licencia de paternidad. Si bien la extensión de la licencia es de las más altas de la región, 10 días de licencia sigue siendo muy poco. Este tipo de normativas, en las que se hace muy clara la diferencia entre hombres y mujeres refuerzan los estereotipos de género, que atribuyen sólo las mujeres la responsabilidad del cuidado de los hijos e hijas y las tareas domésticas”.

Tiempo para ellas

No se puede terminar esta nota sin apuntar lo esencial que es el tiempo para las mujeres, pilar para que ellas aprovechen las oportunidades. En esa línea, la representante de Aequales expresó lo limitante de este aspecto.

“Otra gran barrera para las mujeres es el uso del tiempo. De acuerdo a encuestas realizadas por el INEI las mujeres peruanas trabajan en promedio 9 horas con 15 minutos más que los hombres por semana, ello contando el trabajo remunerado y no remunerado (tareas domésticas y de cuidado de hijos e hijas o parientes), esto conlleva a tener una barrera de tiempo. Esta distribución desigual de horas hace que las mujeres tengan una sobrecarga de trabajo”

Finalmente, la gerente de P&G volvió a enfatizar en el papel de la otra parte en la cuestión: el hombre. Aquí, difundir entre los padres la distribución equitativa de tareas en casa es vital para con los más pequeños. Y es que si no se comienza por una educación que contemple la igualdad de roles entre niñas y niños, corre riesgo el futuro de ellos, su desarrollo personal y profesional.

“Para lograr la equidad de género e igualdad de representación en las empresas, en todos los niveles gerenciales y en todos los niveles de la compañía, tenemos que empezar por involucrar a todos los hombres en la promoción de la equidad de género. Ellos deben de entender cuál es la dimensión del problema, deben comprender los sesgos, los mitos, hay que involucrarlos. Si es que se ve el problema uno de exclusividad de las mujeres, no vamos a avanzar”, concluyó.

