



UNIVERSIDAD
EAFIT

**Valor
Público** Centro de
estudios
e incidencia

Documento de actualización de la línea de base de la situación de las mujeres en el sector empresarial antioqueño a partir de los instrumentos existentes

Documento de actualización de la línea de base de la situación de las mujeres en el sector empresarial antioqueño a partir de los instrumentos existentes

Tabla de contenido

<i>Documento de actualización de la línea de base de la situación de las mujeres en el sector empresarial antioqueño a partir de los instrumentos existentes</i>	1
<i>Introducción</i>	3
<i>Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) Cámara de Comercio 2021</i>	4
Personas Naturales.....	5
Personas Jurídicas	9
Tabla resumen.....	13
Conclusiones y recomendaciones para el instrumento	18
<i>Ranking Par</i>	21
Gestión de objetivos.....	23
Cultura organizacional	32
Estructura organizacional	39
Gestión del talento humano	42
Gestión de la crisis.....	49
Conclusiones y recomendaciones para el instrumento	52
Tabla resumen.....	55
<i>Encuesta de Equidad de Género ANDI</i>	68
Tabla resumen.....	74
Conclusiones y recomendaciones para el instrumento	77
<i>Conclusiones generales</i>	78
<i>Referencias</i>	81





Introducción

El presente informe recoge los esfuerzos realizados por la Alianza Empresarial por la Equidad de Género para generar evidencia empírica, que permita hacer un seguimiento a la situación de las mujeres en el sector empresarial antioqueño. En el año 2021 se levantó la primera línea de base en la materia, a partir del análisis de tres instrumentos de medición: formulario RUES de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia 2020, las mediciones realizadas por el Ranking Par de Aequales a las empresas en 2019 y 2020 y la Encuesta de Equidad de Género de la ANDI Seccional Antioquia 2022.

Partiendo de esta línea de base, este informe presentará la actualización de los principales indicadores en la materia a partir de los tres instrumentos existentes, con el fin de realizar un ejercicio comparado que permita identificar las trayectorias del fenómeno. A continuación, se realizará un análisis descriptivo estos instrumentos de medición, cada uno de ellos presenta la descripción general de las empresas que son analizadas, así como los datos sobre el comportamiento, los avances y retos respecto a la reducción de las brechas de género al interior de dichas compañías. Es importante anotar que los tres instrumentos presentan variaciones en sus estructuras e indicadores, anotaciones que se presentan a lo largo del texto para orientar a los y las lectoras.



 <p>Cámara de Comercio 2021</p> <p>RUES persona natural</p> <p>RUES persona jurídica</p>	 <p>Ranking Par 2021</p> <p>Datos 2021</p> <p><u>Gestión de objetivos:</u> políticas, planes, diagnósticos, presupuestos, comité.</p> <p><u>Cultura organizacional:</u> Conciliación, acoso sexual, maternidad y paternidad</p> <p><u>Estructura organizacional:</u> distribución posiciones de liderazgo.</p> <p><u>Gestión del talento humano:</u> Contratación, ascensos, capacitaciones, etc.</p> <p><u>Gestión de la crisis sanitaria</u></p>	 <p>Encuesta de Equidad de Género de la Andi 2022</p> <p>Empleados hombres y mujeres en los distintos niveles de la empresa.</p> <p>Políticas en equidad de Género.</p> <p>Herramientas y acciones que promueven la equidad.</p>
--	--	--

Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) Cámara de Comercio 2021

Las cámaras de comercio están encargadas de administrar la información consignada en el Registro Único Empresarial y Social (RUES), el cual permite ofrecerle al Estado, la sociedad, los empresarios y demás entidades una herramienta confiable de información unificada a nivel nacional e internacional. Desde el año 2021, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia ha incorporado un conjunto de preguntas en el formulario del Registro Único Empresarial y Social (RUES), estas se orientan a la caracterización de la situación de las mujeres en el sector empresarial antioqueño. La información que se presenta en este informe se encuentra actualizada con corte al 31 de diciembre de 2021.

En primer lugar, es importante señalar que se registra un incremento para el año 2021 de empresas matriculadas y renovadas. En el año 2020 el universo con el que se trabajó esta línea base fueron 109.628 empresas entre personas naturales y personas jurídicas, para el año 2021 se contó con un

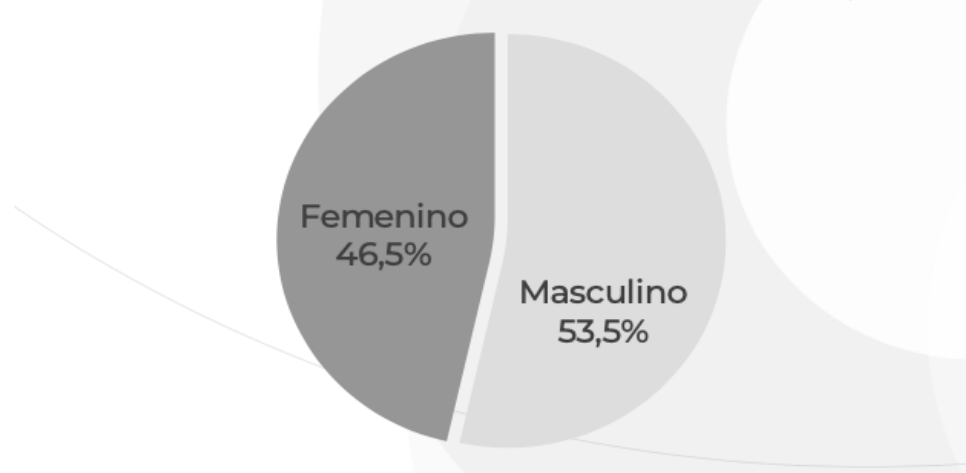


total de 136.376 empresas cuyos datos se tuvieron en cuenta para este informe de *Participación de las mujeres en la base empresarial* (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2022).

Personas Naturales

De las 136.376 empresas en 2021 que diligenciaron el formulario, 80.462 son personas naturales. De estas el 46,5% son mujeres y el 53,5% son hombres. Cifras similares a la medición anterior (2020) en la que el 46,2% eran mujeres y el 53,8% hombres.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PERSONAS NATURALES SEGÚN GÉNERO, 2021

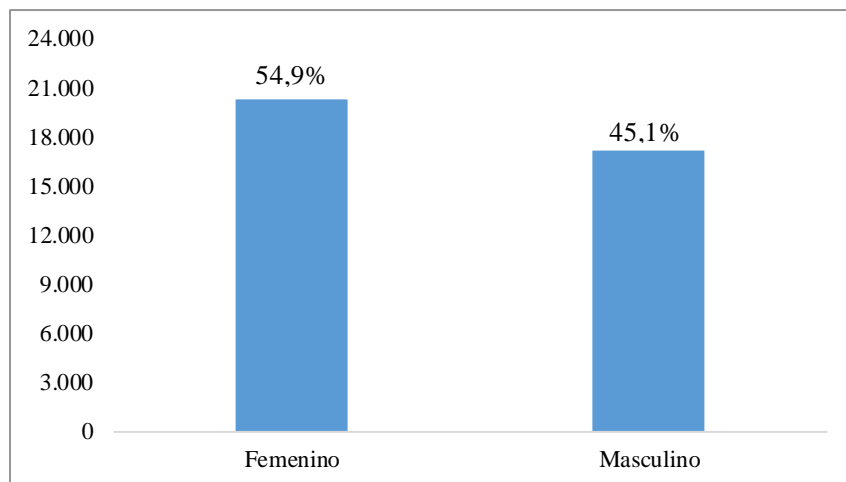


Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

El número de mujeres empleadas en las empresas son 43.625, cifra que presentó un aumento en relación con la anterior medición donde se 37.545 mujeres empleadas. De acuerdo con el sexo de la persona natural, el 54,9% de las mujeres empleadas se encuentran en las empresas cuyo representante legal es de género femenino y el 45,1 es el porcentaje de mujeres empleadas en empresas con representante legal de masculino. Así, es mayor el porcentaje de mujeres que son empleadas en empresas cuya persona natural es de género femenino. En relación con los resultados de 2020 la variación para esta pregunta es mínima, por el contrario, sí se evidencia un aumento entre el número de mujeres empleadas para el año 2021 en relación con 2020.

Gráfico 1. Mujeres empleadas en la empresa, según género de la persona natural





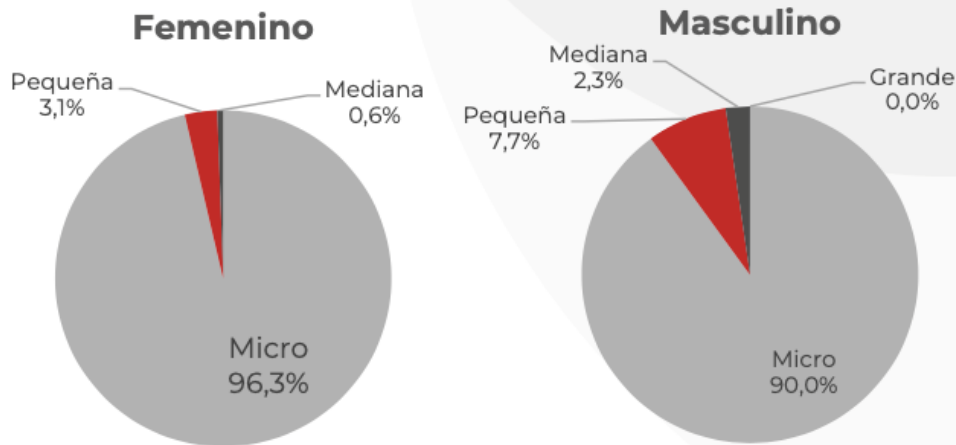
Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

En relación con el género de la persona natural y el tamaño de la empresa, de las personas naturales identificadas con género femenino, el 99,4% corresponden a microempresas, el 0,5% pequeñas empresas y el 0,1% medianas empresas. Por su parte de hombres registrados como persona natural, el 98,5% son microempresas, el 1,3% pequeñas empresas y el 0,2% medianas empresas. En ambas mediciones 2020 y 2021 el mayor porcentaje de la base empresarial son microempresas y en menor medida pequeñas empresas (Menos del 2%) y medianas empresas (Menos del 1%).

La clasificación de acuerdo con el tamaño de la empresa también se relaciona con el número de mujeres empleadas. Para el caso de las empresas cuya persona natural es mujer, del total de mujeres empleadas el 96,3% se encuentra laborando en microempresas, el 3,1% en pequeñas empresas y el 0,6% en medianas empresas. En las empresas donde la persona natural registrada es hombre, del total de mujeres empleadas el 90% laboran en microempresas, el 7,7% en pequeñas empresas y el 2,3% corresponde a medianas empresas. En relación con la medición anterior, para 2021 tanta para personas naturales hombres y mujeres se presentan pequeños aumentos del número de mujeres laborando en microempresas, asimismo en ambos casos se registraron pequeñas reducciones del porcentaje de mujeres que labora en pequeñas y medianas empresas. Lo anterior, evidencia la importancia de las microempresas, no solo son la mayoría de la base empresarial en personas naturales, también son las que más mujeres tienen empleadas.



MUJERES EMPLEADAS, SEGÚN GÉNERO DE LA PERSONA NATURAL Y TAMAÑO DE LA EMPRESA



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

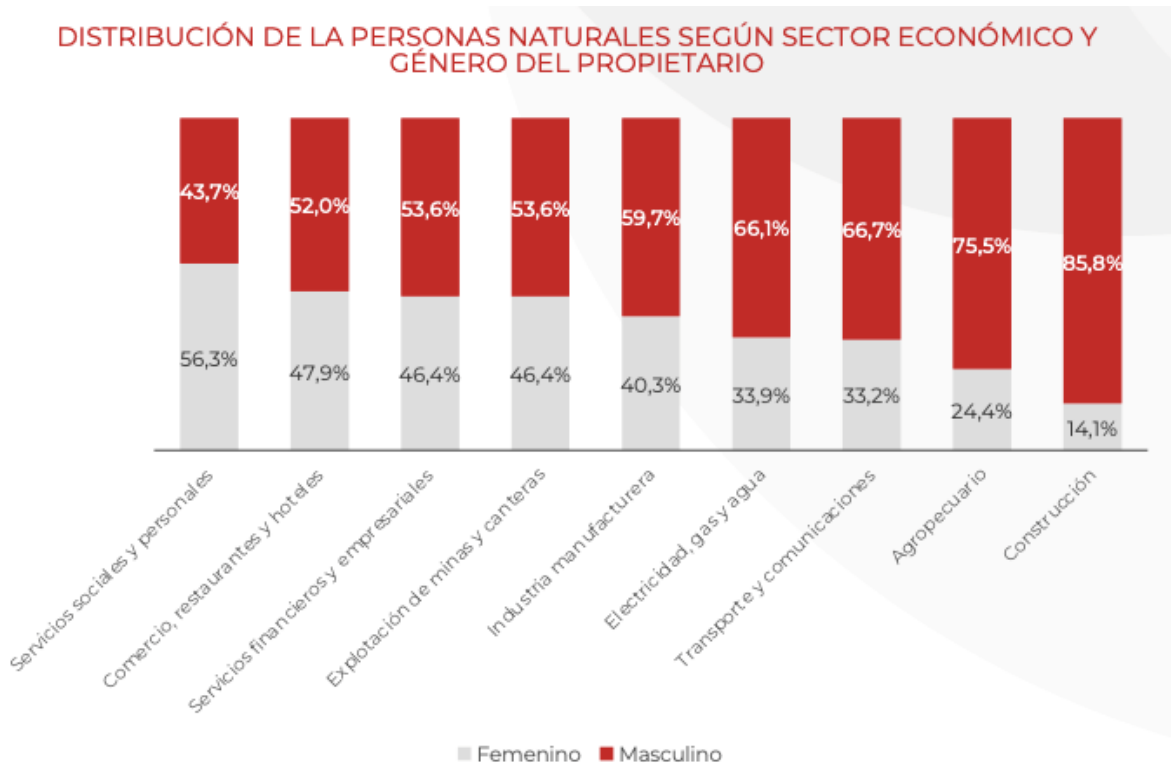
En relación con los sectores económicos en los que se clasifican las actividades de la empresa y el género de la persona natural, el mayor porcentaje de personas naturales mujeres se ubica en el sector servicios sociales y personales con un 56,3% en relación con un 43,7% que son hombres, este es el único sector tanto para 2020 y 2021 en el que es mayor el porcentaje de personas naturales mujeres respecto de los hombres, en los demás sectores económicos es mayor el porcentaje de personas naturales hombres.

Para 2021 en relación con la persona natural representante legal de la empresa para el sector comercio, restaurantes y hoteles el 52% son hombres y el 47,9% mujeres; en servicios financieros y empresariales, el 53,6% son hombres frente a un 46,4% que son mujeres; sector explotación de minas y canteras 53,6% hombres y 46,4% mujeres; industria manufacturera registra un 59,7% hombres y un 40,3% mujeres; electricidad, gas y agua tiene un 66,1% hombres en relación con un 33,9% mujeres; transporte y comunicaciones 66,7% hombres y 33,2% mujeres; sector agropecuario 75,5% hombres y 24,5% mujeres; finalmente, el sector de la construcción registra como personas naturales hombres al 85,8% y un 14,1% mujeres.

Al realizar una comparación entre 2020 y 2021 se evidencian algunos cambios importantes, el primero de ellos es el incremento de mujeres propietarias en el sector minas y canteras, para 2020 era el 15% y en 2021 asciende al 46,4%. En el sector construcción también se evidencia un leve aumento de mujeres propietarias pasando de un 12,4% a un 14,1%. Por otro lado, se registró un



descenso en el porcentaje de mujeres propietarias en los sectores de electricidad gas y agua de un 39,3% en 2020 a un 33,9% en 2021 y en el sector de industria manufacturera pasando de un 42,2% en 2020 a un 40,3% en 2021. Finalmente, el sector agropecuario, de transporte y comunicación conservan porcentajes similares entre los años 2020 y 2021.



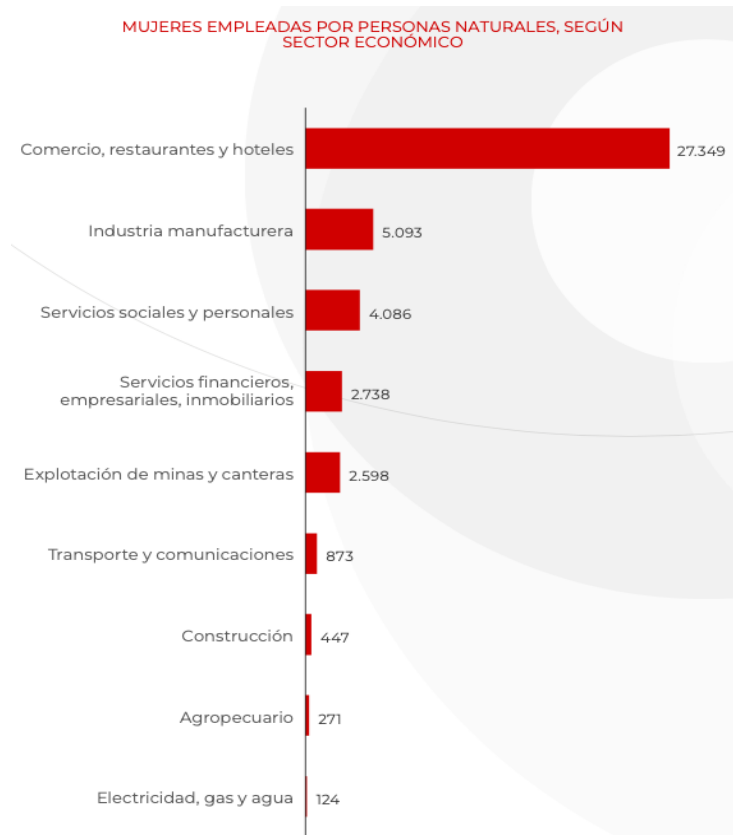
Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

De las 43.625 mujeres que se encuentran empleadas por personas naturales, el 62,9% trabajan en el sector comercio, restaurantes y hoteles, el 11,6% laboran en la industria manufacturera, el 9,3% se ubican en el sector servicios sociales y personales, el trabajan en el sector servicios financieros, empresariales e inmobiliarios (6,2%) y el 5,9% laboran en el sector de explotación de minas y canteras. En menor proporción se encuentran mujeres empleadas en los sectores de transporte y comunicaciones (2%); construcción (1%); agropecuario (0,6%) y electricidad, gas y agua (0,2%).

Un asunto importante para señalar frente a esta variable es que en la línea de base anterior se media el porcentaje de mujeres empleadas por sector en relación con el género de la persona natural. Para este nuevo informe se mide el número de mujeres empleadas en general tanto por hombres y mujeres propietarios en relación con el sector. En relación con el año anterior prevalecen los



sectores comercio, servicios sociales, financieros y manufactura como aquellos en los que más mujeres se encuentran laborando, a su vez persisten los retos ya señalados en la anterior línea de base sobre la necesidad de involucrar más mujeres en sectores tradicionalmente masculinizados como transporte y comunicaciones, construcción, agropecuario y electricidad, gas y agua.



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

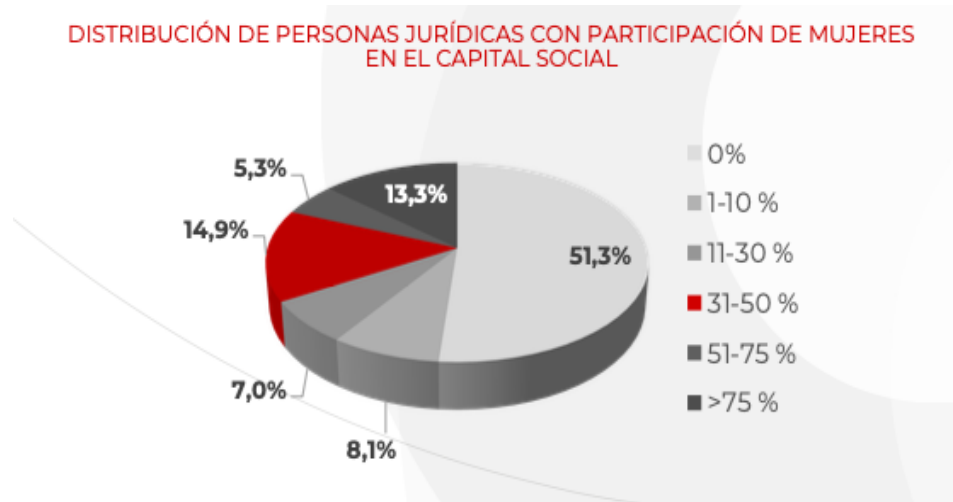
Personas Jurídicas

Para las 55.914 sociedades que hicieron parte de este análisis, aún persisten retos frente a la participación de las mujeres en el capital social de la empresa¹, ya que el 51,3% de estas indica que las mujeres no tienen ninguna participación en el capital social, esta cifra registra un leve aumento en relación con la medición de 2020 donde era un 50,2%, sumado a ello en los demás porcentajes

¹ La participación en el capital social tiene que ver con los distintos tipos de aporte que tiene la empresa (públicos y privados) para capital nacional y extranjero. En este sentido, el capital social se trata de la sumatoria de los bienes y aportes de los socios y, por tanto, esta pregunta debe señalar el porcentaje de participación de las mujeres en el capital social de la empresa.



de participación se registran porcentajes similares reflejando no existir mejoras en esta variable. El 14,9% de las personas jurídicas señalaron que el porcentaje de participación de las mujeres en el capital social de la empresa se ubica entre un 31%-50%. El 13,3% de las empresas indicaron que el porcentaje de participación es mayor a un 75% y para los rangos de participación en el capital social del 1-10%, 11-30% y 51-75% las personas jurídicas señalaron 8,1%, 7,0% y 5,3% respectivamente.

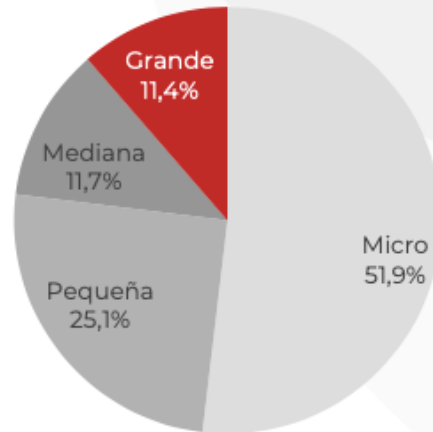


Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

En el caso de las personas jurídicas un total de 41.555 mujeres ocupan cargos directivos, cifra que registra un aumento significativo en relación con 2020 donde eran 35.752 las que ocupaban estos cargos. Este número en relación con el tamaño de la empresa permite evidenciar que el 51,9% de estas mujeres trabaja en microempresas, el 25,1% en pequeñas empresas, el 11,7% en medianas empresas y el 11,2% en grandes empresas y. Respecto del año anterior se registran disminuciones en promedio de dos puntos porcentuales en las grandes, medianas y pequeñas empresas. Estos tamaños continúan refiriendo los mayores retos en materia de liderazgo femenino.



MUJERES EN CARGOS DIRECTIVOS, SEGÚN TAMAÑO DE LA SOCIEDAD

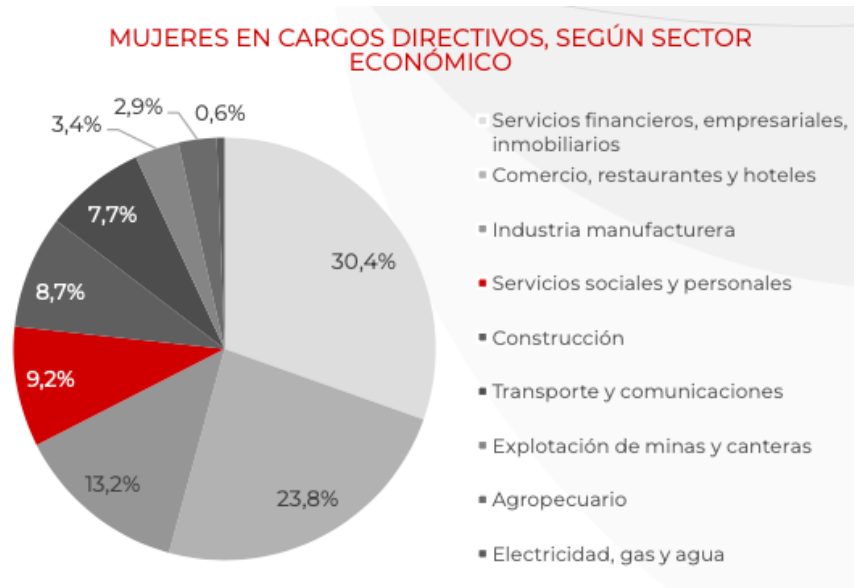


Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

En relación con el número de mujeres que ocupan cargos directivos y el sector económico de la empresa para 2021, el 30,4% se desempeñan en el sector de servicios financieros, empresariales e inmobiliarios, este continúa siendo el sector donde existe un mayor porcentaje de mujeres en cargos directivos y registró respecto de 2020 un incremento de un 2,7%. El 23,8% laboran en el sector comercio, restaurantes y hoteles. Por su parte el 13,2% de las mujeres en cargos directivos se encuentran en el sector de industria manufacturera, respecto del año anterior este sector registra un descenso del 4% para 2021.

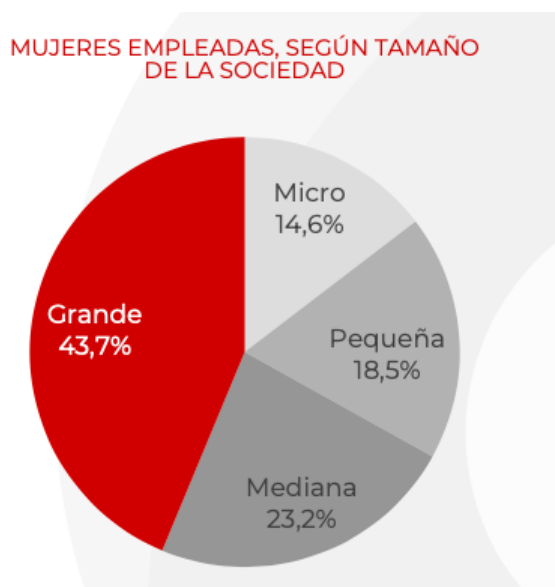
Los demás sectores se mantienen en orden y porcentajes similares respecto del año 2020, con excepción de minas y canteras que en 2020 se encontraba en última posición y aumenta a 3,4% el número de mujeres que ocupan cargos directivos en este sector. Así, en materia de cargos directivos ocupados por mujeres se registran los siguientes porcentajes: el sector de servicios personales (9,2%); construcción (8,7%), transporte y comunicaciones (7,7%), explotación de minas y canteras (3,4%); agropecuario (2,9%), electricidad, gas y agua (0,6%).





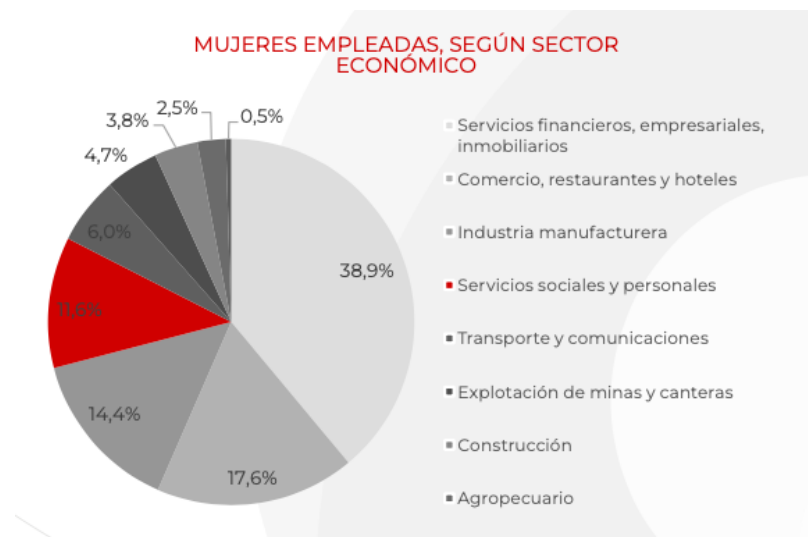
Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

En relación con el tamaño de la empresa, para 2021 el 43,3% de las mujeres empleadas trabajan en grandes empresas un 2,2% menos respecto de 2020, ello contrasta con las mujeres que ocupan cargos directivos donde para las grandes empresas el porcentaje fue el menor hallazgo que sigue siendo consistente con los expuesto en 2020 para las grandes empresas, cuentan con el mayor número de mujeres empleadas, pero son las que menos ocupan cargos directivos. El 23,2% de estas mujeres laboran en las medianas empresas, el 18,5% en las pequeñas empresas y el 14,6 % en las microempresas, un 1,6% más respecto de 2020.



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

La relación entre mujeres empleadas y sector económico evidencia que al igual que para cargos directivos es el sector servicios financieros, empresariales e inmobiliarios el que tiene los mayores porcentajes, un 38,1% para 2020 y un 38,9% en 2021. Este es seguido de comercio, restaurantes y hoteles (17,6%) que se encontraba en tercer lugar en la medición anterior, este es ocupado por industria manufacturera en esta ocasión con 14,4%, luego se ubican los sectores de servicios sociales y personales con 11,6%, transporte y comunicaciones se mantiene con un 6%, explotación de minas y canteras sube de un 0,7% a un 4,7%, construcción (3,8%), agropecuario (2,5%), y electricidad, agua y gas (0,5%). Al igual que en el caso de mujeres que ocupan cargos directivos, para esta variable se registra un incremento en el sector minas y canteras respecto de 2020.



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2022)

Tabla resumen

A continuación, se presenta la actualización de la línea de base para 2020 y 2021 según los datos suministrados por la Cámara de Comercio:

Indicador	Datos 2020	Datos 2021	Fuente	Variación
Características generales del sector empresarial en Antioquia				
Empresas Matriculadas y Renovadas	<ul style="list-style-type: none"> • Personas Naturales: 64.674 • Personas Jurídicas: 44.954 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas Naturales: 80.462 • Personas Jurídicas: 55.914 	Cámara de Comercio	Aumentó



	• Total empresas: 109.628	• Total empresas: 136.376		
Personas naturales				
Género de las personas naturales que responden el RUES	<ul style="list-style-type: none"> • 53,8% son hombres. • 46,2% son mujeres. 	<ul style="list-style-type: none"> • 53,5% son hombres. • 46,5% son mujeres. 	Cámara de Comercio	Se mantuvo
Mujeres empleadas en la empresa, según género de la persona natural	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas naturales emplearon a 37.545 mujeres. • 54,2% de las mujeres empleadas en empresas con representante legal femenino. • 45,8% mujeres empleadas en empresas con representante legal masculino 	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas naturales emplearon a 43.625 mujeres. • 54,9% de las mujeres empleadas en empresas con representante legal femenino. • 45,1% mujeres empleadas en empresas con representante legal masculino. 	Cámara de Comercio	<p>Aumentó el número de mujeres empleadas</p> <p>Se mantuvo el porcentaje de mujeres empleadas por hombres y mujeres</p>
Género de persona natural según tamaño de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Femenino: 99,4% microempresas, el 0,6% pequeñas empresas y el 0,1% medianas empresas • Masculino: 98,3% microempresas, 1,5% pequeñas empresas y el 0,2% medianas empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Femenino: 99,4% microempresas, el 0,5% pequeñas empresas y el 0,1% medianas empresas • Masculino: 98,5% microempresas, 1,3% pequeñas empresas y el 0,2% medianas empresas. 	Cámara de Comercio	Se mantuvo
Mujeres empleadas según género de la persona natural y tamaño de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Género femenino: el 95,9% se encuentra laborando en microempresas, el 3,5% en pequeñas empresas y el 0,7% en medianas empresas • Género Masculino: el 89,2% laboran en 	<ul style="list-style-type: none"> • Género femenino: el 96,3% se encuentra laborando en microempresas, el 3,1% en pequeñas empresas y el 0,6% en medianas empresas • Género Masculino: el 90% laboran en 	Cámara de Comercio	Se mantuvo



	microempresas, el 8,2% en pequeñas empresas y el 2,6% en medianas empresas.	microempresas, el 7,7% en pequeñas empresas y el 2,3% en medianas empresas.		
Género de la persona natural según sector económico	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres: 56% en el sector servicios sociales y personales. • Hombres: 52% en sector seguros, finanzas y servicios a las empresas. 52,2% en comercio, restaurantes y hoteles. 57,8% en industria y manufactura. 60,7% en electricidad, agua y gas. 66,2% en transporte y comunicaciones. 75,5% sector agropecuario. 85% en explotación de minas y canteras. 87,6% en sector de la construcción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres: 56,3% en el sector servicios sociales y personales. • Hombres: 52% comercio, restaurantes y hoteles. 53,6% Servicios financieros y empresariales. 53,6% Explotación de minas y canteras. 59,7% Industria manufacturera. 66,1% electricidad, gas y agua. 66,7% transporte y comunicaciones. 75,5% sector agropecuario. 85,8% sector de la construcción. 	Cámara de Comercio	Se presentaron variaciones en los sectores cuya persona natural es hombre
Mujeres empleadas, según sector de la empresa	<p>Mujeres empleadas por mujeres</p> <ul style="list-style-type: none"> • 72,9% mujeres empleadas en sector servicios sociales y personales. • 59,6% mujeres empleadas en sector seguros, finanzas y servicios a las empresas. 	<p>Mujeres empleadas en total tanto por mujeres y hombres</p> <ul style="list-style-type: none"> • 62,9% mujeres empleadas en comercio, restaurantes y hoteles. • 11,6% mujeres laboran en la 	Cámara de Comercio	Se cambió la presentación de los datos, ya no se discriminan las mujeres empleadas por hombres y mujeres



	<ul style="list-style-type: none"> • 53,7% mujeres empleadas en comercio, restaurantes y hoteles. • 52,3% mujeres empleadas en industria y manufactura. 	<p>industria manufacturera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 9,3% se ubican en el sector servicios sociales y personales. • 6,2% mujeres empleadas en el sector servicios financieros, empresariales e inmobiliarios. 		
RUES Personas jurídicas				
Porcentaje de participación de las mujeres en el capital social	<ul style="list-style-type: none"> • El 50,2% de estas empresas reportan una participación del 0%. • El 15% de las personas jurídicas reportan una participación entre un 31% y 50%. • El 12,8% de las empresas indicaron una participación mayor al 75%. 	<ul style="list-style-type: none"> • El 51,3% de estas empresas reportan una participación del 0%. • El 14,9% de las personas jurídicas reportan una participación entre un 31% y 50%. • El 13,3% de las empresas indicaron una participación mayor al 75%. 	Cámara de Comercio	Disminuyó
Número de mujeres que ocupan cargos directivos según tamaño de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • 47,6% de mujeres en cargos directivos trabaja en microempresas • 26,1% de mujeres en cargos directivos trabajan en pequeñas empresas • 13,2% de mujeres en cargos directivos trabajan en grandes empresas • 13,1% de mujeres en cargos 	<ul style="list-style-type: none"> • 51,9% de mujeres en cargos directivos trabaja en microempresas • 25,1% de mujeres en cargos directivos trabajan en pequeñas empresas • 11,7% de mujeres en cargos directivos trabajan en medianas empresas • 11,4% de mujeres en cargos directivos trabajan en grandes empresas 	Cámara de Comercio	<p>Aumentó en el caso de las microempresas</p> <p>Disminuyó en las pequeñas, medianas y grandes empresas</p>



	directivos trabajan en medianas empresas			
Mujeres que ocupan cargos directivos según sector económico de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • 27,7% se desempeñan en el sector de seguros, finanzas y servicios. • 23,8% laboran en el sector comercio, restaurantes y hoteles. • 17,2% están en el sector de industria manufacturera. • 10,3% se encuentran en el sector de servicios personales. • 8,9% se encuentran en el sector de construcción • 7,9% se encuentran en transporte y comunicaciones • 3% se encuentran en agropecuario • 0,6% se encuentran en electricidad, gas y agua • 0,5% explotación de minas y canteras 	<ul style="list-style-type: none"> • 30,4% se desempeñan en el sector de servicios financieros, empresariales e inmobiliarios • 23,8% laboran en el sector comercio, restaurantes y hoteles. • 13,2% están en el sector de industria manufacturera. • 9,2% se encuentran en el sector de servicios personales. • 8,7% se encuentran en el sector de construcción • 7,7% se encuentran en transporte y comunicaciones • 3,4% explotación de minas y canteras • 2,9% se encuentran en agropecuario • 0,6% se encuentran en electricidad, gas y agua 	Cámara de Comercio	<p>Aumentó en el sector servicios, agropecuario, minas y electricidad</p> <p>Se mantuvo en el sector comercio</p> <p>Disminuyó en sector de manufactura, construcción, transporte</p>
Mujeres empleadas según tamaño de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Grande: 45,5% • Mediana: 23,5% • Pequeña: 18% • Micro: 13% 	<ul style="list-style-type: none"> • Grande: 43,7% • Mediana: 23,2% • Pequeña: 18,5% • Micro: 14,6% 	Cámara de Comercio	<p>Disminuyó en las grandes empresas</p> <p>Se mantuvo en las medianas empresas</p>



				Aumentó en las pequeñas y microempresas
Mujeres empleadas según sector económico de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Seguros, finanzas y servicios: 38% • Industria manufacturera: 19% • Sector comercio: 17% • Servicios sociales y personales: 12% • Transporte y comunicaciones: 6% • Construcción: 4% • Agropecuario: 2% • Explotación de minas y canteras: 1% • Electricidad, agua y gas: 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios financieros, empresariales e inmobiliarios: 38,9% • Comercio, restaurantes y hoteles: 17,6% • Industria manufacturera: 14,4% • Servicios sociales y personales: 11,6% • Transporte y comunicaciones: 6% • Explotación de minas y canteras: 4,7% • Construcción: 3,8% • Agropecuario: 2,5% • Electricidad, agua y gas: 0,5% 	Cámara de Comercio	<p>Aumentó en seguros, comercio, Minas, y agropecuario</p> <p>Se mantuvo en transporte</p> <p>Disminuyó en construcción, electricidad</p>

Conclusiones y recomendaciones para el instrumento

De acuerdo con la información consignada en este instrumento y el análisis comparado de la línea de base 2020 y 2021 sugiere algunos asuntos para tener en cuenta:

- Para el caso de las personas naturales pese a que se registran 26.748 empresas nuevas respecto de 2020, aun se observan porcentajes similares en términos de número de hombres y mujeres. Está aumentando la base empresarial, pero no está cambiando la proporción entre de hombres y mujeres que las registran, en 2020 el 46,2% fueron mujeres y en 2021 se incrementa levemente el porcentaje a 46,5%.
- El número de mujeres empleadas por las personas naturales paso de 37.545 en 2020 a 43.625. Sin embargo, aún son las empresas donde el género de la persona natural es mujer



las que tienen un mayor porcentaje de mujeres empleadas, en ambas mediciones (2020 y 2021) se mantienen porcentajes del 54%.

- En el caso de las personas naturales continúan siendo las microempresas el mayor porcentaje de la base empresarial tanto en personas naturales hombres como mujeres, sumado a ello son las que registran los mayores porcentajes de mujeres empleadas. Este asunto consistente para los años 2020 y 2021 evidencia que, en materia de tamaños, son las microempresas las que precisan un mayor número de esfuerzos y estrategias en materia de equidad de género.
- En cuanto a los sectores económicos y el género de la persona natural propietaria de la empresa continúa siendo el sector servicios sociales y personales, el que registra mayores porcentajes de mujeres. Al realizar una comparación entre 2020 y 2021 se evidencian algunos cambios importantes, el primero de ellos es el incremento de mujeres propietarias en el sector minas y canteras, para 2020 era el 15% y en 2021 asciende al 46,4%. En el sector construcción también se evidencia un leve aumento de mujeres propietarias pasando de un 12,4% a un 14,1%. Por otro lado, se registró un descenso en el porcentaje de mujeres propietarias en los sectores de electricidad gas y agua de un 39,3% en 2020 a un 33,9% en 2021 y en el sector de industria manufacturera pasando de un 42,2% en 2020 a un 40,3% en 2021. Finalmente, los sectores agropecuarios y transporte y comunicación conservan porcentajes similares entre los años 2020 y 2021.
- Uno de los mayores retos que refiere esta medición en el caso de las personas jurídicas es que el 51,3% de las empresas no cuentan con participación de las mujeres en el capital social, cifra que registra un leve incremento en relación con la línea de base anterior, es decir que es levemente superior respecto a la medición anterior el porcentaje de empresas donde la participación de las mujeres es 0%.
- Para las personas jurídicas pese a que aumentó el número de mujeres que ocupan cargos directivos a 41.555 en relación con 35.752 en 2020. Aún persisten retos en materia de tamaño de las empresas, ya que el 51,9% de estas mujeres trabaja en microempresas, mientras que solo el 11,2% se ubica en grandes empresas y mediante empresas. Respecto del año anterior se registran disminuciones en promedio de dos puntos porcentuales en las grandes, medianas y pequeñas empresas. Estos tamaños continúan refiriendo los mayores retos en materia de liderazgo femenino.

En cuanto a los sectores económicos en los que laboran estas mujeres continúan siendo los sectores servicios financieros, empresariales e inmobiliarios y comercio, restaurante y



hoteles los que concentran más del 50% de las mujeres en cargos directivos. Si bien se presentó una mejoría respecto del año anterior en el sector minas y canteras, aún los porcentajes de mujeres en cargos directivos son muy bajos en los sectores de construcción (8,9%), transporte y comunicaciones, agropecuario y electricidad, gas y agua. Ello evidencia los retos que existen para las empresas que llevan a cabo actividades socialmente masculinizadas.

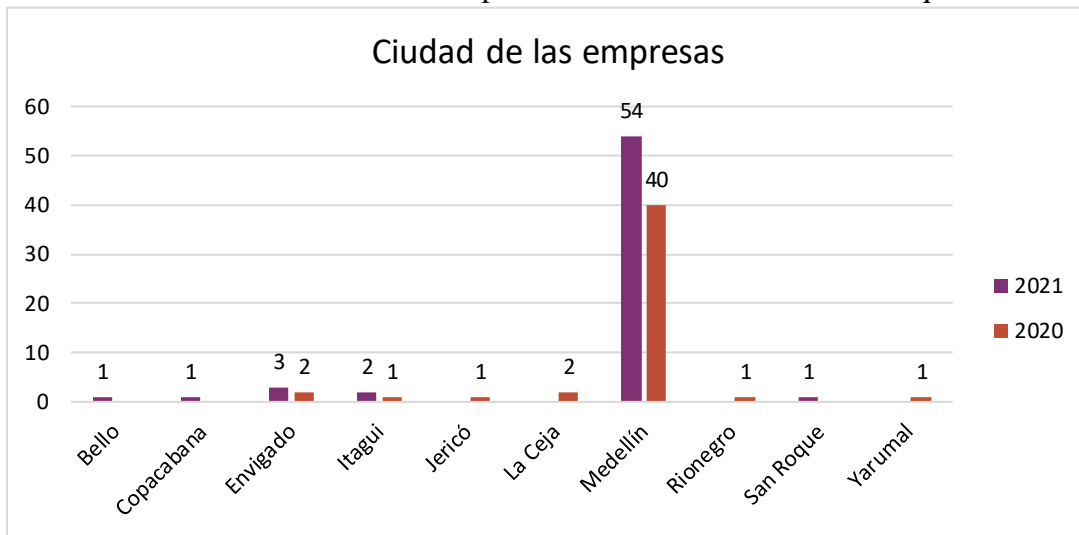
- En relación con el tamaño de la empresa, mujeres empleadas y cargos directivos ocupados por mujeres, persisten los hallazgos de la anterior línea de base para las empresas jurídicas. Las grandes empresas son las que más mujeres emplean, pero las que menos mujeres tienen en cargos directivos, por el contrario, las microempresas son las que más mujeres tienen en cargos directivos pero las que menores porcentajes de mujeres empleadas tienen, ello en contraste con las personas naturales donde los porcentajes son altos tanto para número de mujeres empleadas como para número de mujeres propietarias de microempresas.
- La relación entre mujeres empleadas y sector económico evidencia para las personas jurídicas que al igual que para cargos directivos es el sector servicios financieros, empresariales e inmobiliarios el que tiene los mayores porcentajes de mujeres empleadas. Para los demás sectores son consistentes los hallazgos respecto de 2020, con excepción del sector minas y canteras, que al igual que en el caso de mujeres que ocupan cargos directivos incrementa el porcentaje de mujeres empleadas de un 0,7% en 2020 a un 6% en 2021.



Ranking Par

En el marco de la actualización de la línea base sobre la situación y condición de las mujeres en el sector empresarial de Antioquia, se cuenta con los resultados del Ranking Par para el año 2021. En primera instancia, se presenta la información general de las empresas que participaron en este ejercicio, iniciando con la distribución de las empresas entre las ciudades del departamento de Antioquia. En este sentido, se resalta que para el 2021 la muestra de poblacional creció, en el 2020 los resultados fueron analizados en el marco de 48 empresas antioqueñas y, para el 2021, participaron 62, donde la mayoría cuentan con más de 200 empleados.

Gráfico 2. Distribución de las empresas entre las ciudades de Antioquia 2021



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Al igual que en el instrumento de 2020, las empresas de Medellín son las que tienen una representación mayoritaria en el ranking par 2021, con un porcentaje total de 87%, cuatro puntos porcentuales por encima del 2020. Además, el año pasado no hubo participación de empresas ubicadas en los municipios de Jericó, La Ceja, Rionegro y Yarumal, sin embargo, sí se contó con la presencia en municipios nuevos, como Bello, Copacabana y San Roque. De igual forma se señala el crecimiento de la participación de empresas de Envigado (4,8%), con un aumento de 0,7 puntos respecto al 2020, y empresas de Itagüí (3,2%), con un punto porcentual por encima del 2020.

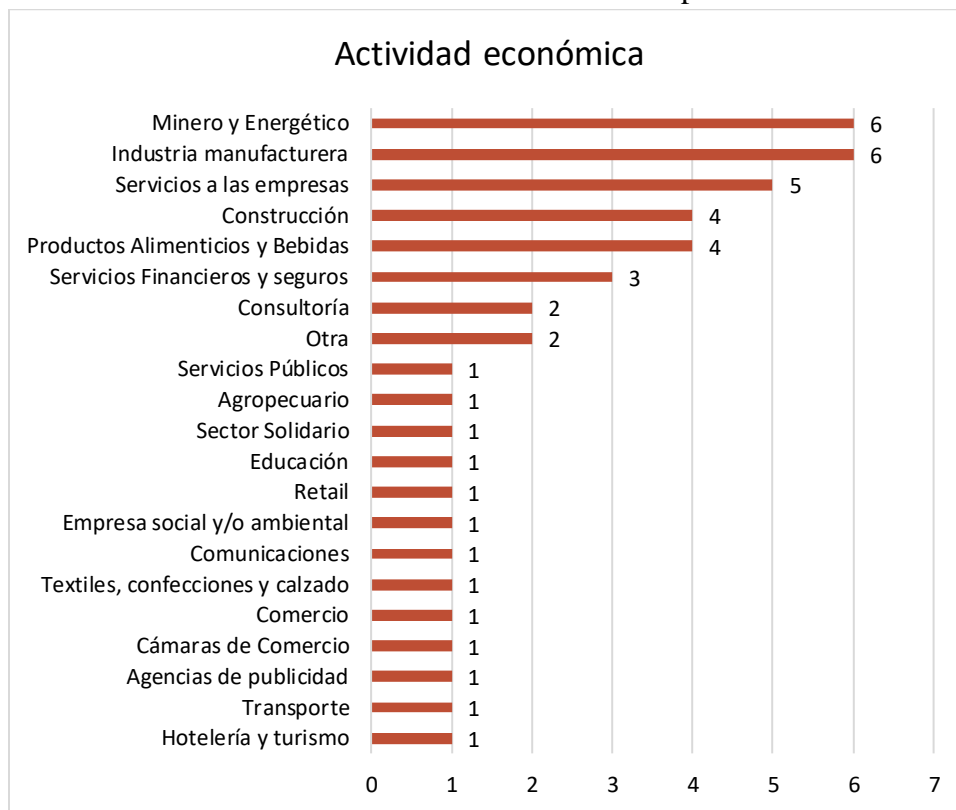
Por otro lado, se logra identificar que de las 62 empresas participantes del Ranking se despliegan 20 actividades económicas donde se ubican cada una de ellas. La mayoría de las empresas hacen parte del sector minero energético y de la industria manufacturera (13%). Luego, se encuentra la actividad de servicios a las empresas con una participación de 5 organizaciones, seguido por el



sector de construcción con 4 empresas. Finalmente, entre las actividades con menos participación en el Ranking Par 2021 se encuentra: Cámaras de comercio, agencias de publicidad, transporte, hotelería y turismo.

Estos datos permiten apreciar una variación respecto al 2020, donde el sector de servicios a las empresas había sido el de mayor representación con un total de 9 empresas participantes. Ocurre lo mismo con el sector de productos alimenticios y bebidas, que había contado con 5 empresas en su representación, y el de construcción, que disminuyó un punto respecto al 2020.

Gráfico 3. Sectores económicos de las empresas 2021



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

De lo anterior, se señala como positivo el incremento de la participación de empresas antioqueñas, sin embargo, se resalta la importancia de contar con más representación de empresas de otros municipios del departamento. Además, sería interesante tener más participación de sectores económicos que tradicionalmente se asocian a lo femenino, con el fin de poder comparar los avances de estas empresas en materia de equidad de género respecto a aquellas tradicionalmente masculinizadas.

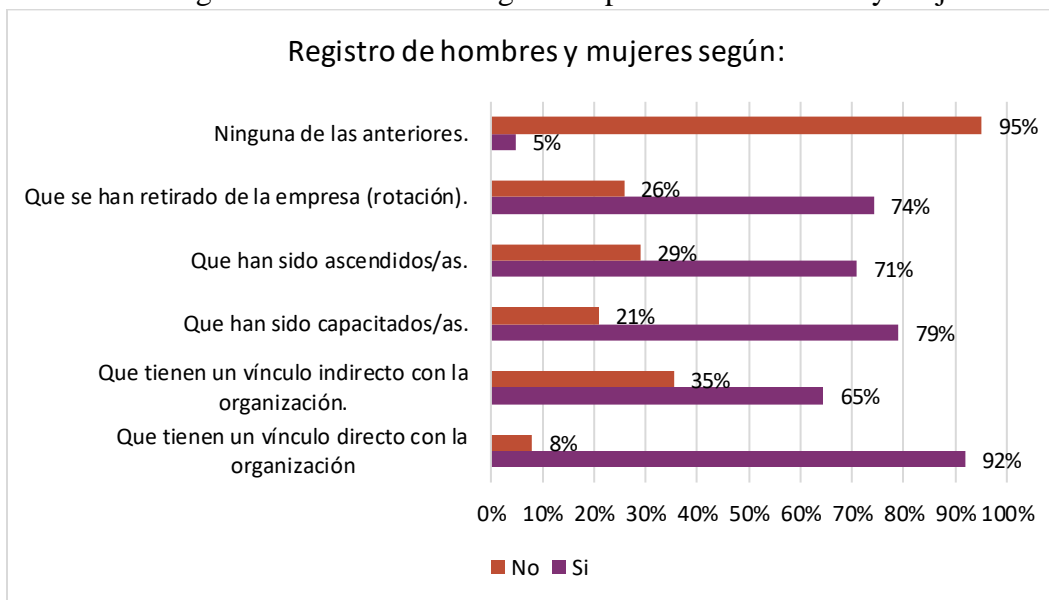


Gestión de objetivos

Al igual que en el 2020, el Ranking Par se organiza según las mismas categorías, siendo la primera de ellas la de gestión de objetivos, la cual evalúa la planificación estratégica que tiene una empresa para cerrar las brechas de género. Para esto se contempla la existencia y planificación de objetivos, indicadores, metas y recursos, así como la implementación de políticas y estrategias con enfoque de género. Es importante señalar que el cuestionario aplicado tuvo unas variaciones respecto al del 2020, por lo que en este apartado se incluyen algunos gráficos nuevos, así como respuestas que no hacían parte del cuestionario anterior.

El gráfico 4 muestra si las empresas tienen un registro y una medición según el género en relación con la cantidad de personas retiradas, ascendidas, capacitadas y con vínculos directos e indirectos con la empresa. Es importante resaltar que solo el 5% de las empresas manifiestan no desagregar esta información por sexo para ninguna de las categorías mencionadas, sin ninguna variación significativa respecto al 2020. En esta pregunta no se incluyó la variable etaria, pero se adicionó las personas vinculadas indirectamente.

Gráfico 4. Categorías donde se tiene registro específico de hombres y mujeres 2021



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Llama la atención que el registro por sexo de las personas vinculadas indirectamente es el más bajo entre las empresas, lo que podría indicar un sesgo de información en las y los trabajadores por

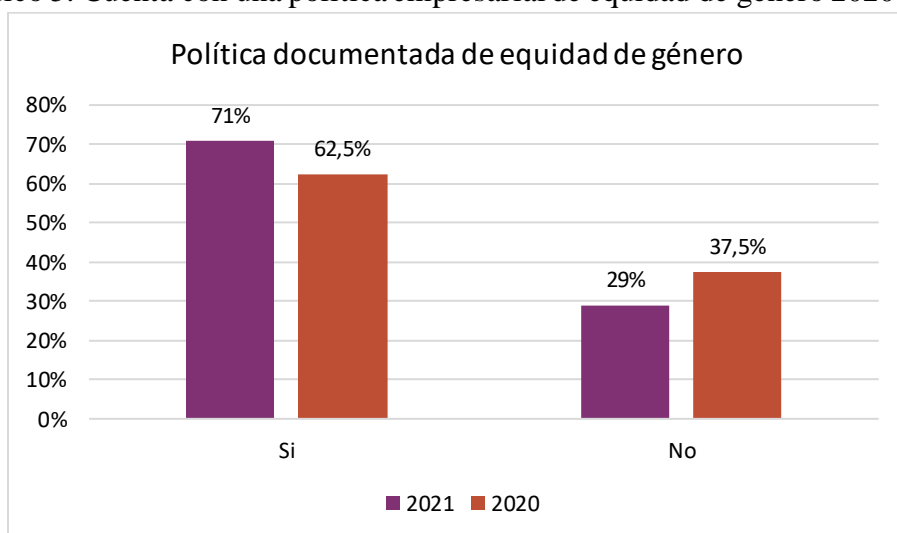


contratación indirecta. Además, Los vínculos indirectos podrían enmascarar situaciones con mayor desventaja para las mujeres. Si en los escenarios formales y vinculaciones directas existen proporciones inequitativas, ello se podría acentuar a propósito de vínculos indirectos, como la tercerización, contratación de prestación de servicios, entre otros.

Por otro lado, se identifica un aumento en las empresas que no tienen registro de las personas ascendidas para el 2021 (29%), lo que dificultaría medir en estas organizaciones las brechas de liderazgo y los techos de cristal. Registrar la información de esta manera es fundamental para poder monitorear la distribución de hombres y mujeres en asuntos de importancia para el control y la gestión empresarial, así como para el análisis de las fluctuaciones de hombres y mujeres dentro de una organización. Este es, por tanto, un primer paso para la autoevaluación interna, que dará insumos para determinar las condiciones de equidad de género dentro de las empresas.

Otro asunto relevante para tener en cuenta es si las empresas han formulado una política empresarial para la equidad de género, pues este paso es fundamental para eliminar brechas e intervenir problemáticas asociadas al género. Así, las políticas de género fungen como una hoja de ruta y un mecanismo para diagnosticar y comprender las dimensiones de un problema al interior de una organización, a partir de lo cual se diseñan alternativas y rutas estratégicas para dar solución a las problemáticas de género. Además, permiten pensar de manera coherente las metas, acciones, instrumentos e indicadores para tener en cuenta para lograr cambios en el corto, mediano y largo plazo (Benavente y Valdés, 2014). A continuación, se presentan los resultados de 2020 y 2021 para dicha cuestión.

Gráfico 5. Cuenta con una política empresarial de equidad de género 2020-2021



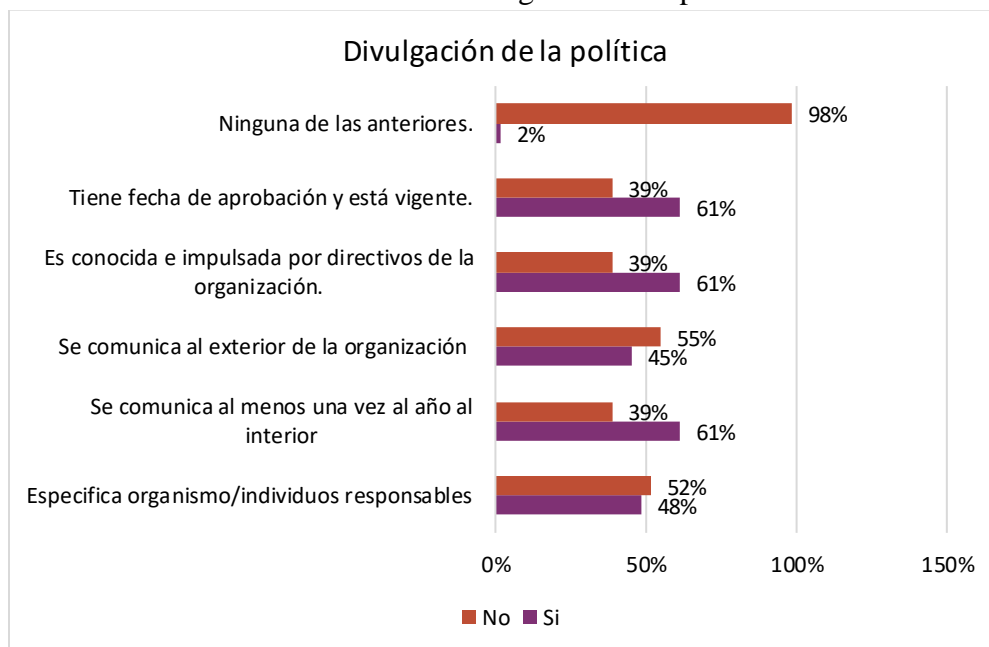
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2020-2021



Como se aprecia en el gráfico 5, el 2021 representa un aumento de casi 10 puntos porcentuales en el porcentaje de empresas antioqueñas que cuentan con una política documentada. Teniendo en cuenta que aún quedan esfuerzos por realizar sobre este punto, es importante reconocer la tendencia año a año de incrementar las empresas que se orientan a la construcción y formulación de políticas internas para la equidad de género. Esto señala un mayor compromiso de las organizaciones del sector privado con la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la equidad de género y la diversidad de género.

Sin embargo, no es suficiente con tener un documento de política en la empresa, es importante que esta surta un proceso de divulgación y comunicación dentro y fuera de la organización, involucrando a todos los niveles de jerarquía, pues esta es una forma de empezar a expandir la pregunta por el género y los estereotipos a toda la organización. Así lo manifiestan Benavente y Valdés (2014) cuando señalan la importancia de los recursos de información de la política, ya que “se trata de iniciativas destinadas a transformar y superar situaciones de injusticia y a movilizar, para que generen acciones en este sentido, a las instituciones ya existentes” (2014, p. 122). Esta es una de las preguntas que presentan cambios en el cuestionario del Ranking Par para el 2021, pues en el 2020 se preguntó de manera genérica si la política se comunicaba periódicamente, mientras que el año pasado se ampliaron las líneas de respuesta 5 acciones de divulgación.

Gráfico 6. Proceso de divulgación de la política 2021



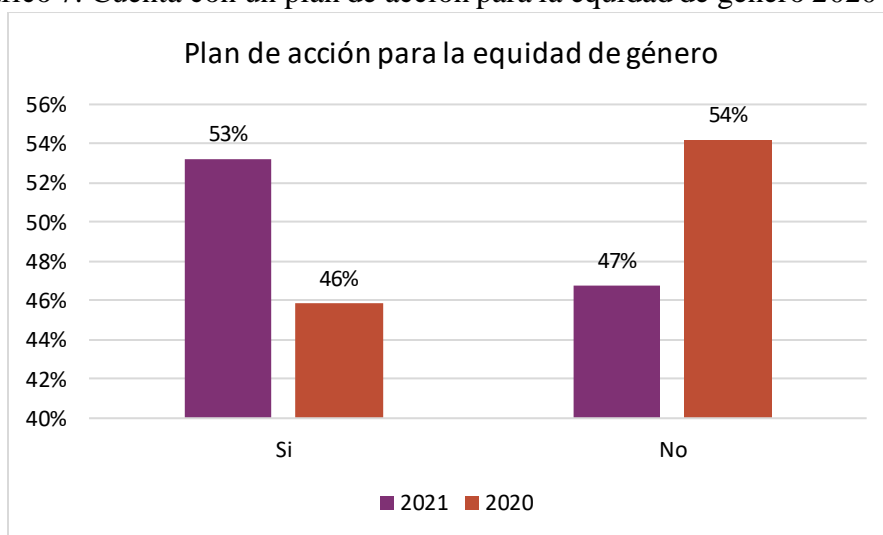
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021



En principio, es de resaltar que el 98% de las empresas encuestadas surten al menos un proceso de divulgación, dentro o fuera de la organización. Se destaca que el 61% de las empresas con una política de equidad de género manifiestan que esta cuenta con fecha de aprobación y se encuentra vigente. Además, más del 60% de las empresas comunican la política al interior de la organización al menos una vez al año, y cuentan con el apoyo de los grupos directivos para impulsarla. Las acciones más débiles en esta materia se encuentran en la comunicación externa de la política y la especificación de organismos e individuos responsables de la misma (55% y 52% respectivamente). Esto último es importante porque genera una advertencia, ya que no siempre la formulación de una política implica un responsable, lo que tiene consecuencias negativas sobre su aplicación e implementación real dentro de la empresa.

Además de la política, se espera que las empresas construyan un plan de acción que permita reflejar la relación entre los productos, las metas, los indicadores y los objetivos de la política y, así, facilite la implementación de la política para la equidad de género. Este punto muestra un notable avance en el gráfico 7 de las empresas en relación con el 2020, pues el 53% de estas en el 2021 manifestó tener un plan de acción, esto es 13 puntos por encima del 2020. Lo ideal sería que los resultados del plan de acción fueran proporcionales a la formulación de una política para la equidad de género, pues es a partir del plan que se sitúa más concretamente la implementación de la política en torno a unos indicadores y metas concretas.

Gráfico 7. Cuenta con un plan de acción para la equidad de género 2020-2021

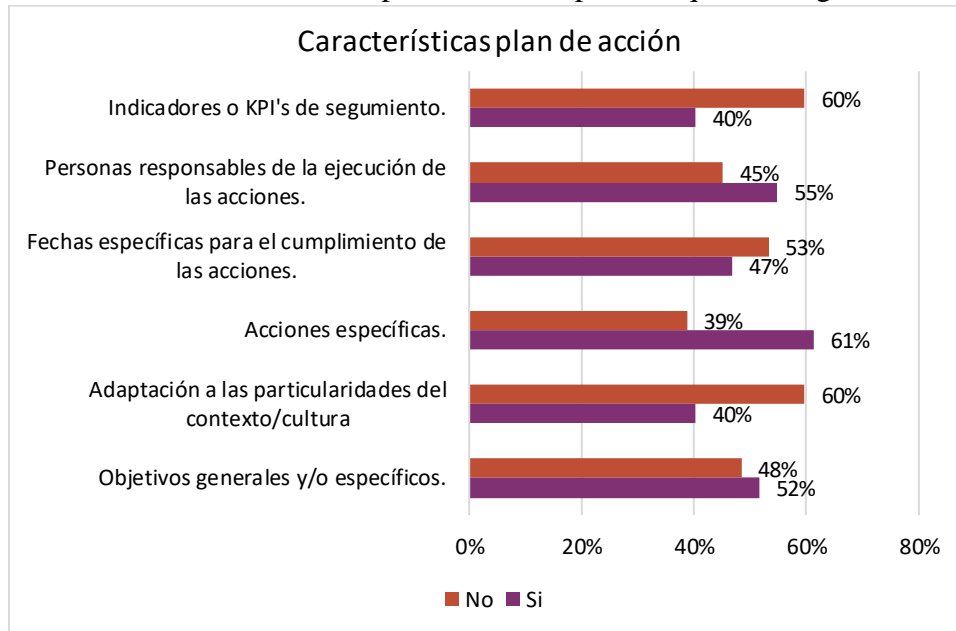


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2020-2021



En el 2021 el Ranking par incorporó una pregunta que es de vital importancia para analizar la tenencia de un plan de acción a la luz de sus elementos básicos indispensables. Estas características se centran, por ejemplo, en si este define los indicadores, las personas responsables de su ejecución, fechas concretas para el cumplimiento de las acciones, acciones específicas, objetivos y adaptación al contexto. En el gráfico 8 se observa que solo el 40% de estos planes plantean indicadores, representando una dificultad para medir la pertinencia, hacer el seguimiento y la evaluación de las acciones. El mismo porcentaje corresponde a los planes que establecen una adaptación al contexto y la cultura, un factor importante para asegurar la pertinencia y adaptabilidad de las acciones propuestas.

Gráfico 8. Características del plan de acción para la equidad de género 2021

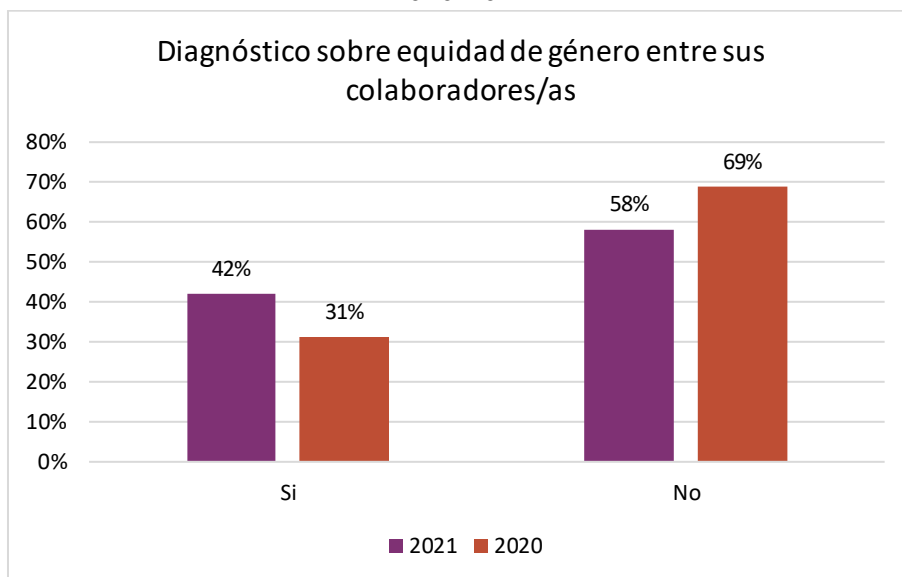


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Otro factor importante es saber si las empresas encuestadas llevan a cabo un diagnóstico cualitativo para identificar las percepciones sobre equidad de género y diversidad entre sus colaboradores/as. Dicho diagnóstico se concibe como un insumo para identificar los retos y avances en materia de equidad de género al interior de la organización. En el gráfico 9 se aprecia el porcentaje de empresas que llevan a cabo dicho diagnóstico, allí se observa que, si bien en el 2021 aumentó el porcentaje de empresas que realizan este diagnóstico, esta proporción sigue estando por debajo de la mitad.



Gráfico 9. Realiza un diagnóstico sobre las percepciones sobre equidad de género en la empresa 2020-2021

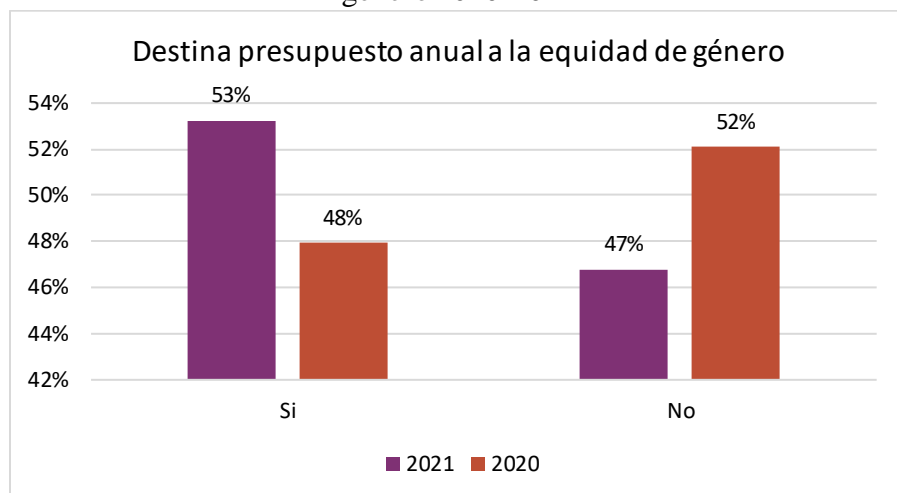


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2020-2021

En definitiva, los resultados para ambos años generan una alerta para que las empresas consoliden sus esfuerzos en la realización de diagnósticos al interior de sus organizaciones, pues este es el punto de partida para construir una ruta de equidad de género. En este sentido, el diagnóstico es la actividad que permite identificar los puntos críticos y prioritarios para formular iniciativas, así como para visualizar las dinámicas sociales y los discursos predominantes al interior de una empresa, con el fin de desmarcarlos y sentar unas bases para el cambio (Mujica y Castillo, 2021).

Además de formular y diseñar una ruta para promover la equidad de género el interior de las organizaciones es importante que las empresas, en efecto, destinen recursos para llevar a cabo lo que se propone en los planes, incluyendo también el salario de las personas encargadas de gestionar dichos asuntos. En el gráfico 10 se muestra si, en efecto, se tiene un presupuesto para implementar las políticas y planes para la equidad de género. En el gráfico 10 se observa un incremento importante para el 2021 de las empresas que manifiestan destinar un rubro anual específicamente para asuntos de género, esto es significativo ya que la lucha por la equidad y la igualdad de oportunidades en entornos laborales requiere acciones, personal y espacios que demandan recursos. Es importante que esta inversión aumente entre las empresas, pues sigue siendo un porcentaje bajo.

Gráfico 10. Cuenta con presupuesto anual destinado a promover acciones para la equidad de género 2020-2021

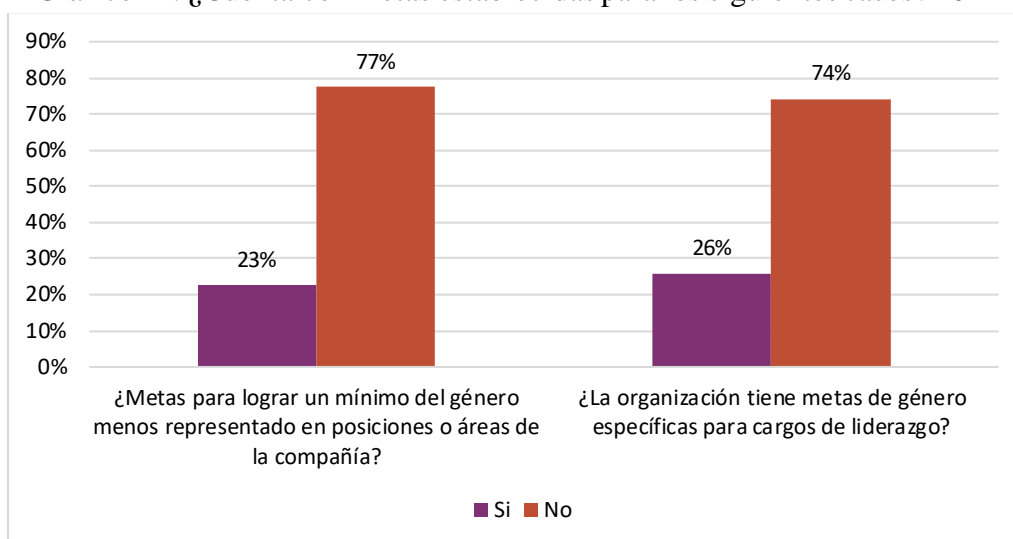


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2020-2021

Por otra parte, cuando se evalúa la gestión de los objetivos en materia de equidad de género, es necesario indagar por la existencia de metas que permitan saber los avances y los retos al interior de las empresas en equidad de género. Esta pregunta tuvo una variación en el cuestionario del 2021, ya que se diferenciaron dos preguntas en relación con el establecimiento de metas: una de ellas respecto al género menos representado en distintas áreas de la compañía, la segunda respecto a las metas en cargos de liderazgo. En el primer caso, el gráfico 11 muestra que solo el 23% de las empresas establecen metas para lograr un mínimo del género menos representado en áreas de la compañía, y el 26% tienen metas de género para cargos de liderazgo.

Ambos resultados son muy bajos y, además, generan cierta discordancia con los hallazgos de las empresas que cuentan con política y plan de acción para la equidad de género. En consecuencia, esto deja en evidencia que la eliminación de brechas de género en puestos de liderazgo y demás áreas de la organización no son todavía una prioridad en la lucha contra la desigualdad de género dentro de las empresas.

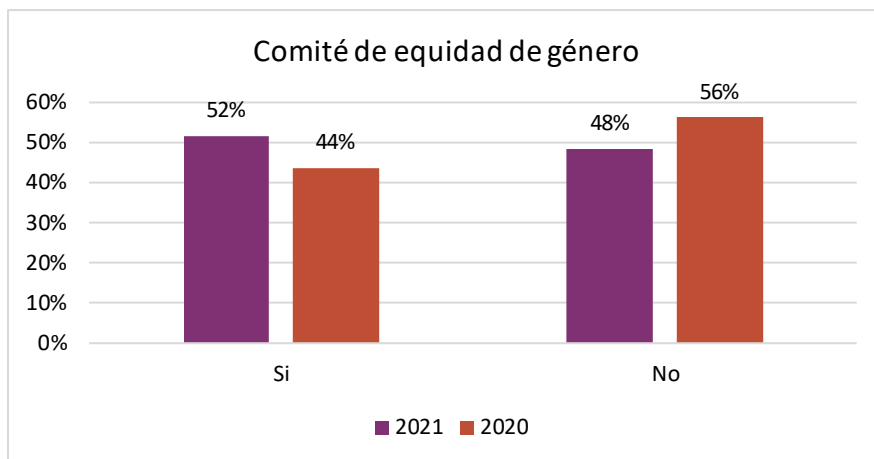
Gráfico 11. ¿Cuenta con metas establecidas para los siguientes casos? 2021



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Otro punto importante en el camino hacia la equidad de género se centra en la consolidación y establecimiento de un comité de asuntos de género dentro de las compañías, en el cual se centraliza toda la gestión sobre el género, las políticas, los presupuestos y la implementación de estrategias. Al respecto, el gráfico 12 presenta que en el 2021 el 52% de las empresas cuentan con un comité para estos asuntos, y si bien es un aumento del 8% respecto al 2020, es un asunto en el que debe seguirse trabajando. Vale señalar que la creación de una instancia de género dentro de las empresas es crucial para darle orden y operatividad a los ejercicios en materia de equidad de género. Estas instancias permiten centralizar las acciones en equidad de género, de tal forma que haya un enfoque dirigido específicamente a temas de prevención y atención del acoso sexual, conciliación de vida personal y vida laboral, liderazgo femenino, entre otros asuntos fundamentales (Mujica y Castillo, 2021; Aequales, 2020).

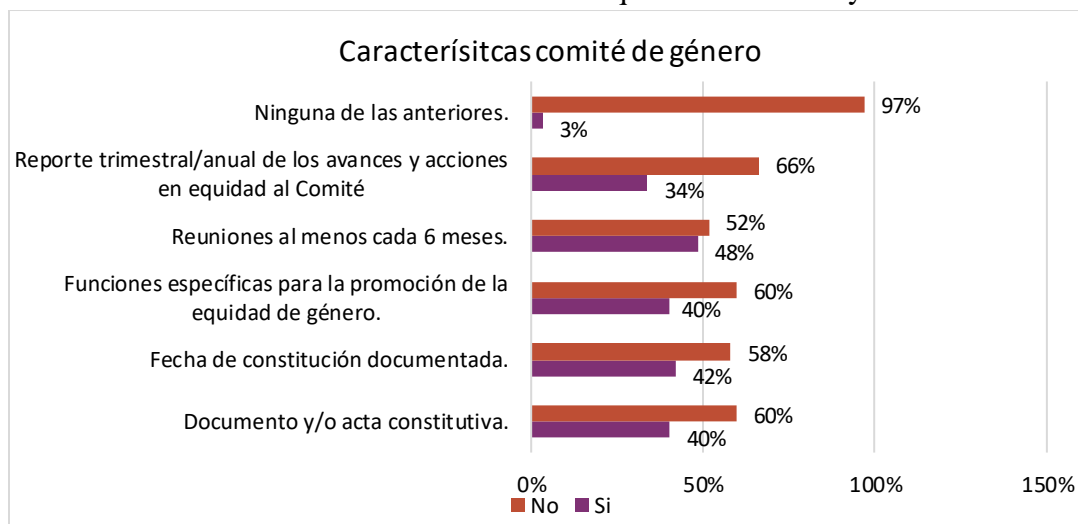
Gráfico 12. Cuenta con un comité de Equidad de Género y/o Diversidad



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

El Ranking Par advirtió que no es suficiente con declarar la existencia de un comité de género, sino que es preciso que estos den cuenta de unas características óptimas para su establecimiento. Para el 2021 se incluyó una pregunta que indaga por 5 características puntuales de este comité, las cuales se observan en el gráfico 13. Así, solo el 3% de las empresas no cuentan con ninguna de las acciones que se mencionan en el gráfico. Además, solo el 40% manifiestan tener funciones específicas para la promoción de equidad de género, lo que dejaría por fuera al 12% de las empresas que tienen un comité de estos asuntos. Ocurre lo mismo con los comités que tienen un acta o documento constitutivo, lo que implica que la consolidación del 12% de los comités es informal y, por tanto, inestable. Además, solo el 34% realizan un reporte de los avances y acciones del comité, algo que se cree puede restar visibilidad de este.

Gráfico 13. Características del comité de Equidad de Género y/o Diversidad



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Finalmente, la presentación de esta categoría se hace con la inclusión de una nueva gráfica a que no hizo parte del cuestionario del 2020. Aquí se indaga por la existencia de indicadores de desempeño para los y las directivas según los logros en equidad de género. Esto es importante porque amarrar el desempeño de los cargos directivos a indicadores puntuales puede llevar a un compromiso mayor con estos temas. En la gráfica 14 se observa que solo el 21% de las empresas tienen estos indicadores, lo cual representa un inconveniente, primero, para realizar una evaluación de las políticas y acciones en materia de equidad y, segundo, puede desincentivar el compromiso con estas acciones

Gráfico 14. Indicadores de desempeño para los/las directivas



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

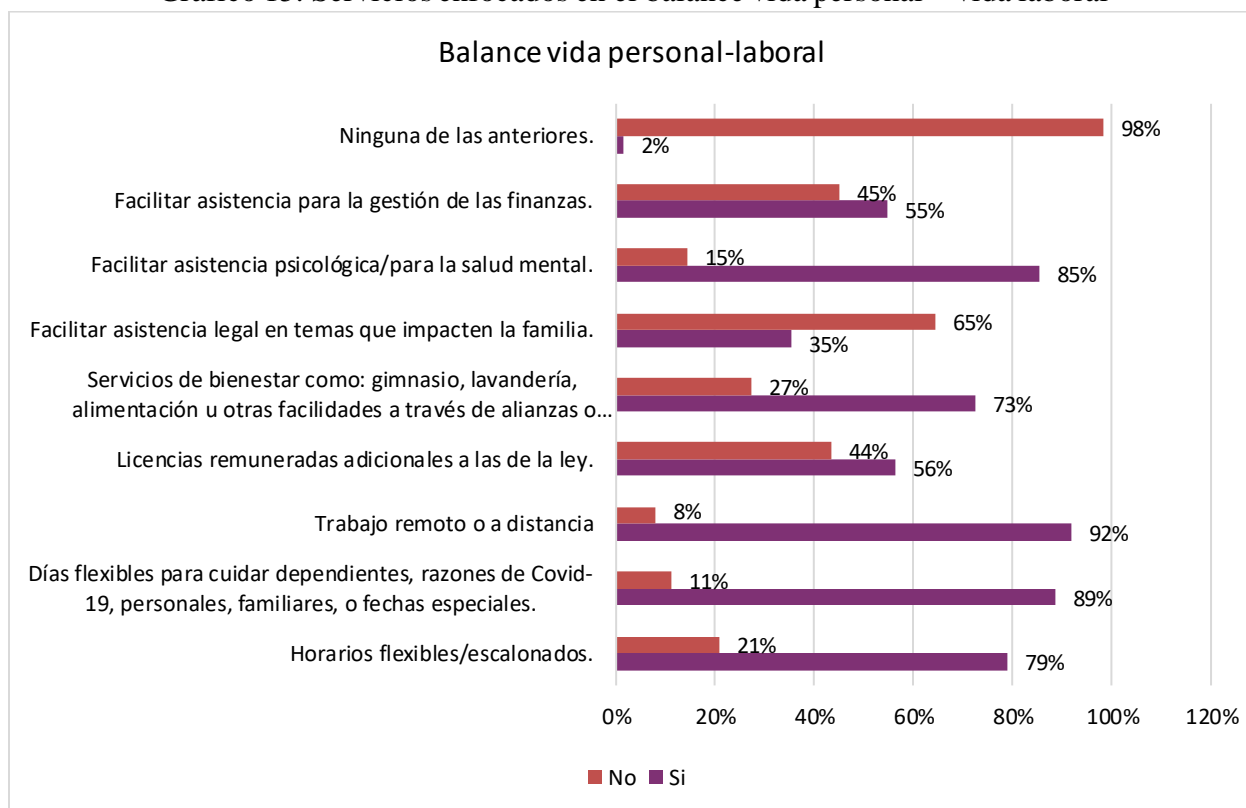
Cultura organizacional

La segunda línea del Ranking Par evalúa las acciones y estrategias implementadas por la empresa para mitigar brechas, sesgos y estereotipos de género, las cuales pueden orientarse a la conciliación entre vida laboral, familiar y personal, estrategias de comunicaciones y acciones frente al acoso y la inclusión de la comunidad LGBTIQ. El primer caso para evaluar la cultura organización desde la equidad de género tiene que ver con las posibilidades ofertadas por una empresa para la conciliación de la vida laboral, familiar y personal. Esto presenta una variación respecto al cuestionario del 2020, donde incluían en esta misma pregunta las acciones y beneficios dirigidos a padres y madres, por su parte, en el 2021 separaron las acciones para equilibrar vida personal y laboral, y las acciones dirigidas a padres y madres.



Así, en el gráfico 15 se observan 8 posibles estrategias para equilibrar la vida personal y laboral, se destaca que de la totalidad de las empresas medidas, solo una de ellas manifestó no realizar ninguna de estas acciones, una cifra que se entiende positivamente. Las estrategias que menos se aplican en las empresas de Antioquia son la facilitación de asistencia legal en temas relacionados con la familia, donde un 65% manifestó no tener opciones para esto; la asistencia para la gestión de las finanzas, con un 45% de empresas que no lo hacen; y las licencias remuneradas adicionales a la ley, donde el 44% no implementan estos beneficios. Sin embargo, se destaca como un dato positivo que el 85% de las empresas facilitan la asistencia en temas de salud mental, siendo las acciones más comunes las de flexibilidad horaria y laboral, con porcentajes superiores al 80%.

Gráfico 15. Servicios enfocados en el balance vida personal – vida laboral



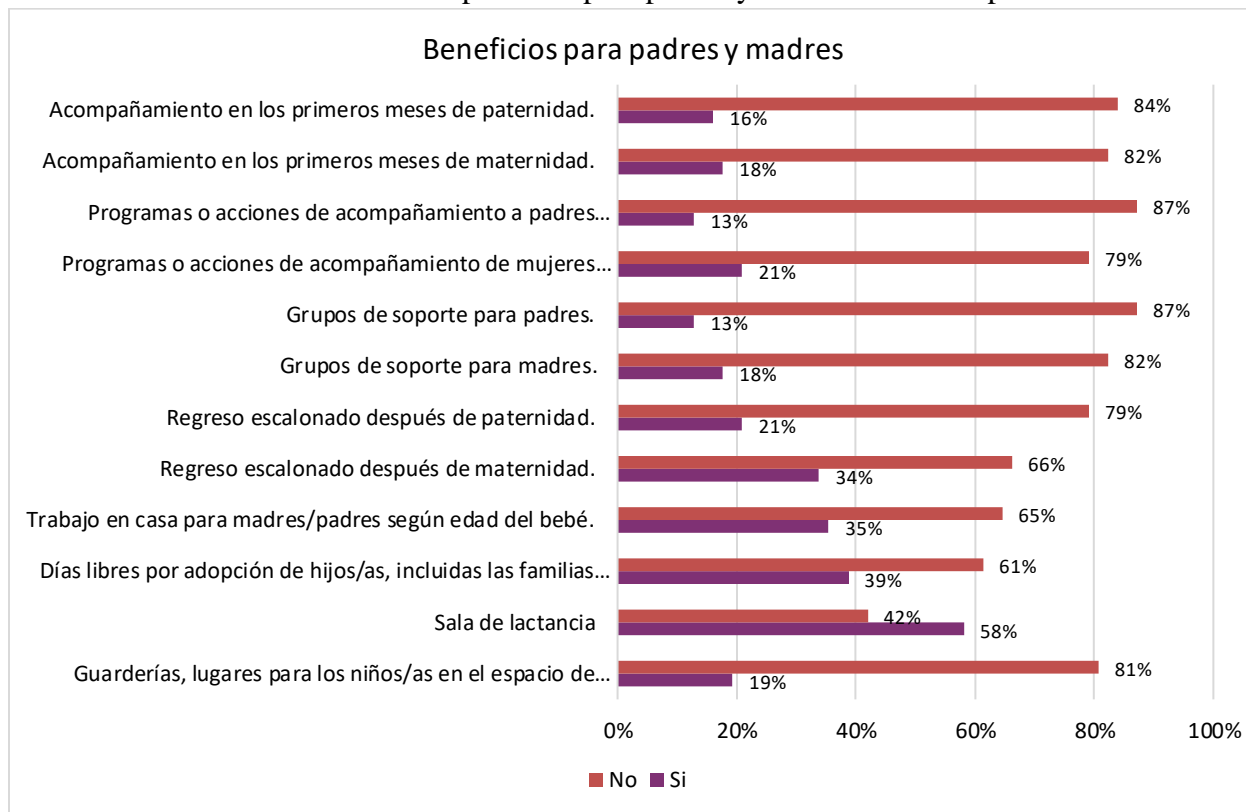
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Ahora bien, el cuestionario diferenció estas acciones de los beneficios otorgados expresamente a padres y madres, reconociendo las particularidades y necesidades diversas dentro de la vida laboral, la personal y la familiar. Al respecto, es de resaltar que 19 empresas de la muestra no aplican ninguna de estas prácticas, un número considerablemente mayor que el de la gráfica anterior. La estrategia más implementada por las empresas de Antioquia son las salas de lactancia (58%), lo



cual puede obedecer a la aprobación de la ley 1823 de 2017 para la adopción de salas de lactancia en el entorno laboral de las entidades públicas y empresas privadas, sin embargo, no simbolizó un aumento en el indicador, sino que presentó una reducción del 2% respecto al 2020.

Gráfico 16. Buenas prácticas para padres y madres de la compañía



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

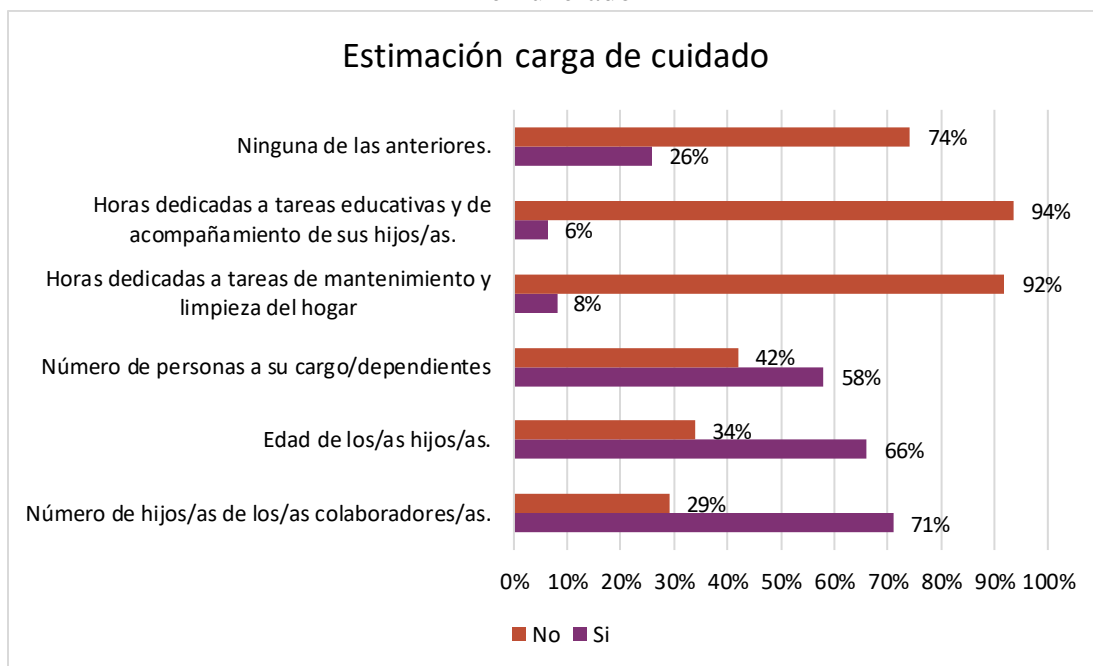
Por otra parte, puede decirse que las demás prácticas tienen una baja aplicación en las empresas participantes del Ranking Par, pues todas se encuentran por debajo del 40%. Las estrategias menos implementadas son los grupos de soporte para padres (13%), acciones de acompañamiento a padres (13%), y el acompañamiento en los primeros meses de paternidad (16%) y maternidad (18%). Esto puede entenderse como la persistencia de estereotipos de género que recargan la labor del cuidado de hijos e hijas e las madres y resultan dando mayor relevancia a la maternidad por encima de la paternidad.

Ahora bien, en el cuestionario 2021 se identifica una pregunta en relación con la estimación de la carga del trabajo doméstico y de cuidado no remunerado de las y los trabajadores. Esta pregunta puede equiparse a una realizada en el 2020 en la categoría de la gestión de la crisis, donde se indaga



si las empresas estimaban estas cargas al interior de sus compañías. Si se fuera a comparar dicha pregunta con la que se presenta en el gráfico 17, se podría decir que, en efecto, hay una mejora de las empresas que estiman esta variable, pues la mayoría de las empresas conocen la situación de sus colaboradores en relación con las personas dependientes a su cargo y la cantidad de hijos e hijas, así como su respectiva edad. Sin embargo, hay una carencia al momento de medir el tiempo dedicado por sus empleados en las labores de cuidado.

Gráfico 17. Empresas que recogen información sobre la carga de trabajo del cuidado no remunerado

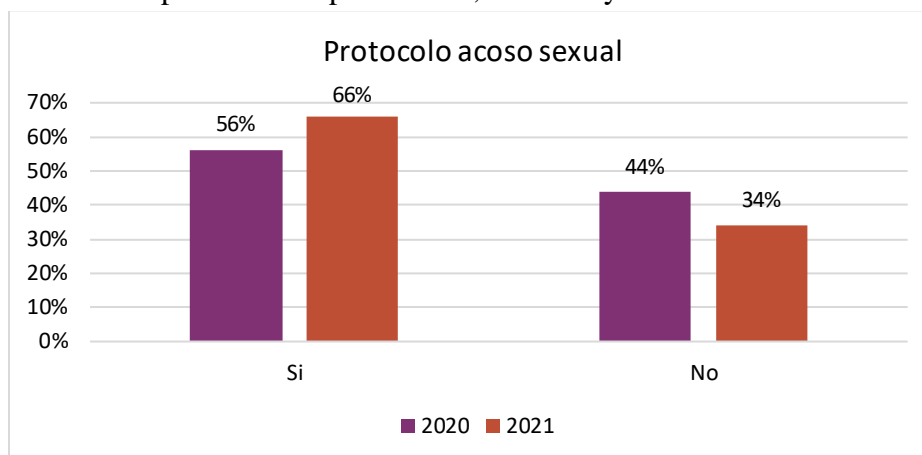


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Ahora bien, la cultura organizacional también rastrea las acciones que realizan las empresas para la gestión del acoso y el hostigamiento sexual laboral². Al respecto, se indagó, en principio, si la empresa contaba con un protocolo de prevención, atención y sanción para el acoso sexual laboral. En el gráfico 18 se observa un aumento del 10% respecto al año anterior, un avance importante que debe seguirse impulsando en los entornos laborales desde el enfoque de género.

² El acoso y el hostigamiento sexual laboral se diferencian en que, la primera, se refiere a una conducta indeseada de naturaleza sexual que se despliega en el entorno laboral, generando que la persona afectada se sienta ofendida, humillada o intimidada. Por su parte, el hostigamiento sucede cuando hay una manifestación de poder a partir de una coacción que puede ser de naturaleza sexual, física verbal y psicológica. En este caso la víctima se encuentra subordinada laboral, política o académicamente (Fondevila, 2008).

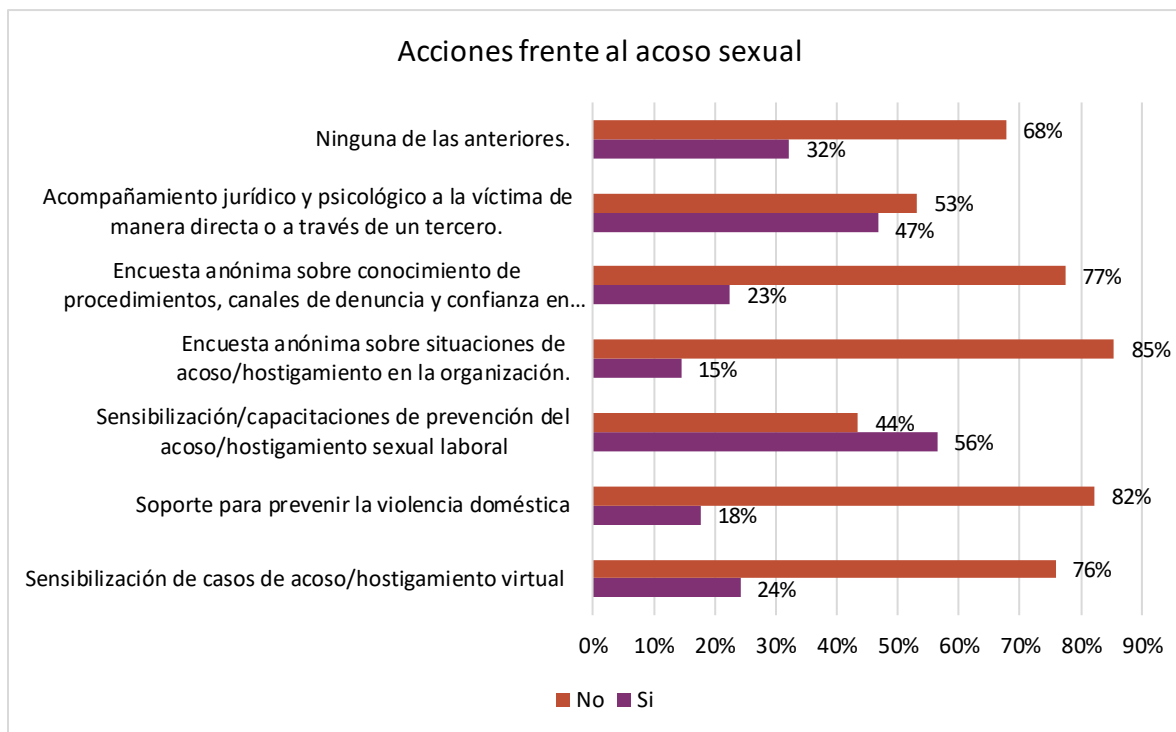
Gráfico 18. Cuenta con protocolo de prevención, atención y sanción del acoso sexual 2020-2021



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Una variación que se presenta en el cuestionario del 2021 tiene que ver con la pregunta sobre las acciones implementadas para la atención y prevención del acoso sexual laboral. Se señala que para el 2021 las opciones de respuesta disminuyeron respecto a las del 2020 y se incluyeron unas nuevas. Las acciones más recurrentes entre las empresas para hacer frente a este problema son las sensibilizaciones y capacitaciones para la prevención (56%), y el acompañamiento psico-jurídico a la víctima (47%). Por otra parte, muy pocas empresas hacen encuestas anónimas sobre la situación del acoso en la empresa (15%), lo cual dificulta tener una línea base sobre la problemática. Además, solo el 18% de las empresas ofrecen soporte para prevenir la violencia doméstica, esto da cuenta de la persistencia de la separación entre la vida pública y la vida privada.

Gráfico 19. Acciones frente al acoso y hostigamiento sexual laboral

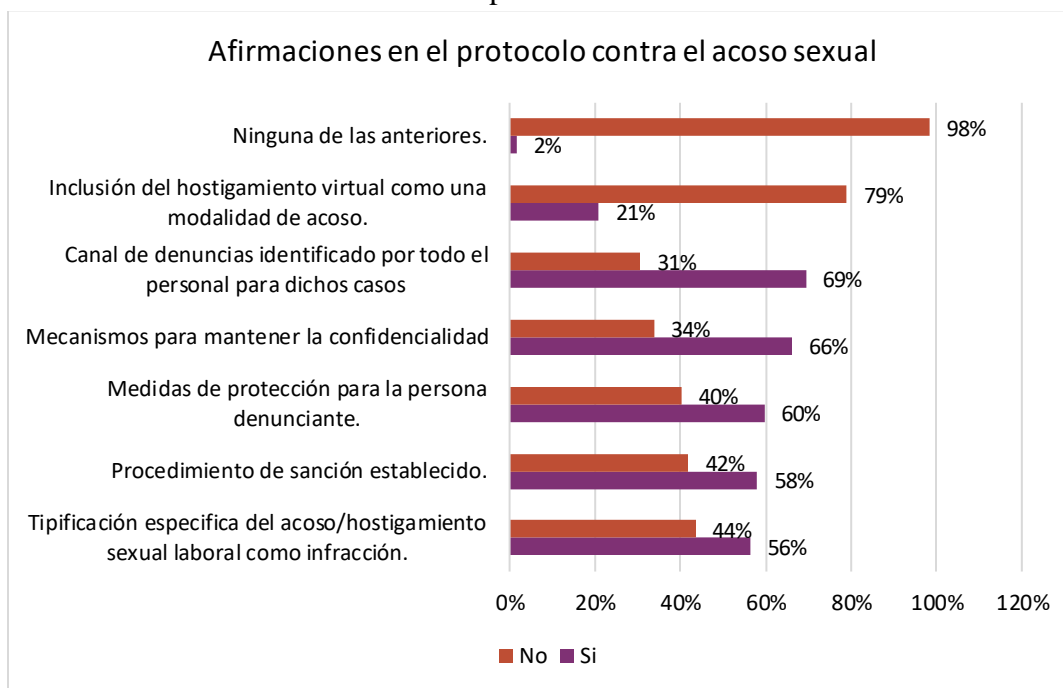


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Dado que la existencia de un protocolo no es suficiente para evaluar la prevención y atención del acoso sexual, la gráfica 20 muestra las afirmaciones incluidas en los protocolos de prevención y atención. Un hallazgo negativo es que la mayor parte de estas categorías presentan una disminución de aplicación en comparación con el 2020, siendo la de menor aplicación la de la inclusión del hostigamiento virtual como una modalidad del acoso, pues solo el 21% de las empresas manifestaron incluirla. Se señala una disminución del 6% en la tipificación específica del acoso sexual como una infracción en relación con el año 2020, algo negativo puesto que la tipificación incide en el tipo de sanción. Asimismo, las empresas que manifestaron tener establecido un procedimiento de sanción para los acosadores disminuyeron más de 10 puntos porcentuales en comparación con el 2020.



Gráfico 20. Afirmaciones dentro del protocolo de atención al acoso sexual laboral



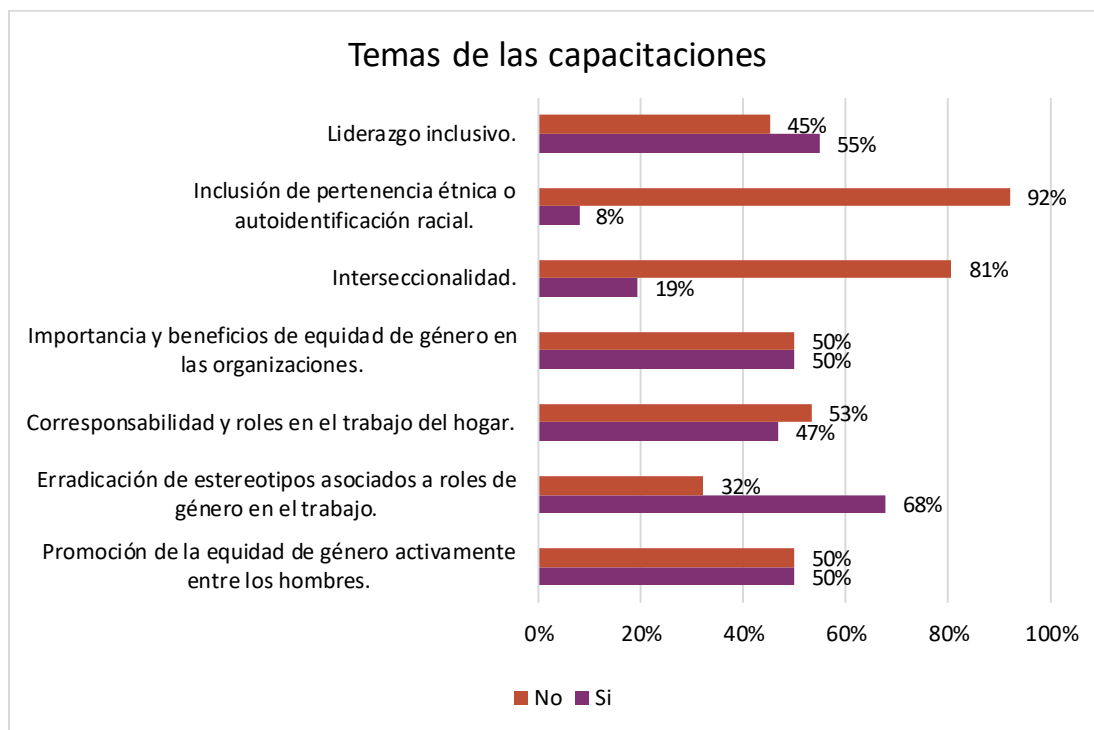
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Finalmente, el cuestionario del Ranking Par para el 2021 indagó un poco más sobre las características y temas a tratar en las capacitaciones, talleres y /o formaciones realizadas por la organización para tratar asuntos de la equidad de género. Es importante anotar que, en el 2020 la categoría gestión de objetivos preguntaba acerca de la realización campañas y capacitaciones para erradicar los estereotipos de género, sin embargo, en el 2021 no fue incluida en dicha categoría, por lo cual se tomó la pregunta más cercana del cuestionario, correspondiente a la categoría de cultura organizacional.

Sobre este punto se conoce que el 74% de las empresas contrató programas de sensibilización, capacitaciones o charlas sobre equidad de género en el trabajo, un porcentaje mucho mayor que el presentado en el 2020. En la gráfica 21 se aprecia que los temas más recurrentes en dichos espacios de sensibilización fueron la erradicación de estereotipos de género en el trabajo (68%) y el liderazgo inclusivo (55%). Por su parte, se destaca que en estas capacitaciones ha hecho falta un enfoque interseccional que trate la equidad de género desde otras variables que pueden implicar una doble discriminación, como la pertenencia étnica.



Gráfico 21. Temáticas dentro de las capacitaciones y formaciones



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Estructura organizacional

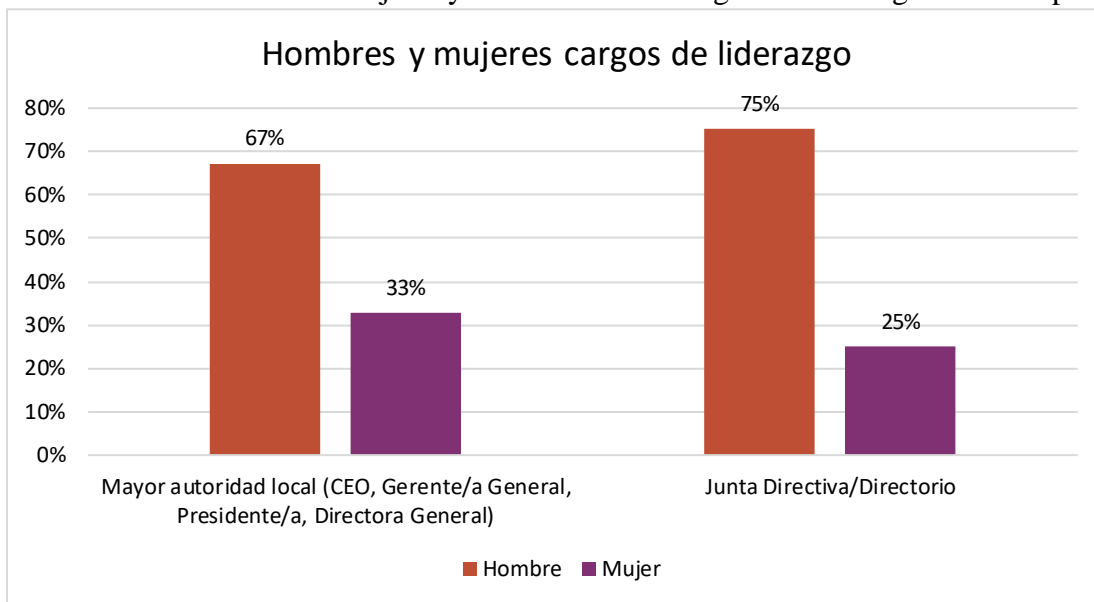
La tercera categoría evaluada por el Ranking Par es la de estructura organizacional, la cual, como su nombre lo indica, evalúa la estructuración al interior de la compañía, por ejemplo, desde el número de mujeres y hombres en posiciones de liderazgo y otras líneas jerárquicas de la organización, y la distribución de los ascensos y contrataciones. En términos generales, esto permite conocer las brechas relacionadas con lo que se entiende como “techo de cristal”, es decir, los límites para avanzar en las posiciones de más alto rango en las empresas, también la distribución de las funciones administrativas y estratégicas dentro de una organización, permitiendo hacer un análisis relacionado con los niveles educativos alcanzados por los y las empleadas versus el cargo que se ocupa en la vida laboral

El cuestionario del Ranking Par para el 2021 unió en un solo grupo algunas preguntas que se encontraban separadas en el 2020, es el caso de la gráfica que se muestra en la gráfica 22. A continuación, se aprecia la distribución de hombre y mujeres en los dos cargos de mayor liderazgo: la junta directiva y la mayor autoridad local de la empresa (CEO, gerente general o presidente). Se



destaca un leve aumento del porcentaje de mujeres en ambas variables en relación con el 2020, siendo más bajo el porcentaje de mujeres en la junta directiva. Esto es importante porque se mantiene la tendencia de una baja participación de las mujeres en cargos de toma de decisiones, lo cual puede estar relacionado con los sesgos de género al interior de la empresa o con la desigualdad de la competencia a razón de la economía del cuidado y la doble jornada laboral.

Gráfico 22. Distribución de mujeres y hombres en los cargos de liderazgo en las empresas



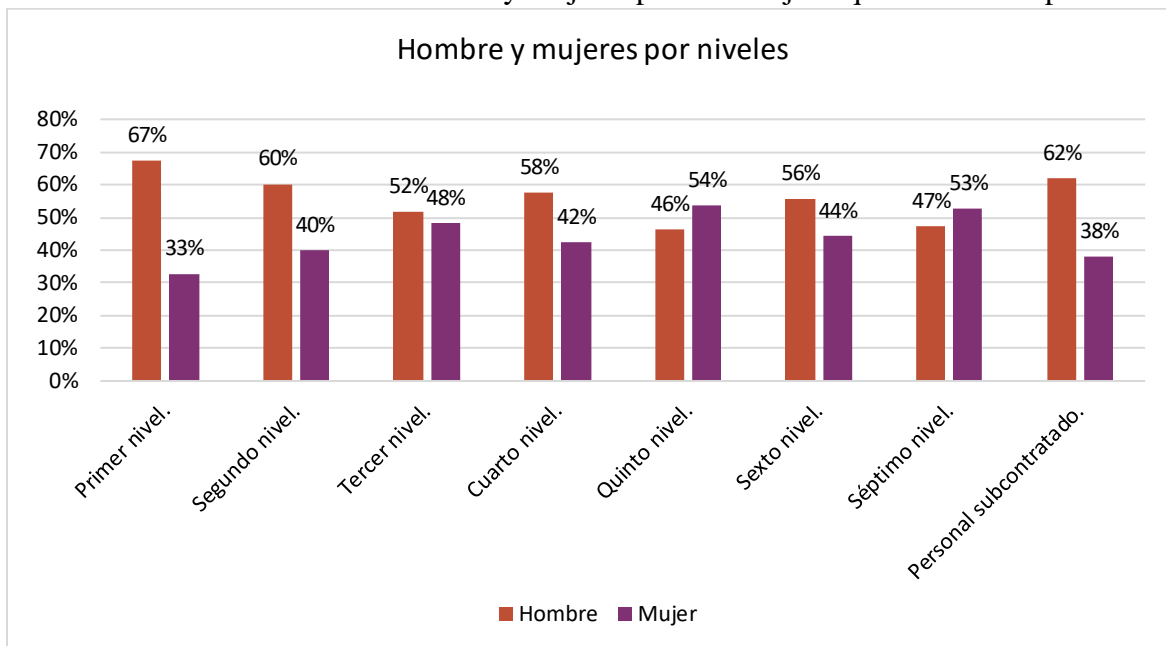
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

No obstante, estos datos son muy generales para ver con claridad el comportamiento de estas brechas, por lo cual Aequales define varios niveles de jerarquía que pueden existir en las empresas y con el cual se puede entender mejor las brechas de liderazgo y ascenso entre hombres y mujeres. En el primer nivel se encuentran los cargos y personas que reportan directamente al gerente general o al CEO, mientras que en el segundo está el personal que reporta al primer nivel, como las gerencias o direcciones de áreas.

En el nivel 3 se encuentran subgerencias que reportan al nivel 2; en el nivel 4 son analistas o coordinadores que reportan al nivel anterior; en el nivel 5 es todo el personal administrativo por debajo del anterior; en el nivel 6 es todo el personal debajo del nivel 5, pueden ser operarios de fábrica o almacenes; y el nivel 7 se compone de los que se están debajo del 6, que pueden ser equipos de ventas o sus equivalentes. Es importante recordar que la hipótesis que se maneja dentro de los estudios de género es que a medida que se desciende en los niveles jerárquicos, aumenta la participación de las mujeres.



Gráfico 23. Cantidad de hombres y mujeres por niveles jerárquicos de la empresa



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

En la gráfica 23 se observa que, tal como en el 2020, la tendencia de las mujeres es creciente, es decir, a menor nivel de jerarquía mayor es la participación de las mujeres. Es de resaltar que, a diferencia del 2020, aunque las mujeres manifiesten una tendencia creciente no logran sobrepasar a los hombres en otros niveles distintos al quinto y el séptimo. Pese a ello, se mantiene la presencia de una brecha muy marcada en los puestos de mayor jerarquía, llegando un punto donde las mujeres estancan su ascenso en el mercado laboral y profesional. Esto tiene consecuencias negativas, pues al dejar a las mujeres por fuera de los escenarios donde se toman decisiones se exacerbaban los estereotipos frente al liderazgo y el rol femenino, donde las mujeres son percibidas como buenas administradoras que carecen de capacidades decisorias.

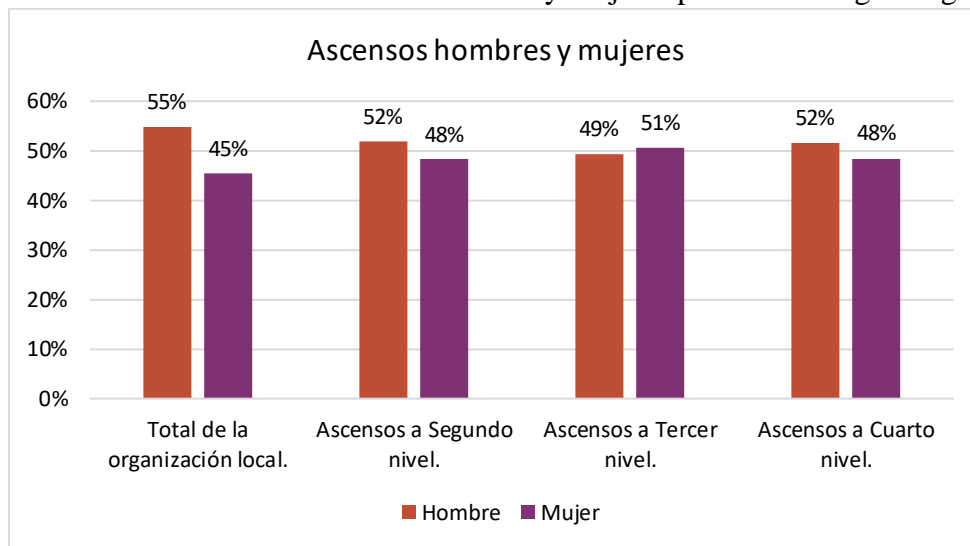
Estas brechas no son ajenas a los efectos ocasionados por la crisis sanitaria, donde los indicadores de desempleo sufrieron aumentos significativos, siendo las mujeres las de mayor impacto a nivel de permanencia y estabilidad laboral. Esto tiene que ver con la conjugación de factores como el incremento de la demanda de cuidados en el hogar por el aislamiento y el cierre de centros de cuidado para niños, niñas y adultos mayores, labores que tuvieron que ser asumidas por las mujeres, cuyo lugar histórico se ha relegado a los cuidados del hogar. Eso puede tener impacto en el número de mujeres en los niveles de las organizaciones, incluso en niveles administrativos, y en general en

la participación en el mercado laboral, hecho que, si bien ha presentado mejoras, continúa en un proceso de recuperación lenta.

Gestión del talento humano

Por otra parte, el Ranking Par evalúa la Gestión del talento humano dentro de las organizaciones, una dimensión que permite conocer los procesos de atracción, reclutamiento, contratación, ascensos y remuneración, así como las buenas prácticas de recursos humanos y liderazgo femenino. Una de las variables de interés tiene que ver con el número de ascensos para hombres y mujeres en el último año, la cual se observa en el gráfico 24. Lo primero que se puede advertir es que, en general, se ha ascendido una mayor cantidad de hombres que de mujeres, con una diferencia de 10 puntos porcentuales. Esta situación ocurre en los niveles dos y cuatro, mientras que en el tercero hay una pequeña ventaja de las mujeres, pero esta no logra ser significativa. Sin embargo, lo anterior no permite identificar una brecha significativa en los ascensos de las y los empleados de la empresa en relación con los niveles jerárquicos.

Gráfico 24. Número de ascensos de hombres y mujeres por niveles según el género



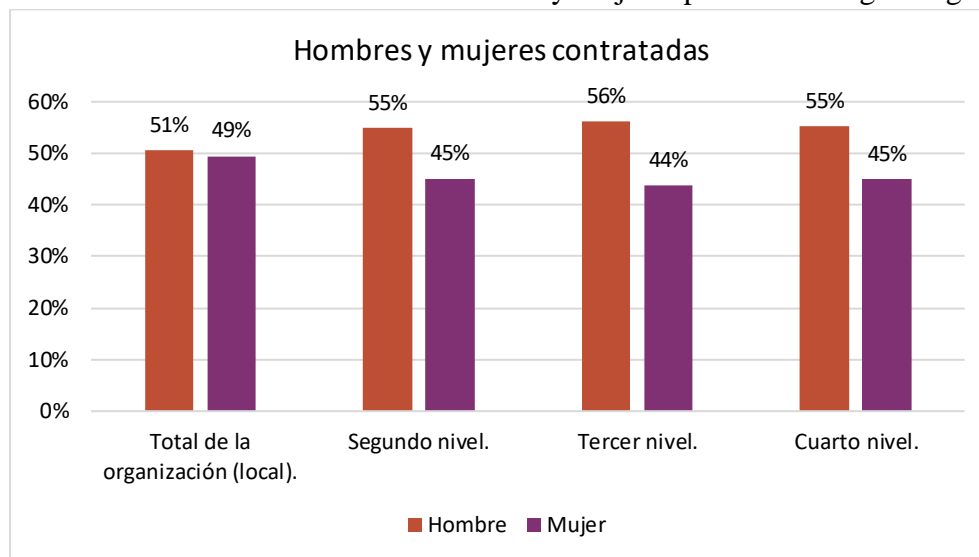
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Ahora bien, respecto a las contrataciones de hombres y mujeres que realizaron las empresas en el año 2021, el gráfico 25 muestra que, en general, el 49% de ellas correspondió a mujeres, por lo que no hay una brecha significativa. Sin embargo, en el segundo, tercer y cuarto nivel esta brecha es aproximadamente de 10 puntos porcentuales, lo que puede indicar que la mayor parte de



contrataciones a mujeres se realizaron en los niveles más bajos de jerarquía. Vale la pena decir que, como en el caso anterior, aunque se reconoce la existencia de brechas estas no son significativas.

Gráfico 25. Número de contrataciones de hombres y mujeres por niveles según el género 2021

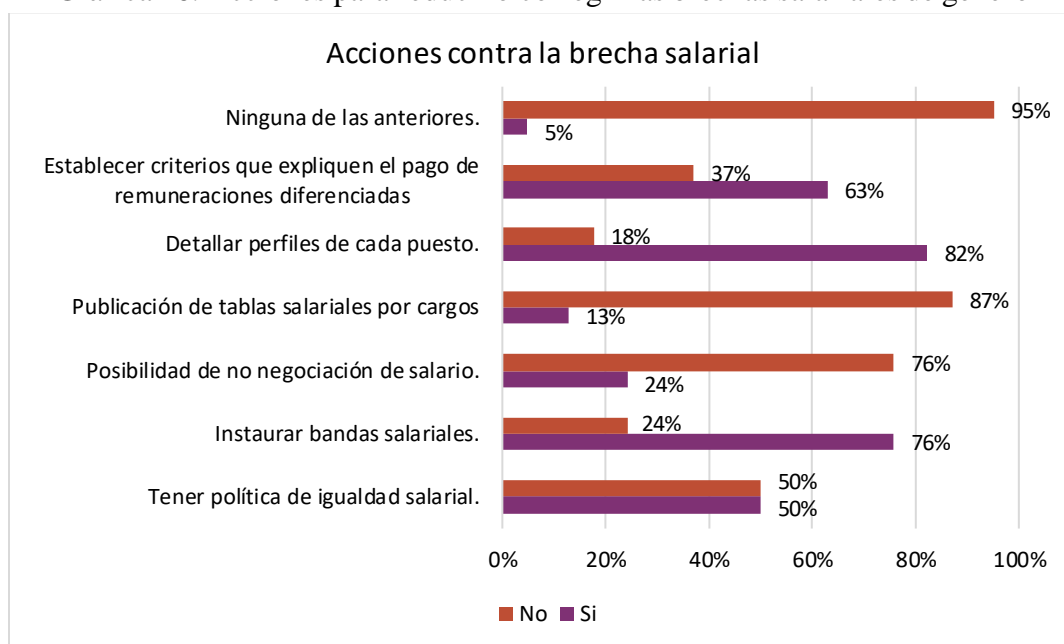


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Después de esto, es importante conocer la transparencia y objetividad en los procesos de gestión del talento humano al interior de las compañías. Para ello, la encuesta del Ranking Par evalúa si las empresas tienen un procedimiento que determine, de manera objetiva y transparente, los criterios o pautas que permitan llevar a cabo las contrataciones, ascensos del personal y el establecimiento de la remuneración para cada cargo de la empresa. El primer punto que se expone al respecto tiene que ver con las estrategias para corregir las brechas salariales.

Acá es importante anotar un cambio con el cuestionario del 2020, pues allí solo preguntaban concretamente por la existencia de un procedimiento documentado para establecer las remuneraciones, mientras que en el 2021 se complejizó preguntando por diversas acciones orientadas a la disminución de brechas salariales. Al respecto, se destaca que gran parte de las empresas participantes implementan acciones como la descripción detallada de los perfiles de cada puesto (82%), la definición de bandas salariales (76%) y el establecimiento de criterios para justificar el pago de remuneraciones diferenciadas (63%). Sin embargo, se genera una alerta ya que solo la mitad de las empresas establecen una política de igualdad salarial.

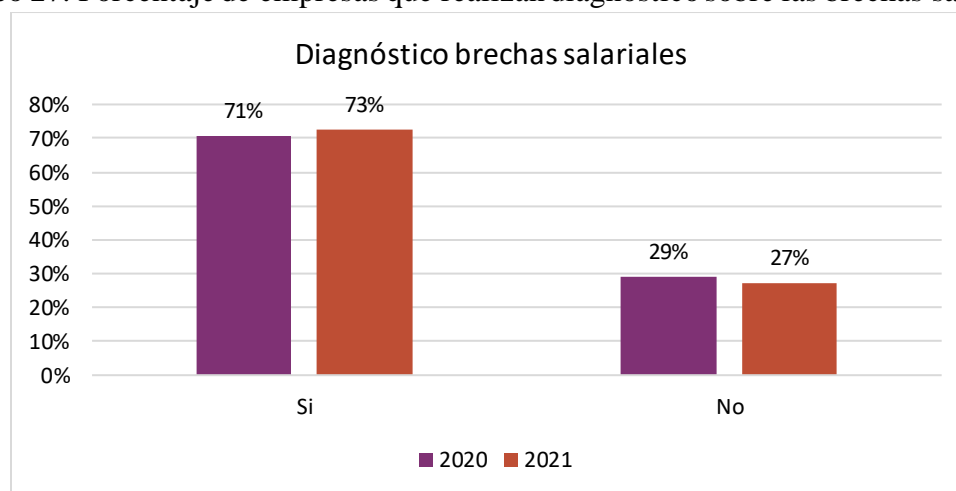
Gráfica 26. Acciones para reducir o corregir las brechas salariales de género



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Es fundamental que las empresas no solo documenten los procesos y pautas para reducir las brechas salariales, sino que es necesario realizar un diagnóstico en relación con las brechas salariales dentro de la organización. En el gráfico 27 se observa que en el 2021 aumentó ligeramente el porcentaje de empresas que realizan estos diagnósticos, un paso importante para tener elementos para analizar con mayor claridad cuáles pueden ser las formas y los procedimientos más acertados para corregir tales brechas.

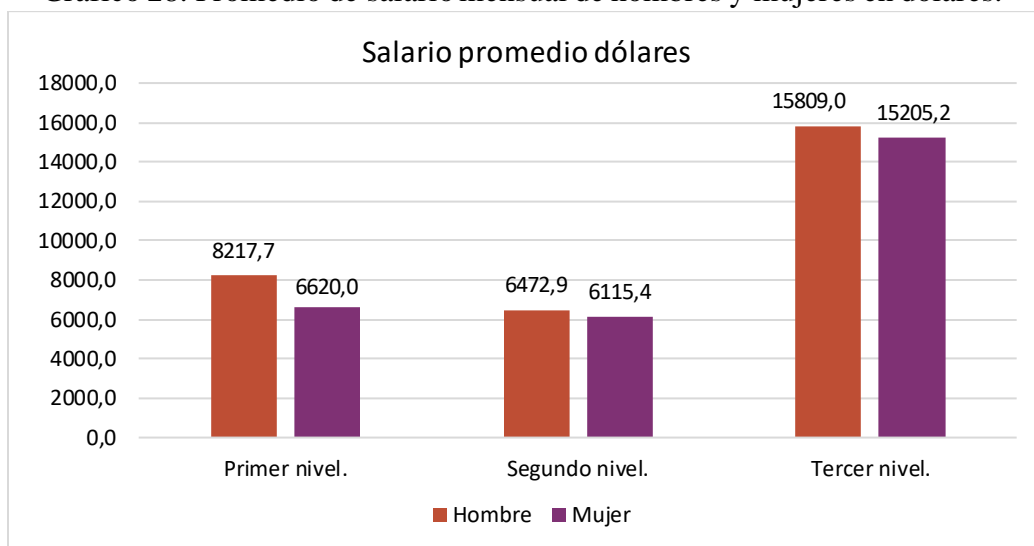
Gráfico 27. Porcentaje de empresas que realizan diagnóstico sobre las brechas salariales



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Analizadas las dos variables anteriores, es preciso analizar cuál es el promedio del salario mensual en dólares para hombres y mujeres por niveles jerárquicos en las empresas participantes del Ranking Par 2021. Con esto se busca establecer si las acciones realizadas en materia de remuneración y brechas salariales se manifiestan en la distribución real de los salarios de los y las colaboradoras. A diferencia del 2020, en el gráfico 28 las brechas salariales entre hombres y mujeres para los tres primeros niveles de organización de la empresa no son tan significativas, sin embargo, es posible apreciar una diferencia mayor a favor de los hombres, especialmente en el primer nivel. Es importante que las empresas analicen los factores que están incidiendo en esto para encontrar las mejores estrategias para terminar de aplanar dicha brecha.

Gráfico 28. Promedio de salario mensual de hombres y mujeres en dólares.³



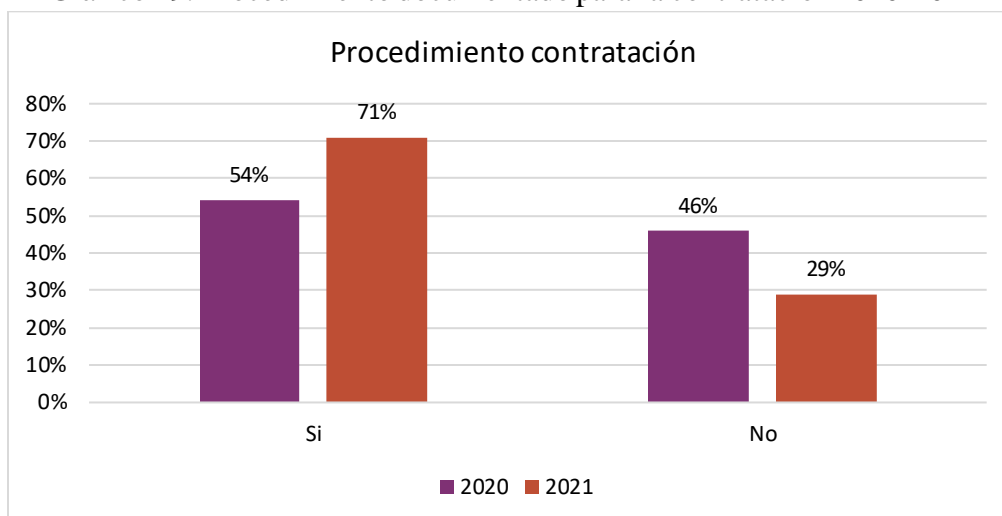
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Otro elemento importante para evaluar la gestión del talento humano desde el enfoque de género implica saber si las empresas cuentan con criterios y procedimientos documentados para los procesos de contratación. Esto es relevante reconociendo que los sesgos de género pueden ser inconsciente, y un proceso organizado y parametrizado puede hacer prevalecer la objetividad sobre la parcialidad. En el gráfico 29 se observa un aumento sustancial y significativo de las empresas

³ Es importante anotar que en el base de datos para el 2021 se identificó una inconsistencia en una de las respuestas registradas por una de las empresas en el promedio del salario en dólares de las mujeres en el primer nivel, por lo cual el valor tuvo que ser eliminado para tener un acercamiento a un promedio más acertado y coherente.

que cuentan con este proceso para el 2021, con un incremento del 17%, un avance positivo en comparación con el 2020.

Gráfico 29. Procedimiento documentado para la contratación 2020-2021

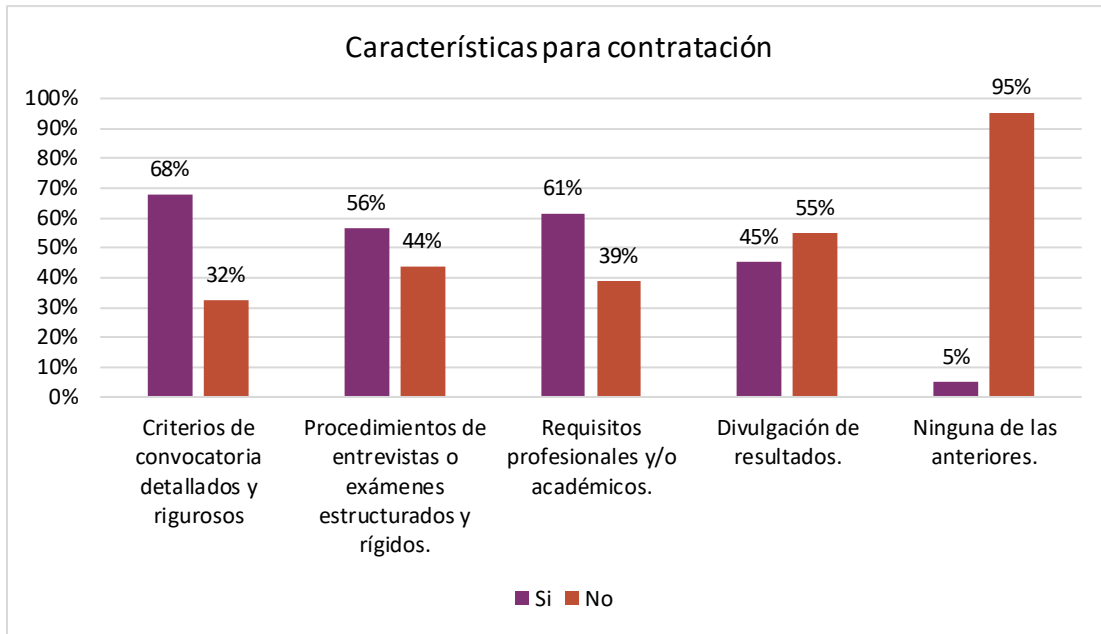


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Sin embargo, reconociendo que contar con el procedimiento no es suficiente, el cuestionario incorporó una nueva pregunta en el 2021 que indagó por las características que puede incluir dicho procedimiento. Al respecto se evidencian unos buenos resultados, que sin embargo deben seguir mejorándose. Se resalta que casi el 70% de las empresas tienen unos criterios de convocatoria detallados y rigurosos (68%), además, una amplia mayoría establece requisitos profesionales y académicos (61%). Es importante fortalecer las prácticas que implican la divulgación de resultados en las contrataciones y el establecimiento de procedimientos estructurados para las entrevistas y los exámenes, lo cual garantizará un mejor control de los sesgos en los procesos de contratación.

Gráfico 30. Características que incluye el procedimiento de contratación.





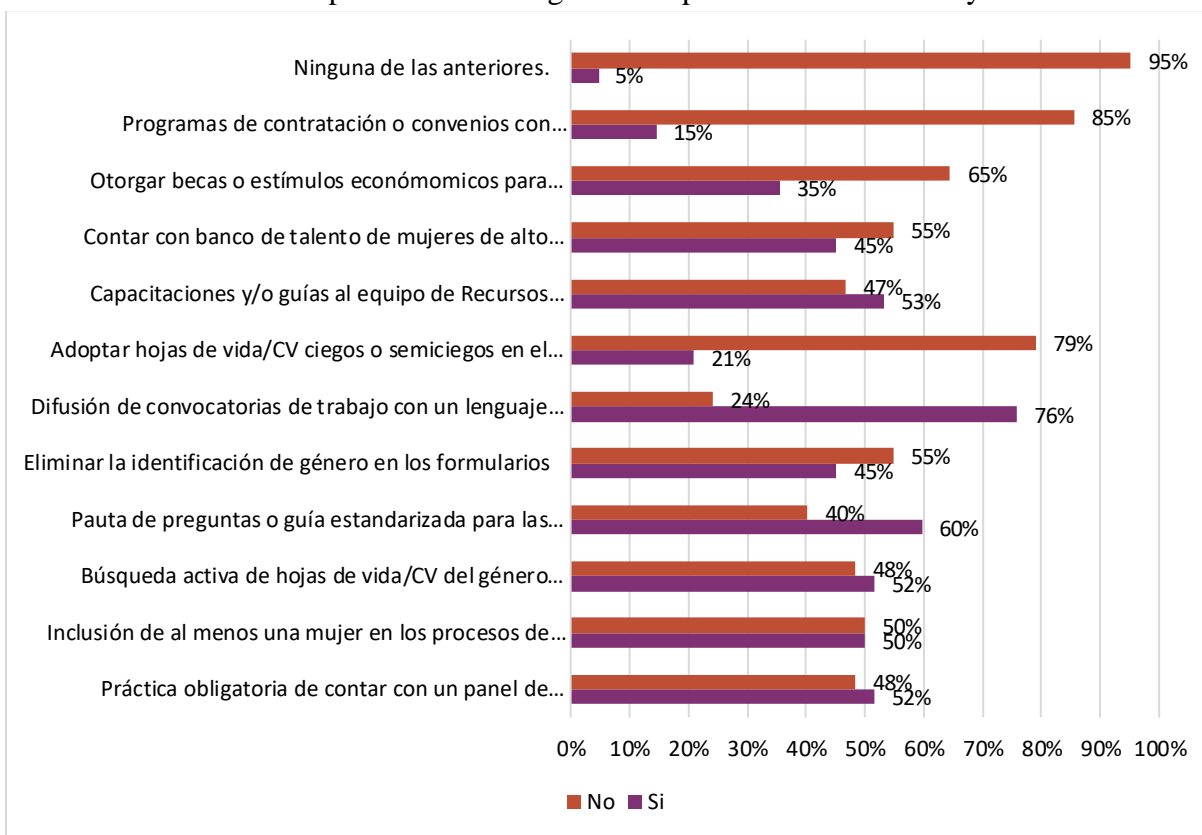
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Por otra parte, el cuestionario permite conocer el porcentaje de empresas que aplican algunas de las buenas prácticas para los procesos de selección y reclutamiento, es de resaltar que aquí se presentan más opciones que en el cuestionario del 2020. El gráfico 31 muestra que una de las prácticas menos implementadas es la de programas de contratación y convenios con universidades para mujeres en STEM, pues solo el 15% de las empresas dicen tenerla como una práctica. Por otra parte, al igual que en el 2020, la adopción de hojas de vida ciegas o semiciegas es otra de las menos aplicadas por las empresas (21%), siendo esta una práctica interesante ya que puede fungir como una estrategia para evitar sesgos inconscientes. De igual forma, hay muy baja participación de las empresas con la práctica relacionada con las becas o estímulos económicos para formación en STEM, solo un 35% de las empresas lo ofrecen.

Sin embargo, se destaca que más del 75% de las empresas hacen convocatorias laborales desde un lenguaje incluyente, un factor importante para incentivar la presentación de mujeres en trabajos tradicionalmente masculinizados. Fortalecer y cualificar estas estrategias permitirá aprovechar las capacidades de las personas que buscan ingresar al mercado laboral, evitando que desde los sesgos de género se excluyan perfiles competentes que pueden incidir positivamente en los indicadores de desempeño, competitividad, productividad y representatividad (Guerra et al., 2020).



Gráfico 31. Prácticas para eliminar sesgos en los procesos de selección y reclutamiento



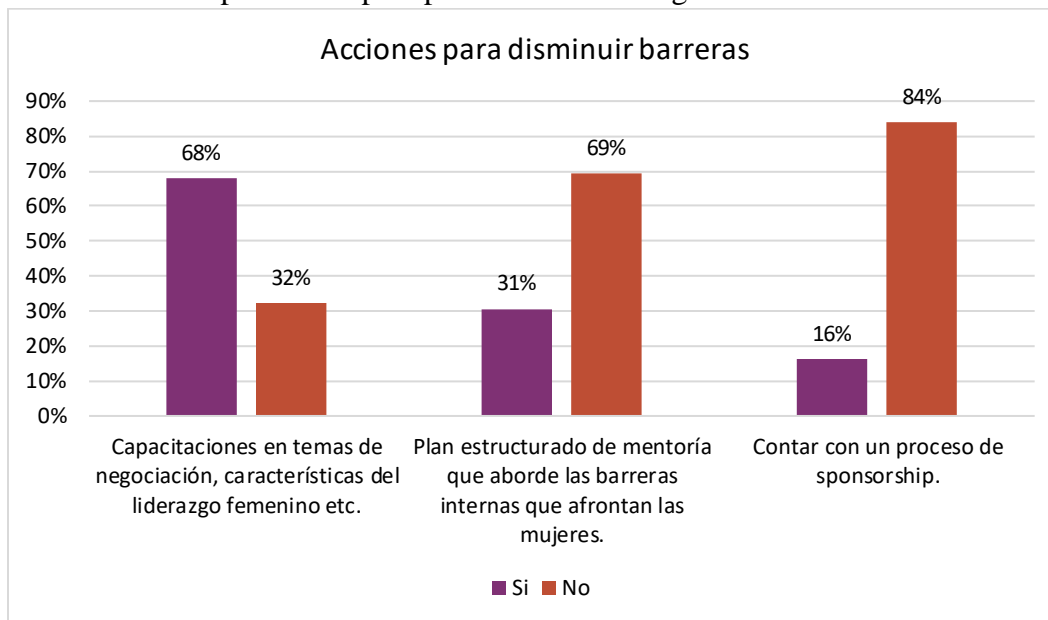
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

En aras de fortalecer el liderazgo femenino y disminuir brechas, el Ranking Par busca evaluar si las empresas cuentan con un programa o realizan acciones periódicas para mujeres con el objetivo de disminuir las barreras internas que dificultan el liderazgo femenino. Al igual que en casos anteriores, aquí se presenta una variación dentro del cuestionario, pues en el 2020 se preguntó sobre la existencia de un programa para este fin dentro de las empresas, mientras que en el 2021 se indagó por varias acciones. Así, en el gráfico 32 se observa que el 68% de las empresas de Antioquia focalizan sus acciones en la realización de capacitaciones en temas de negociación comunicación, características de liderazgo, entre otros.

Sin embargo, cuando se trata de acciones más específicas y fuertes, como un plan de mentoría y un proceso de *sponsorship*, aumento significativamente el porcentaje de empresas que no lo llevan a cabo. Estos resultados indican la importancia de promover estrategias de equidad de género al interior de las empresas, donde se vaya más allá de capacitaciones, talleres y sensibilizaciones. Esto es especialmente importante cuando más arriba se hizo evidente la existencia de brechas de género en los cargos de más alta jerarquía.



Gráfico 32. Acciones periódicas para potenciar el liderazgo femenino dentro de las empresas



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Gestión de la crisis

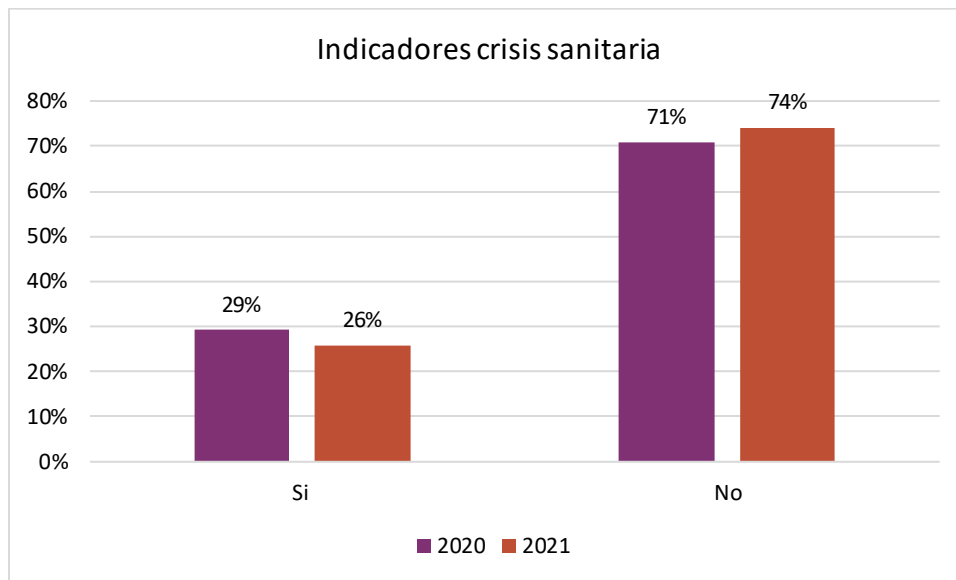
La emergencia sanitaria que inició en el 2020 tuvo cambios sustanciales en los indicadores en materia de equidad de género respecto al sector empresarial y el mercado laboral, el cual ha mostrado grandes afectaciones en la vida económica y profesional de las mujeres, especialmente en lo relacionado con la economía del cuidado y el trabajo doméstico. Por ello, el Ranking Par incluyó en el 2020 una categoría con preguntas sobre el manejo de la crisis con enfoque de género. Este fue el apartado que más cambios tuvo en el cuestionario respecto al 2020, por lo que se tomarán únicamente aquellas preguntas que puedan establecer un comparativo con los hallazgos anteriores.

Una de las preguntas que se tienen en cuenta es la relacionada con el ajuste a los indicadores de cara a las condiciones extraordinarias planteadas por la pandemia en el 2020. Esto es un punto importante ya que, dadas esas particularidades de la crisis sanitaria a nivel económico y social, las empresas deben hacer ajustes a las formas y variables con las que miden el desempeño de sus trabajadores. Al respecto, en la gráfica 33 se observa que las empresas que han realizado dichos cambios representan un porcentaje muy bajo, incluso con una disminución respecto a las empresas que se midieron en el 2020. Esto es un punto por mejorar, especialmente si se reconoce que en



condiciones de excepcionalidad intervienen otras variables en el desempeño de las actividades laborales.

Gráfico 33. Se han replanteado los indicadores para medir el desempeño dadas las nuevas condiciones laborales.

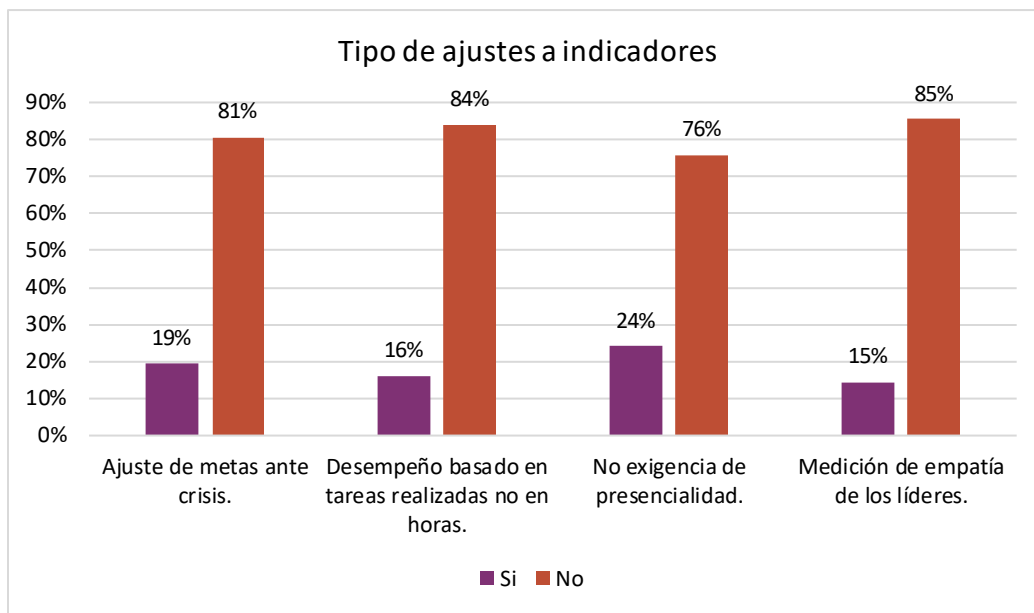


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Adicionalmente, en el año 2021 el Ranking buscó profundizar un poco más en aquellos cambios que se habían gestado en los indicadores de desempeño a raíz de la pandemia, e incluyó una pregunta con unas respuestas más específicas. Como se observa en la siguiente gráfica, no hay una opción que supere el 25%, lo cual concuerda con lo presentado en el gráfico anterior, sin embargo, se destaca que la mayoría de las empresas que hizo ajustes a estos indicadores lo hicieron mediante la no exigencia de la presencialidad (24%), seguido por el ajuste de metas según la crisis sanitaria (19%).

Gráfico 34. Tipos de ajustes realizados a los indicadores en el marco de la crisis





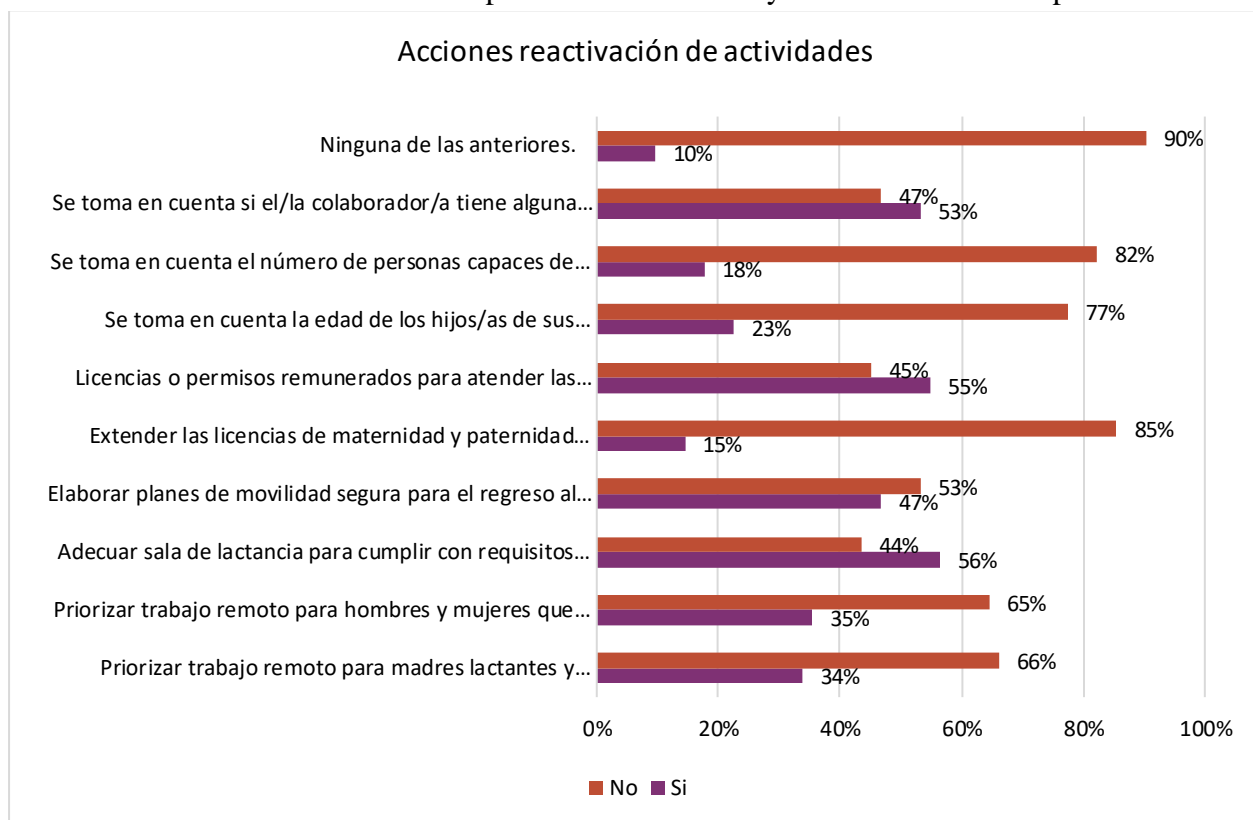
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Finalmente, se identifican aquellas acciones planteadas por las empresas para el retorno y la reactivación de las operaciones desde un enfoque de equidad de género. Las opciones de respuesta a esta pregunta también presentan algunas variaciones respecto al 2020. En concreto, se busca conocer si las empresas han contemplado incentivos para aquellos empleados/as que tienen actividades de cuidado bajo su cargo o que se encuentran iniciando una etapa paterna y materna, o si, por el contrario, tomaron en cuenta la variable del cuidado para reorganizar el retorno. A diferencia del 2020, ninguna de estas acciones logra ser implementada por más del 56% de las empresas, un hallazgo negativo en el 2021, sin embargo, se muestra que las tres acciones más recurrentes tienen que ver con la adecuación de salas de lactancia (56%), las licencias o permisos remunerados para atender las necesidades del cuidado de personas dependientes (55%) y considerar las discapacidades de las y los trabajadores para la permanencia de la virtualidad entre ellos.

Llama la atención que las acciones menos implementadas tienen que ver con la conciliación con el trabajo doméstico y de cuidado no remunerado. Así, muy pocas empresas optaron por extender las licencias de maternidad y paternidad remuneradas (15%); o tomaron en consideración la cantidad de personas capaces de realizar las labores de cuidado de las personas dependientes en el hogar (18%); ni tampoco consideraron la edad de los hijos/as de sus colaboradores para organizar quienes mantenían el trabajo en casa (23%).



Gráfico 35. Acciones dentro de protocolos de retorno y reactivación de las operaciones



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ranking Par 2021

Al respecto, hay un hecho que no puede desconocerse en el marco de la pandemia, y es que este contexto de emergencia abrió la puerta para que muchas empresas aceleraran sus procesos de inmersión en la era digital, cambiando la organización interna y la logística del trabajo remunerado. Sin embargo, esto también permitió que se pusiera sobre la mesa cuestiones fundamentales respecto a la economía del cuidado y los posibles mecanismos para conciliar estas labores con el trabajo remunerado.

Conclusiones y recomendaciones para el instrumento

- De acuerdo con los instrumentos existentes para el sector empresarial antioqueño, el Ranking Par se constituye en el instrumento de medición que incorpora una cantidad significativa de variables para elaborar diagnósticos en equidad de género en el marco de las empresas. Por lo anterior, uno de los asuntos que debe promover la Alianza Empresarial para la Equidad de Género es que sea cada vez mayor el número de empresas que realicen esta medición.



- Es importante lograr la mayor estandarización posible del cuestionario del Ranking Par, en aras de facilitar el seguimiento y la medición de la línea de base. Esto se señala en la medida en que se identificaron varias preguntas y variables que cambiaron en relación con el año anterior, lo cual implicó dejar por fuera del comparativo varias variables.
- Se resalta la importancia de los cambios incorporados a algunas preguntas de 2021, a partir de las cuales fue posible analizar más precisamente asuntos que no fueron percibidos en el 2020. En concreto, se reconoce la importancia de contar con preguntas que permitan conocer el detalle de ciertas acciones implementadas por las empresas, ya que permite tener una lectura más acertada sobre la pertinencia y correspondencia de estas con la equidad de género. Es el caso por ejemplo de aquellas preguntas que indagaban por la existencia de políticas, planes, comités y metas, que fueron complementadas con preguntas sobre las características y acciones tenidas en cuenta en estos recursos. Evidenciando, por ejemplo, que no necesariamente la existencia de un comité de género obedece a las características idóneas para su acertada implementación.
- Las políticas de equidad de género, los planes de acción, presupuestos y seguimiento a objetivos y metas son otro de los retos en términos de lo que podríamos denominar la planeación estratégica de la equidad de género en los contextos empresariales. Al respecto, aunque se registra un aumento de las empresas que dicen contar con una política de equidad de género, cuando se logra observar el detalle, hay falencias internas en relación con la vigencia y aprobación, la comunicación y, sobre todo, el establecimiento de responsables. Ocurre lo mismo con los planes de acción y los comités, donde se evidencia una tendencia a la formulación, pero que descuida la calidad e idoneidad de la misma.
- Específicamente las preguntas realizadas frente al Plan de Acción evidencian la importancia que tiene este instrumento en la planeación estratégica en tanto materializa la Política de Equidad de Género. La intención de los Planes de Acción es plantear acciones concretas dirigidas a transformar las causas que generan las desigualdades o acelerar los cambios para lograr la equidad, por ello la importancia de considerar los responsables, los rubros establecidos para lograrlo, el talento humano requerido, entre otros asuntos.
- Se destaca el ajuste que se realizó en el cuestionario del 2021 en la cultura organizacional, donde se diferenciaron las acciones implementadas para aportar al bienestar individual y personal, y a las necesidades implicadas en la maternidad y paternidad. Esto permitió observar que, si bien las empresas tienen grandes avances en las primeras, las segundas están más bien estancadas. Lo que podría entenderse como un rezago en el reconocimiento de las



necesidades de la paternidad y la maternidad como algo que atraviesa la vida laboral y el espacio público y que, por tanto, compete a las empresas ofrecer oportunidades para aliviar esta doble carga.

- Al igual que en el 2020, se mantiene la tendencia a implementar acciones para la conciliación entre la vida familiar, laboral y personal menos complejas y, por tanto, con menores impactos. Es el caso del crecimiento de las acciones de trabajo flexible y trabajo remoto, las cuales son más de carácter inmediato y que no tienen un impacto en el mediano y largo plazo. Este sería el caso de acciones tendientes a disminuir el tiempo y el costo invertido en el cuidado de hijos e hijas.
- El liderazgo femenino es un tema presente en los tres instrumentos analizados y cuya centralidad se corrobora en la revisión de literatura y el trabajo de campo realizado. Esta debe ser una prioridad no solo para la Alianza Empresarial, sino también para las grandes, medianas y pequeñas empresas. Es importante destacar que, en comparación en el 2020, las preguntas relacionadas con el liderazgo tuvieron un mejor comportamiento en el 2021, pues se evidencia una ligera reducción en las brechas existentes entre los niveles de trabajo 1 y 7. No obstante, para los cargos más altos y las juntas directivas la brecha de género sigue siendo abismal lo cual mantiene la necesidad en construir esfuerzos conjuntos para incentivar la participación de las mujeres para el ascenso a los puestos de mayor jerarquía en el sector empresarial.
- Partiendo de la premisa de que los sesgos de género muchas veces son inconscientes, es fundamental que las empresas busquen estrategias para hacerlos conscientes lograr la mayor objetividad posible en los procesos de selección, contratación, establecimiento de salarios y ascensos. En esta medida, al igual que en el 2020, se hace necesario promover el establecimiento y documentación de procedimientos rigurosos y claros para cada uno de estos procesos donde puedan incidir sesgos inconscientes de género.
- Finalmente, este año se evidenció la ausencia de preguntas concretas sobre el seguimiento y la evaluación de la implementación de estrategias, acciones y políticas para la promoción de la equidad de género a través de indicadores de productividad, ausentismo, crecimiento, etc. Es importante conocer si las empresas hacen este tipo de mediciones y, sobre todo, evidenciar los impactos más concretos de las mismas en las empresas, sobre todo porque puede ser una forma de incentivar a que otras compañías implementen acciones para la equidad de género identificando un efecto positivo en sus indicadores empresariales.



Tabla resumen

Indicador	Datos 2020	Datos 2021	Fuente	
Gestión de objetivos				
Empresas que miden y registran la cantidad de hombres y mujeres	Vinculados: 92% llevan registro por género	Vinculados directos: 92% Llevan registro por género Vinculados indirectos (nuevo): 65%	Ranking Par	Se mantuvo
	Capacitados: 83% llevan registro por género	Capacitados: 79% llevan registro por género		Disminuyó
	Ascendidos: 77% llevan registro por género	Ascendidos: 71% llevan registro por género		Disminuyó
	Retirados: 85% llevan registro por género	Retirados: 74% llevan registro por género		Disminuyó
	Diferencias generacionales: 67% llevan registro por género	Diferencias generacionales: 81% llevan registro por género		Aumentó
Empresas con política empresarial de equidad de género	62,5% de empresas tienen política de equidad de género	71% de empresas tienen política de equidad de género	Ranking Par	Aumentó
Empresas que comunican su política de equidad de género periódicamente	60% de empresas comunican su política periódicamente	61% la comunican al menos una vez al año	Ranking Par	Aumentó
		45% la comunican al exterior de la empresa		N/A
		61% manifiestan que es conocida/impulsada por directivos		N/A
		61% de las políticas tienen fecha de aprobación y están vigentes		N/A
		48% específica a los responsables		N/A
Empresas con un plan de acción para la equidad de género	46% de empresas tienen un plan de acción para la equidad	53% de empresas tienen un plan de acción para la equidad	Ranking Par	Aumentó



Características que tiene el plan de acción	N/A: no se midió para el 2020	40% tienen indicadores KPI's de seguimiento	Ranking Par	N/A
		55% designan responsables de ejecución de acciones		N/A
		47% tienen fechas para el cumplimiento de acciones		N/A
		61% tienen acciones concretas para la equidad de género		N/A
		40% contemplan adaptación a las particularidades del contexto		N/A
		52% tienen objetivos generales y específicos.		N/A
Empresas que Realiza un diagnóstico sobre las percepciones sobre equidad de género en la empresa	31% de empresas realizan diagnóstico.	42% de empresas realizan diagnóstico.	Ranking Par	Aumentó
Empresas que tienen presupuesto anual para promover acciones para la equidad de género	48% destinan presupuesto para la equidad.	53% destinan presupuesto para la equidad.	Ranking Par	Aumentó
Incremento del presupuesto para la equidad en el último año	10% de las empresas no incrementaron 8% de empresas lo incrementaron en un valor igual o menor al 5%. 15% de empresas lo incrementaron entre el 6% y el 30%. El 6% de empresas lo incrementaron entre el 31% y el 60%	N/A: no se incluyó esta pregunta para este año.	Ranking Par	N/A



	El 8% de empresas incrementaron en más del 61%			
Empresas que tienen metas definidas para el género menos representado en áreas de la compañía	23% de las empresas han establecido metas	23% de las empresas han establecido metas	Ranking Par	Se mantuvo
Empresas que tienen metas de género definidas para cargos de liderazgo	N/A: No se preguntó en 2020	26% de las empresas han establecido metas	Ranking Par	N/A
Empresas que realizan campañas y capacitaciones para erradicar estereotipos de género	44% de las empresas realizan estas campañas	74% de las empresas en 2021 realiza y/o ha contratado programas de sensibilización, capacitaciones o charlas sobre equidad de género ⁴	Ranking Par	Aumentó
Empresas que cuentan con un comité de Equidad de Género y/o Diversidad	44% de las empresas cuentan con comité	52% de las empresas cuentan con comité	Ranking Par	Aumentó
Características del comité de equidad de género. (Nuevo)	N/A: no se incluyó en cuestionario 2020	34% hacen reporte trimestral o anual de acciones y avances del comité.	Ranking Par	N/A
		48% realizan reuniones al menos cada 6 meses.		N/A

⁴ Hay un cambio respecto a 2020, esta pregunta cambió y en 2021 no hizo parte de la categoría de gestión de objetivos, sino de la categoría de cultura organizacional. Se pone en esta parte para establecer comparativo con la línea de base 2020.



		40% tienen funciones específicas para la promoción de la equidad de género		N/A
		42% tienen fecha de constitución documentada		N/A
		40% tienen documento y acta constitutiva.		N/A
Empresas que establecen indicadores de desempeño atados a logros en equidad de género para las/los directivos. (Nuevo)	N/A: no se incluyó en cuestionario 2020	Solo el 21% de las empresas definen estos indicadores de desempeño.	Ranking Par	N/A

Cultura organizacional

Servicios ofrecidos por las empresas para balancear la vida laboral y personal	Horarios flexibles: 85%	Horarios flexibles: 79% de las empresas	Ranking Par	Disminuyó
	Días flexibles para cuidado de dependientes o fechas especiales: 92%	Días flexibles para cuidado de dependientes o fechas especiales: 89%		Disminuyó
	Trabajo remoto: 85%	Trabajo remoto: 92%		Aumentó
	Licencias con o sin remuneración a lo contemplado por la ley: 73%	Licencias con o sin remuneración a lo contemplado por la ley: 56%		Disminuyó
	Servicios de guarderías y/o lugares para los niños/as en el espacio de trabajo: 8%	Servicios de guarderías y/o lugares para los niños/as en el espacio de trabajo: 19%		Aumentó
	Servicios de bienestar para que se gestione mejor el tiempo desde alianzas o subsidios: 69%	Servicios de bienestar para que se gestione mejor el tiempo desde alianzas o subsidios: 73%		Aumentó
	Sala de lactancia: 60%	Sala de lactancia: 58%		Disminuyó
	Días libres por adopción de NNA, incluidas familias diversas: 40%	Días libres por adopción de NNA, incluidas familias diversas: 39%		Disminuyó



	Buenas prácticas dirigidas a madres: 38%	Buenas prácticas dirigidas a madres: 38%		Se mantuvo
	Buenas prácticas dirigidas a padres: 29%	Buenas prácticas dirigidas a padres: 29%		Se mantuvo
Empresas que implementan otras buenas prácticas para padres y madres no incluidas anteriormente (Nuevo)	N/A: son opciones de respuesta que no estuvieron en cuestionario anterior	Acompañamiento en primeros meses de: Paternidad (16%) y Maternidad (18%).	Ranking Par	N/A
		Programas o acciones de acompañamiento durante embarazo a madres (21%) y Padres (13).		N/A
		Grupos de soporte para padres (13%) y para madres (18%).		N/A
		Regreso escalonado después de paternidad (21%) y maternidad (34%)		N/A
		Trabajo en casa para madres/padres según edad del bebé (35%)		N/A
		Asistencia legal en temas de familia (35%)		N/A
		Asistencia psicológica y para salud mental (85%)		N/A
		Asistencia para gestión de las finanzas (55%)		N/A
Empresas que cuentan con protocolo de prevención, atención y sanción del acoso sexual laboral	56% de las empresas cuentan con este protocolo	66% de las empresas cuentan con este protocolo	Ranking Par	Aumentó
Porcentaje de las empresas que dentro de sus	Tipificación específica del acoso sexual laboral como infracción: 62,5%	Tipificación específica del acoso sexual laboral como infracción: 56%	Ranking Par	Disminuyó



acciones del protocolo contemplan las siguientes.	Procedimiento de sanción: 71%	Procedimiento de sanción: 58%		Disminuyó
	Medidas de protección para la víctima: 71%	Medidas de protección para la víctima: 60%		Disminuyó
	Mecanismos para mantener la confidencialidad: 77%	Mecanismos para mantener la confidencialidad: 66%		Disminuyó
	Canal o espacio de denuncias identificado por todo el personal: 83%	Canal o espacio de denuncias identificado por todo el personal: 69%		Disminuyó
	Inclusión del hostigamiento virtual como modalidad de acoso: 31%	Inclusión del hostigamiento virtual como modalidad de acoso: 21%		Disminuyó
	Sensibilización sobre prevención del acoso sexual: 50%	Sensibilización sobre prevención del acoso sexual: 56%		Aumentó
	Mecanismo de registro y seguimiento para las denuncias: 60%	N/A: no se incluyó esta opción en el cuestionario		N/A
	Acompañamiento jurídico y psicológico por parte de la empresa: 48%	Acompañamiento jurídico y psicológico por parte de la empresa: 47%		Disminuyó
		Encuesta sobre conocimiento de canales, procedimientos y confianza: 23%		N/A
		Encuesta sobre situaciones de acoso en empresa: 15%		N/A
Soporte para prevenir violencia doméstica: 18%		N/A		
Sensibilización sobre acoso virtual: 24%		N/A		
Empresas que miden indicadores de ausentismo, productividad, rotación y/o desempeño en relación con	67% de las empresas no miden ninguno de estos indicadores en relación con la equidad de género.	Esta pregunta tuvo unas leves modificaciones en su enunciación y se reubicó en la categoría de gestión de objetivos, indicador final.	Ranking Par	N/A



temas de equidad de género				
Porcentaje de empresas que registran variaciones positivas en los indicadores a raíz de las acciones de equidad de género	Ausentismo: 18,8%	N/A: no se preguntó esto en el 2021	Ranking Par	N/A
	Productividad: 23%			N/A
	Rotación: 21%			N/A
	Desempeño: 27,1%			N/A

Estructura organizacional

Porcentaje de Mujeres en la mayor autoridad local de la empresa	27% de las empresas tienen a una mujer en la mayor autoridad de la empresa	33% de las empresas tienen a una mujer en la mayor autoridad de la empresa	Ranking Par	Aumentó
Distribución de hombres y mujeres en la junta directiva	187 (76.6%) hombres en las juntas directivas de las empresas	75% hombres en las juntas directivas de las empresas	Ranking Par	Disminuyó
	57 (23.4%) mujeres en las juntas directivas de las empresas	25% mujeres en las juntas directivas de las empresas		Aumentó
Cantidad de hombres y mujeres en los diferentes niveles de jerarquía	Nivel 1: Hombres 265 (68%) Mujeres 122 (32%)	Nivel 1: Hombres 67% Mujeres 33%	Ranking Par	H: Disminuyó M: Aumentó
	Nivel 2: Hombres 610 (55%) Mujeres 490 (45%)	Nivel 2: Hombres 60% Mujeres 40%		H: Aumentó M: Disminuyó
	Nivel 3: Hombres 2410 (46%) Mujeres 2804 (54%)	Nivel 3: Hombres 52% Mujeres 48%		H: Aumentó M: Disminuyó
	Nivel 4: Hombres 8017 (48%) Mujeres 8718 (52%)	Nivel 4: Hombres 58% Mujeres 42%		H: Aumentó M: Disminuyó
	Nivel 5: Hombres 10749 (44%) Mujeres 13550 (56%)	Nivel 5: Hombres 46% Mujeres 54%		H: Aumentó M: Disminuyó



	Nivel 6: Hombres 19430 (66%) Mujeres 9974 (34%)	Nivel 6: Hombres 56% Mujeres 44%		H: Disminuyó M: Aumentó
	Nivel 7: Hombres 13464 (40%) Mujeres 20226 (60%)	Nivel 7: Hombres 47% Mujeres 53%		H: Aumentó M: Disminuyó
	Personal subcontratado: Hombres 19576 (61%) Mujeres 12478 (39%)	Personal subcontratado: Hombres 62% Mujeres 38%		H: Aumentó M: Disminuyó

Gestión del talento humano

Número de ascensos por niveles según el género	Ascenso al segundo nivel: Hombres 293 (44%) Mujeres 374 (56%)	Ascenso al segundo nivel: Hombres 52% Mujeres 48%	Ranking Par	H: Aumentó M: Disminuyó
	Ascensos al tercer nivel: Hombres 686 (52%) Mujeres 637 (48%)	Ascensos al tercer nivel: Hombres 49% Mujeres 51%		H: Disminuyó M: Aumentó
	Ascensos al cuarto nivel: Hombres 814 (43%) Mujeres 1073 (57%)	Ascensos al cuarto nivel: Hombres 52% Mujeres 48%		H: Aumentó M: Disminuyó
Número de capacitaciones por niveles según el género	Capacitaciones al segundo nivel: Hombres 605 Mujeres 435	N/A: No se incluyó en el cuestionario de 2021	Ranking Par	N/A
	Capacitaciones al tercer nivel: Hombres 3359 Mujeres 3418			N/A
	Capacitaciones al cuarto nivel: Hombres 7820 Mujeres 8615			N/A
Número de contrataciones por niveles según el género	Contrataciones al segundo nivel: Hombres 158 (66%) Mujeres 83 (34%)	Contrataciones al segundo nivel: Hombres 55% Mujeres 45%	Ranking Par	H: Disminuyó M: Aumentó
	Contrataciones al tercer nivel: Hombres 624 (61%) Mujeres 404 (39%)	Contrataciones al tercer nivel: Hombres 56% Mujeres 44%		H: Disminuyó M: Aumentó



	Contrataciones al cuarto nivel: Hombres 1484 (46%) Mujeres 1758 (54%)	Contrataciones al cuarto nivel: Hombres 55% Mujeres 45%		H: Aumentó M: Disminuyó
Empresas que tiene un procedimiento documentado para la remuneración de los cargos	75% de las empresas tienen establecido un procedimiento para la remuneración	63% de las empresas tienen criterios explicando pago de remuneraciones diferenciadas	Ranking Par	N/A
		82% de empresas detallan perfiles de cada puesto		N/A
		13% de las empresas publican tablas salariales por cargos		N/A
		24% de las empresas tienen posibilidad de no negociación de salario		N/A
		76% de las empresas instauran bandas salariales		N/A
		50% de las empresas tienen política de igualdad salarial. ⁵		N/A
Empresas que tienen un procedimiento documentado para la contratación.	54% de las empresas tienen un procedimiento definido para la contratación.	71% de las empresas tienen un procedimiento definido para la contratación	Ranking Par	Aumentó
Empresas que tienen estas características en sus procedimientos de contratación	N/A: no se preguntó en el 2020	Criterios de convocatoria rigurosos y detallados 68%	Ranking Par	N/A
		Procedimientos de entrevistas estructurados y rígidos. 56%		N/A
		Requisitos profesionales y académicos 61%		N/A
		Divulgación de resultados: 45%		N/A
Porcentaje de empresas que realizan diagnóstico sobre	71% de las empresas realizan dicho diagnóstico	73% de las empresas realizan dicho diagnóstico	Ranking Par	Aumentó

⁵ Esta pregunta cambió respecto al 2020, no se cuestionó sobre un procedimiento, sino que se detallaron varias acciones que hacen parte de un procedimiento para establecer remuneraciones de cargos. Es una pregunta más completa.



las brechas salariales				
Promedio de salario mensual de hombres y mujeres en dólares.	Primer nivel Hombres 24.592 USD Mujeres 7.587 USD	Primer nivel Hombres 8217,7 USD Mujeres 6620 USD	Ranking Par	H: Disminuyó M: Disminuyó
	Segundo nivel Hombres 124.562 USD Mujeres 77.989 USD	Segundo nivel Hombres 6472,9 USD Mujeres 6115,4 USD		H: Disminuyó M: Disminuyó
	Tercer Nivel Hombres 42.420 USD Mujeres 38.675 USD	Tercer Nivel Hombres 15809 USD Mujeres 15205,2 USD		H: Disminuyó M: Disminuyó
Empresas que aplican prácticas para eliminar sesgos en los procesos de selección y reclutamiento	Obligatoriedad de tener panel mixto: 60%	Obligatoriedad de tener panel mixto: 52% de las empresas	Ranking Par	Disminuyó
	Inclusión de al menos una mujer en proceso de selección: 69%	Inclusión de al menos una mujer en proceso de selección: 50% de las empresas		Disminuyó
	Búsqueda de hojas de vida del género menos representado para cierto cargo: 31%	Búsqueda de hojas de vida del género menos representado para cierto cargo: 52%		Aumentó
	Banco de talento de mujeres de alto potencial para convocatorias internas: 35%	Banco de talento de mujeres de alto potencial para convocatorias internas: 45%		Aumentó
	Pautas o guías de preguntas estandarizadas para entrevistas: 65%	Pautas o guías de preguntas estandarizadas para entrevistas: 60%		Disminuyó
	Eliminar casilla de “género” en los formatos de solicitud de empleo: 38%	Eliminar casilla de “género” en los formatos de solicitud de empleo: 45%		Aumentó
	Difundir convocatorias con lenguaje inclusivo en el perfil de los cargos: 73%	Difundir convocatorias con lenguaje inclusivo en el perfil de los cargos: 76%		Aumentó
	Hojas de vida ciegos o semiciegos: 10%	Hojas de vida ciegos o semiciegos: 21%		Aumentó
	Capacitaciones a equipo de recursos humanos para eliminar sesgos en procesos de selección: 56%	Capacitaciones a equipo de recursos humanos para eliminar sesgos en procesos de selección: 53%		Disminuyó



		Otorgar becas/estímulos económicos para formación en STEM: 35%		N/A
		Programas de contratación/convenios con universidades para mujeres en STEM: 15%		N/A
Empresas que cuentan con un programa exclusivo para mujeres para disminuir las barreras internas en el liderazgo ⁶	21% de las empresas cuentan con esta iniciativa	Capacitaciones en temas de negociación, características de liderazgo, etc. 68%	Ranking Par	N/A
		Plan estructurado de mentoría sobre barreras internas para mujeres: 31%		N/A
		Proceso de sponsorship: 16%		N/A
Empresas que dan talleres o capacitaciones para promover equidad de género entre hombres	<ul style="list-style-type: none"> • 25% de las empresas ofrecen estos talleres a los hombres 	N/A: no se incluyó esta opción en el cuestionario 2021	Ranking Par	N/A
Promedio de hombres y mujeres ascendidas, capacitadas y contratadas	Ascendidas: Hombres 71 (50%) Mujeres 71 (50%)	Ascendidas: Hombres 55% Mujeres 45%	Ranking Par	H: Aumentó M: Disminuyó
	Contratadas: Hombres 282 (47%) Mujeres 324 (53%)	Contratadas: Hombres 51% Mujeres 49%		H: Aumentó M: Disminuyó
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitadas: Hombres 735 Mujeres 787 	N/A: no se incluyó esta opción en el cuestionario 2021		N/A
Gestión de la crisis				
Sistematización de los datos desagregados por	62% de las empresas almacenaron y sistematizaron la información según el género durante la crisis	N/A: no se incluyó esta opción en el cuestionario 2021	Ranking Par	N/A

⁶ Para el 2021 esta pregunta cambia, ya no se pregunta por un programa general, sino por acciones, donde se presentan 3 opciones relacionadas



sexo durante la crisis				
Qué reconocimiento le da la empresa al trabajo de cuidado de su personal	84,4% de las empresas consideran que el trabajo del cuidado es fundamental para el desarrollo de la empresa durante y después de la crisis.	N/A: no se incluyó este indicador en el cuestionario 2021	Ranking Par	N/A
	13,3% considera que el trabajo de cuidado es importante solo durante la crisis.			N/A
	2,2% consideran que es un asunto ajeno a la empresa.			N/A
Estimación de la magnitud de la carga del trabajo del cuidado y adaptación de beneficios para padres, madres y cuidadores. ⁷	El 65% de las empresas tienen información para estimar magnitud de trabajo de cuidado no remunerado.	6% de las empresas recogen información sobre horas dedicadas a tareas educativas y acompañamiento a hijos/as	Ranking Par	N/A
		58% estiman la cantidad de personas bajo el cargo del trabajador/ra		N/A
	El 71% de las empresas adaptó o cambió los beneficios para padres o madres con personas a cargo.	8% estiman las horas dedicadas al mantenimiento/limpieza del hogar		N/A
		66% registran las edades de los y las hijas		N/A
		71% registran el número de hijos/hijas de las y los trabajadores.		N/A
Empresas que replantearon indicadores para medir desempeño,	El 29% de las empresas han replanteados los indicadores contemplando las condiciones de la crisis sanitaria	El 26% de las empresas han replanteados los indicadores contemplando las condiciones de la crisis sanitaria	Ranking Par	Disminuyó

⁷ Este indicador se identifica en el cuestionario del 2021 en la categoría de cultura organizacional, y cambió su redacción y estructura, preguntando por la información que recogen las empresas para estimar la carga del cuidado no remunerado, ofreciendo 5 diferentes posibilidades.



dadas las nuevas condiciones laborales.				
Tipos de ajustes realizados a los indicadores en el marco de la crisis	N/A: no se incluyó este indicador en el cuestionario 2020	19% de las empresas ajustaron metas ante la crisis	Ranking Par	N/A
		16% de las empresas empezaron a medir desempeño según tareas y no horas		N/A
		24% dejaron de exigir la presencialidad		N/A
		15% midieron empatía de los y las líderes		N/A
Variación del presupuesto para la equidad de género durante la crisis	El 48,9% de las empresas mantuvo igual su presupuesto para equidad de género durante pandemia. El 33,3% de empresas no realiza inversión en equidad de género. El 11,1% disminuyó el presupuesto para equidad de género. El 6,7% aumentó el presupuesto para equidad de género	N/A: no se incluyó este indicador en el cuestionario 2021	Ranking Par	N/A
Empresas que incluyen diversas acciones dentro de protocolos de retorno y reactivación de las operaciones en las empresas después de la crisis sanitaria	Priorizar trabajo remoto de madres lactantes y padres con hijos menores de un año con licencia terminada: 46%	Priorizar trabajo remoto de madres lactantes y padres con hijos menores de un año con licencia terminada: 34%	Ranking Par	Disminuyó
	Priorizar trabajo remoto de hombres y mujeres esperando un hijo antes de iniciar la licencia: 48%	Priorizar trabajo remoto de hombres y mujeres esperando un hijo antes de iniciar la licencia: 35% %		Disminuyó
	Adecuar sala de lactancia bajo protocolos de bioseguridad: 35%	Adecuar sala de lactancia bajo protocolos de bioseguridad: 56% %		Aumentó
	Planes de movilidad segura para regreso al trabajo según	Planes de movilidad segura para regreso al trabajo según		Disminuyó



	particularidades de hombres y mujeres: 69%	particularidades de hombres y mujeres: 47%		
	Extender licencias de maternidad y paternidad remuneradas: 15%	Extender licencias de maternidad y paternidad remuneradas: 15%		Se mantuvo
	Licencias o permisos remunerados para atender necesidades del cuidado: 46%	Licencias o permisos remunerados para atender necesidades del cuidado: 55%		Aumentó
		Toman en cuenta la edad de los hijos/as para determinar permanencia trabajando desde casa: 23%		N/A
		Toman en cuenta personas capaces de realizar las labores de cuidado de las personas dependientes en el hogar: 18%		N/A
		Toman en cuenta si trabajadores/as tienen alguna discapacidad para permanecer trabajando desde casa: 53%		N/A

Encuesta de Equidad de Género ANDI

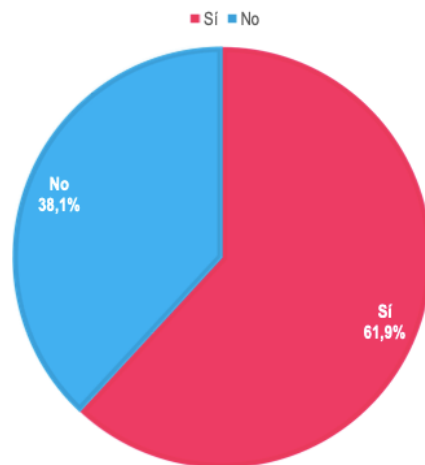
Para el año 2022 la ANDI realizó la encuesta de equidad de género con sus empresas afiliadas, esta encuesta que fue dirigida a presidentes y áreas de recursos humanos de las empresas arrojó resultados para 63 empresas del departamento. En esta versión respecto de la anterior presentada en la línea de base, se cuentan con preguntas más completas frente a estrategias e instancias para la equidad de género, así como herramientas y acciones para la promoción de la equidad de género.

Una pregunta que no estaba incluida en la medición anterior es aquella que refiere al aumento en la contratación de mujeres por parte de las empresas para el año anterior, el 61,9% de las empresas encuestadas indicaron que aumentaron las contrataciones de mujeres durante 2021, mientras que el 38,1% no registraron aumento.



ANTIOQUIA

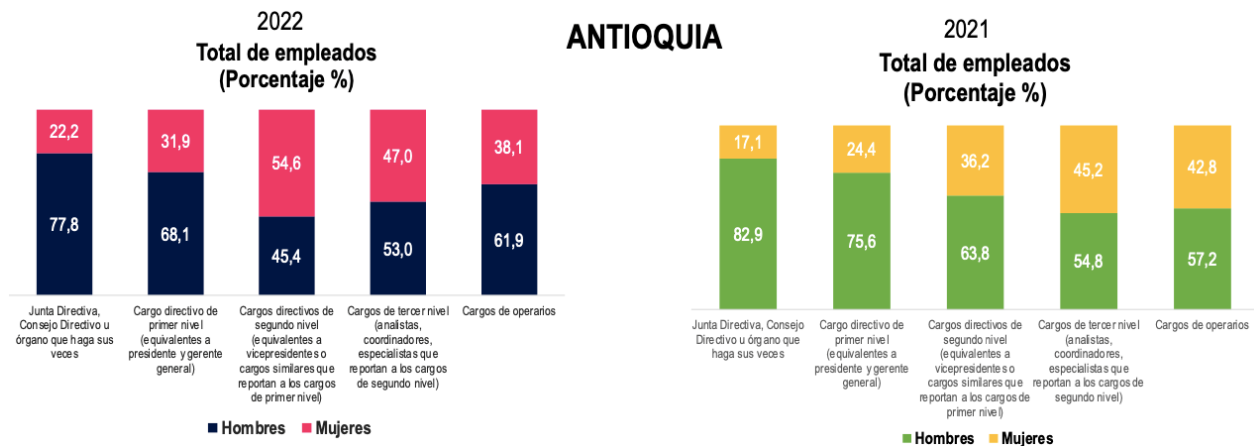
¿Su empresa aumentó en la contratación de mujeres en el 2021?



Fuente: ANDI (2022)

En primer lugar, este instrumento preguntó por la caracterización del tipo de cargos de la empresa según el porcentaje de empleados hombres y mujeres. Para el nivel de junta directiva, consejo directivo u órgano que haga sus veces el total de empleados hombres en este nivel es del 75% en relación con un 25% mujeres, en comparación con 2021 eran el 17,1% mujeres en este nivel, por lo cual para 2022 este porcentaje de mujeres aumenta. En cargos directivos del primer nivel de acuerdo con las empresas que respondieron la encuesta en 2022 el 68,1% son hombres y el 31,9% son mujeres, respecto a la medición del año 2021 también aumentó el número de mujeres en este nivel que para la fecha era de 24,4%. Para los cargos directivos de segundo nivel el 54,6% son mujeres y el 45,4% son hombres, en este caso se destaca un incremento en la participación de las mujeres en este nivel que era de un 36,2% para 2021. Para los cargos directivos de tercer nivel el 55,7% son hombres y el 47% son mujeres, aquí se registra un aumento en la participación de las mujeres en estos cargos que para 2021 era del 45,2%. Finalmente, en los cargos del nivel operativo el 61,9% son hombres y el 38,1% son mujeres, en este nivel también se registra una disminución del porcentaje de mujeres respecto del año 2021 donde eran el 42,8% las mujeres que ocupan estos cargos.





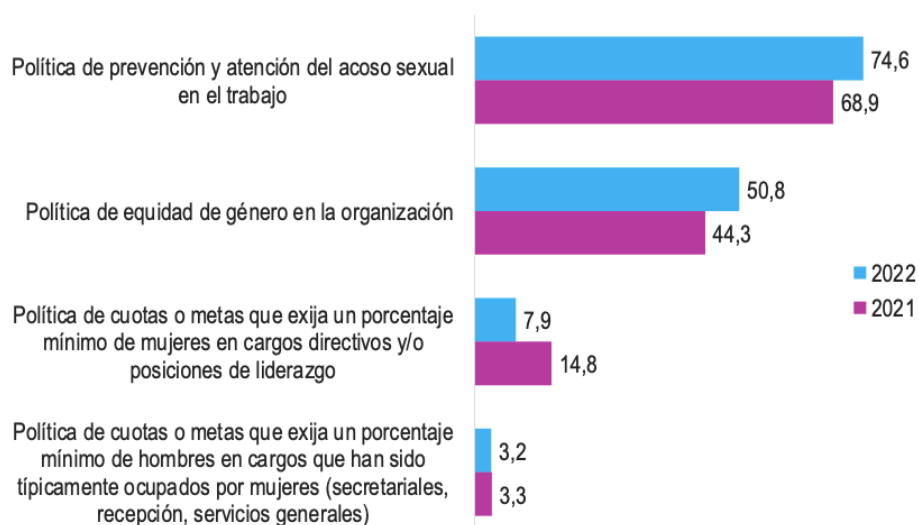
Fuente: ANDI (2022)

En cuanto a los temas de planeación estratégica se registraron aumentos importantes para 2022 en el porcentaje de empresas que cuentan con política de prevención y atención del acoso sexual en el trabajo, un 74,6% en relación con un 68,9% en 2021, así como el porcentaje de empresas que cuentan con política de equidad de género que pasó de un 44,3% en 2021 a un 50,8% en 2022. Por su parte en materia de políticas de cuotas o metas que exijan un porcentaje mínimo de mujeres en cargos directivos solo el 7,9% de las empresas señalaron tenerlas, mientras que en 2021 el 14,8% de las empresas contaba con estas políticas. Finalmente, en materia de políticas de cuotas o metas que exijan un porcentaje mínimo de hombres en cargos que han sido típicamente ocupados por mujeres las variaciones son mínimas, para el año 2021 fueron el 3,3% de las empresas y para el año 2022 el 3,2%.



ANTIOQUIA

Políticas en Equidad de Género (Porcentaje de empresas %)



Fuente: ANDI (2022)

Frente a las estrategias e instancias implementadas por las empresas para promover la equidad se registró un incremento para el año 2022 respecto de 2021 de las siguientes estrategias: planes de carrera para el personal de la organización (76,2%), planes de sucesión para las posiciones de liderazgo (65,1%), estrategias de mentorías para promover el liderazgo de mujeres en la empresa (63,5%), estrategias de mentorías para promover el liderazgo de hombres en la empresa (58,7%), comité interno de equidad de género o espacio de articulación que haga sus veces (47,6%) y presupuesto destinado exclusivamente para implementar acciones para promover la equidad en la compañía (22,2%). Por su parte aquellas estrategias cuya implementación disminuyó para 2022 en relación con 2021 se destaca el teletrabajo que para 2021 era del 93,4% y en 2022 fue del 87,3%, las estrategias para el desarrollo de habilidades blandas para hombres y mujeres que se implementaron por el 85,2% de las empresas en 2021 y disminuyó al 82,5% en 2022 y finalmente, las estrategias que promuevan la utilización de jornadas flexibles que en 2021 fueron implementadas por el 86,9% de las empresas mientras que en 2021 el 79,4% las implementó.



ANTIOQUIA

Estrategias e instancias que promueven la equidad
(Porcentaje de empresas %)



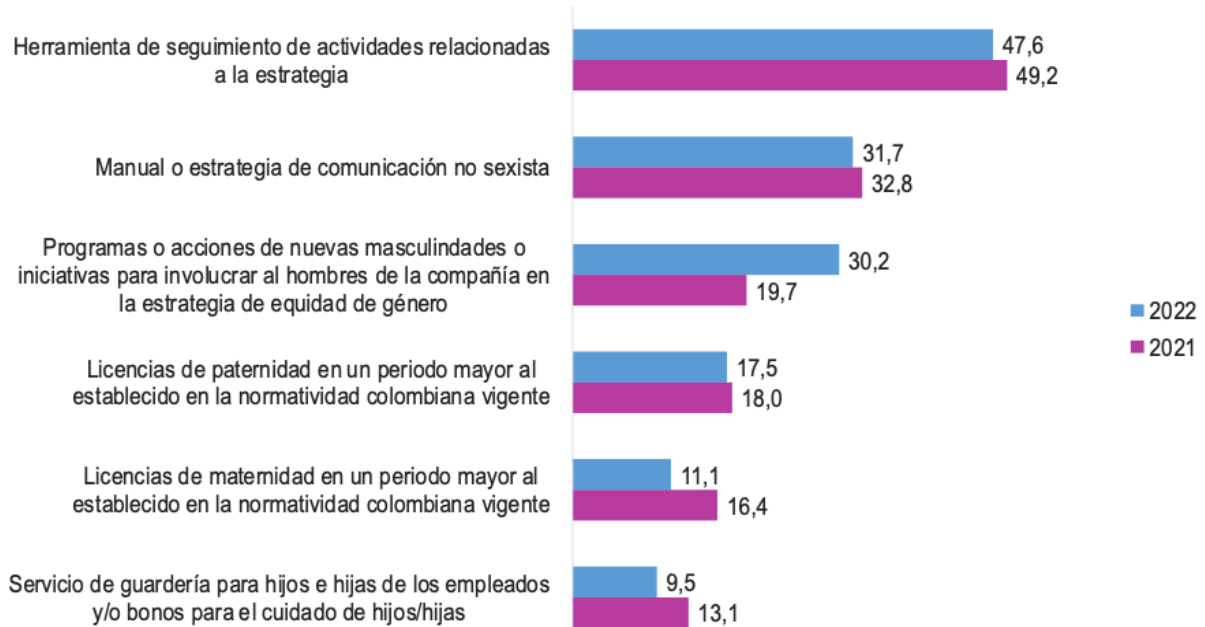
Fuente: ANDI (2022)

Frente a las estrategias e instancias para la promoción de la equidad solo los programas o acciones de nuevas masculinidades o iniciativas para involucrar a hombres de la compañía en la estrategia de equidad de género registraron un aumento en 2022 con un 30,2% frente a un 19,7% en 2021. Por su parte las estrategias que disminuyeron su implementación en 2022 frente a la medición realizada en 2021 fueron: herramientas de seguimiento de actividades relacionadas a la estrategia (47,6%); manual o estrategia de comunicación no sexista (31,7%); licencias de paternidad en periodo mayor al establecido en la normativa colombiana vigente (17,5%); licencias de maternidad en periodo mayor al establecido en la normativa colombiana vigente (11,1%) y servicios de guardería o bonos para el cuidado de los hijos (9,5%).



ANTIOQUIA

Herramientas y acciones que promueven la equidad
(Porcentaje de empresas %)



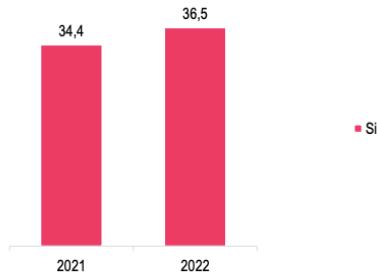
Fuente: ANDI (2022)

Finalmente, este instrumento preguntó a las empresas por el uso de instrumentos de medición propios o externos que les permitan establecer mediciones frente a la situación de equidad de género, en este caso se registra un leve incremento en el porcentaje de empresas que usan estos instrumentos, para 2021 fue el 34,4% y para 2022 fue el 36,5%. Al preguntar por la herramienta que utilizan, de este 36,5% el 87% indicó medirse con el Ranking Par, el 17,4% utiliza la herramienta WEP`s de la ONU, el 13% realizan procesos de medición interna, el 8,7% hace parte del Sello Equipares, el 8,7% se ha medido con las herramientas de EAQUALES y el 4,3% participa en el ranking de empresas incluyentes.

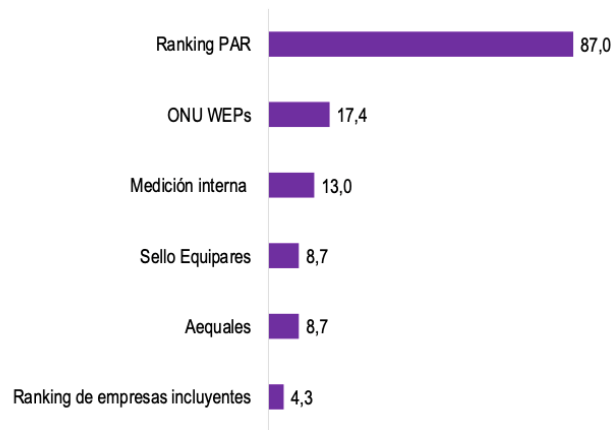


ANTIOQUIA

¿Su empresa usa una herramienta propia o externa de medición periódica que permita conocer la situación de equidad de género?



¿Cuál herramienta utiliza?



Fuente: ANDI (2022)

Tabla resumen

Indicador	Datos 2021	Datos 2022	Fuente	Comportamiento
Empresas que aumentaron la contratación de mujeres	ND	61,9% si aumentaron la contratación de mujeres. 38,1% no aumentaron la contratación de mujeres	ANDI	N/A
Total de empleados por niveles de la empresa	Junta Directiva, Consejo Directivo u órgano que haga sus veces. Hombres: 82,9% Mujeres: 17,1%	Junta Directiva, Consejo Directivo u órgano que haga sus veces. Hombres: 77,8% Mujeres: 22,2%	ANDI	Aumentó
	Cargo directivo de primer nivel (equivalentes a presidente y gerente general) Hombres: 75,6% Mujeres: 24,4%	Cargo directivo de primer nivel (equivalentes a presidente y gerente general) Hombres: 68,1% Mujeres: 31,9%		Aumentó
	Cargos directivos de segundo nivel (equivalentes a vicepresidentes o cargos similares que reportan a los cargos de primer nivel) Hombres: 63,8%	Cargos directivos de segundo nivel (equivalentes a vicepresidentes o cargos similares que reportan a los cargos de primer nivel) Hombres: 45,4%		Aumentó



	Mujeres: 36,2%	Mujeres: 54,6%		
	Cargos de tercer nivel (analistas, coordinadores, especialistas que reportan a los cargos de segundo nivel) Hombres: 54,8% Mujeres: 45,2%	Cargos de tercer nivel (analistas, coordinadores, especialistas que reportan a los cargos de segundo nivel) Hombres: 53% Mujeres: 47%		Aumentó
	Cargos de Operarios Hombres: 57,2% Mujeres: 42,8%	Cargos de operarios Hombres: 61,9 Mujeres: 38,1%		Disminuyó
Empresas políticas con en de Equidad Género	Política de prevención y atención del acoso sexual en el trabajo: 68,9%	Política de prevención y atención del acoso sexual en el trabajo: 74,6%	ANDI	Aumentó
	Política de equidad de género en la organización: 44,3%	Política de equidad de género en la organización: 50,8%		Aumentó
	Política de cuotas o metas que exija un porcentaje mínimo de mujeres en cargos directivos y/o posiciones de liderazgo: 14,8%	Política de cuotas o metas que exija un porcentaje mínimo de mujeres en cargos directivos y/o posiciones de liderazgo: 7,9%		Disminuyó
	Política de cuotas o metas que exija un porcentaje mínimo de hombres en cargos que han sido típicamente ocupados por mujeres (secretariales, recepción, servicios generales): 3,3%	Política de cuotas o metas que exija un porcentaje mínimo de hombres en cargos que han sido típicamente ocupados por mujeres (secretariales, recepción, servicios generales): 3,2%		Se mantuvo
Empresas que aplican estrategias o instancias que promueven la equidad	Estrategia de teletrabajo o trabajo en casa: 93,4%	Estrategia de teletrabajo o trabajo en casa: 87,3%	ANDI	Disminuyó
	Estrategia para el desarrollo de habilidades blandas para hombres y mujeres: 85,2%	Estrategia para el desarrollo de habilidades blandas para hombres y mujeres: 82,5%		Disminuyó
	Estrategia que promueva la utilización de jornadas flexibles por parte de empleados hombres y mujeres en la empresa: 86,9%	Estrategia que promueva la utilización de jornadas flexibles por parte de empleados hombres y mujeres en la empresa: 79,4%		Disminuyó



	Estrategia que abarque planes de carrera para el personal de la organización: 72,1%	Estrategia que abarque planes de carrera para el personal de la organización: 76,2%		Aumentó
	Estrategia que contemple planes de sucesión de las posiciones de liderazgo y/o directivas: 63,9%	Estrategia que contemple planes de sucesión de las posiciones de liderazgo y/o directivas: 65,1%		Aumentó
	Estrategias de mentorías para promover liderazgo de mujeres en la empresa: 54,1%	Estrategias de mentorías para promover liderazgo de mujeres en la empresa: 63,5%		Aumentó
	Estrategias de mentorías para promover liderazgo de hombres en la empresa: 47,5%	Estrategias de mentorías para promover liderazgo de hombres en la empresa: 58,7%		Aumentó
	Comité interno de Equidad de Género o espacio de articulación que haga sus veces: 36,1%	Comité interno de Equidad de Género o espacio de articulación que haga sus veces: 47,6%		Aumentó
	Presupuesto destinado exclusivamente para implementar acciones para promover la equidad en la compañía: 21,3%	Presupuesto destinado exclusivamente para implementar acciones para promover la equidad en la compañía: 22,2%		Aumentó
Empresas que implementan herramientas y acciones que promueven la equidad	Herramienta de seguimiento de actividades relacionadas a la estrategia: 49,2%	Herramienta de seguimiento de actividades relacionadas a la estrategia: 47,6%	ANDI	Disminuyó
	Manual o estrategia de comunicación no sexista: 32,8%	Manual o estrategia de comunicación no sexista: 31,7%		Disminuyó
	Programas o acciones de nuevas masculinidades o iniciativas para involucrar a hombres de la compañía en la estrategia de equidad de género: 19,7%	Programas o acciones de nuevas masculinidades o iniciativas para involucrar a hombres de la compañía en la estrategia de equidad de género: 30,2%		Aumentó



	Licencias de paternidad en un periodo mayor al establecido en la normatividad colombiana vigente: 18%	Licencias de paternidad en un periodo mayor al establecido en la normatividad colombiana vigente: 17,5%		Disminuyó
	Licencias de maternidad en un periodo mayor al establecido en la normatividad colombiana vigente: 16,4%	Licencias de maternidad en un periodo mayor al establecido en la normatividad colombiana vigente: 11,1%		Disminuyó
	Servicio de guardería para hijos e hijas de los empleados y/o bonos para el cuidado de hijos/hijas: 13,1%	Servicio de guardería para hijos e hijas de los empleados y/o bonos para el cuidado de hijos/hijas: 9,5%		Disminuyó
Empresas que usan herramientas propias o externas para conocer su situación en materia de equidad de género.	Si: 34,4% No: 65,6%	Si: 36,5% No: 63,5%	ANDI	Aumentó

Conclusiones y recomendaciones para el instrumento

De acuerdo con la información consignada en este instrumento y el análisis comparado de la línea de base 2021 y 2022 se destacan las siguientes conclusiones:

- En cuanto a la participación de las mujeres en los distintos niveles de las empresas, es posible identificar que en todos los niveles con excepción de los cargos de operarios se registró para el año 2022 un aumento en el porcentaje de mujeres en los distintos cargos respecto del año 2021. Sin embargo, aun la participación de las mujeres es menor al 50% en todos los niveles con excepción de los cargos directivos de segundo nivel que para la medición de 2022 registraron un 54,6%.
- En cuanto a los temas de planeación estratégica se registraron aumentos importantes para 2022 en el porcentaje de empresas que cuentan con política de prevención y atención del acoso sexual en el trabajo, un 74,6% en relación con un 68,9% en 2021, así como el



porcentaje de empresas que cuentan con política de equidad de género que pasó de un 44,3% en 2021 a un 50,8% en 2022.

- Frente a las estrategias e instancias implementadas por las empresas para promover la equidad aquellas estrategias cuya implementación disminuyó para 2022 en relación con 2021 se destaca el teletrabajo, las estrategias para el desarrollo de habilidades blandas para hombres y mujeres y las estrategias que promuevan la utilización de jornadas flexibles.
- En materia de estrategias asociadas al equilibrio vida personal, laboral y familiar se destacan leves disminuciones de las empresas que las implementan en 2022 en relación con 2021, así asuntos tales como las licencias de maternidad y paternidad extendidas, las guarderías o bonos para el cuidado fueron implementados en menor medida por parte de las empresas durante 2022.
- De acuerdo con estos resultados persiste el reto frente a las empresas que utilizan instrumentos de medición para establecer su situación en materia de equidad de género, si bien aumentó el porcentaje de empresas para 2022 respecto de 2021, no son más del 36,5% las que utilizan instrumentos de medición.

Conclusiones generales

- Se destaca la importancia de este informe, el cual presenta una segunda línea de base de la situación de las mujeres en el sector empresarial antioqueño, esto permite establecer contrastes importante de cara a identificar cuáles son las brechas que persisten y se constituye en la hoja de ruta para el trabajo a realizar por parte de la Alianza Empresarial por la Equidad de Género.
- Para el año 2021 se destaca el aumento de la base empresarial antioqueña, se registraron 26.748 empresas más respecto de 2020. Ello refiere retos importantes de cara a continuar consolidando el trabajo de la Alianza Empresarial por la Equidad de Género. Sumado a ello, si bien se refiere un crecimiento en el número de empresas, aun la composición de las mismas conserva porcentajes muy similares respecto de 2020 en asuntos como número de mujeres empleadas y mujeres propietarias o personas naturales de estas empresas.
- En cuanto al tamaño de las empresas esta nueva medición refiere la necesidad de seguir concentrando esfuerzos especialmente en mejorar las capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas, especialmente las microempresas son el mayor número en el



departamento y son las que menores avances registran respecto de los demás tamaños en el inicio de la ruta por la equidad de género.

- En relación con el año anterior prevalecen los sectores comercio, servicios sociales, financieros y manufactura como aquellos en los que más mujeres se encuentran empleadas, a su vez persisten los retos ya señalados en la anterior línea de base sobre la necesidad de involucrar más mujeres en sectores tradicionalmente masculinizados como transporte y comunicaciones, construcción, agropecuario y electricidad, gas y agua.
- Las empresas de Antioquia continúan manifestando cierta reticencia a incorporar dentro de sus protocolos y políticas asuntos relacionados con la prevención, atención y sanción del acoso sexual laboral. Además, parece que las empresas que cuentan con estos protocolos los desarrollan en el marco de exigencias internas o externas, no tanto desde el compromiso organizacional. Esto se afirma ya que, si bien el 66% dice tener un protocolo de esta naturaleza, solo el 56% tipifica el acoso sexual laboral como infracción y solo 58% tienen procedimientos de sanción.
- La planeación estratégica en temas de equidad de género continúa siendo un reto para el sector empresarial antioqueño, especialmente teniendo en cuenta que este proceso debe ser ordenado, basado en evidencia y teniendo en cuenta las necesidades propias de cada organización. Aunque las empresas con una política en equidad de género superaron el 70%, solo el 42% afirman haber realizado diagnósticos, lo cual advierte que la mayoría de las políticas no se basan en un diagnóstico sobre las brechas propias de cada empresa. Además, solo el 53% han diseñado un plan de acción, un indicador que puede dificultar la implementación y ejecución de las políticas existentes.
- Respecto a las iniciativas y beneficios para el balance de la vida laboral y personal, se identifica que, en promedio, hubo una disminución en el porcentaje de las empresas que otorgaban estos beneficios en comparación con el 2020. Es el caso de los horarios flexibles y las licencias con o sin remuneración más allá de lo contemplado por la ley, lo cual puede estar relacionado con la superación de la pandemia.
- Por otro lado, los beneficios exclusivos para padres y madres evidencian un sesgo de género, pues son más las empresas que otorgan beneficios relacionados con el acompañamiento y soporte a la maternidad que a la paternidad. Por ejemplo, el 21% de las empresas ofrecen programas de acompañamiento durante el embarazo a las madres, en contraste con el 13% que los ofrecen a padres, lo cual refuerza estereotipos de cuidado.



- El liderazgo femenino en las empresas sigue siendo un tema pendiente por trabajar en las empresas antioqueñas, pues no se evidenciaron cambios significativos en el porcentaje de mujeres en la mayor autoridad de la empresa ni en las juntas directivas, así como la participación de las mujeres en el capital social de la empresa medida por el formulario RUES. Sin embargo, se debe resaltar una disminución de las brechas en los niveles de jerarquía desde el 4 hasta el 7, los cuales contaron con un aumento de la participación masculina, así como un aumento de las contrataciones de mujeres en los niveles 2 y 3.



Referencias

- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2022). Participación de las mujeres en la base empresarial 2021. <https://www.camaramedellin.com.co/biblioteca/camara-indica-participacion-de-las-mujeres-en-la-base-empresarial-2021-1>
- Aequales. (2021). Ranking Par 2021: un rompecabezas para la diversidad, equidad e inclusión.
- Benavente, M. C. y Valdés, A. (2014). Políticas públicas para la igualdad de género: un aporte a la autonomía de las mujeres. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37226/S1420372_es.pdf
- Mujica, S. y Castillo, A. (2021). 5 iniciativas para favorecer la equidad de género en las empresas. BID.
- Sexuales (2020). Ranking Par 2020: informe de resultados.
- Fondevila, G. (2008). El hostigamiento laboral como forma de discriminación: un estudio cualitativo de percepción. *Revista Mexicana de Sociología*, 70(2), 305-329. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v70n2/v70n2a3.pdf>
- Guerra, A., Campino, V. y Donaire, C. (2020). Manual de Selección de Personas, con Enfoque de Género. Unión Europea y Chile Mujeres. https://fen.uahurtado.cl/wp-content/uploads/2020/07/manual_seleccion_personas.pdf

