

IGUALDAD DE GÉNERO EN FALABELLA DE COLOMBIA

Daniela Ortega Hosie

COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN CESA

Administración de empresas

BOGOTÁ

2018

IGUALDAD DE GÉNERO EN FALABELLA DE COLOMBIA

Daniela Ortega Hosie

Directora:

Paula María Asencio

COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN CESA

Administración de empresas

BOGOTÁ

2018

Tabla de contenido

I. INTRODUCCIÓN	1
2. ANTECEDENTES.....	4
2.1. Antecedentes de la igualdad de género a nivel Global	5
2.2. Antecedentes de la igualdad de género a nivel Latinoamérica	8
2.3. Igualdad de género en Colombia	10
3. FALABELLA	12
3.1. Historia de Falabella a nivel Latinoamérica	12
3.2. Falabella en Colombia	14
3.3. Políticas de género en Falabella de Colombia	20
3.4. Marco Metodológico	23
3.4.1. Desarrollo	23
3.4.2. Diagnóstico.....	24
4. AEQUALES.....	27
4.1. Historia	27
4.2. Métodos de evaluación	28
5. PROPUESTA: RETO ADAPTATIVO PARA FALABELLA COLOMBIA.....	30
5.1. Etapa 1: Campaña Informativa “Equidad de género en Falabella”	31
5.2. Etapa 2: Talleres para gerentes y altos cargos	36
5.3. Etapa 3: Implementación de las estrategias	37
5.4. Etapa 4: Evaluación de resultados y resistencia	38
6. CONCLUSIONES	39
BIBLIOGRAFÍA	42
8. ANEXOS.....	45
Anexo 1: Libro de Beneficios de Falabella	45

TABLAS

<i>Tabla 1. Planta empleados de Falabella de Colombia, Diciembre de 2017</i>	15
<i>Tabla 2 elaboración propia con los resultados de las encuestas</i>	25
<i>Tabla 3. Descripción Fases Campaña “Equidad de género en Falabella”</i>	32

TABLA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Líneas de Negocio Falabella Latinoamérica</i>	13
<i>Ilustración 2 Total empleados en Falabella de Colombia</i>	15
<i>Ilustración 3 Empleados de las tiendas por géneros</i>	16
<i>Ilustración 4 Empleados Administrativos por géneros</i>	16
<i>Ilustración 5 Total Gerentes en la compañía</i>	17
<i>Ilustración 6 Gerentes por género en la parte Administrativa</i>	17
<i>Ilustración 7 Áreas de Gestión Humana en Falabella Colombia</i>	19
<i>Ilustración 8 Propuesta Reto Adaptativo para Falabella Colombia</i>	31

I. Introducción

Igualdad¹ es un término que se conoce alrededor del mundo, el cual, en los últimos años ha sido el objetivo de diferentes líderes políticos y activistas sociales. La igualdad entre razas, social, de derechos y de género son temas de alta importancia en distintas instituciones gubernamentales y entidades privadas que buscan lograr un mundo más justo. Por más que se trate de temas diferentes con distintos involucrados, se busca lo mismo, igualdad de oportunidades² entre las partes para lo cual se requiere de un cambio de conducta de todas las partes implicadas.

En este trabajo de grado se busca plantear una serie de posibles estrategias empresariales para que Falabella de Colombia continúe su proceso hacia la igualdad de género dentro de sus políticas, gestión y clima organizacional, a través, de cinco capítulos. En el primero entenderemos el contexto de la igualdad empezando desde una perspectiva global, hasta llegar a nivel Colombia. En el segundo capítulo se hablará sobre la empresa desde su historia hasta ver sus políticas de igualdad de género a nivel Colombia. Al llegar al tercer capítulo lograremos conocer a la empresa Aequales, su historia y su metodología para calificar a las empresas. En el cuarto capítulo se presenta la propuesta para Falabella la cual busca iniciar un proceso que permita el cambio de comportamiento a través del lenguaje de

¹ Igualdad: 1. f. Conformidad de algo con otra cosa en naturaleza, forma, calidad o cantidad.

2. f. Correspondencia y proporción que resulta de muchas partes que uniformemente componen un todo.

3. f. Principio que reconoce la equiparación de todos los ciudadanos en derechos y obligaciones.

4. f. Mat. Equivalencia de dos cantidades o expresiones.

Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Kwjexzi>

² Igualdad de oportunidades: es un modo de concebir la justicia social, según el cual un sistema es socialmente justo cuando todas las personas tienen potencialmente las mismas posibilidades de acceder al bienestar social y poseen los mismos derechos políticos y civiles.

Disponible en: http://www.trabajo.gob.ar/downloads/domestico/explora_fasciculo_01_Igualdad_de_Oportunidades.pdf

la empresa, por medio de una campaña, talleres, estrategias y la evaluación de los resultados que apoyen la transformación del clima organizacional. Finalmente se presentan en el quinto capítulo las conclusiones de este trabajo de grado.

Esto se hace con el fin de generar y apoyar un proceso de la empresa en términos de igualdad en las condiciones de sus empleados y, así, poder ser parte del ranking que realiza la empresa Aequales sobre la equidad de género. Así mismo, al contar con las características necesarias para ser catalogada como una empresa con igualdad de género, situación que le puede permitir superar a las empresas que no las tienen, pues según Aequales (2017), las empresas con estas políticas superan a las que no en un 26% en el retorno de la inversión, junto a beneficios en las áreas de mercadeo, productividad y la cultura organizacional.

Lo que se aspira es transformar la cultura de igualdad de género en Falabella de Colombia, haciendo de la Falabella no solo una empresa de mujeres (Misión Falabella), sino un espacio donde los hombres encuentren el mismo apoyo, respeto y beneficios. Francisco Javier Garrido afirma que “la cultura es ante todo una construcción comunicacional” (Garrido, 2010 p.18.) por lo que se trabajará en lenguaje y el cómo comunicar a los empleados de una manera que el mensaje sea bienvenido. Por esto se pretende crear en primera instancia un programa a largo plazo donde se plantea un reto adaptativo de cuatro etapas trimestrales: la primera, una campaña para tocar el tema de la equidad donde se mostrará la importancia y beneficios que puede llegar a tener en la compañía; la segunda, talleres para altos cargos para dar a entender la importancia del tema y cómo llegarle a sus colaboradores, implementación de las estrategias planteadas en el plan y, por último, una evaluación de resultados.

“La comunicación con mayor tasa de retorno es aquella construida en sobre la realidad de la compañía”. (Garrido, 2010, p19-20). Por lo que este proyecto es creado exclusivamente para Falabella de Colombia y los datos a tratar serán únicamente de la planta de y para ésta empresa.

2. Antecedentes

Entidades como la Organización de las Naciones Unidas (ONU³), la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) entre otras, consideran la igualdad de género como un elemento clave en el ámbito organizacional. Hecho que ha trascendido a otros ámbitos de la sociedad por lo que la igualdad de género se ha vuelto un tema de alta importancia a través de los últimos años.

En el documento de la ONU Mujeres, “Hacer las promesas realidad: La igualdad de género en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” (2018) vemos cómo la igualdad de género hace parte de la agenda de la ONU desde diversos enfoques como son el empoderamiento de mujeres y niñas, el fin de la discriminación, la violencia, la explotación sexual y cualquier tipo de explotación.

Por su parte, la OIT nos habla, en su artículo “La OIT y la igualdad de género” (2012) del mandato que han creado para lograr la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, tal como se ha expuesto en las normas internacionales el trabajo con cuatro convenios: el número 100, 111, 156 y 183; los cuales hablan específicamente sobre la igualdad de remuneración, discriminación de empleo y ocupación, trabajadores con responsabilidades familiares, y la protección a la maternidad.

Del mismo modo, la CEPAL en su investigación “Trabajo decente e igualdad de género” (2017) nos indica como el sector económico, más específicamente el mercado de

³ “El sistema de las Naciones Unidas está formado por la propia Organización y numerosas organizaciones afiliadas conocidas como programas, fondos y agencias especializadas. Cada uno de ellos cuenta con su propia membresía, liderazgo y presupuesto”. Disponible en: <http://www.un.org/es/sections/about-un/funds-programmes-specialized-agencies-and-others/>

trabajo, juega un papel primordial en la igualdad de género ya que puede reproducir la desigualdad o ser quien la revierte:

“Aunque las mujeres representan el 51,2% de la población total y el 52,1% de la población en edad de trabajar, están sobrerrepresentadas en el grupo que se sitúa fuera del mercado de trabajo (71,7%) y subrepresentadas entre quienes tienen empleo (41,1%). La desproporcionada carga que asumen las mujeres en las tareas de cuidado de la familia es una de las principales explicaciones de esta brecha”.

2.1. Antecedentes de la igualdad de género a nivel Global

En la última década se han venido creando diferentes Unidades de Género al interior de diversas organizaciones regionales, esto con el fin de que los distintos territorios empiecen a ser conscientes de la importancia de la igualdad de género. UNIFEM⁴ ha ayudado a la creación de estas unidades por lo que en investigaciones referentes al tema han encontrado que la mayoría de éstas luchan por solucionar los mismos problemas como son: “recursos humanos y financieros limitados; alta dependencia de donantes; posicionamiento institucional relativamente bajo; escasa sensibilidad e identificación con los asuntos de género entre los funcionarios y funcionarias superiores (más allá de lo políticamente correcto); e influencia muy limitada sobre los procesos de adopción de decisiones y planificación a nivel institucional”.

⁴ “ONU Mujeres es la organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres”. Se compone de: el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), la División para el Adelanto de la Mujer (DAM), la Oficina del Asesor Especial en Cuestiones de Género y el Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación para la Promoción de la Mujer Disponible en: <http://www.unwomen.org/es/about-us>

La igualdad de género es un tema que no solo es importante para entidades regionales. La ONU busca llegar a la igualdad de género a través de su Agenda para el 2030. Según la organización es un tema clave para lograr un desarrollo sostenible. Por esta razón se ha creado 17 objetivos de Desarrollo Sostenible que ponen en evidencia las desigualdades de género en todo el mundo.

En cada país, niñas y mujeres viven la discriminación de diferentes formas desde la falta de acceso a la educación, abusos sexuales hasta aspectos claves para el bienestar, como el acceso al agua potable. En la agenda del 2030 la ONU mujeres buscará acabar con estas barreras y ayudar a que las mujeres y las niñas del mundo puedan desarrollar sus habilidades y potencial.

Los 17 objetivos de Desarrollo están compuestos por:

1. Fin de la Pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y Bienestar
4. Educación de Calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsable

13. Acción por el clima
14. Vida submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres
16. Paz, justicia e instituciones sólidas
17. Alianzas para lograr objetivos

En casi todos los objetivos podemos ver cómo afecta de manera diferente a las mujeres que a los hombres, y se encontraron algunos resultados alarmantes como:

- En 18 países, los esposos tienen derecho a impedir, sin implicaciones legales, a que sus esposas trabajen.
- Los derechos hereditarios son diferentes para niños y niñas en 39 países.
- En 49 países hay falta de leyes en contra de la violencia en el hogar en contra de las mujeres.
- La carga de trabajo doméstico no remunerado realizado por mujeres a nivel mundial es 2,6 veces mayor al que realizan los hombres.
- Hasta septiembre de 2017, las mujeres ocupaban tan solo el 23,7% de los escaños parlamentarios de todo el mundo
- El internet y tecnología son más exequibles para hombres que para las mujeres.
- Más de 100 países han tenido que tomar medidas para realizar seguimientos de acciones presupuestarias a favor de la igualdad de género
- Existe una diferencia de 5 Millones de niñas que nunca tendrá la oportunidad de aprender a leer o a escribir en primaria.
- En el mundo solo el 63% de las mujeres en el mundo entre los 25 y 54 años están activas, a diferencia del 94% de los hombres.

- Solo el 28,8% de profesionales de las ciencias en el mundo son mujeres.

2.2. Antecedentes de la igualdad de género a nivel Latinoamérica

La Comisión Económica para América latina (CEPAL) es una comisión regional de las Naciones Unidas fundada en 1948. Esta comisión trabaja principalmente temas de desarrollo para los países de América Latina entre esos Asuntos de Género. Esta área de trabajo se dedica principalmente a la perspectiva de género en la región de América Latina y el Caribe.

En Marzo de 2017 la CEPAL publicó su investigación “Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe: mapas de ruta para el desarrollo”, el cual presenta una extensa revisión de los procesos para el desarrollo y diseño de planes de igualdad de género en la región. El documento se alinea con la agenda para el 2030 de las Naciones Unidas la cual orienta a la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres. Se puede constatar el esfuerzo por los países de la región por llegar a un plan que los guíe hacia la igualdad y se ven avances significativos.

Temas en común de los países de la región son la autonomía en la toma de decisiones, violencia contra la mujer, la salud, la economía y la pobreza. Así mismo, todos los planes tienen objetivos similares en el tema de la desigualdad. Se diferencian en la toma de acción y en la manera en que cada uno de los países abordarán los temas de interés y de mayor preocupación en cada uno de ellos.

Así mismo, la CEPAL nos cuenta en otro documento de investigación como a pesar de los incrementos en los últimos años, como los empleos de calidad siguen siendo ocupados principalmente por hombres y como las tasas de desempleo siguen siendo mayores en el género femenino.

“Los indicadores laborales en América Latina y el Caribe siguen exhibiendo grandes brechas de género en el acceso a oportunidades y derechos entre hombres y mujeres. Las desigualdades tienen su base en un sistema social que reproduce estereotipos y conserva una división sexual del trabajo que limita la inserción laboral de las mujeres”, explica Alicia Bárcena, Secretaria Ejecutiva de la CEPAL.

“Entre las razones que podemos encontrar para seguir fomentando la igualdad y la inclusión de las mujeres en los negocios y altos mandos en las empresas están por ejemplo sus capacidades para dirigir; las mujeres suelen ser más integradoras y sus necesidades por sobresalir no son tan altas como las de los hombres además, las mujeres suelen promover la unión y la armonía. Otra cualidad es su reacción ante la adversidad, y su forma de adaptarse a los cambios es más veloz que la de los hombres”, nos afirma el texto “El turno de las mujeres”, escrito por Imanol Belausteguigoitia.

Dicho lo anterior podemos ver que la inclusión de las mujeres en los negocios es un hecho; sin embargo, las oportunidades de crecimiento para hombres y mujeres, los salarios y los reconocimientos todavía nos son los mismos. La igualdad de género es un tema que se lleva trabajando unas décadas atrás desde la inclusión del voto para las mujeres. Ahora debemos llegar a una serie de nuevas oportunidades y de aprovechar los talentos de liderazgo con los que cuentan.

Por más que en los últimos años ha habido importantes avances en el tema, todavía siguen habiendo brechas entre los géneros. En Colombia se presentó en el 2010 el tema dentro del plan de prosperidad para todos, el cual se aprobó por primera vez en 2012. En el siguiente apartado se presenta la situación del país en el tema.

2.3. Igualdad de género en Colombia

El Foro económico mundial presenta anualmente una evaluación global sobre las brechas de género en 144 países. En noviembre de 2017 se presentaron los resultados del mismo año, donde Colombia quedó de puesto 36 entre los 144 países. Según los resultados, el país tiene un buen desempeño en salud y educación en cuenta a equidad entre géneros; sin embargo, esto cambia en la economía y política, donde la igualdad económica de Colombia es regular y la participación política es deficiente por parte de las mujeres.

En el documento de la CEPAL del 2017 “Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe”, se presenta el plan de Colombia donde se elabora una “Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres” donde se busca cumplir lo establecido desde el Plan nacional de Desarrollo 2010- 2014 llamado “Prosperidad para todos”, este plan se encuentra anunciado en la ley 1450 de 2011 y en su capítulo 117 se presenta una Política Nacional de Equidad de Género, a la cual en el 2012 se le dio su aprobación por parte de organismos internacionales, el poder ejecutivo en Colombia, entre otras.

En el Plan Nacional de desarrollo, 2010, Tomo I, Pg 482, se habla sobre la importancia de la igualdad de género y nos presentan una problemática y su diagnóstico. Uno de los principales problemas en cuanto a la actividad económica que nos presentan en el plan, es las diferencias salariales donde por más que existan mejoras, los cambios son muy pequeños: “para el periodo 1994-1998, los hombres ganaban un 18.3% más que las mujeres medidas como porcentaje de los salarios laborales de las mujeres- y en el periodo 2002-2006 esta relación disminuye al 13,5%. Aunque el incremento en los ingresos laborales entre los años 2002-2009 ha sido mayor en las mujeres (1.91%), frente al 1,84% en los hombres, el

ingreso laboral de los hombres sigue siendo mayor para este último año: mientras el ingreso laboral de las mujeres alcanza 864.178 pesos en los hombres toma un valor de 1.080.519 pesos, es decir una brecha de ingresos laborales del 20%”.

Así mismo, en las actividades productivas existen brechas donde en el 2008 por cada mujer trabajan 1,32 hombres cifra que disminuyó desde 1997 que mientras una mujer trabajaba equivalía a 1,87 hombres. En cuanto a los empleos sin remuneración, en el 2008 seguía existiendo una variación del 0,7% dónde las mujeres en empleos sin remuneración eran el 2,7% y los hombres el 2%. Las labores en el hogar, embarazo, son las principales causas por las que una mujer no puede acceder a un trabajo, en el caso de los hombres es el hecho de estar estudiando.

Está comprobado que las empresas con equidad de género en cargos directivos son más productivas ya que, su retorno de inversión es alrededor del 26% más alto que aquellas empresas que no están en igualdad de género. Además, las mujeres toman alrededor del 70% de las decisiones de compra a nivel mundial por lo cual, una empresa como Falabella en el sector de retail se beneficiaría de gran manera (Aequales 2017). Según Clark, las mujeres son esenciales para el desarrollo global, pues han estado presentes en sus comunidades y ayudan a que las empresas tengan un ambiente más cooperativo y humano (Clark, 2013).

3. Falabella

En este capítulo se presentara a la empresa abarcando su historia, la manera cómo se creó y su primeros años para luego ser una de las multinacionales más importantes de Latinoamérica. Posteriormente, se seguirá abordando el tema solamente en Falabella de Colombia donde se presentará a la empresa y sus políticas hacia los empleados, cultura, entre otros. El objetivo del capítulo es dar a conocer a la empresa y poder ver un punto de vista de algunos de sus empleados por medio de encuestas para así poder generar una propuesta acorde a la compañía y las falencias que se vean en el tema.

3.1. Historia de Falabella a nivel Latinoamérica

Falabella nace en 1889 en Chile, cuando Salvatore Falabella crea la primera sastrería. En 1930 entra Alberto Solari quien le da un giro al negocio incorporándole otros productos y convirtiéndola en una tienda por departamento.

La cadena cuenta con 42 tiendas en Chile, en 1953 fue su primera expansión a Perú bajo el nombre de Sears Perú. En 1993 llegó a Argentina y en el 2006 llegó por primera vez a Colombia. Actualmente tiene presencia también en México, Uruguay y Brasil.

“La compañía obtuvo ingresos en el 2014 de \$13,377.7 Millones de dólares en el cual aumentó un 13,6% desde el 2013. Y las ganancias por operaciones fueron de \$187.1 Millones de dólares aumentando 34,8% desde el 2013. Las ganancias netas sumaron 836.5 Millones de dólares en el mismo año con un aumento del 4.7% desde el año anterior” (Marketline, 2016).

El informe de Brandz que elabora la empresa británica WPP hizo un listado de las 50 marcas más valiosas en América Latina, ubicando a Falabella en el sexto lugar. La empresa fue evaluada en \$5373 millones de dólares solo en la categoría de retail. Otra de las empresas del grupo que hizo parte del Ranking fue SODIMAC que quedó en el puesto 14 y TOTTUS en el puesto 44. (WPP, 2018)

En la actualidad, Falabella cuenta con cinco líneas de negocio las cuales son:

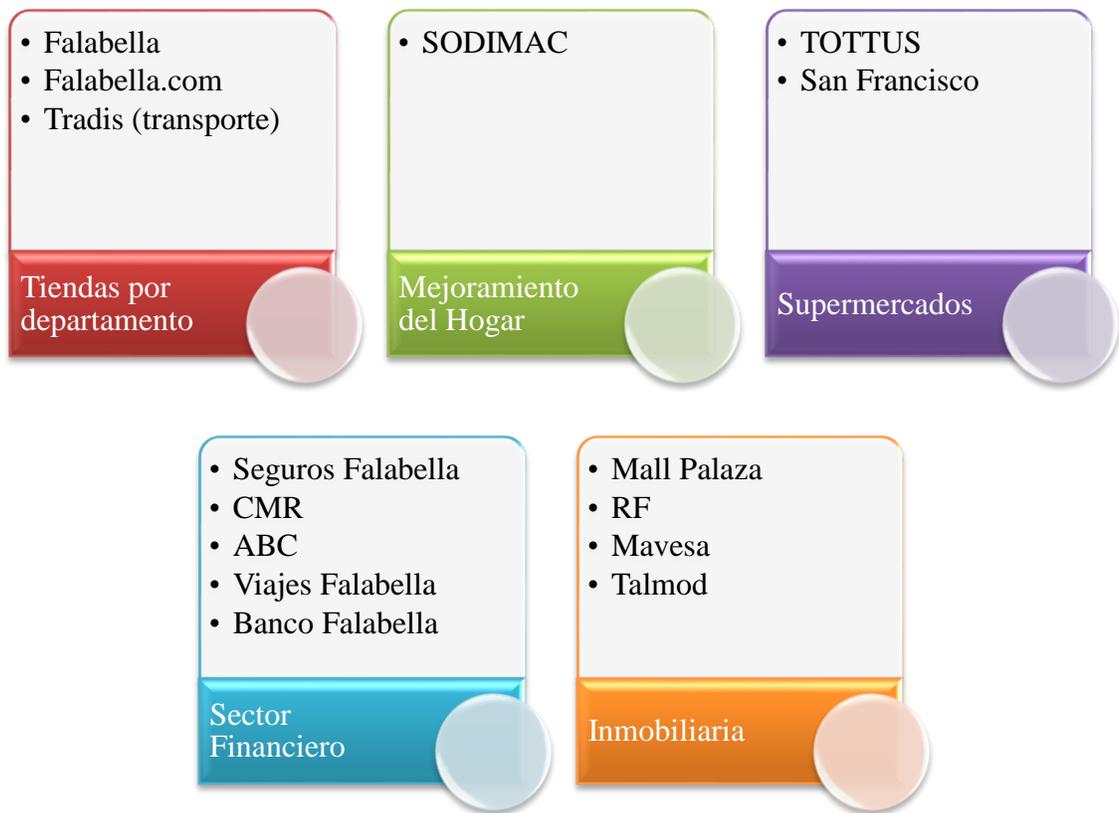


Ilustración 1 Líneas de Negocio Falabella Latinoamérica

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Falabella en Colombia

La empresa llegó a Colombia en el 2006 y hoy en día el país cuenta con Banco Falabella, Viajes y Seguros Falabella, Sodimac, tiendas San Francisco, Mall Plaza, CMR y con tiendas Falabella. Colombia cuenta con un total de 26 tiendas alrededor del país y además su plataforma online conocida como Falabella.Com. Hasta diciembre de 2017 contaba con un total de 4660 empleados a nivel nacional donde el 67% son mujeres.

La empresa cuenta con una misión, visión y valores corporativos que son la base para el objetivo de la empresa. Los cuales son:

- a. Misión: “Enriquecer la vida de los consumidores con una propuesta de experiencia adicional, actual y conveniente, colaborando al desarrollo personal y profesional de nuestros empleados.”
- b. Visión: “Ser la marca de retail preferida y más querida por las mujeres”.
- c. Valores corporativos: “Vocación de servicio, compromiso, honestidad, iniciativa, trabajo en equipo, respeto”.

A través de la planta de empleados de diciembre de 2017, se pudo recolectar información acerca de su totalidad de empleados y los géneros de los mismos. Los resultados que nos arroja la planta fueron:

Tabla 1. Planta empleados de Falabella de Colombia, Diciembre de 2017

4.660	Total empleados	
3.137	mujeres	67%
1.523	Hombres	33%
582	Administrativo	
337	mujeres	58%
245	Hombres	73%
4.078	Tiendas	
2.800	Mujeres	69%
1.278	Hombres	31%
127	Gerentes	
60	mujeres	47%
67	hombres	53%
62	Administrativo	
31	mujeres	50%
31	hombres	50%

Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla se realizó con información que me brindaron en la empresa. La información fue corresponde a la planta de Falabella de Colombia en diciembre de 2017. A continuación se presentan los gráficos realizados con los datos de la tabla.

TOTAL FALABELLA

■ mujeres ■ Hombres

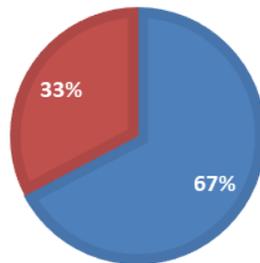


Ilustración 2 Total empleados en Falabella de Colombia

Fuente: Elaboración propia.

TIENDAS

■ Mujeres ■ Hombres

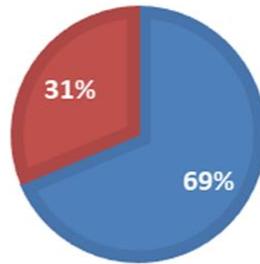


Ilustración 3 Empleados de las tiendas por géneros

Fuente: Elaboración propia.

ADMINISTRATIVO

■ mujeres ■ Hombres

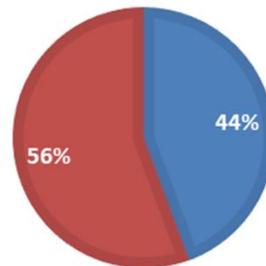


Ilustración 4 Empleados Administrativos por géneros

Fuente: Elaboración propia

TOTAL GERENTES

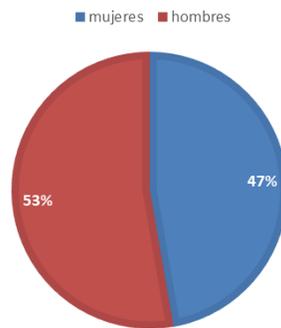


Ilustración 5 Total Gerentes en la compañía

Fuente: Elaboración propia.

GERENTES ADMINISTRATIVOS

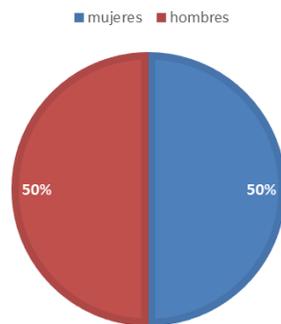


Ilustración 6 Gerentes por género en la parte Administrativa

Fuente: Elaboración propia.

Con la información anterior podemos ver cómo la empresa cuenta con una proporción de mujeres más alta que la de los hombres. Sin embargo, a la hora de ver los la disposición en los cargos, se encuentra que a nivel administrativo la mayoría están ocupados por hombres.

La empresa quedó en el sexto lugar para trabajar en Colombia por segundo año consecutivo en el 2017 en el ranking de Great Place to Work ⁵. Es una empresa que donde el ambiente de trabajo es excelente y donde el área de recursos humanos está en el día a día creando nuevos beneficios para sus empleados.

Cuenta con un área de selección donde se encargan de encontrar perfiles nuevos que sean acordes con los valores de la compañía, a través de un proceso extenso. Primero se hacen concursos dentro de la empresa, para dar oportunidades de crecimiento a sus empleados, en dado caso que el empleado cumpla con los requisitos para el cargo, la aprobación del jefe, una antigüedad de mínimo seis meses, no esté sancionado y esté al día en los cursos online de la empresa puede obtener el cargo.

En el caso en que no encuentran un perfil dentro de la compañía se recurre a la atracción de talentos. En las cuales el área de selección analiza el perfil, se le hace una serie de pruebas si las aprueba el jefe directo revisa si el perfil se adapta, se le hace una entrevista personal y se le da una retroalimentación.

Otra de las áreas de Gestión Humana es el área de Salud, donde se hacen diferentes programas, capacitaciones y actividades en el transcurso del año. Estos son:

⁵ Great Place to Work es una empresa dedicada a la investigación global en empresas para evaluar su ambiente laboral, clima y cultura organizacional con el fin de crear excelentes lugares de trabajo, al identificar las falencias que puedan tener. <http://www.greatplacetowork.com.co/acerca-de-nosotros>



Ilustración 7 Areas de Gestión Humana en Falabella Colombia

Fuente: Elaboración propia.

En estos programas y actividades empezamos a ver como Falabella de Colombia brinda talleres tanto para ambos géneros como para las mujeres, y no descarta la importancia de temas que pueden ser importantes y desconocidos por muchas.

El área de Bienestar es la encargada de crear un ambiente de trabajo impecable por lo que entre sus funciones están una serie de eventos para la compañía en todo el año, convenios y los beneficios que otorga la empresa a sus empleados. El área trabaja programas de recreación, deporte y cultura donde se celebran las fechas especiales, se hacen actividades de integración, concursos, torneos deportivos, programas de atención a la familia, programas de reconocimiento, entre otros.

3.3. Políticas de género en Falabella de Colombia

Actualmente la empresa no cuenta con políticas de género formales. Sin embargo, se realizó una encuesta a algunos de sus empleados en las oficinas administrativas en la cual se tuvieron en cuenta, el pacto colectivo, lenguaje en la compañía y el trato por parte de los jefes y compañeros.

Dentro de la investigación y encuestas se encontró que Falabella es una empresa muy dada a sus empleados. Tanto hombres como mujeres se sienten cómodos y no ven que haya una brecha de género muy grande. Sin embargo, tampoco existe la educación pertinente en el tema. Podemos ver que la mayoría de altos cargos están ocupados por hombres, y que muchos de los programas realizados por el área de gestión humana están dados para las mujeres más que todo.

Sin embargo, la igualdad de género es un tema de gran importancia para la empresa. Al ser una tienda por departamento donde sus clientes potenciales son mujeres, uno de sus activos más importantes son sus empleadas que saben cómo llegar a los clientes. Es por esto que el área de recursos humanos, específicamente el área de bienestar, solicitó trabajar el

tema y generar alguna solución para alcanzar la igualdad. La propuesta que se presentará más adelante.

En una entrevista informal realizada a la Jefe de Bienestar, Lina Betancur, se le preguntó acerca de su interés por trabajar el tema de igualdad de género en Falabella, la situación actual de la empresa y su opinión sobre la igualdad de género en términos generales. En la entrevista se pudo recalcar como Falabella es una empresa de mujeres y para la mujer, como en cada uno de los niveles se encuentra al menos la presencia de una mujer y como el crecimiento dentro de la empresa es incluso más alto para las mujeres.

De los principales temas a tratar fueron los salarios que, al ser información privada no se pudo tener acceso, pero existe un interés por parte del área por trabajar la igualdad en temas salariales. Actualmente el área de selección está buscando realizar a todos los miembros de la compañía por competencias y así poder empezar a cerrar la brecha salarial, haciendo que éste dependa de las capacidades de cada persona.

En su opinión el área de formación puede también hacer parte del cambio, realizando capacitaciones más incluyentes. A través de cursos e-learning con temas más atractivos para hombres y mujeres. Al igual que el área de selección y el tema de contratación. Evaluar cómo se están definiendo los cargos y no dejar a los jefes de los cargos elegir si prefiere una mujer o un hombre ocupando el cargo.

Otro tema fundamental para lograr la igualdad de género son las comunicaciones en la empresa. Para Lina tener una comunicación incluyente es clave para lograr la sensibilización de los empleados y poder buscar un cambio de cultura. Dentro de los aportes del área de Bienestar, considera que es necesario diseñar planes incluyentes y así al pasar

unos años tener un pacto colectivo más incluyente, es decir, que no solo la mujer pueda cumplir su rol en la familia, sino que el hombre también pueda tener más presencia en los momentos importantes.

Dentro de las razones que se destacaron en la entrevista, para buscar ser una empresa con igualdad de género fueron el desarrollo sostenible de cara al ministerio de trabajo, pues Falabella sería vista como una empresa que rompe brechas de género. A largo plazo le gustaría convertir la igualdad de género en un tema social donde se pueda apoyar a madres y padres cabezas de familia.

Al ser tan importante el área de comunicaciones para lograr la igualdad de género, se realizó otra entrevista a Alejandra Bernal la jefa del área de comunicaciones. A diferencia de Lina, Alejandra cree que el tema va mucho más allá que la comunicación, pues el que sea masculina resulta ser un hecho histórico. Alejandra asegura que el trabajo va mucho más allá del tema de cambiar la comunicación, la cual solo logra reforzar las políticas.

De los temas claves para ella son el comité ejecutivo, como es que solo dos mujeres hacen parte de éste y como debería ser más equitativo. En el área de salud y bienestar dar la misma vulnerabilidad a mujeres y hombres. Es decir, como en las invitaciones a eventos, día del padre, día de la madre, etc. Solo se muestran a las mujeres en un rol de mamá, tía, hermana y al hombre como un hombre con capacidades. Considera que es clave el empoderamiento de la mujer. A su vez, considera clave el área de selección desde el momento en que se publica la vacante, el momento en que se presenta el cargo ya la hora de elegir los perfiles que buscan.

Como podemos ver, tanto la visión de Lina como la de Alejandra, el tema debe ser trabajado por toda el área de recursos humanos en conjunto y así buscar un cambio en la

cultura. Esto apoyado desde el área de comunicaciones, donde se buscará igualar el empoderamiento, así como la vulnerabilidad en los géneros.

3.4. Marco Metodológico

Con el fin de poder entender las necesidades de los empleados y su opinión respecto al tema, le realizaron encuestas sobre la igualdad de género en la compañía y su opinión al respecto. Lo que se busca con estas encuestas es dar forma a la campaña a realizar y complementar las opiniones tanto de Alejandra como de Lina. Los resultados de las encuestas fueron bastante unánimes lo cual refleja que la compañía tiene una tendencia y que puede resultar un tema sencillo de trabajar.

3.4.1. Desarrollo

Para poder abordar el tema de la igualdad de género, resulta importante conocer las opiniones de los empleados al respecto. En el capítulo de las políticas de género, conocimos a través de entrevistas las opiniones de las Jefas de Bienestar y Comunicaciones, las cuales solicitaron la realización de la campaña. En este capítulo conoceremos la opinión de empleados de diferentes cargos a través de una encuesta.

En las encuestas desarrolladas, se preguntó a los empleados su opinión sobre el tema de la igualdad de género y a su vez se hicieron unas preguntas sobre la compañía y como cada uno de ellos ven el desempeño de Falabella en temas de igualdad de género. Con los resultados

de estas encuestas se busca poder darle peso a la campaña y que el objetivo de la tesis se cumpla.

La encuesta realizada tiene las mismas preguntas que se hicieron en las entrevistas de Lina y Alejandra. Es una encuesta breve de tan solo ocho preguntas donde se puede conocer de una manera general la opinión de los empleados a cerca del tema. A continuación, podemos conocer el diagnóstico de los resultados.

3.4.2. Diagnóstico

En la encuesta pudimos encontrar que las opiniones de los empleados son unánimes y que no se diferencian mucho a las de las dos Jefas. Pudimos identificar que la empresa no se encuentra lejos de la igualdad y que, aunque no se conozcan políticas de género los empleados se sienten cómodos en el ambiente actual de la compañía. Se evaluaron un total de 75 empleados en diferentes cargos y estos fueron los resultados obtenidos:

Género	Femenino	42
	Masculino	33
Le parece importante el tema de igualdad de género?	Si	66
	No	9
¿Conoce de políticas de género en Falabella?	si	6
	No	69
	¿Cuál?	no discriminan
¿Cree tener las mismas oportunidades de crecimiento?	Si	66
	No	9
¿Considera que los beneficios de la empresa son equivalentes?	Si	54
	no	21
Las actividades de la empresa están más dirigidas a:	Mujeres	33
	Hombres	3
	Equivalente	39
Dentro de su área de trabajo hay más:	Mujeres	18
	Hombres	24
	Equivalente	30
Considera que los altos mandos los ocupan más:	Mujeres	3
	Hombres	21
	Equivalente	51
¿Ha notado alguna diferencia en el trato entre hombres y mujeres?	Si	0
	No	75

Tabla 2 elaboración propia con los resultados de las encuestas

Como podemos ver en la tabla anterior los resultados se inclinan siempre hacia una respuesta, lo cual significa que se puede ver un comportamiento de igualdad dentro de la empresa. Sin embargo, existen temas a mejorar como lo son las actividades que realizan las diferentes áreas de gestión humana, los beneficios que da la empresa a sus empleados, y una nivelación de los géneros en las áreas.

Cabe resaltar que la campaña estará guiada por los estándares de Falabella de Colombia y que el tema se abordará como cualquier otra campaña realizada en la empresa. El modelo de campaña está dado por el área de capacitaciones y la metodología que se desarrollará será la utilizada por la empresa a nivel Colombia. Se deberá tener apoyo de las diferentes áreas de

gestión Humana como lo son: Bienestar, Selección, Gestión Salud y Capacitaciones y además se deberá contar con el apoyo del área de Comunicaciones.

En el siguiente capítulo se dará a conocer la empresa Aequales, la cual es la creadora del ranking PAR y por el cual se quiere guiar para llegar al objetivo del presente trabajo de grado.

4. Aequales

Aequales es una empresa que se dedica principalmente a brindar consultoría a otras organizaciones con el objetivo de transformarlas a través de la igualdad y la equidad de género. La compañía busca que exista igualdad de oportunidades laborales entre hombres y mujeres para así disminuir las brechas entre géneros y poder contribuir en la inclusión en Latinoamérica.

4.1. Historia

Aequales significa igualdad en latín, la empresa nació en el 2014 como un proyecto de grados de dos estudiantes en Georgetown y hoy en día tiene presencia en Perú y Colombia. Se creó cuando las fundadoras notaron que había proporciones similares de graduandos de la universidad de hombres y mujeres, sin embargo, en las posiciones de liderazgo no se ve la misma proporción pues solo el 34% de los altos mandos en las compañías están ocupados por mujeres. La compañía cuenta con dos objetivos principales; revisar procesos en las culturas organizacionales y capacitar a las mujeres en lo que llaman “liderazgo profesional femenino”.

Con esta capacitación buscan que las mujeres entiendan su potencial y capacidades; que dejen el miedo de pedir un aumento o una mejor posición, concientizarlas de las barreras que existen e impiden el progreso.

Uno de sus aportes más impactantes ha sido el ranking en las empresas más equitativas. En el 2016 con solo dos años la empresa logró que participaran 24 empresas en Perú y 40 en Colombia. Este ranking no existía en ninguno de los dos países, ni tampoco las

herramientas para poder medir las brechas de puestos, salarios o políticas de género en las empresas. Al crear el ranking se logró ver como las empresas se comprometían con el tema pero, sin saber cómo, es por esto que Aequales brinda el acompañamiento y ayuda a las empresas a educarse en buenas prácticas de género.

4.2. Métodos de evaluación

Par, es el nombre del ranking de igualdad de género en las empresas. Se hace por medio de un diagnóstico anual gratuito y confidencial en el cual se mide la igualdad, equidad y diversidad de género en las empresas. El ranking premia a las diez mejores empresas evaluadas y asimismo las acompaña en su proceso de mejora continua.

Las evaluaciones se hacen a través de cuestionarios virtuales generados dependiendo del tamaño y tipo de empresa. Se evalúan cuatro áreas de igualdad de género específicas:

- a. Gestión de talento: “Revisa las estrategias, objetivos, políticas internas y externas en temas de equidad de género y diversidad dentro de la organización”
- b. Estructura organizacional: “mide la equidad entre hombres y mujeres en posiciones de liderazgo junto con posiciones administrativas, de ventas y planta dentro de la organización”
- c. Gestión de objetivos: “evalúa los procesos de selección de personal, capacitaciones y entrenamiento de empleados, además del promedio de las remuneraciones”
- d. Cultura organizacional: “evalúa las practicas organizacionales que concilian la vida privada con la laboral, el uso de comunicaciones inclusivas, como también los temas vinculados de acoso en el espacio de trabajo”.

Para Falabella la cultura es un aspecto muy importante en la compañía además, el reconocimiento de ser una empresa con igualdad de género ayuda mucho al nombre y reconocimiento de la marca. Al poder evaluar estos aspectos en la compañía y crear conciencia de la igualdad de género entre sus empleados, llegar a ser una empresa reconocida por Aequales podría ser un camino más corto. Por esta razón a continuación se presenta la campaña creada para Falabella de Colombia.

5. Propuesta: Reto Adaptativo Para Falabella Colombia

Llegar a la igualdad de género es de alta importancia para Falabella. Para esto, es necesario tener un plan a largo plazo en el cual se irán cumpliendo etapas en las que poco a poco la organización y sus colaboradores podrán adaptarse más fácil al cambio. El programa se planteara como un reto adaptativo, ya que para llegar a la igualdad de género se va a requerir de aprendizaje de cada uno de los involucrados.

Para lograr los objetivos, es adecuado que la empresa y sus empleados puedan presentar un cambio de comportamiento y así como la capacidad para poder reaccionar ante posibles resistencias. El reto sólo puede ser resuelto por la empresa misma y, al no tener soluciones fáciles de definir, por este motivo es que se crea este programa a largo plazo.

Objetivo del programa: Reto adaptativo de la igualdad de género en Falabella de Colombia

Duración:
1 año

Etapas: trimestrales

Primera etapa:
Campaña
informativa

Segunda etapa:
Talleres para
gerentes y altos
cargos

Tercera etapa:
Implementación
de estrategias

Cuarta etapa:
Evaluación de
resultados y
resistencia

Fuente: Elaboración propia.

5.1. Etapa 1: Campaña Informativa “Equidad de género en Falabella”

Por medio de la campaña “Equidad de género en Falabella” se pretende dar una breve información a los empleados de Falabella de la importancia de la igualdad de género y a su vez, se pedirá su participación y opinión sobre el tema. La campaña será dividida en cuatro fases: la fase informativa, la fase de expectativa, la fase de desarrollo y la fase de reconocimiento; para esto es necesario tener en cuenta los parámetros de Falabella de Colombia, espacios, tiempo, y limitaciones que cumplan con la reglamentación y no afecten el ejercicio de la empresa.

“Lo que se denomina cultura corporativa no es solo el resultado espontáneo de sus actividades diarias de los sujetos en el sistema, sino que además el resultado de las restricciones y espacios, de los estímulos y límites que la organización permite a sus empleados en función de sus objetivos comerciales, productivos, de servicios y estratégicos” (Garrido, 2010, p3).

“Equidad de género en Falabella” es una campaña solicitada por el área de Bienestar que busca llegar a ser una empresa donde tanto los hombres como las mujeres lleguen a sentir que son igual de importantes para la compañía. En la campaña se informará a los colaboradores sobre datos y cifras reales del tema, podrán disfrutar de nuevas actividades y beneficios que cubra igual a ambos géneros y se les pedirá su opinión y participación en el tema, se harán concursos y premiará a todos los que participaron.

Con sus objetivos se busca:

- ✓ Informar a los colaboradores la importancia de la equidad de género.

- ✓ Informar a los colaboradores la manera correcta de que es la igualdad de género.
- ✓ Encaminar a Falabella de Colombia a ser parte del Ranking de Aequales.

Tabla 3. Descripción Fases Campaña “Equidad de género en Falabella”

Cliente	Falabella Colombia			
Tema	Cultura motivacional			
Objetivo	Concientizar a los colaboradores de la importancia de la igualdad de género			
Concepto	Equidad de género en Falabella de Colombia			
Fases	Canal	Acciones/entregables	Mensajes	Fechas de divulgación
Fase de expectativa: Se les enviará información a los colaboradores información relacionada con el tema de la igualdad de género. Por medio de mailing y piezas se compartirán datos recogidos durante la investigación. Estos datos son relacionados a	- Mailing y afiches	<ul style="list-style-type: none"> - Un mail con datos de Falabella - Un mail con información de beneficios que te brinda Falabella - Un mail con información de Aequales y la igualdad de género - Una pieza por cada mail 	1. ¿Sabías que el 60% de los empleados en Falabella son mujeres, y que de ellas x% son gerentes? (Pieza 1) 2. ¿Conoces todos los beneficios y eventos que te ofrece Falabella? ¡Anímate a descubrirlos! (Pieza 2)	- Semana 1-3

<p>los empleados de Falabella cuantos son mujeres cuantos hombres, sobre los beneficios que hay para los empleados de Falabella, las empresas que cuentan con igualdad de género ¿hay Falabella en el ranking de otros países?</p>			<p>3. ¿Ya escuchaste lo último? Para ser conocidos como empresa de igualdad de género necesitamos cambiar algunas cosas. ¡Pero espérate, hay más! Falabella Retail y banco en Perú ya lo lograron, todavía lo podemos alcanzar! ¡Porque los reconocimientos son para los mejores! (Pieza 3)</p>	
<p>Fase Informativa: Se harán diferentes actividades que no sean solo para las mujeres. Actividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Afiches - Mails - Actividades (dentro y fuera de la oficina) 	<ul style="list-style-type: none"> - Una pieza invitando a la primera actividad - Una pieza invitando al torneo 	<p>-</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Semanas 4-5

<p>dónde ambos géneros podrán disfrutar. Se implementarán beneficios equitativos.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Una pieza con los beneficios 		
<p>Fase Desarrollo:</p> <p>Se harán encuestas y entrevistas a los colaboradores</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Afiches - Encuestas - Concursos 	<ul style="list-style-type: none"> - Un afiche invitando a participar - Una encuesta sobre su opinión de 	<ul style="list-style-type: none"> - ¡Queremos oír tu opinión! <p>Juntos creamos una mejor empresa, participa,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Semanas 6-8

<p>sobre beneficios y eventos que promuevan la equidad, donde no se vea solo actividades para mujeres sino algo más equitativo.</p> <p>Haremos concursos de equidad de género donde los empleados puedan participar y generar propuestas para que sea una campaña inclusiva.</p>		<p>la igualdad de género, su importancia y si lo ven en Falabella</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concursos de equidad 	<p>opinación y apoyo y podrás ganar diferentes premios!</p>	
<p>Fase Reconocimiento:</p> <p>Se hará un reconocimiento especial a</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mailing - Premios 	<ul style="list-style-type: none"> - Un mail invitado a la premiación 	<ul style="list-style-type: none"> - Felicitaciones a los ganadores (lista nombres) y agradecem 	<ul style="list-style-type: none"> - Semana 9

<p>todos los empleados que participaron y se les dará premio a los ganadores de los concursos.</p>		<p>- Un mail de reconocimiento</p>	<p>os a todas las personas que participaron. ¡Con el apoyo de todos llegamos a mejores resultados!</p>	
--	--	------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de guía de Falabella Colombia.

El anterior modelo de campaña es el utilizado por Falabella para sus campañas en el área de comunicación. La campaña es realizada según los datos encontrados en la investigación.

5.2. Etapa 2: Talleres para gerentes y altos cargos

En segundo lugar y viendo los resultados de la planta de Falabella y la acogida de la campaña. Se presentarán unos talleres para los empleados de la compañía, donde se podrá abordar diferentes dinámicas de equidad y liderazgo en la compañía.

Es importante que los altos mandos sepan la importancia del tema y como poder implementarlo con los empleados de quienes están a cargo. Por lo tanto recibirán asesorías en lenguaje de inclusión y como abordar el tema sin que resulte tedioso.

En estos talleres se manejará principalmente el lenguaje de la compañía, haciendo de este un lenguaje más inclusivo. Trabajando talleres de PNL para poder cambiar la percepción del lenguaje. El objetivo será motivacional y se buscará implementar habilidades de

inclusión. Estos talleres serán para los directores de las áreas y que en estos momentos solo son observadores.

Los talleres tratarán los temas de masculinidades y feminidades y como trabajar el tema de equidad. Se trabajarán temas de liderazgo, poder y cambio por medio de la comunicación en la compañía y sobretodo el manejo del lenguaje.

5.3. Etapa 3: Implementación de las estrategias

Para Falabella de Colombia lograr la igualdad de género no va a ser complicado. Muchos de sus actividades, talleres, entre otras se enfocan a las mujeres, las familias y en sus cargos domina la presencia de las mujeres. En sus métodos de selección no tienen en cuenta en ningún momento el género para ningún cargo y aceptan las capacidades de hombres y mujeres.

Sin embargo, para que la compañía entienda la importancia del tema y se logre crear conciencia en sus empleados, se deben crear una serie de estrategias para posibles cambios de conducta. Esas estrategias se plantearon de acuerdo a las diferencias que se pudieron ver en el trabajo de investigación, y son:

- Tener igualdad de beneficios para hombres y mujeres
- Que las actividades y capacitaciones sean igual de atractivas para las mujeres y los hombres en la empresa
- Tener nuevos talleres de integración de género
- Capacitar a las mujeres en temas de liderazgo y empoderamiento

- Realizar un modelo para selección, donde no sea posible elegir si se prefiere a algún género en específico para el cargo sino que se escoja a punto de habilidades

Estas cuatro estrategias se crearon en base a las opiniones de Lina y Alejandra en sus entrevistas y en temas que ellas consideran claves a la hora de buscar la igualdad de género en la empresa. Al seguir estas cuatro estrategias se estaría cubriendo los que se consideran áreas en la cultura de la empresa donde pueden existir algún tipo de desigualdades.

Los beneficios, talleres y algunas actividades suelen dejar de lado a los hombres y estar muy enfocados a las mujeres, no existen talleres de integración de género y existen más cargos altos ocupados por hombres que por mujeres, es por esto que es importante que las mujeres sepan con las habilidades que cuentan y como desarrollarlas para ser mejores líderes.

5.4. Etapa 4: Evaluación de resultados y resistencia

En esta etapa se buscará ver cómo la campaña impactó a los trabajadores. Se hará una evaluación en la cual se mirarán las cuatro áreas que se revisan en el ranking Par de Aequales. Es importante además, ver la reacción de los empleados y su opinión en el tema, si se crean resistencias y si creen que el tema se abarco de la manera adecuada.

Esta medición se hará por medio de una encuesta física a los empleados de la empresa donde se evaluará su opinión de la campaña y si creen que dio los resultados esperados. En la encuesta además, se harán preguntas sobre las cuatro áreas que evalúa Aequales con el fin de ver en qué situación se encontraría la empresa y si de esta manera puede calificar dentro del ranking.

6. Conclusiones

En este trabajo de grado se trabajó el tema de igualdad de género; realizando una breve investigación global, reduciéndola a nivel Latinoamérica, Colombia y hasta por fin llegar a la empresa Falabella. El objetivo principal de la investigación es dar a conocer la importancia del tema desde una perspectiva más macro y hasta llegar al punto de interés, en este caso Falabella de Colombia.

Dentro de la investigación se encontró que el tema de igualdad de género es un tema que todavía causa preocupación a nivel mundial tanto en aspectos sociales, políticos y económicos. Las brechas entre géneros siguen existiendo y por más que en las últimas décadas haya avanzado, todavía queda mucho por recorrer. Organizaciones mundiales como la ONU o regionales como la OIT y la CEPAL siguen teniendo el tema como prioridad en sus agendas.

Las razones por las que es un tema de alta importancia es principalmente un mundo más justo para las mujeres y poder generar mejores condiciones de vida; sin acosos, donde puedan tener mejores trabajos e ingresos y no se les quiten sus oportunidades laborales por el hecho de tener una familia. A su vez, se ha comprobado que las mujeres en las empresas son igual de eficaces que los hombres y que incluso en áreas como mercadeo pueden traer mayores beneficios.

Tanto en el Latinoamérica como en Colombia el tema se ha venido trabajando fuertemente. La igualdad de género se convirtió en uno de los puntos principales en las agendas de organizaciones regionales así como en el plan de “Prosperidad Para Todos” del

presidente Santos en el 2010. Actualmente Colombia entra entre los 50 mejores países con igualdad de género, por más que deba mejorar en los aspectos de economía y participación política de las mujeres.

Al ver la importancia de la igualdad de género y las dificultades que deben superar las mujeres en temas laborales; las fundadoras de Aequales decidieron hacer algo que pudiera ayudar a solucionar estas brechas tanto en Perú como en Colombia. Se idearon la forma de hacer un ranking entre empresas, donde se premiaría a las empresas con más igualdad entre géneros. Con esta propuesta, lograron que muchas empresas se quisieran comprometer con el tema y quieran ser empresas con igualdad de oportunidades y diversidad.

Falabella, una multinacional de gran importancia en América Latina y una marca reconocida en Colombia se ha interesado por trabajar el tema de la igualdad de género. Es por esto que se realizó esta investigación, para poder proponer a la empresa un plan donde pueda lograr su objetivo de ser una empresa reconocida por Aequales.

Para poder generar la campaña se le preguntó al área de comunicaciones como suelen abordar estos temas a los empleados. A lo cual su respuesta fue con campañas que se presentan por medio de mail, emisora, piezas impresas y concursos. Por lo que se generó una campaña bajo el formato establecido por Falabella.

Para poder saber que temas deben tratarse en la empresa, se empezó haciendo breves entrevistas informales a las jefes de las áreas interesadas en trabajar el tema, así como una breve encuesta a algunos de sus empleados sobre su opinión del tema de género y como creen que la empresa se encuentra. A su vez se realizó una breve investigación en el área de recursos

humanos y de los beneficios, actividades, talleres, entre otros que se les ofrece a sus empleados.

Dentro de los resultados arrojados se pudo ver que Falabella no tiene brechas muy marcadas, que incluso se puede ver como hay más mujeres que trabajan en la empresa que hombres; los programas, actividades y talleres están más dirigidos para las mujeres que para los hombres. Sin embargo, como en estos aspectos se enfocan más en las mujeres pero en los cargos más altos se ven más hombres. Es por esto que la campaña busca lograr un equilibrio. Que se dé a entender la importancia del tema y los beneficios que le puede traer a la empresa y que se logre llegar a un punto donde todo este enfocado de una manera más equitativa.

7. Bibliografía

Aequales, Colombia (2018, Abril) Metodología Ranking: <http://www.aequales.com/>

Alejandra Bernal. (05 de mayo de 2018). Entrevista sobre las políticas de igualdad de género en Falabella de Colombia. (D. Ortega, Entrevistador).

Carolina Cortés. (25 de Abril de 2018). Entrevista sobre información general de Falabella de Colombia. (D. Ortega, Entrevistador).

Como va Colombia en temas de Igualdad de Género. Portafolio. (Abril 2018) Obtenido de: [**http://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/la-igualdad-de-genero-progreso-para-todas-y-todos-500505**](http://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/la-igualdad-de-genero-progreso-para-todas-y-todos-500505)

Garrido, Francisco Javier. Cómo comunicar la estrategia de forma eficaz. 2010. Ediciones Deusto. Disponible en: [http://franciscojavierrgarrido.com/descargas/Articulo_Comunicar_Estrategia%20\(Harvard-Deusto\).pdf](http://franciscojavierrgarrido.com/descargas/Articulo_Comunicar_Estrategia%20(Harvard-Deusto).pdf)

Garrido, Francisco Javier. Comunicación de la estrategia. 2010. Edición Effective Management, S.L. Disponible en: http://www.franciscojavierrgarrido.com/descargas/E_Management.pdf

Hacer las promesas realidad. ONU Mujeres. (Abril 2018). Obtenido de: [**http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2018/sdg-report-fact-sheet-global-es.pdf?la=es&vs=310**](http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2018/sdg-report-fact-sheet-global-es.pdf?la=es&vs=310)

Horizontes de la Igualdad de género. CEPAL. (Abril 2018). Obtenido de:

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/39626-horizonte-la-igualdad-genero-colombia-cuba-frente-retos-cuidado>

Igualdad de género en Colombia. DNP. (Abril 2018) Obtenido de: **<https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/PND-2010-2014/Paginas/Plan-Nacional-De-2010-2014.aspx>**

Igualdad de género en el mundo. ONU Mujeres. (Abril 2018) Obtenido de: <http://www.unwomen.org/es/news/in-focus/women-and-the-sdgs/sdg-5-gender-equality>

Lina Betancur. (05 de mayo de 2018). Entrevista sobre las políticas de igualdad de género en Falabella de Colombia. (D. Ortega, Entrevistador)

Marketline. (2016, Abril 27). *EbscoHost*. Retrieved from EbscoHost:
<http://eds.cesa.metaproxy.org/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=3f291618-9ebe-4b5e-8c7b-e1b6227ff433%40sessionmgr101>

La OIT y la igualdad de género. OIT. (Abril 2018) Obtenido de:

<http://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2018/2/gender-equality-in-the-2030-agenda-for-sustainable-development-2018>

Planta Falabella de Colombia.(2017, Diciembre) Excel en los anexos.

Ranking de igualdad de género a nivel mundial, Colombia en el puesto 36. El Espectador. (Abril 2018). Obtenido de:

<https://www.elespectador.com/noticias/educacion/colombia-puesto-36-entre-144-en-igualdad-de-genero-articulo-723955>

Trabajo decente e igualdad de género. CEPAL. (Abril 2018) Obtenido de:

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@americas/@ro-lima/@sro-santiago/documents/publication/wcms_233161.pdf

WPP. (25 de Marzo de 2018). *BRANDZ*. Obtenido de BRANDZ:

<http://brandz.com/charting/52>

8. Anexos

Anexo 1: Libro de Beneficios de Falabella

Libro de Beneficios de Falabella

[file:///C:/Users/Daniela/AppData/Local/Packages/microsoft.windowscommunicationsapps_8wekyb3d8bbwe/LocalState/Files/S0/2147/libro%20beneficios\[6552\].pdf](file:///C:/Users/Daniela/AppData/Local/Packages/microsoft.windowscommunicationsapps_8wekyb3d8bbwe/LocalState/Files/S0/2147/libro%20beneficios[6552].pdf)



TIEMPO
APOYO
BENEFICIOS

falabella.
Piensa en ti



Los beneficios aquí contenidos se encuentran definidos en el Pacto Colectivo de la Compañía con una vigencia del 1 de septiembre de 2014 al 31 de agosto de 2018

Con excepción de los salarios todos los demás beneficios no son salario ni prestación social para ningún efecto.



APOYO

falabella.



INCREMENTO SALARIAL

El reajuste salarial para los años 2015 a 2018 será por lo menos, en el mismo porcentaje del IPC nacional determinado por el Gobierno para el año anterior con corte a 31 de diciembre, más la suma fija de \$10.000. En el caso de que el Gobierno decrete un aumento para algunos TRABAJADORES, mayor al IPC, el aumento de este grupo de TRABAJADORES será el mayor. Para tener derecho a los incrementos previstos para los años 2015 a 2018, el TRABAJADOR debe haber ingresado a la EMPRESA por lo menos tres (3) meses antes del 1º de enero de cada año.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



APOYO

falabella.



AUXILIO EDUCATIVO PARA TRABAJADOR

Para estudios técnicos, tecnológicos y universitarios del TRABAJADOR, semestralmente se concederán hasta dos (2) auxilios por Tienda, Centro de Distribución y Oficina Central, equivalentes al 50% del valor semestral de la matrícula en instituciones debidamente aprobadas y reconocidas por las autoridades colombianas, con un tope máximo de \$1.000.000 por año, por TRABAJADOR.



AUXILIO EDUCATIVO POR HIJOS

Para estudio de los hijos del TRABAJADOR, anualmente se concederán diez (10) auxilios por Tienda, Centro de Distribución y Oficina Central de \$100.000 cada una, a los hijos de LOS TRABAJADORES beneficiarios de este PACTO que se encuentren realizando estudios de primaria, secundaria y universitarios en establecimientos educativos debidamente reconocidos por las autoridades.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



APOYO

falabella.



AUXILIO FUNERARIO

La EMPRESA reconocerá al TRABAJADOR un auxilio funerario por la suma de \$500.000 por el fallecimiento del padre, madre, cónyuge, compañera permanente o hijos del TRABAJADOR.



PRÉSTAMO POR VACACIONES

LOS TRABAJADORES tendrán la opción de solicitar un préstamo del 50% de su salario mensual básico o fijo, al momento de salir a disfrutar sus vacaciones. Dicho préstamo se otorgará sin intereses y le será descontado por instalamentos máximo de seis (6) meses en nómina, y de igual valor, en los seis (6) meses siguientes de haberse reintegrado de vacaciones.

Importante: Mínimo 8 días de disfrute de vacaciones requeridos para acceder a este beneficio.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



APOYO

falabella.



AUXILIO ODONTOLÓGICO

La EMPRESA otorgará un auxilio odontológico de \$50.000 por una sola vez al año, a LOS TRABAJADORES de Tienda, Oficina Central y Centro de Distribución, previa presentación de la factura cancelada.

Importante: El colaborador debe presentar la factura original cancelada no mayor a 30 días.



PRÉSTAMO POR CALAMIDAD DOMÉSTICA

Se le concederá al TRABAJADOR un crédito especial sin intereses, destinado a cubrir las posibles necesidades y gastos por un monto hasta por el equivalente de cuatro (4) salarios ordinarios o básicos mensuales del TRABAJADOR, pagadero en un plazo no mayor a veinticuatro (24) cuotas mensuales para ser descontadas por nómina.

Importante: Se deberá auditar los hechos para valoración por parte del comité de Calamidad Domestica.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



APOYO

falabella.



CRÉDITO DE VIVIENDA

Crédito para la adquisición de vivienda o Leasing habitacional: Se otorgará sin garantía real (el inmueble no garantiza el crédito) y la vivienda puede estar a nombre de(l) la cónyuge del TRABAJADOR a una tasa de interés del 6% anual.

Importante:

- * Antigüedad: Llevar en la EMPRESA, por lo menos, tres (3) años.
- * Cupo: Hasta por el equivalente a diez (10) salarios ordinarios o básicos del TRABAJADOR con un tope máximo de \$20.000.000
- * Plazo para pago: Máximo de treinta y seis (36) meses.
- * Amortización primas semestrales: Se podrá amortizar máximo el 30% del valor del préstamo.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



APOYO

falabella.



AUXILIO OFTALMOLÓGICO

El TRABAJADOR que lleve un (1) año de servicios continuos en la EMPRESA y médicamente les prescriban el uso de lentes o gafas, recibirá un auxilio, por una sola vez en cada año de \$75.000. En los eventos de daño, pérdida o cambio de fórmula médica, el auxilio no se otorgará en el mismo año.

Importante: Presentar factura original del procedimiento no mayor a 30 días

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



BIENESTAR

Para en ti

falabella.



CONVENIOS

Sin que constituya obligación para la EMPRESA, procurará suscribir convenios con diversos sectores para beneficio de LOS TRABAJADORES y sus familias en aspectos como: Descuentos especiales en:

- * Restaurantes y plazoletas de comida en centros comerciales.
- * Entretenimiento.
- * Centros de formación.
- * Centros de estética, spa, odontología y gimnasios.
- * Adquisición de vehículos.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



BIENESTAR

Para en ti

falabella.



EMPLEADO DEL MES

La EMPRESA reconocerá una vez al mes, al TRABAJADOR que más se haya destacado en su labor en Tiendas, Oficina Central y Centro de Distribución; obsequiándole una bicicleta cuyas características serán determinadas por la EMPRESA por este reconocimiento, beneficio que no es canjeable ni sustituible en dinero.



ACTIVIDADES ESPECIALES

La empresa otorga los siguientes beneficios a todos los colaboradores.

- *Entrega de anqueta navideña
- *Celebración de navidad para los niños (Hasta los 12 años)
- *Desarrollo de campeonatos y actividades deportivas

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



BIENESTAR

Para en ti

falabella.



SEGURO DE VIDA

La EMPRESA asegurará al TRABAJADOR con una póliza de seguros colectiva de vida que incluye:

- * Vida, Incapacidad Total y Permanente: Asegura doce (12) salarios del TRABAJADOR.
- * Indemnización por Muerte Accidental: Valor asegurado doce (12) salarios del TRABAJADOR.
- * Enfermedades Graves: Anticipo del 50% del valor asegurado, las cuales están descritas en la póliza.
- * Plan Canasta: En caso de muerte, se entregarán doce (12) mensualidades de \$500.000 cada una para gastos del hogar.
- * Gastos Funerarios: Valor asegurado hasta \$5.000.000
- * Incapacidad Total y Permanente: Se otorgará un auxilio adicional para rehabilitación por valor de \$4.000.000.
- * Renta Post Hospitalaria y/o Quirúrgica: Aplicará para incapacidades de tres (3) a veinticinco (25) días con un tope de \$1.100.000 que se pagará proporcional a los días de incapacidad.
- * Auxilio de Maternidad o Paternidad: En caso de nacimiento de un hijo del TRABAJADOR, la aseguradora entregará \$200.000
- * Auxilio Gastos de Ambulancia: En caso de solicitar el servicio de ambulancia para el TRABAJADOR, la aseguradora reembolsará hasta \$200.000

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



BIENESTAR

Para en ti

falabella.



DESCUENTO DE CUOTA DE MANEJO DE LA TARJETA CMR

La EMPRESA le otorgará al TRABAJADOR un descuento del 50% del valor mensual correspondiente a la cuota de manejo de la tarjeta CMR. Para ser acreedor a este beneficio, el TRABAJADOR debe encontrarse al día en sus pagos de la tarjeta de crédito CMR.



KIT ESCOLAR PARA HIJOS

La EMPRESA otorgará, por una sola vez al año, un kit escolar a los hijos de LOS TRABAJADORES que se encuentren cursando desde preescolar hasta quinto de primaria.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com

f.

TIEMPO

falabella.



AMPLIACIÓN DEL TIEMPO DE LACTANCIA

La EMPRESA otorgará a las Madres Lactantes, durante los primeros seis (6) meses de vida del(a) hijo(a) del TRABAJADOR, una (1) hora adicional diaria a la legal establecida, no acumulable. Este Beneficio se otorgará en iguales condiciones a las madres adoptantes.



DÍAS ADICIONALES POR LUTO

La EMPRESA concederá 2 días adicionales a la licencia por luto, establecida en la ley colombiana, es decir 5 días por ley y 2 días calendario como beneficio.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



TIEMPO

falabella.



PASE LIBRE

Falabella le otorga al TRABAJADOR, media jornada libre remunerada no acumulable ni canjeable por dinero al semestre para que lo aprovechen como deseen. Se otorgará únicamente de lunes a jueves en el caso de la tiendas y se puede acumular al año, siempre y cuando cuente con la autorización del Gerente de Tienda o el Gerente de Área.

Importante: Este beneficio no aplica para LOS TRABAJADORES firmantes o adherentes al PACTO COLECTIVO DE TRABAJO, cuya jornada laboral sea solamente de fines de semana.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



TIEMPO

falabella.



AUMENTO DÍAS DE VACACIONES

La EMPRESA reconocerá al TRABAJADOR un (1) día adicional de vacaciones al año, por cada cinco (5) años laborados en forma continua con un máximo de dos (2) días por año, éstos no serán acumulables año tras año y solo procederá cuando el TRABAJADOR salga a disfrutar en tiempo de sus vacaciones.



DÍAS ADICIONALES DE LICENCIA DE MATERNIDAD, PATERNIDAD Y ADOPCIÓN

La EMPRESA otorgará una semana adicional a la prevista en la ley a LAS TRABAJADORAS por licencia de maternidad y dos (2) días hábiles adicionales a la prevista en la ley a LOS TRABAJADORES por licencia de paternidad.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com



TIEMPO

falabella.



AUXILIO DE MATRIMONIO

Cuando un TRABAJADOR contraiga matrimonio, la EMPRESA le concederá una semana (siete (7) días continuos) de permiso remunerado y una Gift Card Falabella por \$100.000.



DÍA DE CUMPLEAÑOS

Para que lo celebres como más te guste.

¡Falabella te regala tu día de cumpleaños!

La empresa otorgará como día de descanso remunerado el día de cumpleaños del trabajador, siempre y cuando, este sea un día laborable. Este beneficio no es acumulable ni canjeable en dinero ni en especie.

Para mayor información consulta con la Jefe de Gestión Humana de la tienda o en Bienestar en la Oficina Central

falabella.com

