

The background features a network of interconnected nodes, each represented by a stylized female silhouette icon. The nodes are arranged in a complex web pattern across the entire frame. The background color is a gradient from purple on the left to pink on the right.

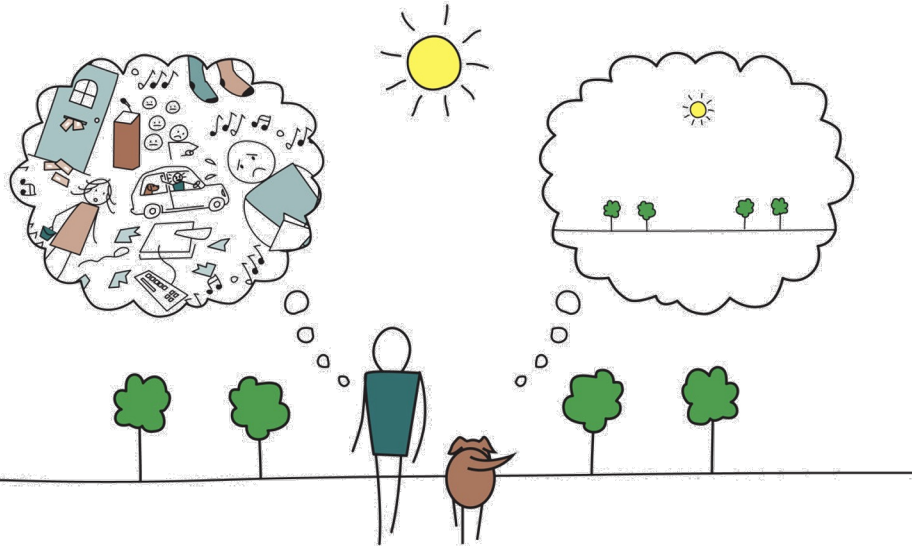
Inspiring Women Journey^{IWJ}

El programa que impulsa *las fortalezas
de las líderes de América Latina*

LA ECONOMÍA QUE HAY EN LA EQUIDAD DE LAS EMPRESAS

La economía que hay en la equidad de las empresas





Mind Full, or Mindful?

Recomendación para leer/escuchar este tipo de información

Mantén la mente abierta, despejada de ideas y piensa los beneficios que deben de tener todas las personas dentro de las organizaciones de manera equitativa.

¿Qué es la economía en la equidad de las empresas?

¿Qué es realmente la economía en la equidad de las empresas?

Cuando pensamos en la perspectiva de equidad de las empresas, los artículos de negocios fundamentan mucho la relevancia de las *iniciativas de equidad* en los beneficios económicos, pero tenemos que pensar un poco más a fondo que es "economía" en una empresa. Sus causas raíces y sus diferentes espectros.



“Si las mujeres participaran en el mercado laboral en proporción igual a los hombres, habría un aumento de 22% en el ingreso per cápita del país”

¿Cuál es el fondo integral de la economía en la equidad de las empresas?

Cuando observamos las tendencias 2023 sobre cultura en los trabajos y los beneficios de DEI, podríamos encontrar que esta iniciativa puede ser un desencadenante para resolver otros desafíos organizacionales, de empleabilidad y generación económica.



Tendencias que hemos vivido en el 2023



weforlife



¿Cuál es el fondo integral de la economía en la equidad de las empresas?

Si bien las iniciativas de DEI suman a un mejor entorno económico como se ha mencionado anteriormente, también ayudan a crear las conductas y fenómenos necesarios para una cultura laboral empática con los tiempos actuales.

Es una iniciativa que transforma los resultados económicos de un país, pero también crea proceso de sostenibilidad y resiliencia de los negocios mismos y beneficia a la resolución de otras tendencias.



“Sólo 15% de las empresas en el país tienen a una mujer en la alta dirección, comparado con el promedio mundial de 33%.”

¿Qué se espera en cada grupo generacional para engancharse con su trabajo?

Principales iniciativas por generación

Rango	Generación Z	Millennials	Generación X	Baby Boomer
1	Cultura centrada en las personas	Cultura centrada en las personas	Cultura centrada en las personas	Cultura centrada en las personas
2	Equilibrio trabajo -vida	Equilibrio trabajo -vida	Equilibrio trabajo -vida	Equilibrio trabajo -vida
3	Equidad salarial	Promoción de talento	Promoción de talento	Promoción de talento
4	Promoción de talento	Diversidad, equidad y programas de inclusión	Equidad salarial	Feedback y establecimiento de objetivos



Principales iniciativas por generación

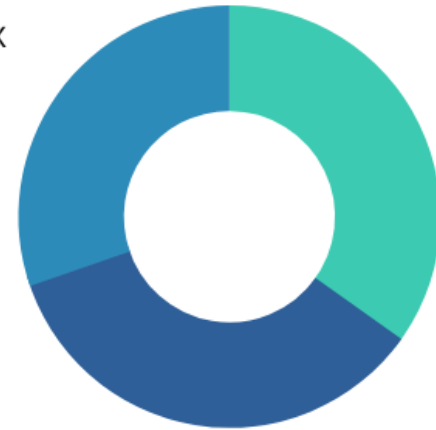
Rango	Generación Z	Millennials	Generación X	Baby Boomer
5	Diversidad, equidad y programas de inclusión	Equidad salarial	Diversidad, equidad y programas de inclusión	Equidad salarial
6	Feedback y establecimiento de objetivos	Feedback y establecimiento de objetivos	Feedback y establecimiento de objetivos	Diversidad, equidad y programas de inclusión
7	Programas de reconocimiento de equipos	Programas de reconocimiento de equipos	Programas de reconocimiento de equipos	Programas de reconocimiento de equipos

La **Generación Z** considera la equidad salarial como una prioridad para sus empleadores, mientras que los **Millennials** informan un mayor énfasis en sus empresas en los programas de diversidad, equidad e inclusión (DEI).



El interés de las generaciones en las iniciativas de DEI para permanecer en sus trabajos.

Generación X
54 %



Generación Z
62 %

Millennials
62 %



Otras tendencias a las que se les tiene que prestar atención

Según el Índice Global de Brecha de Género de 2023, ningún país ha alcanzado todavía la paridad de género total, aunque los nueve países principales (**Islandia, Noruega, Finlandia, Nueva Zelanda, Suecia, Alemania, Nicaragua, Namibia y Lituania**) han cerrado al menos el 80% de su brecha. **Islandia es el primer lugar.**

Las mujeres siguen enfrentando tasas de desempleo más altas que los hombres.

Para la inscripción en habilidades tecnológicas como alfabetización tecnológica (43,7% de paridad) e inteligencia artificial y big data (33,7%), que se encuentran entre las 10 principales habilidades que se prevé crecerán, hay menos del 50% de paridad.

La proporción de mujeres en puestos de liderazgo senior (directora, vicepresidenta (VP) o C-Suite) es del 32,2% en 2023

La representación de las mujeres cae al 25% en promedio en puestos de alta dirección, lo que es poco más de la mitad de la representación en puestos de nivel inicial, con un 46%



BUSINESS CASE

¿Qué sabemos hasta hoy en el desarrollo de mujeres líderes de negocios?

Antecedentes – Business Case

Wefor Women Leaders por medio de su programa Inspiring Women Journey (2017-2023), ha capacitado a cientos de mujeres, donde hemos encontrado que 2 de cada 3 participantes crecen en menos de 1 años posterior al programa.

Wefor Life, en otros formatos ha capacitado a miles de mujeres.

Con estos casos y experiencia, hemos aprendido mucho sobre lo que se tiene que hacer para acelerar el proceso de desarrollo de mujeres en puestos de liderazgo, pero también hemos aprendido de los errores y de las pruebas-error.

Qué hemos aprendido



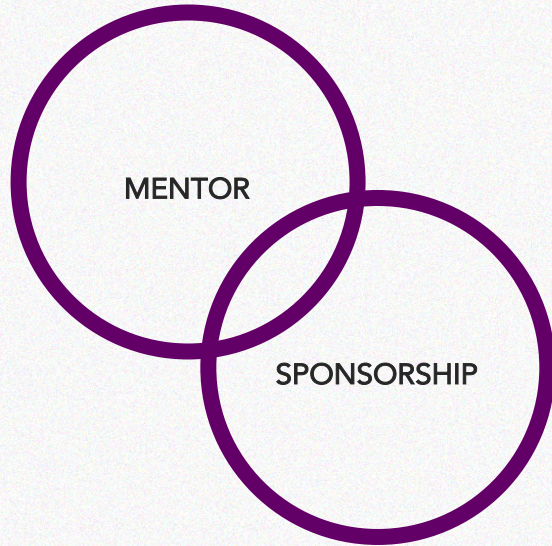
Nuestro modelo original en el 2018-2022

Capacitación, con creación de comunidad y un proceso de mentoría.

¿Pero qué aprendimos de esto para el proceso de aceleración de liderazgo en mujeres?



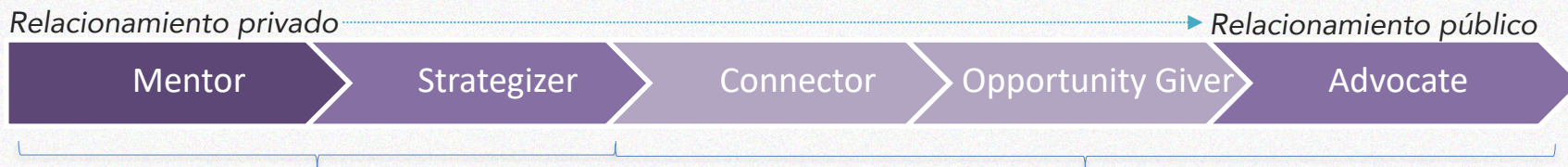
Dos roles para el crecimiento acelerado



Mentorship para lograr empatía en el desarrollo,
Sponsorship par ayudar a conquistar.

Dos roles para el crecimiento acelerado

Mentorship para lograr empatía en el desarrollo,
Sponsorship para ayudar a conquistar.



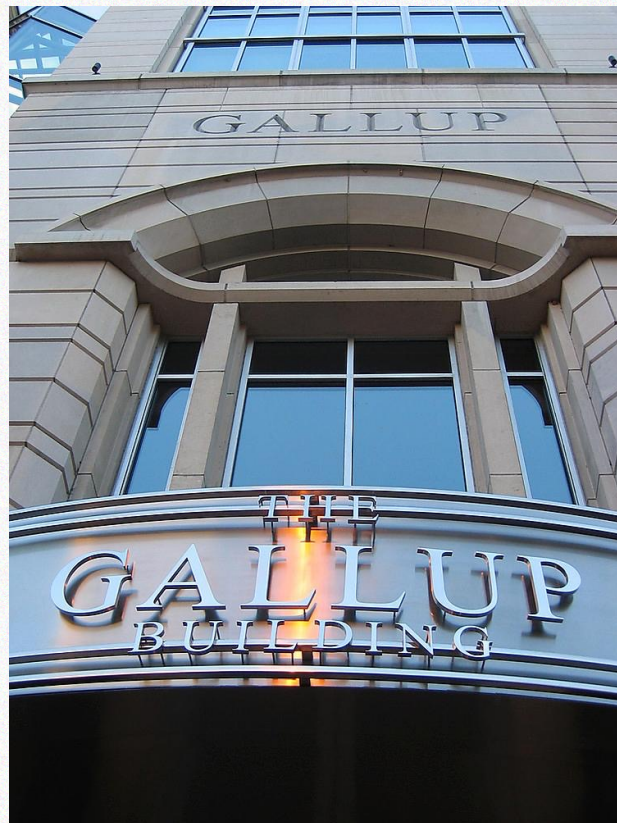
Aquí se encuentra normalmente un "mentor" o un coach, creando inercia para el cambio y hasta una estrategia.

En este proceso se tiene que tener "sponsorship" donde no solo se tenga una guía, sino también un involucramiento en el proceso.

Las fortalezas no son la clave, sino más bien las conductas que se viven en el proceso de liderazgo.

Los hombres y mujeres tienen cuatro de las mismas cinco fortalezas principales: **Aprendiz, Responsabilidad, Triunfador y Relación**. Los dos que no tenemos en común como población agregada son Estratégico para los hombres y Empatía para las mujeres.

Datos que han sido validados con la base de datos de Gallup y con los datos de medición del programa Inspiring Women Journey .



LAS CONDUCTAS

Además, las mujeres tienden a liderar con Responsabilidad, mientras que los hombres lideran con Triunfador.



Verdaderos creyentes

Para que los beneficios económicos, cognitivos, de L&D, de compromiso integral y desarrollo de innovación se logren, se requieren líderes que crean verdaderamente en el cambio.

Pero, ¿Cómo distinguirlos?

La forma más básica, es identificar a esos líderes que se involucran en el proceso de cambio, y aunque deleguen la iniciativa y su liderazgo, se unen al proceso de cambio como un consejero activo.

Co-founder: Sofía Pérez-Gásque

E-mail: sofia@wefor.co



La economía que hay en la equidad de las empresas

Derechos protegidos ©Copyright 2023, algunos de los derechos protegidos.

Bibliografía propia de Wefor Life:

Reporte de Felicidad y bienestar empresarial de México 2022 o Reporte de empresas y organizaciones positivas de México 2022 diseñada por Gonzalo Díaz Báez.

Otras bibliografías:

- Informe global sobre la brecha de género 2023, World Economic Forum.
- Los beneficios económicos de la igualdad de género, Expok, Comunicación de sustentabilidad y RSE.
- La equidad de género es buen negocio, Forbes.
- Aprovechar más las fortalezas de las mujeres, 40 años después del Título IX, Gallup Inc.
- What is 'sponsorship' and how can it benefit women in the workplace?, World Economic Forum.
- A Lack of Sponsorship Is Keeping Women from Advancing into Leadership, Harvard Business Review.
- A new way of thinking about sponsorship, Herminia Ibarra.



Inspiring Women Journey^{IWJ}

www.wefor.co/iwj