



Pacto Global  
Red Bolivia



**CEPB**  
Confederación de Empresarios  
Privados de Bolivia

03 SEPTIEMBRE 2021  
REVISTA DIGITAL  
EDICIÓN ESPECIAL



# *“Empresas Comprometidas por la Igualdad de Género”*



Fondo de Población  
de las Naciones Unidas



Organización  
Internacional  
del Trabajo

**infoRSE** Información de  
Responsabilidad Social  
y Sustentabilidad

**GMG**  
GENTE MOTIVANDO GENTE

UNA REVISTA DE RSE, EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTOS



Pacto Global  
Red Bolivia



**CEPB**  
Confederación de Empresarios  
Privados de Bolivia

# IGUALDAD DE GÉNERO EN TODOS LOS NIVELES DE GERENCIA

**5** GENDER  
EQUALITY



**ÚNETE AHORA**



**Pacto Global**  
Red Bolivia



Luis Fernando Barbery,  
**Presidente**  
Pacto Global Bolivia.



Actualmente la mayoría de las empresas están enfocándose en la implementación de buenas prácticas que nos acerquen a la igualdad de género, lo que constituye al cumplimiento de un objetivo desafiante, que requiere de un continuo proceso de reconocimiento por el sector empresarial y la sociedad en general.

Al reconocer la importancia de la Igualdad de Género dentro de las empresas, la mesa de género del Pacto Global Bolivia realiza una serie de esfuerzos alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, con el fin de implementar buenas prácticas empresariales que pretenden mejorar la calidad de vida de las personas y combatir las diferentes problemáticas que forman parte de nuestra cotidianidad, empoderando a las mujeres y trabajando por este objetivo tan importante.

Los impactos sociales y económicos generados por la pandemia del Covid-19 plantearon el desafío a la sociedad para priorizar elementos de reactivación que garanticen la igualdad sustantiva entre mujeres y hombres, como un asunto central para el desarrollo, para esto, es imprescindible generar una agenda multiactor y multisector, articulada a partir de los esfuerzos para consolidar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres como un elemento acelerador y transformador.

En base a esta visión, debe resaltarse que el cierre de las brechas de género es un compromiso con los derechos humanos y una cuestión relacionada, con la eficiencia y competitividad.

Los datos y los hechos reflejan los potenciales beneficios de avanzar

en la agenda por la igualdad para el crecimiento económico, la sostenibilidad empresarial y el bienestar de la sociedad.

Diferentes estudios señalan un posible aumento del 26% del PIB global para el año 2025 "si las mujeres pudieran participar en la economía en igualdad de condiciones a los hombres", hecho que se vería materializado en efectos directos sobre las empresas, tales como la maximización de rentabilidad, mejoramiento de clima laboral, fortalecimiento de prácticas de control interno y posicionamiento en el mercado como compañías ejemplares a nivel nacional y global.

"La inclusión significativa de las mujeres en la toma de decisiones aumenta la efectividad y productividad, aporta nuevas perspectivas y soluciones a la mesa, genera apertura a más recursos, y fortalece los esfuerzos en todos los pilares del trabajo", como señaló Antonio Guterres.

Con compromiso, respeto y conciencia debemos actualizar nuestros mecanismos y mejorar constantemente nuestras prácticas, para poder llevar adelante estas acciones que ofrezcan un futuro libre de desigualdad, violencia y diferencias hacia las mujeres dentro de las empresas, asegurando así: trabajos dignos, salarios justos y trato igualitario entre hombres y mujeres.

Desde Pacto Global Bolivia, dejamos abierta la consigna de continuar trabajando para construir un espacio en el que la Igualdad de Género sea un hecho implícito en el diario vivir de todos nosotros, haciendo que las empresas continúen actualizando e implementando buenas prácticas en pro del cumplimiento de este objetivo.

Miraflores, Calle San Salvador, Edif. Antofagasta #1377,  
Piso 8, Of. 802  
Telf. (591) - 2224394, Cel. 71560181 - 72090955  
gmg.inforse@gmail.com  
www.inforse.com.bo  
www.gentemotivandogente.com  
La Paz - Bolivia

IINFO RSE - DIRECTORA GENERAL - Jannett Oporto Villegas,  
GENTE MOTIVANDO GENTE - DIRECTORA GENERAL - Daniela Cordero Dubravcic,  
PERIODISTA - Stefany Fabiola Liqitaya,  
DISEÑOS Y DIAGRAMACIÓN - Gente Motivando Gente.

Depósito Legal - N° 4-3-91-12



Nidya Pesántez,  
Representante Adjunta de  
ONU Mujeres en Bolivia.

## EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES, UN RETO PARA ALCANZAR LA IGUALDAD DE GÉNERO

ONU Mujeres en Bolivia está trabajando desde el año 2016, junto con el Pacto Global, en la Mesa 5 de Igualdad de Género para que las mujeres formen parte de los espacios de toma de decisiones en el sector privado garantizando igualdad de condiciones y de oportunidades.

Hasta la fecha, en Bolivia, más de 30 empresas del sector privado firmaron su adhesión para aplicar los 7 principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs por su sigla en inglés), con el principal propósito de construir economías más fuertes, que permita mejorar la calidad de vida de mujeres, hombres y sus familias.

Varios estudios en la región y el mundo demuestran que invertir en la participación de las mujeres en el sector económico sin discriminación incrementa la productividad, mejora las condiciones de las familias y mejora la economía de las sociedades.

En la actualidad, las mujeres deben enfrentar algunos desafíos y retos en el ámbito laboral como: i) cerrar la brecha de ingresos o brecha salarial frente al objetivo de alcanzar igual remuneración por un trabajo de igual valor; ii) alcanzar mayor participación en sectores tradicionalmente destinados para trabajos masculinos; y iii) lograr mayor representación en cargos directivos al interior de las empresas.

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), en todo el mundo, los hombres ocupan el 62% de los puestos gerenciales, mientras que las mujeres solo ocupan el 38%. Según un estudio de la Bolsa Boliviana de Valores, la presencia de mujeres en juntas ejecutivas de las 71 empresas que cotizan en bolsa en el país solo alcanza el 12,66%. Por cada mujer, hay siete hombres en los consejos.

Por otro lado, todavía se identifican serias limitaciones que impiden o dificultan el acceso de las mujeres al mercado laboral, y

particularmente al empleo formal, o el acceso a la esfera pública. Esto está directamente relacionado con la división sexual del trabajo que históricamente ha relegado a las mujeres al ámbito privado del hogar responsabilizándolas de manera exclusiva del trabajo doméstico y de cuidados no remunerado. Según datos de Oxfam, en Bolivia se estima que las mujeres dedican casi el doble de tiempo al trabajo de cuidados (cerca de 7 horas diarias) que los hombres.

En este contexto, ONU Mujeres continúa desarrollando alianzas para que cada vez más empresas se sumen a los principios para el empoderamiento de las mujeres en el sector privado con el fin de fortalecer las políticas corporativas de igualdad entre mujeres y hombres y de traducirlas en acciones reales y medibles en el corto y mediano plazo. Los principios por la igualdad incluyen:

1. Una dirección que promueva la igualdad de género.
2. Igualdad de oportunidades, integración y no discriminación.
3. Salud, seguridad y una vida libre de violencia.
4. Educación y formación.
5. Desarrollo empresarial, cadena de suministros y prácticas de marketing.
6. Liderazgo comunitario y compromiso.
7. Transparencia, evaluación e información.

La autonomía económica de las mujeres aportará de manera directa en el levantamiento de economías más prósperas, resilientes, lo que también permitirá recuperar las economías globales frente a la crisis sanitaria de la COVID 19.



Rinko Kinoshita,  
Representante de UNFPA  
en Bolivia.



## EMPRESAS POR LA JUVENTUD Y LA IGUALDAD

Avanzar hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y de la Agenda 2030 es una tarea que requiere de alianzas múltiples, compromisos compartidos y voluntades incansables, incluyendo, por supuesto, al sector empresarial.

El Pacto Global en Bolivia, desde 2016, es un ejemplo destacable de ese compromiso y alianzas innovadoras, porque -como señala uno de los principios rectores de las Naciones Unidas- la responsabilidad de respetar los derechos humanos se aplica a todas las empresas, independientemente de su tamaño, sector, contexto operacional, propiedad y estructura.

Como Fondo de Población de las Naciones Unidas, UNFPA, consideramos que es fundamental seguir construyendo alianzas con el sector privado para el ejercicio de los derechos de todas las personas, para el logro de la igualdad, sin discriminación, rompiendo estereotipos y previniendo toda forma de violencia hacia mujeres y niñas. Hemos desarrollado algunas buenas prácticas con empresas privadas que nos gustaría compartir con ustedes.

### **Hoteles contra la violencia.-**

Con los hoteles Atix y Camino Real firmamos, en 2018, un convenio para la implementación de acciones y políticas institucionales de lucha contra la violencia, especialmente hacia las mujeres. El acuerdo establecía el compromiso de ambos hoteles para incluir en sus códigos de conducta institucionales principios y medidas de rechazo y sanción a conductas violentas en el ámbito laboral.

La iniciativa implementó procesos de inducción al personal para prevenir cualquier forma de violencia de género y la instalación de señalética con mensajes de sensibilización contra toda forma de violencia, tanto para el personal como para sus clientes.

Se promovió que estos hoteles, desde su trabajo y actividad específica, fomenten una cultura de paz, respeto e igualdad entre mujeres y hombres, tanto en el relacionamiento con el personal, huéspedes y el entorno en el que cumplen sus actividades.

### **BancoSol y la juventud.-**

La región de América Latina y el Caribe registra la segunda tasa más alta de embarazos en adolescentes en el mundo. En Bolivia, según datos de la Encuesta de Demografía y Salud 2016, el 14,8% de adolescentes de 15 a 19 años ya son madres o estuvieron alguna vez embarazadas.

Para prevenir embarazos en adolescentes, una de las prioridades

de UNFPA en Bolivia es la Educación Integral de la Sexualidad. Esta estrategia aspira que la niñez y la población joven pueda adquirir los conocimientos, habilidades, actitudes y valores y les empodere por su salud, bienestar y dignidad. Por ello, tenemos una alianza sólida con BancoSol con funcionarios y funcionarias del banco, para brindarles herramientas útiles de diálogo sobre sexualidad en la familia y contribuir a un entorno favorable de comunicación con sus hijos e hijas adolescentes. Esta iniciativa permite, en última instancia, prevenir, por ejemplo, la violencia sexual y los embarazos a temprana edad.

La alianza con BancoSol ha posibilitado que esta empresa participe, en 2019, de la Cumbre de Nairobi, un evento histórico de conmemoración de los 25 años de la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo (CIPD), que reunió a representantes de Estado, de organizaciones de sociedad civil y del sector privado de más de 172 países.

En el evento se revisaron los avances y desafíos del programa de acción de la CIPD y se ratificaron los compromisos para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente de aquellos relacionados con la eliminación de la violencia en razón de género y las prácticas nocivas contra niñas y mujeres.

Esta alianza innovadora ha definido el inicio de una respuesta efectiva a la necesidad de asegurar una mayor calidad de vida para adolescentes y jóvenes desde un enfoque innovador y de género, que pretende ser inspiradora y demostrativa para empresas de otros sectores.

### **Voluntades incansables.-**

La pandemia por COVID-19 ha puesto en riesgo los avances en la igualdad de género y el cumplimiento de los ODS. Hoy, más que nunca, debemos reafirmar y sostener la necesidad de fortalecer y multiplicar las alianzas, incluyendo al sector privado.

La nueva Estrategia del Pacto Mundial 2021-2023 así lo expresa de manera contundente: "Solo a través de la acción colectiva, la sociedad puede reconstruirse y mejorar tras la pandemia global y volverse más resiliente en el recorrido para lograr los ODS".

Debemos seguir desarrollando iniciativas conjuntas que promueven la igualdad de género en todos los ámbitos, incluyendo los espacios empresariales o laborales, mercados y comunidades. Necesitamos potenciar las voluntades incansables para avanzar en este propósito, en el país, en la región y en el mundo. Ahora es el momento de unirnos y actuar.



# MESA DE GÉNERO DEL PACTO GLOBAL BOLIVIA DE EMPRESAS COMPROMETIDAS

*Representantes de agencias de Naciones Unidas en Bolivia y del sector privado empresarial coincidieron en afirmar que la igualdad de género es clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.*



“Si bien hay muchas empresas que están incorporando en su proceso de gestión buenas prácticas que permiten acercarnos a la igualdad de género, la misma sigue siendo un desafío, sostuvo Luis Barbery, presidente de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB) y del Pacto Global Bolivia (PGB) en el evento zoom **“Empresas Comprometidas con la igualdad de género”**.”

El representante empresarial sostuvo que el impacto de la COVID-19 plantea el desafío de priorizar elementos de reactivación que garanticen la igualdad sustantiva entre mujeres y hombres como un asunto central para el desarrollo y la democracia. Y para ello, dijo, es imprescindible generar una agenda multiactor y multisector, articulada a partir de los esfuerzos para consolidar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres como un elemento acelerador y transformador.

Estudios demuestran, un posible incremento del 26% del PIB global para el año 2025 “si las mujeres pudieran participar en la economía en igualdad de condiciones a los hombres lo cual se vería materializado en efectos directos sobre las empresas: maximización de rentabilidad, mejoramiento de clima laboral, fortalecimiento de prácticas de control interno y posicionamiento en el mercado como compañías ejemplares a nivel nacional y global, anadió Barbery.

“Empresas Comprometidas con la igualdad de género” es un evento que se realizó el 26 de agosto en alianza con el Fondo de Población de Naciones Unidas (UNFPA) ONU Mujeres, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), infoRSE y Gente Motivando Gente con el objetivo

de visibilizar buenas prácticas empresariales que permitan impulsar políticas de gestión e inspiren a seguir el camino para empoderar a las mujeres y niñas y eliminar todo tipo de violencia.

Teresa Pérez del Castillo, Coordinadora Regional del Programa Ganar – Ganar de ONU Mujeres en Argentina, e invitada especial dijo que invertir en reducir las brechas de género y brindar oportunidades a las mujeres “es un buen negocio” por los beneficios en la rentabilidad, la reputación y otros intangibles.

Elena Montobbio, directora Adjunta de la OIT para Países Andinos sostuvo que, en el contexto de la pandemia y para la etapa de recuperación, la incorporación de la igualdad de género será un concepto clave para seguir avanzando. “Los estudios demuestran que las empresas que incorporan la equidad de género en sus políticas tienen un incremento en sus beneficios de entre 5% y 26% nada desdeñable”, puntualizó.

Rinko Kinoshita, representante del UNFPA en Bolivia afirmó que es muy importante seguir trabajando en alianzas con el sector privado para que en el marco de múltiples voluntades se logre contribuir a alcanzar los ODS.

Belén Zamora, especialista en Gestión de Programas de ONU Mujeres, señaló que avanzar en la igualdad de género, hoy cobra más importancia que nunca si el objetivo es elegir economías más prósperas y resilientes con igualdad de género.



Pacto Global  
Red Bolivia



# DESTACÓ LAS BUENAS PRÁCTICAS CON LA IGUALDAD



Lucía F. Sossa Aranibar  
Coordinadora  
Red Pacto Global Bolivia.



#IgualdadDeGénero

Ximena Behoteguy, presidenta del Directorio de Banco FIE, en su intervención destacó la creación de un modelo propio de gestión denominado Marca Magenta que trabaja en el empoderamiento de las mujeres. “La empresa privada debe tener categorizado que, mujer que no asiste a su fuente de trabajo – la mayor parte de las veces- es porque ha sido víctima de violencia, en el caso de los hombres, generalmente es por alcoholismo”.

Tomas Pérez Ducy, gerente General de Nuevatel PCS recordó que en 2014 encargaron un diagnóstico de los costos empresariales derivada de la potencial violencia de género, específicamente a la mujer, en lo interno de la empresa. “Lo que encontramos fue que 6 de cada 10 colaboradoras sentían que en algún momento habían sido afectadas por violencia en sus relaciones como pareja, 6 de 10, 60%”, señaló.

Con base en estos datos en lo externo se creó un Programa de Seguridad Ciudadana y, en lo interno se capacitó a todos los funcionarios que tienen responsabilidades de supervisión, entre otras acciones.

Raúl Bueno, gerente de Gente de Cervecería Boliviana Nacional dijo que hacia adentro de la compañía tienen diferentes líneas de acción de capacitación y liderazgo para romper sesgos, barreras y eliminar deferencias e identificar mujeres con potencial para acelerar su carrera dentro de la compañía.

**Valorate de Droguería INTI y Lideranzas promotoras de salud** de Pro Mujer fueron dos de las buenas prácticas expuestas durante el evento, como resultado de haber brindado información de los impactos alcanzados, en

el marco de un Atlas de Género que está trabajando el Pacto Global Bolivia.

Noemi Torres, Directora de Talento Humano, de Droguería INTI brindó detalles relevantes del programa “Tolerancia Cero hacia la Violencia contra las Mujeres” que lleva adelante esta empresa.

El programa “Fortalecimiento de la salud comunitarias a través de mujeres promotoras de salud”, que ejecuta la entidad financiera Pro Mujer, fue la buena práctica presentada por Gabi Quispe gerente de Salud, quien explicó que el objetivo del programa es formar mujeres lideresas referentes en sus comunidades.

### Atlas de género.-

Droguería INTI, Pro Mujer y otras 35 empresas son parte del Atlas de Buenas Prácticas con Enfoque de Género en el que está trabajando la red del Pacto Global Bolivia.

Lucía Sossa, Coordinadora de la Red del Pacto Global Bolivia sostuvo que el Atlas de Buenas Prácticas se constituirá en una valiosa herramienta de gestión para el conjunto del tejido empresarial porque contará con información relevante para el diseño de estrategias que contribuyan a reducir brechas y facilitar trabajo colaborativo y alianzas estratégicas a la hora de implementar planes y programa con enfoque de igualdad de género y lucha contra la violencia de género.

Las empresas que son parte del Atlas de Buenas Prácticas con Enfoque de Género, como resultado de haber completado y enviado al Pacto Global Bolivia un formulario digital que está en línea son:

- |  |   |  |
|--|---|--|
| 1.- Banco Bisa S.A.                    | 13.- Consultores de Servicios Ltda.       | 25.- Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) |
| 2.- Banco de Crédito de Bolivia S.A.   | 14.- Crecer IFD                           | 26.- Instituto de la Mujer y Empresa (IME)           |
| 3.- Banco de Desarrollo Productivo SAM | 15.- Delta Cargo Srl.                     | 27.- La Boliviana Ciacruz Seguros                    |
| 4.- Banco Ecofuturo S.A.               | 16.- Diaconía FRIF- IFD                   | 28.- La Cascada S.A.                                 |
| 5.- Banco Económico S.A.               | 17.- Droguería INTI S.A.                  | 29.- Laboratorios Bagó de Bolivia S.A.               |
| 6.- Banco FIE S.A.                     | 18.- Epiroc Bolivia                       | 30.- Nuevatel PCS de Bolivia-VIVA                    |
| 7.- Banco Mercantil Santa Cruz         | 19.- Fundación Coca-Cola de Bolivia       | 31.- Pro Mujer                                       |
| 8.- Banco Nacional de Bolivia S.A.     | 20.- Futuralab                            | 32.- The Fuller Center for Housing Bolivia           |
| 9.- Banco Unión S.A.                   | 21.- Hansa División de Soluciones Médicas | 33.- Tigo – Bolivia (Telecel)                        |
| 10.- Cámara Nacional de Industrias     | 22.- Hotel Mitru Sur                      | 34.- Universidad Privada de Franz Tamayo             |
| 11.- Cervecería Boliviana Nacional     | 23.- Human Value                          | 35.- Universidad Privada de Bolivia (UPB)            |
| 12.- Corporación Cofar                 | 24.- Idepro IFD                           |  |

# LA IGUALDAD DE GÉNERO ES UN BUEN NEGOCIO NO HAY DESARROLLO, NO HAY SO...

*Las mujeres somos más menos 50% de la población mundial, si esta mitad no participa de forma activa en el desarrollo sostenible, no hay futuro y tampoco hay futuro para las empresas, por eso es necesario trabajar en los ámbitos de la educación, en términos de salarios, y en la toma de decisiones. Las mujeres...*



Teresa Pérez del Castillo,  
Coordinadora Regional Programa  
"Ganar Ganar" de ONU Mujeres.



Teresa Pérez del Castillo, Coordinadora Regional del Programa Ganar- Ganar de ONU Mujeres en Argentina, afirmó -a manera de incentivo para poner en acción buenas prácticas- que **"la equidad de género dentro de las empresas es un buen negocio"**.

La afirmación la realizó en el marco del evento organizado por la Mesa de Género del Pacto Global Bolivia **"Empresas comprometidas con la igualdad de género"** que permitió visibilizar las buenas prácticas que están implementando las empresas privadas bolivianas.

En su exposición, Pérez del Castillo mencionó que hay estudios que dan cuenta que el 90% de los trabajos en el mundo se encuentran en el sector privado; que la igualdad de género es un tema de desarrollo sostenible, por tanto, acelerar la incorporación de esta mirada debe constituirse en una prioridad.

"La igualdad de género es transversal a toda la agenda de desarrollo sostenible, esto quiere decir que -sin igualdad no hay futuro, no hay desarrollo, no hay sostenibilidad-" y complementó indicando que las mujeres somos más menos 50% de la población mundial, "si esta mitad no participa de forma activa, genuina y en igualdad de condiciones no existirá un desarrollo sostenible, no hay futuro y

tampoco hay futuro para las empresas", sentenció.

### El desafío de cerrar las brechas.-

La expositora señaló que cerrar las brechas, que están comprobadas con varios estudios, es el principal desafío considerando que se trata de un tema de justicia y de derechos, pero fundamentalmente es una mirada inteligente debido a que está comprobado que la igualdad y la diversidad afecta de forma positiva al negocio y por tanto al desarrollo sostenible.

### "Una imagen vale más que mil palabras".-

Las brechas de la participación de la mujer son evidentes en los ámbitos de la educación, en el trabajo no remunerado, en términos de salarios, y también la posición de mujeres en lugares de decisión. Como muestra la fotografía, "las mujeres no estamos en los lugares de decisión, en 2017 yo pienso que Ángela Merkel se vistió de rojo para la reunión del G20, para distinguirse entre tantos varones".

Dicho esto, mencionó que las empresas privadas, que según algunos estudios, son generadores del 90% de los empleos, juegan un rol protagónico en ser parte de cambiar este panorama y de cerrar estas brechas.





# NEGOCIO, SIN EQUIDAD NO HAY FUTURO, SOSTENIBILIDAD Y NO HAY EMPRESA

*Forma activa, genuina y en igualdad de condiciones no existirá un empresario contribuyera a cerrar las brechas que son evidentes en los lugares donde se toman decisiones.*



Acercar este proceso dijo "es una decisión inteligente" dado que está comprobado que la igualdad y la diversidad en general afecta de forma positiva a los negocios y por ello Naciones Unidas trabaja desde hace 11 años con herramientas para contribuir y promover la igualdad de género en el ambiente de trabajo, en el mercado y en las comunidades.

### Impactos financieros y no financieros.-

Un estudio realizado este 2021 por ONU Mujeres revela los impactos de la igualdad de género en tres ámbitos:

#### Macroeconómico.-

- Estabilidad y seguridad a nivel nacional.
- Impacto financiero positivo a nivel mundial: crecimiento del PIB y solución para el envejecimiento de la población activa.
- Las mujeres aportan diferentes perspectivas, lo que mejora la productividad la eficiencia y, en consecuencia, aumenta el PIB.
- Algunos estudios han señalado las relaciones causales entre la equidad salarial y los indicadores de desarrollo humano.

#### Financiero.-

- Ejecutivo/as vinculan la diversidad de género con un mejor desempeño financiero, pero no traducen esta percepción en acciones estratégicas.
- Vínculo entre diversidad y la mejora en el desempeño comercial en una variedad de métricas financieras, que incluyen EBIT, EBITDA y ROE.
- Las organizaciones con más mujeres en los comités ejecutivos y en puestos de liderazgo se desempeñan mejor que las empresas con menos diversidad de género.

- Las mujeres en puestos de toma de decisiones generan un mayor retorno de la inversión
- Comienzan a aparecer los fondos de inversión para empresas que cuentan con políticas de inclusión de mujeres.

#### Intangibles.-

- KPI positivos sobre reputación, facturación, innovación, retención de talentos, productividad y desempeño de las empresas.
- Mayor valor, ya que una empresa diversa se acerca a las características demográficas de los/las consumidores/as.
- La diversidad aumenta la complejidad de las relaciones dentro de las organizaciones. Estas son dinámicas sociales intransferibles, por lo tanto, difíciles de limitar.
- El liderazgo diverso puede garantizar el crecimiento empresarial en un entorno volátil.
- El marketing en torno a cuestiones de género puede ayudar al crecimiento de las marcas y los estereotipos en la publicidad y la publicidad sexista tiene un impacto negativo en el comportamiento del consumidor.

*"Cerrar brechas de género es el reto. Se trata de una mirada inteligente debido a que está comprobado que la igualdad afecta de manera positiva al negocio."*

*Teresa Perez del Castillo,  
Coordinadora Regional Programa  
"Ganar Ganar" de ONU Mujeres.*



## CONSTRUYENDO UN MUNDO MEJOR, DONDE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES SEA PARTE DE NUESTRA CULTURA

CBN es una compañía que tiene un propósito: Unir a la gente por un mundo mejor. Para lograr eso, debemos comenzar generando un espacio en el que nuestra gente pueda desarrollarse con equidad e igualdad de oportunidades.

Es bajo este paraguas que nosotros construimos espacios de diversidad e inclusión, en temas de género, opción sexual, diversos contextos y edades que conviven en busca del desarrollo de la compañía.

Sobre el pilar específico de género, se ha constituido hace tres años el comité "Women in beer", un proyecto que busca velar por la equidad de género en la empresa, a través de la generación de actividades desarrolladas por un comité de voluntarios que se preocupa por preservar la igualdad de oportunidades.

Actualmente, nuestra incorporación de hombres y mujeres a la empresa es de 50-50. Sin embargo, hemos observado que en la medida que las mujeres van desarrollando su carrera en la compañía y van alcanzando posiciones jerárquicas, su porcentaje de participación disminuye, las mujeres van dejando la compañía, y no es porque nosotros no generemos las condiciones, sino porque hay una realidad social de trasfondo.

Entonces la pregunta es ¿Cómo podemos ayudar desde adentro a retener a las mujeres en la compañía? Nuestra respuesta es: Creando espacios donde ser mamá o ser esposa no sea incompatible con el desarrollo profesional, ni personal.

Con este propósito hemos desarrollado el Comité Women In Beer, un grupo que comenzó con seis voluntarias que han trabajado en el desarrollo de cuatro grandes pilares: liderazgo, parentalidad y maternidad, entorno y comunicación.

En el marco del pilar de liderazgo, creemos ciegamente en que, trabajar en temas de género, es fundamental para el desarrollo de la compañía y que hacerlo tiene un impacto positivo también en nuestra rentabilidad. No hacemos beneficencia, lo hacemos porque realmente estamos convencidos de la importancia de fortalecer el liderazgo femenino.

Para consolidar esta nuestra misión necesitábamos tener una

base común y por eso hemos desarrollado muchos workshops de empoderamiento donde la principal labor es informar y sensibilizar al personal, de manera que cada miembro de la familia CBN tenga una misma visión sobre el tema de género y la deconstrucción de sesgos inconscientes que limitan el desarrollo integral de las mujeres.

Los talleres alcanzaron a medio millar de personas dentro de la compañía, que hoy son actores activos que nos ayudan a romper barreras y eliminar cualquier tipo de diferencia entre hombres y mujeres.

También hemos trabajado mucho en el programa Womentoring que busca identificar hombres y mujeres con mucha experiencia como ejecutivos, a quienes les asignamos jóvenes profesionales mujeres con un gran potencial de desarrollo. El objetivo es que, con la tutoría de sus mentores, ellas puedan acelerar sus carreras. Cada mentee recibe un acompañamiento expreso que le ayuda a desarrollar su carrera en la compañía.

La tradición en nuestra industria se está transformando. Antes era una actividad casi exclusivamente masculina, pero hoy tenemos maestras cerveceras, jefas de área y, desde hace tres años, la primera gerente de cervecería en Santa Cruz.

Todo este trabajo en la construcción de la equidad viene complementado con un firme compromiso en contra de la violencia hacia las mujeres, no solamente dentro de la compañía, sino también en la sociedad.

Entendemos que es necesario romper los círculos de la violencia a través del empoderamiento económico de las mujeres. Nuestro programa de Modelos de Mujer ayuda a deconstruir imaginarios y promover el valor de las voces y las acciones femeninas.

En la lucha contra la violencia también hemos conformado un grupo de voluntarios, hombres y mujeres, que se han formado para identificar posibles casos de violencia e intervenir a través de protocolos previamente establecidos.

Creemos que todas estas iniciativas nos ayudan en nuestro propósito de construir un mundo mejor.



Raúl Bueno,  
Director de Gente de  
Cervecería Boliviana Nacional S.A.

## BANCO FIE. BANCA CON OJOS DE MUJER

El compromiso de Banco FIE con la igualdad de género está fundado en la idea de que todas las personas, sin distinción tengan acceso a oportunidades de crecimiento a nivel personal y laboral que les permita el ejercicio de una ciudadanía plena, en condiciones de igualdad, dignidad y libertad.

Banco FIE es un referente de empresa inclusiva, no sólo por su trabajo en favor de la micro y pequeña empresa, sino por la presencia constante de mujeres y hombres en su historia, quienes han asumido un rol activo en la apertura de espacios de desarrollo y empoderamiento de mujeres. De hecho, a lo largo de su historia, fueron mujeres las que tomaron gran parte de las decisiones que llevaron al banco hasta lo que es hoy.

Consecuente con su filosofía de trabajo, esta huella imborrable de su trayectoria es la base de una cultura organizacional fuertemente arraigada en la igualdad de género como un principio universal que aporta al desarrollo sostenible y se fundamenta en su postura ética y de respeto a los derechos humanos.

A través de Marca Magenta, nuestro programa que incorpora el enfoque de género en la gestión y liderazgo empresarial, hemos consolidado nuestra visión de un mundo igualitario en la empresa. Y a partir de esta construcción tocamos todos los ámbitos de acción, desde el mercado y la clientela, nuestro personal, la cadena de valor, proveedores/as y las relaciones con la comunidad.

La empresa privada es un actor fundamental en el proceso de transformación social hacia la igualdad de género. La visión de empresa responsable y sostenible, consciente de las necesidades de sus grupos de interés y de su entorno, que genera valor social, ambiental y económico, es también la visión de una empresa socialmente activa y comprometida con el bienestar de su comunidad. Ese es el gran poder de la empresa, su capacidad multiplicadora.

Bajo esa concepción de empresa, en Banco FIE hemos iniciado un camino de transformación conjunta que parte de un modelo creado de forma participativa al interior de la organización denominado triple A. El modelo se basa en la premisa de transformación social a nivel de

las personas: "A mí", de la organización: "Adentro", y de la comunidad: "Afuera". Una visión holística de la empresa en sus diferentes roles y que refuerza su compromiso como un agente de cambio social.

A través de este proceso, buscamos inspirar y comprometer a las nuevas generaciones hacia una vida plena para hombres y mujeres, en corresponsabilidad, sin violencia y con iguales oportunidades. No podemos hablar de cambio en la vida de las mujeres sin cambiar la vida de los hombres. Es un viaje conjunto que a nivel del banco también hemos emprendido con la construcción de una alianza participativa y comprometida de muchos hombres que han asumido con gran vigor la causa de la igualdad.

Espacios de conversación y discusión, de apertura a hablar de violencia y de roles en los que los hombres son protagonistas refuerzan esta visión de un mundo igualitario que se construye desde distintas visiones. Reforzar el empoderamiento y liderazgo de las mujeres también involucra aplicar principios de corresponsabilidad y nuevas masculinidades positivas, lo que se traduce también en un llamado a las empresas de todos los sectores y a sus líderes a mirar con ojos de mujer, para fortalecer la diversidad en sus organizaciones, en la alta gerencia y en sus mesas directivas.

Destacamos la iniciativa de la Mesa de Género de la Red del Pacto Global, de la cual Banco FIE es una de las empresas líderes, porque las buenas prácticas que se comparten en esta plataforma sean una inspiración para más organizaciones, quienes en la práctica puedan ver los beneficios de promover el liderazgo y empoderamiento de las mujeres.

Finalizo mencionando que la crisis sanitaria que estamos viviendo ha demostrado que tiene principalmente un rostro femenino, que hoy más que nunca es prioridad avanzar en el camino hacia la igualdad como principal punto de referencia en la contribución a los objetivos de desarrollo sostenible. El resultado de la crisis debe traducirse en empresas más resilientes y comprometidas con su comunidad, y para ello es imprescindible incorporar la visión femenina en sus espacios de liderazgo. Hoy más que nunca avanzamos hacia la igualdad, bajo el convencimiento de que **¡Un mundo mejor, es posible!**



Ximena Behoteguy,  
presidenta de Directorio  
Banco FIE.



## NUEVATEL PCS ES UNA EMPRESA COMPROMETIDA CON EL ENFOQUE DE GÉNERO

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que promueve Naciones Unidas representa una oportunidad para que a nivel empresarial reposicionemos la mirada integral de la gestión promoviendo el empoderamiento de las mujeres, la igualdad de género y la lucha contra la violencia, entre otras prioridades, en las que NUEVATEL PCS y la FUNDACIÓN VIVA ya viene trabajando desde hace más de una década.

Escenarios como este, organizado por el Pacto Global Bolivia, se constituyen también en espacios de relevante importancia porque nos permite conocer y compartir experiencias de buenas prácticas que son muy importantes en el marco de la gestión que transita el sector empresarial considerando todos los desafíos que nos plantea el contexto global.

NUEVATEL PCS VIVA es una empresa comprometida con el enfoque de género. Es una cultura que está instituida en la empresa que la trabajamos paso a paso porque el desafío exige la implementación de procesos de evaluación y mejora continua permanentes que la compañía las respalda con información estadística, seria y responsable.

Sólo para mencionar datos relevantes en 2014 la empresa recurrió a un especialista peruano, el Dr. Arístides Vara, quien realizó un diagnóstico de los costos que representaba para la empresa la violencia contra las mujeres.

VIVA es una empresa con más de 1000 colaboradores a lo largo y ancho de Bolivia, es una institución que puede representar una buena muestra de la sociedad boliviana. El resultado fue que 6 de cada 10 colaboradoras habían sido afectadas por violencia en sus relaciones de pareja. Desde entonces a través del brazo social de la empresa, la Fundación Viva, se asumió como una causa transversal a toda la gestión la lucha contra toda forma de violencia. En lo interno se capacitó a todo el personal desde los niveles gerenciales, desde donde se construyen los lineamientos, para que este tema sea parte de la cultura de la empresa, esté en el ADN institucional y también sea parte del ADN de todo funcionario que es parte de esta familia. Si tenemos colaboradores sensibilizados, hombres y mujeres, estamos mejorando la calidad de vida de todos los bolivianos porque el

impacto de nuestras acciones está llegando a los hogares de nuestros colaboradores.

Pero VIVA NUEVATEL no solo asumió la lucha contra la violencia como causa. Siendo el enfoque de género una prioridad, se incorporó el tema como transversal a todos los ámbitos.

Contamos con políticas internas, código de ética, de trabajo, cero tolerancia con la discriminación, buenas prácticas en la igualdad de oportunidades, igualdad salarial, entre otros.

Somos firmantes de los 7 siete principios de empoderamiento que promueve ONU Mujeres y estamos adheridos al Pacto Global. Desde nuestra experiencia contribuimos en la Mesa de Género para la construcción de una mejor sociedad donde las mujeres tengan igualdad de oportunidades.

En lo externo y en el marco de nuestro compromiso con la sociedad somos pioneros en visibilizar que el trabajo, en el marco de las alianzas estratégicas público-privadas, tienen impactos más importantes en la construcción de una sociedad libre de violencia. Por eso, respaldamos con tecnología, equipos, líneas telefónicas y otras acciones la implementación de la normativa vigente, la Ley 348 de Lucha Contra la Violencia.

También promovemos el uso responsable de la tecnología, contribuimos a la educación de niños, niñas y jóvenes.

Para finalizar me permito señalar que no existe organización del sector privado que pueda tener una relación exitosa con su mercado y sus clientes si no reconoce, como decía Teresa Pérez del Castillo en su intervención, que la mitad de la población son mujeres, que todos somos producto de una experiencia familiar, todos venimos de una experiencia de madres, hermanas, hijas y familiares que viven restricciones y falta de oportunidades por el solo hecho de ser mujeres. Entonces, lo primero e importante es apropiarnos de esta necesidad, hacerlo como algo personal y luego proyectarlo a nuestras empresas.

***Si yo fuera a hablar de mi organización, sin mujeres no hay VIVA.***

Tomas Perez Ducy,  
gerente General de  
NUEVATEL PCS.





pro mujer



HOTEL MITRU  
SUR

¡Sigamos construyendo un futuro más igualitario para todos y todas!

Empresas comprometidas con la equidad de género que participan en esta edición.





## PRO MUJER DESTACA ENTRE INSTITUCIONES COMPROMETIDAS CON LA IGUALDAD DE GÉNERO

*Pro Mujer enmarca el empoderamiento que ofrece a las mujeres a través de múltiples herramientas que la acercan cada vez más a una sociedad que reconoce, enaltece e innova, el ecosistema en que se desenvuelven.*



Promotoras de Salud.

El empoderamiento económico y personal a clientas a través del crédito y capacitación continua en Banca Comunal, la puesta en marcha de una línea de atención gratuita para contención, orientación y asesoramiento en casos de violencia contra la mujer, el fortalecimiento de la salud comunitaria a través de enfermeras y promotoras de salud, además de la herramienta empresarial Ilu Tool Box, posicionan a Pro Mujer de manera sobresaliente entre las instituciones y empresas que promueven la igualdad de género en Bolivia.

“Para Pro Mujer, ser parte de la Mesa de Género de la Red del Pacto Global Bolivia es una muestra más de que hemos encarado con firmeza el enfoque de género, no como resultado de una concesión, sino como una prioridad que condiciona la proyección y sostenibilidad de todo lo que hacemos”, resaltó la Representante País de esta organización, Cecilia Campero.

### **Banca Comunal, empoderamiento integral.-**

A julio de 2021, Fundación Pro Mujer IFD cuenta con más de 121 mil clientes de Banca Comunal a nivel nacional (77% mujeres). Esta metodología crediticia se caracteriza por brindar micro financiamiento a grupos de personas (de 8 a 30) conformados para obtener microcréditos y servicios complementarios, además de generar una disciplina de ahorro. Este esquema que aplica la garantía solidaria, mancomunada e indivisible entre sus miembros, es una iniciativa integral que incluye actividades educativas.

La capacitación continua se imparte cada mes en las reuniones de pago de las Bancas Comunales a través de cinco módulos: salud financiera (presupuesto, ahorro, cultura de pago y otros), alfabetización digital (vender por internet, cómo crear un correo electrónico, cómo crear una cuenta personal y del negocio en Facebook, uso de aplicaciones para el negocio), fortalecimiento del negocio, salud y bienestar (alimentación saludable e información de prevención sobre Covid-19) y prevención de violencia de género.

Un dato destacable es que este año, de febrero a julio, se llegó a un total de 200.963 capacitaciones sobre los temas antes mencionados.

### **#MujerSegura, la línea gratuita contra la violencia.-**

Desde julio de 2020, con el fin de promover el empoderamiento de las mujeres y ofrecer mecanismos para que salgan del círculo de la violencia doméstica y apoyarlas para el ejercicio pleno de sus derechos humanos, Fundación Pro Mujer IFD implementó un servicio de atención mediante la línea gratuita #MujerSegura 800-10-2414, para la orientación, contención, consejería y acompañamiento a mujeres en situación de violencia.

#MujerSegura brinda servicios de atención y prevención de la violencia basada en género. La atención primaria se sustenta en protocolos trabajados con ONU Mujeres, realiza una contención emocional y socializa

Añadir una estrategia de género transforma la manera en que se hacen negocios y contribuye a la igualdad de género.

*"Hemos encarado el enfoque de género, no como resultado de una concesión, sino como prioridad que condiciona la proyección y sostenibilidad de todo lo que hacemos".*

Cecilia Campero,  
Representante país Pro Mujer



la vigencia de instituciones públicas para el apoyo a mujeres en situación de violencia. Esta atención provee información de prevención sobre los tipos de violencia, riesgos y peligros para la salud mental y física, además de los derechos que tienen las víctimas bajo la Ley 348.

La atención secundaria brinda orientación y consejería especializada. Como resultado, las mujeres que requieren mayor contención e información son derivadas a una red solidaria de voluntarias, especialistas en asesoramiento legal, psicológico, económico y de salud. Este servicio brinda mayores detalles para realizar la denuncia en caso de violencia y procedimientos para las pruebas forenses, entre otras específicas que ayuden o promuevan el inicio de un plan de acción de corto y mediano plazo.

Hasta julio de este año, el proyecto de la línea gratuita #MujerSegura recibió un total de 3.509 llamadas y firmó convenios interinstitucionales con la plataforma #ModelosdeMujer, el proyecto Vida sin Violencia de Solidar Suiza, Farmacias Chávez, la Fundación Women's World Banking (WWB) de Colombia y la organización no gubernamental Fomento e Iniciativas Económicas (FIE).

### **Promotoras de salud: fortalecimiento de la salud comunitaria.-**

Para fortalecer el sistema de salud comunitario orientado a mujeres de escasos recursos, Pro Mujer dirige la formación de promotoras de salud, equipadas y con conocimientos digitales, en áreas urbanas y periurbanas en cuatro departamentos del país. Se busca la prevención y diagnóstico de enfermedades, referencia a consultorios médicos y acompañamiento de los pacientes.

La misión de las promotoras (líderesas) es llegar a la mayor cantidad de personas con servicios básicos en salud gratuitos, sobre todo en áreas con difícil acceso a postas sanitarias u hospitales, más aún en tiempos de pandemia. Todas tienen un equipo básico de atención que consta de tensiómetro, balanza, tallímetro y cinta métrica, entre otros, para identificar factores de riesgo asociados a enfermedades crónicas como hipertensión y diabetes.

Esta iniciativa, que cuenta con 120 promotoras activas, realizó hasta julio de 2021 un total de 1.301 controles de salud en comunidades, 9.374 consultas en línea para orientación en diversos problemas de salud y en casos de COVID-19 y 12.482 controles básicos (tamizajes preventivos). Asimismo, generó alianzas con 12 instituciones, entre ellas con el Ministerio de Salud y Deportes, y los Servicios Departamentales de Salud de La Paz, Santa Cruz, Tarija y Potosí.

### **Ilu tool box, equidad empresarial para todos.-**

Hace dos meses, en junio de 2021, se llevó a cabo el lanzamiento de la plataforma digital Ilu Tool Box (disponible en inglés y español) con el fin de ayudar a las compañías a implementar diferentes estrategias para avanzar en la igualdad de género, a través de una herramienta de diagnóstico y una caja de herramientas con enfoque de igualdad de género.

El Ilu Tool Box nació de una alianza entre Pro Mujer y Deetken Impact. Gracias a ello, mediante el link <https://iluwomensempowermentfund.com/toolbox-espanol/> todo público interesado puede acceder a una herramienta en línea que considera los siguientes lentes de igualdad de género: Mujeres en el Liderazgo, Igualdad en el Lugar de Trabajo, Productos y Servicios que Benefician a Mujeres y Niñas, Igualdad en la Cadena de Valor y Prácticas de Incidencia.

El autodiagnóstico ayuda a las empresas a revisar sus acciones sobre igualdad de género con base en una serie de preguntas que les permiten obtener una descripción de su situación en tres niveles (básico, intermedio y avanzado). Además, la "Caja de Herramientas" contiene recursos sugeridos para que las empresas implementen o mejoren su enfoque de igualdad de género.

Con todas estas iniciativas, la entidad enmarca el empoderamiento que ofrece a las mujeres a través de múltiples herramientas que la acercan cada vez más a una sociedad que reconoce, enaltece e innova, el ecosistema en que se desenvuelven las mujeres. Pro Mujer considera que la búsqueda de mejores y nuevas alternativas para potenciar a las mujeres será siempre una constante para la organización.



Banca Comunal.



#MujerSegura.



Capacitaciones bancas comunales.



Taller de prevención de violencia y empoderamiento a mujeres de Droguería INTI S.A.

## INTI: "TOLERANCIA CERO HACIA LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES", UN EXITOSO MODELO DE GESTIÓN

*Con la implementación del Modelo de Gestión integral de "Cero Tolerancia hacia la Violencia contra las mujeres" Droguería INTI S.A es un lugar más seguro para trabajar; las mujeres se sienten empoderadas y el clima laboral mejoró notablemente.*



Capacitación a colegios de La Paz.



Warmi Power junto a OMAK, Organización de mujeres aymaras del Kollasuyo.

Tras la implementación del Proyecto, Droguería INTI S.A. asegura haber desarrollado una cultura de **"Cero Tolerancia hacia la violencia contra las mujeres"**, reduciendo el porcentaje de agresores, agredidas y testigos de violencia en un 21,3%, pasando la prevalencia del 48,8 % a 38,4%.

La cantidad de días perdidos por Violencia contra la Mujer se redujo en 41%, un equivalente en costos de 25,8 mil dólares por cada 100 trabajadores (as) en la empresa.

### **"Valórate" para prevenir la violencia.-**

Con el propósito de generar conciencia y llegar a la sociedad con información, bajo el principio de que la educación en todos los estamentos es clave para la prevención, Droguería INTI S.A. acompañó esta iniciativa creando un producto simbólico **"Valórate"** que contiene una posología que insta a las mujeres a tener valor para que denuncien

a sus agresores en caso de ser víctimas de violencia.

"Valórate, es entregado a médicos y farmacias para que lo distribuyan entre sus pacientes. En la posología se lee que el producto está compuesto por: 500 mg de **Decisión**, 300mg de **Valor** y 200 mg de **Autoestima** e impulsa a las mujeres a valorarse.

### **Una inspiración a seguir .-**

De acuerdo al estudio que sustentó la implementación de este Modelo de Gestión, las empresas bolivianas pierden casi 2 mil millones de bolivianos al año a causa de la violencia contra la mujer, equivalente a 6,46% del PIB, como consecuencia del ausentismo y presentismo de víctimas agresores y testigos, entre muchos otros factores.

A fin de inspirar a otras instituciones y empresas a que implementen acciones de atención y/o prevención para





Actividad de Zebra por un día.



Representación teatral.



Capacitación a empresas.

luchar contra esta problemática que afecta diariamente al clima organizacional y a la familia, INTI socializó el modelo de gestión y los resultados de impacto.

A través del programa TOT (Training of the Trainers) compartieron la metodología, herramientas y consejos a 15 empresas, en la ciudad de La Paz y Santa Cruz, con el propósito que las mismas puedan replicarlo.

**Alianzas estratégicas.-**

“La violencia no se resuelve con violencia pero aprender a defenderte puede salvar tu vida”, son principios que llevaron a INTI y Warmi Power a decirle ¡NO! a la Violencia contra la Mujer y en el marco de una alianza estratégica desarrollaron un ciclo de capacitaciones presenciales a nivel nacional y también virtuales durante el tiempo de pandemia, en las que se compartieron herramientas de defensa personal, técnicas básicas de escape y consejos de autoestima y empoderamiento. Además de abordar temas como, el ciclo de violencia, las relaciones tóxicas para que sean capaces de identificar señales de violencia y puedan alejarse del agresor sin tener consecuencias mayores.

En los talleres participaron mujeres estudiantes, madres de familia, universitarias y niñas. Droguería INTI S.A. continua auspiciando estos talleres, con el propósito de llegar a más de 50.000 mujeres.

También desarrollaron alianzas con el Movimiento Vuela Libre (CBBA), la Fundación Munasim Kullakita (Quérete hermanita) (LPZ), para contribuir a luchar contra este mal que aqueja tanto a la sociedad.

**Equidad de género.-**

INTI está comprometida con promover la equidad de género. A nivel corporativo existen mujeres en cargos directivos, los salarios son los mismos por cargo, según la escala salarial, independientemente del género. De los más de 1000 colaboradores, casi el 50% son mujeres.

Consecuentes con el Programa Cero Tolerancia hacia la Violencia contra las mujeres, se realizaron cambios en las Políticas y Procedimientos Internos. Los nuevos colaboradores reciben en la inducción las reglas y normas internas, además de nuestro Código de Ética que expresa los valores que no permiten comportamientos violentos.



*“La equidad de género no debe ser un slogan ni una campaña temporal, tienen que ser hechos que se vean reflejados en acciones y en los procesos internos”.*

Noemi Torrez Villa-Gómez,  
Directora de Talento Humano, Droguería INTI S.A.



Banco FIE. Liderazgo de mujeres comprometidas con la lucha contra la violencia.



## BANCO FIE DESTACA SUS BUENAS PRÁCTICAS PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO

*Marca Magenta: Liderazgo y empoderamiento femenino, un modelo de gestión que busca inspirar y comprometer a las nuevas generaciones hacia una vida plena para hombres y mujeres, en corresponsabilidad, sin violencia y con igualdad de oportunidades.*



Ximena Behoteguy,  
presidenta de Directorio Banco FIE.

Banco FIE es una entidad financiera que destaca por su liderazgo en la implementación de acciones y buenas prácticas destinadas a promover la inclusión y la igualdad de género, ratificando que su compromiso empresarial está marcado por la presencia de mujeres y hombres que han asumido un rol activo en la apertura de espacios de desarrollo y el empoderamiento de mujeres.

A través de su modelo de gestión empresarial **Marca Magenta**, Banco FIE busca inspirar y comprometer a las nuevas generaciones hacia una vida plena para hombres y mujeres, en corresponsabilidad, sin violencia y con igualdad de oportunidades.

La implementación de este modelo de gestión tiene el objetivo de fortalecer y visibilizar el liderazgo femenino en Banco FIE, posibilitando que las trabajadoras desarrollen y potencien sus habilidades directivas para ocupar cargos de responsabilidad, asegurando la participación de mujeres en posiciones de liderazgo a través de mujeres visibles, empoderadas y activas en su círculo de influencia.

*“Donde haya decisiones que tomar debemos estar las mujeres. Sin embargo, no habrá espacio para mujeres líderes si no conversamos sobre corresponsabilidad, de nuevas masculinidades positivas y libres que nos lleven a igualdad de oportunidades. Es un llamado a las empresas de todos los sectores a mirar con ojos de mujer, para fortalecer la diversidad en la alta gerencia y directorios de sus organizaciones” Ximena Behoteguy, presidenta de Directorio de Banco FIE.*

El compromiso de Banco FIE por la igualdad de género está fundado en la idea de que todas las personas, sin distinción, tengan acceso a oportunidades de crecimiento a nivel personal y laboral que les permita el ejercicio de una ciudadanía plena, en condiciones de igualdad, dignidad y libertad, es un ideal por el que esta entidad financiera trabaja cada día.



En este marco, Banco FIE ha definido como puntos de referencia de su aporte al desarrollo sostenible el ODS 5: Igualdad de género.



*“La igualdad de género significa reconocer lo que nos une, aceptar las diferencias y construir espacios de entendimiento, donde hombres y mujeres se desarrollen plenamente”.*

*Claudia San Martín,  
gerenta Nacional de Desempeño y Responsabilidad Social de Banco FIE.*



Y el ODS 10: Reducción de las desigualdades, alineando estos conceptos a su propósito central: la inclusión financiera y social.

En esa línea, dentro del modelo de gestión Marca Magenta se ha avanzado en la construcción de liderazgos a partir de las siguientes acciones:

**1. Programa de desarrollo de altos potenciales;** que incluye el programa de habilidades de dirección para altos potenciales y el programa de sucesión que incluye el fortalecimiento de habilidades de dirección para oportunidades de crecimiento de personal previamente identificado.

**2. Programa de capacitación y formación;** que incluye el plan de capacitación anual transversal en el que se han desarrollado los cursos de formación: *Marca Magenta, un camino hacia la igualdad*, que también forma parte del plan de inducción a todo el personal y *Aplicando el lenguaje inclusivo*, tema que fue reforzado con acciones internas de socialización a través de los y las líderes de la organización.

**3. Programas de promoción de liderazgo femenino;** que tiene por objetivo fortalecer las habilidades de las mujeres en materia de liderazgo, visibilizar su potencial e impulsar su desarrollo pleno. En este sentido se desarrollaron las siguientes iniciativas:

**Smart Woman** con el objetivo de brindar herramientas y apoyo en el desarrollo de habilidades organizativas, tecnológicas y digitales de las mujeres líderes de Banco FIE, con incidencia en resultados y gestión a nivel laboral y personal.

**Libera tu Voz, lidera tu palabra** que brinda un entrenamiento para desarrollar y potenciar el manejo de la voz, como una herramienta que fomenta el empoderamiento femenino.

**Ella Mentora** que establece un proceso de acompañamiento entre

mujeres (mentoras y mentees) que busca fortalecer y potenciar el liderazgo femenino, formar un tejido de colaboración de mujeres al interior de la organización y generar un aprendizaje colectivo y de acompañamiento de carrera.

Adicionalmente en el marco de las acciones en contra de la violencia hacia las mujeres, Banco FIE fue la primera empresa boliviana en formar parte del programa piloto **ELSA (Espacios Laborales Sin Acoso)**, herramienta integral de diagnóstico y prevención del acoso sexual laboral desarrollada por GenderLab de Perú, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y en el que participan un grupo de doce instituciones de Perú, Colombia, México y Bolivia.

Con resultados a la gestión 2020, la composición en Banco FIE refleja un fuerte liderazgo femenino con el 60% del Directorio, el 44% de cargos de decisión y el 54,5% de los cargos de supervisión conformados por mujeres y el 55% de los ascensos fueron ocupados por mujeres. Más allá de estos datos las acciones muestran alcance y enfoque en su ejecución, es así que en los programas anuales de capacitación en temas de género la participación del personal -hombres y mujeres- supera el 95%.

En la gestión 2020, la participación de mujeres en el **programa de altos potenciales** alcanzó el 62%, en el **programa de sucesión en oficinas** el 50% y en el **programa de liderazgo** alcanzó el 59% de mujeres.

Los talleres de promoción de liderazgo femenino, solo en la presente gestión han alcanzado los siguientes resultados: **Smart Woman** contó con la participación de 20 mujeres líderes con 120 horas de formación. **Libera tu Voz, lidera tu palabra** contó con la participación de 21 mujeres líderes con 84 horas de formación.

En los resultados cualitativos, evidenciados a través del estudio de clima y otros mecanismos de diálogo con trabajadores/as destaca una mayor valoración del ambiente laboral en aspectos como respeto, corresponsabilidad y trabajo en equipo.



Fernando López, gerente General de Banco FIE, en la entrega del manifiesto Marca Magenta.



Banco FIE promueve la igualdad de género.



# CBN

## EMPODERAR A LAS MUJERES Y PROMOVER SU DESARROLLO FORTALECE A LAS EMPRESAS

*CBN ha desarrollado un entorno en el que se promueve el empoderamiento de las mujeres y la equidad de género. Para lograr este objetivo, se han diseñado varias iniciativas innovadoras que ya han dado sus primeros frutos.*

Durante los últimos años, Cervecería Boliviana Nacional ha venido trabajando en la construcción de un ambiente laboral que promueve la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Lo hace por su compromiso en crear un mundo mejor, pero también porque ningún ambiente corporativo puede desarrollarse saludablemente sin una política de equidad coherente.

Gran parte del trabajo de promover esta política en la compañía recae en el Comité **Women In Beer**, un proyecto que busca velar por la equidad de género y la igualdad de oportunidades en la empresa, a través de la generación de actividades y condiciones específicas desarrolladas por un comité de voluntarios.

El comité nació en el año 2019 compuesto por seis mujeres. El año pasado, la incorporación de varones le dio una nueva perspectiva, pero siempre en la búsqueda de preservar las condiciones y las políticas de CBN para lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el ámbito empresarial. De hecho, este programa ha dado origen a otras iniciativas.

Una de las experiencias nacidas del Comité son los **Workshop de**

**Empoderamiento**, espacios que buscan Educar y sensibilizar al personal de la compañía en temas de género, y al mismo tiempo, aportar al empoderamiento de las mujeres con la deconstrucción de sesgos inconscientes que limitan su desarrollo integral.

En estos talleres participó la totalidad del personal femenino de la empresa y fueron valiosos espacios de reflexión, donde muchas mujeres desnaturalizaron los distintos tipos de violencia que a veces permanecen ocultos por patrones culturales.

**Womentoring** es otro programa diseñado para promover el liderazgo femenino en la Cervecería Boliviana Nacional. Es un programa de mentoría que identifica mujeres jóvenes con potencial y las acompaña el desarrollo de su carrera con el apoyo de un mentor o una mentora.

El éxito de este programa se asienta en la transferencia de conocimientos y experiencia estratégica de una mentora o un mentor con experiencia en la gerencia corporativa hacia una mentee en reuniones mensuales en las que se diseña un Plan de Desarrollo Personal, cuyos alcances se evalúan periódicamente.





*“En Cervecería Boliviana Nacional hemos construido un entorno donde la igualdad de oportunidades es parte fundamental de nuestra cultura institucional”.*

*Raúl Bueno,  
Director de Gente de  
Cervecería Boliviana Nacional S.A.*



El desarrollo de los liderazgos femeninos debe configurarse en un ambiente de equidad, de igualdad de oportunidades y, naturalmente, libre de violencias. Cervecería Boliviana Nacional está creando este ambiente donde las mujeres pueden desarrollar todo su potencial a través de distintos programas y proyectos.

El proyecto de **maternidad y paternidad responsables**, que pretende generar las condiciones óptimas para el ejercicio de estos roles en corresponsabilidad y en equilibrio con la vida laboral, es uno de ellos.

Las gestantes y las madres en CBN tienen el doble de tiempo de licencia por maternidad de lo que prevén las leyes de este país. Así como un soft landing al reincorporarse a la oficina. Los beneficios también alcanzan, con características particulares, a los papás.

Cervecería Boliviana Nacional está consciente de que la maternidad puede representar un obstáculo para el desarrollo profesional corporativo de las mujeres. Y lo que busca es generar condiciones de equidad para promover el empoderamiento femenino.

Identidad **CBN – Mujeres Líderes** es otro de los proyectos que ayuda a visibilizar, de manera pública, el trabajo y la trayectoria de las ejecutivas en puestos de gerencia o jefatura con la intención de inspirar a mujeres jóvenes a luchar para convertirse en líderes del ámbito corporativo.

Su experiencia motivadora se da a conocer a través de publicaciones en las redes sociales, donde las experiencias ya acumulan más de un millón de interacciones y las cifras no dejan de crecer todos los días.

**CBN Contigo** es una iniciativa con la que CBN busca preservar y garantizar el balance entre la vida laboral y la vida personal de nuestros colaboradores ante situaciones cotidianas que puedan interferir en el bienestar y la salud.

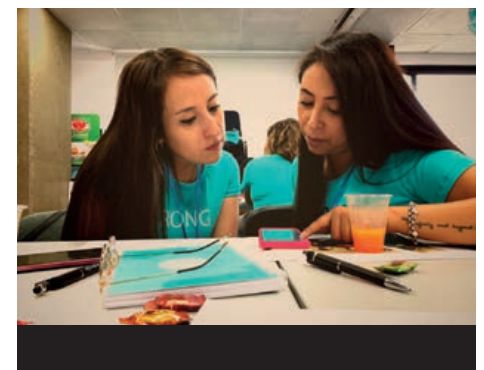
Este proyecto brinda asistencia psicológica, nutricional, financiera y legal a nuestra gente de manera gratuita. A partir de este año, también se ha implementado el programa Betterfly, basado en una aplicación que ayuda a desarrollar hábitos saludables y que está acompañada con charlas sobre las temáticas relacionadas.

Paceña, la marca insignia de la compañía, impulsa el proyecto **Modelos de Mujer**, que promueve el empoderamiento femenino más allá del ámbito de la empresa. A través de él se busca desarrollar iniciativas que promuevan el empoderamiento económico de las mujeres. Como vía para prevenir y romper círculos de violencia doméstica en la sociedad.

Entre los resultados de esta iniciativa se cuentan: un calendario que revaloriza a las mujeres por lo que son y no por cómo lucen; una alianza con la organización Pro Mujer, con la que se ha desarrollado un call center que asiste a mujeres que sufren violencia doméstica y varias otras iniciativas que apoyan la independencia económica de las mujeres como una forma efectiva de romper el círculo de la violencia.

Por último, también hemos desarrollado un proyecto para proteger contra la violencia intrafamiliar a la gente que trabaja con nosotros. La iniciativa concientiza sobre la temática, pero además brinda protección, asesoramiento y acompañamiento a las víctimas.

Un equipo de 23 personas, entre mujeres y hombres, se han convertido en embajadores que tienen la misión de identificar casos y apoyar a las víctimas a través de un protocolo que protege a las potenciales víctimas de la violencia. La empresa entiende que un ambiente laboral libre de violencia es el mejor espacio en el que se desarrolla todo el potencial de las mujeres y los varones.





# VIVA NUEVATEL GARANTIZA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES DENTRO DE LA EMPRESA

*En VIVA NUEVATEL no existe ningún tipo de discriminación por sexo, género, ni opciones sexuales, religión, entre otros. Sus prácticas están alineadas al ODS N° 5 relacionado a la Igualdad de Género y también al respeto de los derechos humanos.*

VIVA Nuevatel PCS es una de las empresas de telefonía que opera en el país desde 1999. Genera fuentes de empleo para más de 1000 colaboradores. Los pilares de la política de gestión son la lucha contra la violencia y garantizar la igual de oportunidades.

Es una empresa adherida a los principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs por sus siglas en ingles) de ONU Mujeres y es parte de la red del Pacto Global Bolivia, una iniciativa de Naciones Unidas que apuesta por una economía y un desarrollo más sostenible e incluyente.

**5** **IGUALDAD DE GÉNERO**  
**Alineados al ODS N°5.-**  
 Nuestras prácticas están alineadas al objetivo número cinco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) relacionado a la igualdad de género y también al respeto de los derechos humanos. No existe ningún tipo de discriminación por sexo, género, ni opciones sexuales, religión, entre otros, dentro de la empresa.

Entre las buenas prácticas que implementa VIVA Nuevatel con sus colaboradores y colaboradoras se encuentran:

**Igualdad salarial:** Se aplica el principio de "igual" salario por "igual" trabajo. El salario se paga por las responsabilidades del puesto, indistintamente del sexo.

**Igualdad de oportunidades en el reclutamiento y selección de personal:** La selección del ocupante del puesto está basada en la coincidencia entre las habilidades, conocimientos y experiencias requeridas por el puesto vs el perfil de l@s candidat@s, indistintamente a su sexo o género.

**Igualdad de oportunidad para acceder a promociones y a cargos jerárquicos:** La selección está basada en su experiencia, conocimiento y habilidades indistintamente a su sexo o género.

**Igualdad de oportunidad para acceder a Capacitación y Formación:** El acceso a capacitación se define en base a las necesidades de capacitación que tiene una persona para el cumplimiento de sus funciones indistintamente a su sexo o género.

**Asignación de guardería para madres y familias:** La empresa asume el pago de guarderías para las madres y familias con hij@s hasta

"Debatir, también es una manera de combatir"  
**Sé parte del webinar:**  
 "La imagen de las mujeres y la violencia en el Cine, los Medios de Comunicación y las Noticias"  
 Miercoles 23 de julio de 2020  
 17:00 hrs BO - 18:00 hrs MX - 15:00 CR

**Laura Astorga**  
Costa Rica

**Sara Lovera**  
México

**Patricia Flores**  
Bolivia

**Elizabeth Salguero**  
Bolivia  
Moderadora

"NO SOLO LOS GOLPES LASTIMAN"  
 SÉ PARTE DE NUESTRO SER WEBINAR:  
**"CIBER VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LAS REDES SOCIALES"**  
 MIÉRCOLES 23 DE SEPTIEMBRE  
 16:00 HRS BO  
 17:00 HRS AR

**EUGENIA EYRON**  
DOCTORA EN COMUNICACIÓN SOCIAL ARGENTINA

**TATIANA RENGEL**  
COORDINADORA DE WOMEN DIRECTOR DE POLÍTICAS DE GÉNERO BOLIVIA

**ELIZABETH SALGUERO**  
DIRECTORA FUNDACIÓN VIVA BOLIVIA

**"La fuerza es la nueva belleza"**  
 Sé parte del webinar  
 La participación política de las mujeres. El acoso y la violencia política.  
 Miercoles 23 de noviembre  
 de 17:00 a 18:30

**Bernarda Saure**  
DIRECTORA FUNDACIÓN VIVA BOLIVIA

**Monica Novillo**  
COORDINADORA DE GÉNERO

**Elizabeth Salguero**



*“La gestión empresarial tiene un firme compromiso para avanzar en la igualdad y la equidad de género y desde la Fundación VIVA contribuimos a luchar contra la violencia en el marco de alianzas estratégicas público-privadas”.*

Elizabeth Salguero,  
Directora de la Fundación VIVA.



los 5 años de edad, contribuyendo a la compatibilización del trabajo doméstico y profesional.

**Seguro Médico Privado:** La empresa asume el 50% del costo de seguro médico privado para los funcionarios hombres y mujeres y sus dependientes directos.

**Violencia contra la mujer.-**

Se ha realizado un relevamiento de violencia hacia las mujeres fuera y dentro de la empresa, en base al cual desde la Responsabilidad Social Empresarial se está elaborando un Plan de Acción.

La igualdad de oportunidades y de género, están incluidas en el Código de Ética de la empresa.

Se ha realizado un diagnóstico de igualdad de género de los principios de empoderamiento de las mujeres (WEPs) y se ha elaborado el **Plan de Acción** para fortalecer los WEPs dentro de la empresa.

Así mismo, somos parte de **ELSA de Gender LAB** y el **BID** para implementar espacios laborales sin acoso que será parte de nuestro plan de acción.

Nuestros mensajes comunicacionales y publicitarios no son sexistas y promovemos la inclusión y el respeto a las personas.

**Fundación VIVA.-**

Por medio de la **Fundación VIVA**, que lleva adelante las acciones de RSE se promueve el empoderamiento de las mujeres, la igualdad de género y la lucha contra la violencia en todas sus formas.

**Programa de Seguridad Ciudadana.-**

Apoyamos la línea 800-14-0348 la FELCV en 12 ciudades en todo el país desde el año 2014, dotamos de 10 líneas corporativas para que los investigadores coordinen, brindamos capacitación a 300 efectivos@

policiales anualmente y elaboramos y difundimos campañas por nuestras redes sociales para prevenir la violencia hacia las mujeres y niñas, este año con el slogan: **“Hay cosas que marcan toda la vida, que la violencia no sea una de ellas”.**

Junto con el Colegio de Psicólogos y Psicólogas y el GAMLP se habilitó la línea 800 14 4900 para brindar contención emocional en casos de violencia o crisis por otras situaciones como la pandemia.

**Uso Responsable de la Tecnología.-**

El programa consiste en difundir contenidos para la prevención de la ciberviolencia y los diferentes delitos cibernéticos que se encuentran en nuestra página: [www.desbloqueate.org](http://www.desbloqueate.org). De igual manera contribuir a prevenir la trata y tráfico de niños, niñas y adolescentes mediante la difusión de casos interactivos en la mencionada página y se realizan eventos virtuales por nuestras redes sobre la problemática.

**COVID-19.-**

Durante la pandemia por la COVID-19 la Fundación VIVA apoyó a los sectores más desprotegidos otorgando 255 líneas corporativas y 124 líneas telefónicas gratuitas destinadas a la seguridad ciudadana, contención emocional, personas adulto-mayores, víctimas de violencia familiar, y personas de bajos recursos. Capacitó a 360 efectivos de la FELCC en 4 ciudades en atención a víctimas de violencia, en el penal San Roque de Sucre habilitó un espacio virtual para que los privados de libertad se comuniquen con sus familiares u accedan a audiencias virtuales. La Fundación VIVA donó una Tablet y una línea para facilitar las comunicaciones.

Se continuó posibilitando la comunicación directa entre la ciudadanía y la policía en casos de violencia o criminalidad, financiando líneas gratuitas 800 que están georeferenciadas en la APP VIVO SEGURO, la misma que se descargó 31.834 veces el año pasado.





## COCA-COLA EMPODERA A EMPRESARIAS PYME DE TIENDAS DE BARRIO Y PENSIONES, BRINDÁNDOLES CAPACITACIÓN

*Su modelo de gestión busca reducir la brecha de género y contribuir a su desarrollo económico considerando que son ellas las que mantienen vivas a las personas y las comunidades. #LasMujeresTransforman para crear un mundo mejor.*

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe y ONU Mujeres, la pandemia dejará 118 millones de mujeres pobres en América Latina y el Caribe, donde se estima que la tasa de pobreza de las mujeres habrá aumentado en 2020 a 37,4% -un 22% más que en 2019-. El desempleo femenino aumentará un 6% llegando al 15,2% de las mujeres latinoamericanas.

Ante este escenario, Coca-Cola Bolivia orientó sus esfuerzos hacia uno de los sectores más afectados: los pequeños comercios de barrio, que en su mayoría son administrados por mujeres y que habitualmente no cuentan con el apoyo financiero para soportar una pérdida de actividad tan dramática en sus puntos de venta. Por eso, a través de la iniciativa Gerente Pyme y Semilla Capital, la Compañía contribuyó a que pequeños comercios de Bolivia pudieran mantener sus puertas abiertas.

### Gerente Pyme.-

Compañía Coca-Cola trabaja desde hace más de una década para reducir la brecha de género. En 2010 se propuso una ambiciosa meta que logró cumplir en tiempo y forma, incluso en el contexto de la pandemia: el haber acompañado el desarrollo económico de 5 millones de mujeres en todo el mundo a través de su iniciativa global 5by20, que en la región sur de América latina alcanzó a más de 66 mil emprendedoras.

En Bolivia, esta iniciativa tomó forma a través de los programas **Gerente Pyme Mi Negocio** y **Gerente Pyme Mi Restaurante**, que mediante la plataforma de capacitación online alcanzó a capacitar y graduar a 4.000 mujeres.

Este 2021, Coca-Cola Bolivia continúa con las capacitaciones y prevé tener 1000 graduadas.



Karina Rivero, recolectora de reciclables.



Ángeles Knaut, graduada del Programa "Gerente Pyme Mi Negocio" de la ciudad de Cochabamba.



Mikromercado Barcelo, de la ciudad de Santa Cruz.





*“Esta campaña suma esfuerzos para lograr un efecto multiplicador en la economía de las familias, ya que la crisis sanitaria afectó al 60% de los pequeños negocios”.*

Luis Lugones Mansilla,  
Gerente de Asuntos Públicos y RSE  
de EMBOL S.A.



Dayanna Ayala del Micromercado Barcelo, Pyme de Santa Cruz de la Sierra.

“Gerente Pyme” es un curso virtual con una duración de dos meses, enfocado en las áreas de Gerencia, Marketing y Finanzas. Las beneficiarias acceden al programa becadas por Coca-Cola para aprender, entre otras cosas, que son gerentes de sus propios negocios y que éstos no son sólo una pequeña tienda, sino que son sus empresas.

Las mujeres también aprenden a promocionar sus establecimientos, a mantener controladas sus cuentas y a acceder a financiamiento para hacer crecer sus pequeñas empresas. Para participar en el curso, las emprendedoras deben registrarse en la plataforma como lo harían en una red social, pero además de su perfil personal, deben crear otro para sus negocios.

**Semilla Capital.-**

El programa “Semilla Capital ¡Para Crecer Juntos!” surgió con el objetivo de contribuir al impulso económico del segmento Pyme con un capital semilla sembrado por las importantes marcas que integran la campaña.

Se trata de un programa de apoyo integral a pensiones de comida y restaurantes, que entrega stock de productos y ofrece capacitaciones y servicios para fortalecer la oferta comercial, además de acceso a créditos y financiamientos en condiciones favorables para invertir en sus emprendimientos.

Su objetivo es generar un “shock económico” positivo en el segmento de las pensiones y tiendas de barrio, para su reactivación. En 2020 arrancó la primera versión en alianza con 7 empresas, iniciativa que inyectó Bs 2,7 millones para reactivar la operación de 1.600 pensiones y tiendas de barrio impactadas por la pandemia.

En las ocho semanas de duración de la primera versión de la campaña, las ventas de estas pymes crecieron un 6% en promedio.

Este 2021, son diez empresas las que se reunieron en “Semilla Capital 2.0”, inyectando más de cuatro millones de bolivianos para la reactivación de 2.000 pensiones y tiendas de barrio. Esto significa que, en promedio, cada pyme recibirá 2.000 bolivianos en incentivos para su negocio.

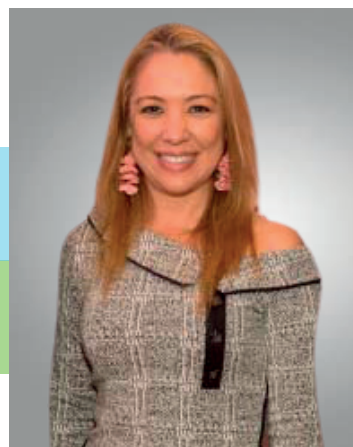
La ayuda de las diez empresas está llegando a pymes de ocho ciudades del país: Santa Cruz, La Paz, Cochabamba, El Alto, Tarija, Sucre, Oruro y Potosí. Cada pyme recibe un stock de productos y servicios para fortalecer su oferta comercial; que incluye elementos de bioseguridad, insumos de cocina, de limpieza y abarrotes para menús, publicidad, crédito para celular y megas para promocionar sus negocios, acceso a crédito y pagos electrónicos, capacitaciones, delivery sin costo, entre otros servicios.

Esta campaña suma esfuerzos para lograr un efecto multiplicador en la economía de las familias, ya que la crisis sanitaria y económica afectó de manera negativa a más del 60% de las pensiones y a muchos pequeños negocios que forman parte del corazón de sus comunidades.

“Nuestro propósito es seguir contribuyendo a la reactivación económica del país y apoyar a más pymes y empresas familiares, porque sabemos perfectamente que esas tiendas, esas pensiones, representan el sustento diario de cientos de miles de familias de todo el país”, señaló Claudia Fernández, Gerente de Asuntos Públicos, Comunicación y Sustentabilidad de Coca-Cola Bolivia, Chile y Paraguay.

*“En este 2021 seguimos trabajando por el desarrollo de las mujeres en todos los ámbitos, convencidos de que su capacidad transformadora es el motor de la recuperación”.*

Claudia Fernández,  
Directora de la Fundación  
Coca-Cola Bolivia.





*“Es importante que las mujeres y las niñas crean en sí mismas y que nunca dejen de confiar en sus capacidades, en su inteligencia”.*

*María René Centellas Guevara,  
Gerente General de  
Laboratorios Bagó de Bolivia S.A.*

## LABORATORIOS BAGÓ DE BOLIVIA S.A. UNA EMPRESA COMPROMETIDA CON LA EQUIDAD DE GÉNERO Y LA RSE

*La empresa líder en el rubro farmacéutico continúa demostrando su gran compromiso con la igualdad de género y con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas relativos a la inclusión.*

Laboratorios Bagó de Bolivia S.A. cuenta con una gran trayectoria promoviendo espacios favorables para la inclusión de la mujer. Entre otros indicadores, cabe destacar que el 53% del personal de la empresa está compuesto por mujeres. Para Bagó, una mejor gestión conlleva un contexto de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, basándose en las aptitudes de las personas e identificando necesidades y dificultades de partida de las mujeres, que han puesto obstáculos a su desarrollo en las mismas condiciones.

La farmacéutica promueve la equidad de género a través del empoderamiento de mujeres y hombres dependiendo de la vulnerabilidad, como un lineamiento fundamental para la buena gobernabilidad. Más allá de la modernización y competitividad, **las nuevas tecnologías y formas de organización y producción apuntan a ser complementarias en el cometido de cumplir con los ODS de Naciones Unidas.**

La Dra. María René Centellas Guevara, gerente general de Laboratorios Bagó de Bolivia S.A., es una mujer líder reconocida y un ejemplo a seguir para las mujeres bolivianas, representando a la organización con fortaleza y empoderamiento. En ese sentido, la empresa ha sabido potenciar un escenario en el que mujeres y hombres gozan de los mismos derechos, con la capacidad de **participar en los procesos de toma de decisiones** para que definan sus prioridades y estrategias de desarrollo.

“Las mujeres estamos ocupando puestos de poder porque hemos demostrado nuestra eficacia y compromiso. Aportamos lo mismo que aporta un hombre en términos de trabajo y disciplina, pero creo que tenemos otro tipo de inteligencia emocional que nos permite solucionar problemas de otra manera, con otro enfoque. Y creo que **tenemos más experiencia en multitasking** por la forma en que aprendemos a procesar el mundo”, explicó la Dra. Centellas Guevara.





Bajo el liderazgo de la Dra. Centellas, **los recursos humanos se configuran como activo principal de Bagó**, mientras que el principio de igualdad de oportunidades se convierte en eje conductor, concebido como eje básico de la cultura de la empresa. En ese sentido, para la farmacéutica es primordial asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres en todos los ámbitos de la producción y comercialización.

#### **Multivitaminas 20/30.-**

Dentro de este lineamiento estratégico de equidad, se ha desarrollado el programa “Multivitaminas 20/30” para el empoderamiento, que tiene como meta disminuir brechas de desigualdad entre géneros, impulsando el crecimiento profesional de la mujer en un ambiente laboral, familiar y personal que esté **libre de toda violencia** y acoso.

Multivitaminas 20/30 ha sido articulado desde gobernanza

en línea con el cumplimiento del ODS 5, referido a la Igualdad de género. Asimismo, se ha lanzado un **segundo programa denominado Violendoscopio “Protege tu corazón”**. Ambas iniciativas tienen impacto interno e influencia externa, pues a partir de la cadena de valor agregado integran al personal mediante un programa de desarrollo sostenible con líneas de acción a ser aplicadas.

“Al margen de un concepto de igualdad salarial o de representación, considero que ser **una mujer empoderada está relacionado con ser autosuficientes en un mundo que a veces nos relega a roles de dependencia**. Es importante que las niñas crean en sí mismas, que sepan que pueden llegar a ser gerentes o presidentas de cualquier empresa o de cualquier país. Es importante que nunca dejen de confiar en sus capacidades, en su inteligencia.”, concluyó la ejecutiva de cara al futuro.





## EL BCP AVANZA A PASO FIRME EN EQUIDAD DE GÉNERO E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

*El enfoque de género en la política de gestión del BCP es transversal. Estamos trabajando para fortalecer no sólo los principios de equidad e igualdad sino también los de paridad de género.*

El enfoque de género dentro y fuera de la organización ha ido avanzando en los últimos años. Nuestro compromiso con la equidad de género conllevó a que en 2019 el Banco de Crédito BCP alcance el equilibrio en la cantidad de mujeres y hombres que trabajan junto a nosotros. Este esfuerzo se refleja también en la paridad salarial y el balance trabajo-familia.

En el contexto de la crisis sanitaria además de priorizar las tareas urgentes, Marcelo Trigo, Gerente General del BCP señala que llevaron adelante otras acciones que forman parte de su programa de responsabilidad social empresarial como la realización de talleres de concientización sobre equidad de género e igual de oportunidades entre la totalidad de los gerentes del BCP y la capacitación a 1600 colaboraciones a través de la escuela de voluntariado en temas clave como medio ambiente y género que son transversales en todos los procesos de gestión que lleva adelante la institución.

Los esfuerzos realizados han permitido mejorar los procedimientos para la Tolerancia Cero de Violencia hacia la mujer. El BCP es miembro pleno del Pacto Global en Bolivia y alineado al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). También suscribió su adhesión a los 7 principios para el empoderamiento de las mujeres (WEPs por sus siglas en inglés) promovido por la Organización de Naciones Unidas (ONU) y es parte de la Mesa Niñez, Género y Medio Ambiente del Pacto Global Bolivia.

### **Equidad de género e igualdad de oportunidades.-**

En lo interno, a través de las Políticas de Equidad de Género y de Igualdad de Oportunidades, se promueve el derecho al acceso a un trabajo digno mediante la inserción laboral de grupos tradicionalmente excluidos, como ser: jóvenes, mujeres, personas con discapacidad y miembros del colectivo LGBTI y se gestiona su contratación en todos los niveles y cargos disponibles en la organización.





A 31 de diciembre del 2020, el BCP contaba con 1,645 colaboradores. Se mantiene el porcentaje de las contrataciones donde el 50,04% del personal es femenino y el 49,96% es masculino.

**Paridad de Género.-**

La institución cuenta con lineamientos claros en los procesos de reclutamiento y selección de personal que garanticen la **paridad de género**.

El BCP cuenta con un diagnóstico del BASELINE sobre paridad de género en las líneas de sucesión y despliegue de iniciativas para desarrollar los semilleros de liderazgo que llevarán a incrementar el número de mujeres en los planes de sucesión.

**Plan de Equidad .-**

La implementación del Plan Equidad puso foco en la comunicación como herramienta para difusión de mensajes que invitan a reflexionar, cuestionar e incluso debatir, entre los funcionarios sobre micromachismos y microagresiones, sesgos inconscientes, nuevas masculinidades y chistes ofensivos.

En forma anual se cuenta con un calendario de capacitación sobre Equidad de Género para todos los colaboradores.

En los procesos de inducción se incorporan contenidos clave sobre los principios culturales y temas de Equidad y Tolerancia O al Hostigamiento Laboral Sexual en la entidad.

**Tolerancia Cero al Hostigamiento sexual laboral.-**

En el marco de la mejora continua e implementación del Gobierno

corporativo, en la gestión 2021 se logró la aprobación y difusión, a nivel de todos los colaboradores de la norma interna **Procedimiento de "Tolerancia Cero al Hostigamiento Sexual Laboral"**. Este documento promueve se realicen las denuncias.

Adicionalmente nos sumamos a la iniciativa regional de Genderlab y el BID "ELSA", una herramienta integral de diagnóstico e intervención que ayuda a las empresas a responder preventivamente al acoso sexual laboral con el fin de construir espacios laborales sin acoso.

**Talleres de Equidad de Género.-**

Los talleres de Equidad de Género, para niveles de la alta gerencia, tienen la finalidad de construir liderazgos libres de sesgos conscientes e inconscientes, que promuevan la igualdad de oportunidades y no toleren ningún tipo de hostigamiento sexual laboral.

**Sala de lactancia.-**

En 2018 se constituyó en ser la primera entidad financiera que asumió la responsabilidad de apoyar a las madres de recién nacidos, con la apertura de una sala de lactancia, con el objetivo de facilitarles el doble rol de la maternidad y el trabajo.



*"Nuestro compromiso con la equidad de género es firme. No se puede avanzar sin reconocer el rol de las mujeres en las empresas".*

Miguel Solís Halliot,  
Gerente de Gestión y Desarrollo Humano,  
Relaciones Institucionales y RSE del  
Banco de Crédito BCP.



# EN COFAR ESTAMOS TRABAJANDO PARA QUE LA EQUIDAD DE GÉNERO SEA TRANSVERSAL

*33% de los cargos de gerencia están ocupados por mujeres; el 65% de las jefaturas de primer nivel también están dirigidas por mujeres y en las agencias regionales, el 73% de las jefaturas corresponden a mujeres.*



La historia de COFAR S.A. se remonta al 20 de septiembre de 1973. Una empresa fundada por Leonardo Handal K., quien inició actividades realizando maquila para Laboratorios Unidos S.A. (LUSA) del Perú, cuando adquirieron la representación de Mentholatum, marca de Mentholatum & Co. de Estados Unidos. Es en la década de los 80 que ingresan al mercado productos nacionales.

En la actualidad COFAR contribuye al país con soluciones terapéuticas para prevenir, aliviar y curar enfermedades, desarrolla, produce y comercializa más de 300 medicamentos. Cuenta con una línea de medicamentos genéricos, que hace posible el acceso a medicamentos de calidad a menor costo, "En COFAR fabricamos el cien por ciento de nuestros medicamentos en el país, para consumo de los bolivianos", asegura Alex Granier, gerente General de la empresa.

La autoridad destaca que la corporación cuenta con una presencia importante de mujeres profesionales que en la actualidad ocupan

cargos de mando y de decisión, en ese contexto destacó que la empresa está trabajando en la implementación de un modelo de gestión donde la equidad, la igualdad de género y oportunidades que ya son transversales, se consoliden como parte de los procesos documentados.

Según dijo, el sistema de gobierno corporativo cuenta con un Directorio que responde a los lineamientos de gestión, control y administración de la empresa, que cuenta con sólidos cimientos basados en los tres pilares de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE): beneficio económico, social y ambiental. "Desde sus inicios la empresa aportó de manera significativa en los tres ámbitos" señaló.

En el marco de nuestra MISIÓN de compromiso por una vida con salud, la empresa motiva a sus colaboradores a trabajar día a día con responsabilidad, eficiencia, calidad e innovación fomentando relaciones recíprocas de confianza.





*“En COFAR trabajamos en crear un ambiente laboral inclusivo a favor de todos los colaboradores, motivándoles a contribuir y desarrollarse con responsabilidad y eficiencia”.*

Ana D. Villamor Salazar,  
Encargada de Comunicación Corporativa de  
Corporación COFAR S.A.



Una de nuestras políticas corporativas establece el respeto por la igualdad y equidad de género. En la actualidad la proporción de colaboradores que prestan servicios en la corporación muestra la siguiente composición: Personal femenino 49,7% y personal masculino 50,3%.

En los niveles de gerencia, el 33% de los cargos están ocupados por mujeres ejecutivas; el 65% de las jefaturas de primer nivel, también están dirigidas por mujeres y en las agencias regionales, el 73% de las jefaturas corresponden a mujeres.

COFAR destaca por ser la primera industria farmacéutica boliviana en certificar en el Sistema Integrado de Gestión (SIG) y Operaciones Bioseguras. Este logro es el resultado de muchos años de trabajo y esfuerzo por eso la política de capacitación a todo el personal es permanente. 94% del personal ha sido capacitado en la última gestión.

En el marco de sus políticas institucionales de no discriminación, las evaluaciones de todo el personal se realiza con la misma herramienta y

con los mismos niveles esperados que se sustentan en competencias.

“En COFAR tenemos un profundo valor por las personas, y todos quienes trabajan en la empresa confían en ello. Nuestro talento, sabe y reconoce que brindamos un trato justo y una retribución igualmente justa y competitiva, además de una relación laboral ajena a discriminaciones, favoritismos o abusos de cualquier tipo”, indica Granier.

Se garantiza la contratación laboral en base al mérito profesional y cumplimiento del perfil de cargo (competencias).

En la corporación se promueve la selección y contratación de personal bajo condiciones de igualdad, siguiendo procesos transparentes y en estricto cumplimiento de los Principios de la empresa y de las Leyes Laborales vigentes en nuestro país.

Se puede incorporar a la Compañía, personas mayores de edad sin distinción de raza, género, preferencia política, preferencia religiosa u orientación sexual.





Programa de becas universitarias BUMAND.

# DIACONÍA IFD TRABAJA PARA EMPODERAR A LAS MUJERES Y CERRAR BRECHAS DIGITALES

*“Empoderamiento Económico” y “Mujeres Digitalizadas” son programas que implementa Diaconía IFD en las ciudades de La Paz y El Alto. Las beneficiarias son mujeres en situación de vulnerabilidad y clientas de la institución financiera.*

Diaconía IFD, es una institución financiera con principios cristianos, que aporta al progreso integral de sus clientes, desarrolla la inclusión de la población vulnerable, a través de soluciones financieras integrales en áreas urbanas y rurales y –en su modelo de gestión– incluye en enfoque de género en programas que tienen por objetivo el empoderamiento económico y contribuir a cerrar brechas capacitando a mujeres emprendedoras en el uso de tecnología.

El proyecto **Empoderamiento económico** busca el desarrollo de capacidades financieras, formación laboral y desarrollo de nuevos conocimientos para el emprendimiento y por consiguiente para incidir en el empoderamiento de mujeres y alcance de su autosostenibilidad.

El proyecto se implementa junto a la Fundación La Palabra Hecha Vida en la ciudad de El Alto, zona 12 de octubre. Está enfocado a mujeres y sus familias afectadas por la exploración sexual (prostitución, trata y tráfico). Este grupo de la población ha sido identificado como un grupo vulnerable y excluido del sistema financiero.

Actualmente, existen registradas entre las ciudades de La Paz y El Alto más de 25.000 mujeres en situación de prostitución (según cifras brindadas por los centros de salud CDEVIR y conteos propios de registro de salud) que llegaron a esta situación por engaños, necesidades económicas y fuerza-obligadas. Se trata de población femenina, que según los registros de la Fundación La Palabra

Hecha Vida no cuentan con estabilidad económica debido a que no concluyeron su formación en la escuela, mínimas oportunidades de empleo o simplemente necesidades de subsistencia familiar. Para Diaconía IFD este es el eje central que demanda atención.

En ese contexto, el proyecto presenta un modelo de empoderamiento que contempla las fases de educación, inversión, apoyo y liderazgo. Diaconía y la Fundación la Palabra Hecha Vida buscan el desarrollo de capacidades financieras, juntamente con formación laboral y desarrollo de nuevos conocimientos para el emprendimiento, para el empoderamiento de la mujer y el alcance de su autosostenibilidad.

## “Mujeres Digitalizadas”.-

Es el proyecto que junto a la Fundación PROFIN pretende brindar a mujeres emprendedoras más y mejores oportunidades aprovechando el uso de la tecnología digital, acceso financiero y habilidades de negocios.

Diaconía IFD considera que uno de los grupos más importantes de la población no alcanzada por el sistema financiero son las mujeres. En ese contexto, este proyecto fortalece y dignifica a este sector en el desarrollo de sus actividades y emprendimientos.

La pandemia por la Covid-19 evidenció la urgente necesidad de realizar uso de la tecnología digital para sacar adelante los emprendimientos,



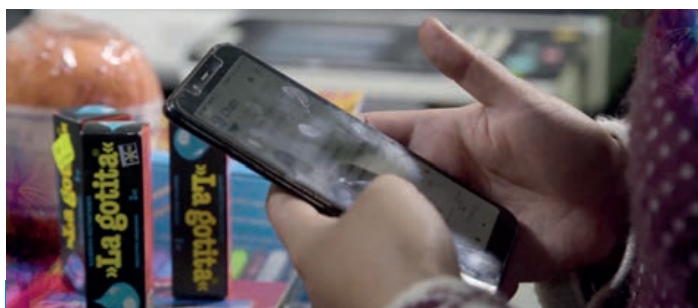
*“Para Diaconía la igualdad de género es romper las barreras que impiden que las mujeres y varones tengan las mismas oportunidades”.*

Samuel Durán Baspineiro,  
Jefe Nacional de RSE Diaconal.



Proyecto “Mujeres Digitalizadas”.





Plataforma "Mi negocio es digital".



Testimonio de la plataforma "Mi negocio es digital".

pero es la misma pandemia que puso en manifiesto las brechas de acceso a la tecnología y las limitaciones para utilizar herramientas que permitan ofertar y comercializar los productos de forma digital.

Por ello Diaconía junto a PROFIN, en el marco de una alianza estratégica, implementaron el proyecto con el financiamiento de JICA, "Mujeres Digitalizadas" en 26 agencias de las ciudades de La Paz y El Alto. Se capacitaron a 735 mujeres; 377 en El Alto y 358 en La Paz.

Diaconía IFD cuenta con dos tecnologías crediticias:

- Crédito Individual
- Banca Comunal.

Los grupos de Banca Comunal se reúnen para apoyarse mutuamente y compartir a través de capacitaciones la mejora de sus capacidades.

El 95% de los clientes de Banca Comunal son mujeres, ellas son las que se benefician de los módulos de capacitación del proyecto "Mujeres Digitalizadas".

En el marco del proyecto, las clientas aprenden:

- 1.- A acceder al mercado a través de pequeños negocios con soporte digital (páginas de Facebook, WhatsApp, marketing y otras herramientas que les permitan la promoción y venta de sus productos, el uso de pagos y cobros electrónicos).
  - 2.- Técnicas y herramientas para alcanzar la salud financiera en ámbitos urbanos y periurbanos del Municipio de La Paz y El Alto para la toma de decisiones en la gestión de sus finanzas en sus negocios y hogares, y el acceso y uso de servicios financieros digitales.
  - 3.- Las beneficiarias desarrollan habilidades blandas como: negociación, atención al cliente, liderazgo, entre otros.
- Estos tres componentes fortalecen a toda mujer que desea superarse. Estamos seguros que brindamos una oportunidad valiosa a las mujeres, a nuestras clientes sin ningún costo adicional.

#### Educación Financiera.-

La educación financiera es transversal en ambos proyectos, los participantes reciben capacitación que les aporta a tomar las mejores

decisiones sobre sus finanzas personales, familiares y de sus negocios.

Uno de los temas programados en nuestro plan de educación financiera para esta gestión es la Banca Digital, a través de este proyecto las mujeres que han logrado completar la capacitación la utilizan para agilizar y ampliar la forma en la que realizaban sus movimientos financieros de una forma segura y ágil.

Como Diaconía IFD estamos contentos porque a través del proyecto "Mujeres Digitalizadas" aportamos en buscar el desarrollo y la mejora de la calidad de vida de nuestras clientes y a través del proyecto "Empoderamiento Económico" apoyamos a mujeres vulnerables que buscan restaurar sus vidas, tener nuevas oportunidades y una vida abundante.

#### Becas BUMAND.-

El 60% de los participantes del programa de becas universitarias BUMAND de Diaconía IFD son mujeres. Este programa está dirigido a jóvenes de escasos recursos en edad universitaria y busca fortalecer el liderazgo de las participantes a través de la escuela de líderes: un proceso de formación, de al menos tres años, que fortalece sus habilidades de liderazgo y las prepara para afrontar los desafíos futuros en el ámbito laboral, familiar, iglesia y sociedad.

Las participantes del programa se benefician de tutorías brindadas por la institución, forja su experiencia laboral temprana y las prepara para el futuro lo que se constituye en una ventaja competitiva.

Finalmente, a través de las acciones de servicio de este programa, las jóvenes líderes tienen la oportunidad de llevar a la práctica los valores y principios cristianos que reciben en sus iglesias ayudando a los más necesitados y generando iniciativas de servicio a favor de estos grupos. Un ejemplo cercano son los viajes de servicio que el programa ejecuta cada año para llegar con talleres y ayuda humanitaria a las personas más vulnerables en diferentes contextos de Bolivia.

Para la gestión 2021 se prepara el servicio para 7 comunidades necesitadas del departamento de La Paz.



Proyecto "Empoderamiento Económico".



# HOTEL MITRU SUR, TRABAJA PARA CONTRIBUIR AL EMPODERAMIENTO DE LA MUJER BOLIVIANA

*Además de apoyar al turismo y brindar una nueva opción y aportar al crecimiento, estamos comprometidos para mejorar la calidad de vida, principalmente de mujeres de sectores vulnerables con opciones de capacitación en hotelería y emprendedurismo.*



Mitru Sur de la ciudad de La Paz, un Hotel 5 estrellas, ha llevado su compromiso con la responsabilidad social a otro nivel, porque además de ofrecer una moderna infraestructura y atención a los viajeros, está integrando la sostenibilidad en la gestión y en lo externo adoptó como causa contribuir a empoderar a mujeres rescatadas de trata y tráfico y promover el emprendedurismo, en el contexto del turismo y revalorización de la cultura.

Para el logro de sus objetivos, suscribió alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil, colectivos que promueven la lucha contra la violencia y destacadas MARCAS de artesanías que se comercializan en municipios turísticos.

“El Hotel Mitru Sur de La Paz, nace con la intención de apoyar el turismo, brindar una nueva opción y aportar al crecimiento del país, por eso, además de ser la mejor opción para todo ejecutivo que busca un hotel de negocios, estamos comprometidos para mejorar la calidad de vida, principalmente de mujeres de sectores vulnerables con opciones de capacitación, en ámbitos que tienen relación con nuestros grupos de interés.

## **Munasim Kullakita.-**

Hotel Mitru Sur suscribió un convenio con la Fundación Munasim Kullakita para que, en el marco de un esfuerzo conjunto, luchar contra todo tipo de trata y tráfico de personas promoviendo un turismo más responsable.

Para el logro de este objetivo se implementará el programa “The Code” (“El Código”) que tiene el objetivo de luchar contra la Explotación Sexual de la infancia y la Adolescencia asociada al Turismo.

Munasim Kullakita desarrollará diferentes talleres de capacitación a los colaboradores del Hotel Mitru Sur con contenidos sobre las políticas y procedimientos, información correcta y oportuna a turistas y viajeros para prevenir cualquier tipo de explotación sexual.

## **Pasantías laborales.-**

En el marco de la alianza estratégica con Munasim Kullakita el Hotel abre sus puertas a mujeres rescatadas de trata y tráfico para realizar pasantías laborales y tengan oportunidad de adquirir conocimientos y experiencia en diferentes áreas del sector hotelería.





*“Cada día, tenemos la oportunidad, de ayudar a transformar nuestra sociedad, en una sociedad más humana y más igualitaria, tomemos esa oportunidad”.*

*Mariana Pereira,  
gerente Comercial y RSE,  
Hotel Mitru Sur.*



#### Movimiento K’oa en el cielo.-

Consecuente con su causa Mitru Sur se sumó al movimiento k’oa en el Cielo, impulsado por los creadores del proyecto Brian Decker y Gabriel Esprella propietarios del Laboratorio estratégico creativo Valle de la Luna 2020, que promueven un mensaje de equidad para disminuir las brechas de género y hacer visibles esfuerzos para la prevención contra la violencia de la mujer y las niñas y poner un alto a los feminicidios, esfuerzos que también cuentan con el apoyo de las icónicas Cholitas Escaladoras de Bolivia.

Una vez al año, el movimiento K’oa en el Cielo, junto a las cholitas escaladoras llegan a la cima de uno de los nevados, este año esta previsto conquistar el Illimani llevando una bandera blanca; la bandera por la vida, con el nombre de cada una de las mujeres que perdimos a causa del feminicidio, recordando que la lucha continua, que el camino no es fácil pero es posible llegar a la cima.

El convenio establece que Hotel Mitru Sur cederá sus ambientes y colaborará a este movimiento para la realización de diferentes talleres a mujeres rescatadas de violencia familiar con el objetivo de brindarles herramientas que les permita mejorar su calidad de vida.

#### Artesanos de Yanay.-

Yanay (mi morenita, mi amada, en quechua) es una submarca de Hotel Mitru Sur que agrupa a artesanos que comercializan artesanías.

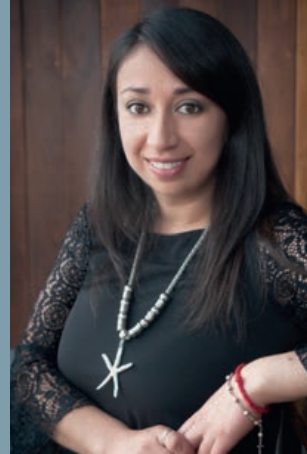
En el marco de la alianza con Munasim Kullaquita y el movimiento K’oa en el cielo, los artesanos de Yanay impartirán talleres en bijoutería, tanto a las mujeres víctimas de violencia familiar como a mujeres rescatadas de trata y tráfico. De la misma forma Hotel Mitru Sur cederá sus espacios para realizar talleres de bordados, tejido e hidroponía con el Movimiento K’oa en el cielo.

Asimismo Mitru Sur, a través de sus artesanos de Yanay, en un esfuerzo en conjunto con Fundación CODESPA, y las marcas Kurmi “artesanías del lago Titicaca, municipio Tito Yupanqui” y Kallawaya “artesanías de Curva y Charazani” realizarán la colección “Vida” teniendo como objetivo revalorizar el tejido de 4 estacas, logrando piezas con diseños modernos, versátiles que mantengan la magia de nuestra cultura.

En el marco de sus acciones de responsabilidad social empresarial hotelera, el Hotel Mitru Sur, además de ceder sus ambientes para dichos talleres, también participará en diferentes actividades para promover el cuidado del medio ambiente y apoyar a sectores vulnerables.

*"Gente Motivando Gente (GMG) como parte del Pacto Global se suma a los esfuerzos y trabajo que lleva adelante la Mesa de Género para contribuir -como medio de comunicación- a visibilizar las buenas prácticas que llevan adelante las empresas, porque considera que **serán un valioso aporte para inspirar y promover** a que otras empresas, grandes y pequeñas, tomen medidas e implementen acciones con enfoque de género".*

*Daniela Cordero Dubravčić,  
Directora de  
Gente Motivando Gente.*



*"La violencia contra las mujeres y las niñas está muy extendida, **por lo que todos podemos tomar medidas para acabar con ella**, son palabras de António Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas, un llamado que infoRSE, como medio de comunicación, lo asume como un desafío con la confianza de que el trabajo de visibilización de las buenas prácticas empresariales con enfoque de género, apoyando al Pacto Global serán de gran aporte."*

*Jannett Oporto Villegas,  
Directora de  
Info RSE.*



## 5 IGUALDAD DE GÉNERO

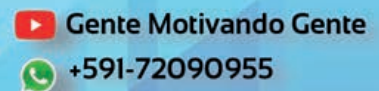


*"La igualdad de las mujeres debe ser un componente central en cualquier intento para resolver los problemas sociales, económicos y políticos".*  
*(Kofi Annan, ex secretario de la ONU)*

Somos un medio de comunicación comprometido con el ODS 5, difundimos actividades que promueven la Responsabilidad Social Empresarial y la sostenibilidad, basados en principios y objetivos mundiales.



<https://www.gentemotivandogente.com>



Contribuimos a generar noticias que agregan valor, porque comunicar los esfuerzos en materia de sostenibilidad debe ser una prioridad; los grupos de interés quieren conocer el verdadero impacto de sus marcas.



Porque juntos somos más para alcanzar objetivos y sueños.

[www.infoRSE.com.bo](http://www.infoRSE.com.bo)



InfoRSE es un medio de comunicación de la empresa Munay Comunicación y Sustentabilidad SRL



Igualdad de género, en todos los idiomas para todas las personas



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

#GlobalGoals



Pacto Global  
Red Bolivia



CEPB  
Confederación de Empresarios Privados de Bolivia

**La mayor iniciativa de Sostenibilidad corporativa**

**12000+ EMPRESAS**

**160+ PAISES**

**60+ REDES LOCALES**

**#UniendoEmpresas**

Únete ahora: [pactoglobal.org.bo](http://pactoglobal.org.bo)