



# PREMIO A LA EQUIDAD DE GÉNERO

2023



**MEF** MUJERES  
EN FINANZAS



B:6

SHURE



FROM THE... RATTUNA A  
LACINELLI... RATTINNA

MINI...  
...  
...



...  
...

...  
...

STELPUR-DURKA  
STRAKAR-BILL

ETI...

# Introducción

---

A partir de la séptima década del siglo pasado, tanto organizaciones públicas como privadas emprendieron la tarea de documentar los avances de la participación de las mujeres en la vida social, especialmente, en la esfera económica. El trabajo de las mujeres en muchas partes del mundo carecía de horarios y salarios definidos, pero sí estaba impregnado de una obligación tácita que necesitaba ser revertida en aras de la igualdad.

---

A pesar de que hubo numerosos intentos desde finales de la década de los años 60, los resultados positivos fueron escasos. No obstante, es importante destacar que estos esfuerzos tuvieron un impacto significativo a nivel global. Por ejemplo, el “Día Libre de las Mujeres” en Islandia, en octubre de 1975, arrojó luz sobre la disparidad salarial en los lugares de trabajo, el valor del trabajo no remunerado y la crucial contribución de las mujeres al desarrollo y crecimiento económico.

En 1975 surgieron otros acontecimientos que colocaron a las mujeres en el centro de la atención, una acción que inspiró a este trabajo. El objetivo del ebook es contextualizar el Premio a la Equidad de Género, una iniciativa que nació en 2021 entre el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF) y Mujeres en Finanzas (MEF), cuya primera edición tuvo lugar en 2022. Este premio sentó las bases para convocar a las empresas mexicanas para darles visibilidad y compartir su visión, acciones y estrategias enfocadas en materia de equidad de género en un contexto de sostenibilidad. La intención es contribuir a reducir las brechas, primero en el ámbito de las organizaciones y, como resultado, en la sociedad en su conjunto.

En el año 2023 tuvo lugar la segunda edición del Premio a la Equidad de Género, un evento que destacó el compromiso de las empresas en la promoción de objetivos concretos de inclusión, diversidad y equidad. Estos objetivos se han logrado a través de estrategias y políticas desarrolladas por las empresas, así como en consonancia con las directrices de entidades internacionales. Estos esfuerzos se presentaron como parte de la candidatura al Premio, siguiendo una metodología creada conjuntamente por el IMEF y MEF.

La metodología se basa en las mejores prácticas de reconocimientos similares y se enriquece con aportaciones del IMEF y MEF con la intención de inspirar a otras organizaciones a seguir el ejemplo. Los resultados obtenidos en las dos ediciones anteriores del Premio han sido altamente satisfactorios en diversos aspectos.

Primero, han demostrado un genuino interés por cuestiones de género y el esfuerzo real que las empresas han invertido para abordarlos. Segundo, se ha notado un incremento en la cantidad de empresas que respondieron a la convocatoria, junto con una actitud de apertura y transparencia al permitir que el Comité Revisor del Premio audite sus esfuerzos y resultados. Tercero, el premio ha contribuido a fomentar un mayor interés en la equidad de género como una herramienta externa de mejora continua.

En este trabajo exploramos investigaciones que sustentan que el aumento en la participación de las mujeres en el ámbito laboral conlleva un crecimiento económico y, como resultado, una reducción de la desigualdad. También analizamos aspectos clave para promover la equidad de género en el entorno empresarial, así como las acciones necesarias para construir una sociedad más igualitaria y sostenible. Estos elementos respaldaron la metodología del Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF a la que hacemos referencia en estas páginas como parte integral de nuestro enfoque.

Todo esto sirve como contexto esencial para presentar los resultados de la edición 2023 del Premio a la Equidad de Género. En este informe, también incluimos una comparación con los resultados de 2022 para evaluar el progreso, tanto del premio como de los participantes.

---

**Este trabajo se enfoca en la sostenibilidad y destaca la participación activa de las empresas finalistas del Premio a la Equidad de Género 2023. Estas empresas comparten su visión de liderazgo a través de sus políticas, estrategias y acciones, contribuyendo así a la construcción de un mundo más igualitario y sostenible.**

# Presentación

---

Por segundo año consecutivo, se llevó a cabo la segunda edición del Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF. Para los organizadores, el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas y Mujeres en Finanzas, constituye un logro importante el hecho de confirmar, por segunda vez, el interés que las empresas tienen en divulgar sus políticas y estrategias relacionadas con la igualdad de género.

Es motivo de satisfacción observar cómo esta iniciativa —que surgió y se desarrolló en un contexto muy particular: durante el confinamiento debido a la pandemia de Covid-19— ha logrado trascender y ha captado el interés de las empresas mexicanas, así como de aquellas con presencia en México. También es motivo de gran satisfacción observar la respuesta positiva de los cientos de personas que forman parte de las organizaciones participantes en el Premio que ya experimentan los beneficios de un enfoque orientado hacia la equidad de género. Estos resultados se reflejan en los indicadores que se evalúan a través de los cuatro pilares y los 18 reactivos que configuran la evaluación del Premio.

Para el IMEF y MEF, este logro representa un compromiso continuo con el Premio a la Equidad de Género. Sin embargo, aún más importante, es nuestro compromiso de colaborar activamente con las empresas en su búsqueda constante de mejora. Reconocemos firmemente que tanto hombres como mujeres poseen habilidades, capacidades y potenciales similares y, en virtud de ello, merecen igualdad de oportunidades para su desarrollo y toma de decisiones, alineados con sus intereses y aspiraciones individuales. Este enfoque contribuye a avanzar hacia una sociedad auténticamente igualitaria e inclusiva.

En el contexto del Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF comprendemos que para alcanzar la equidad de género es esencial abordar y superar las desigualdades preexistentes. Estas desigualdades incluyen la brecha salarial, la subrepresentación de las mujeres en roles de liderazgo, la violencia de género y la persistencia de roles y estereotipos de género tradicionales, entre otras cuestiones evaluadas por el Premio.

A continuación, presentamos el *ebook* de la edición 2023 del Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF con la intención de fomentar la promulgación de políticas y leyes que salvaguarden los derechos de las mujeres, impulsar la participación activa de las mujeres en todos los aspectos de la sociedad y educar a la población sobre la trascendental importancia de la equidad de género.

Dennisse Montesinos Pacheco  
**PRESIDENTA Y COFUNDADORA MUJERES EN FINANZAS**  
MEF

José Domingo Figueroa Palacios  
**PRESIDENTE NACIONAL**  
IMEF



■ Punto de partida

**En octubre de 1975** alrededor del 90% de las mujeres islandesas participaron en el "Día libre de las mujeres". La idea de la huelga —que se convirtió en un evento histórico— surgió de una conferencia para mujeres sindicalistas mal pagadas organizada por el movimiento feminista radical Redstockings de Islandia.

Ese día una de cada cinco mujeres de Islandia dejó de realizar tanto trabajo remunerado como no remunerado, por lo tanto, la *vida normal* en ese país se paralizó. La huelga consiguió hacer visible la naturaleza vital del trabajo de cuidados no remunerados de las mujeres.

Este evento fue un llamado a la acción para ver y valorar la participación de la mujer en todos los ámbitos de la vida, sobre todo en lo social y económico y, a su vez, fue el evento que abrió el camino para la elección, cinco años después, de Vigdís Finnbogadóttir, la primera presidenta electa democráticamente en el mundo.

---

**La protesta de 1975, seguida de acciones similares (en el siguiente siglo!) en 2005 y 2010, mostró la lucha detrás de los cambios que hoy explican por qué Islandia es se ha mantenido como el país número uno en equidad de género, según el ranking anual del Foro Económico Mundial que combina los puntajes de cada país en diferentes áreas, como empoderamiento político, logros educativos y acceso a la salud.**

A pesar de los esfuerzos realizados en los últimos años desde diversos ámbitos, aún queda mucho camino por recorrer para alcanzar la plena equidad de género en el mundo. Según las últimas previsiones del Foro Económico Mundial, es posible que haya que esperar hasta el año 2154 para que esto ocurra, esto implica que, si se mantienen los niveles de progreso actuales, harán falta 131 años para cerrar la brecha mundial de género.

Es mucho tiempo y estamos seguros de que ninguno de los que están leyendo este informe podrá corroborar si la brecha de género se cerró en el año 2154; por lo tanto, no debemos quedarnos con esa estimación de tiempo sino hacer que se reduzca a, cuando menos, décadas, aunque decir décadas ya es bastante, por ello son importantes todas las iniciativas para mostrar la realidad actual, pero sobre todo para revertirla.

Las investigaciones indican que cuando el número de mujeres ocupadas aumenta, las economías crecen. Según estudios efectuados en países de la Organización para el Crecimiento y Desarrollo Económicos (OCDE), así como en algunos países no miembros, el aumento de la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo —o una reducción de la disparidad entre la participación de mujeres y hombres en la fuerza laboral— produce un crecimiento económico más rápido<sup>1</sup>, el cual es prioritario, ya que permite disminuir las desigualdades y con ello favorecer el desarrollo económico con una visión de futuro, es decir, sostenible.

---

**¿Qué hubiera pasado si en octubre de 1975 no se hubiera dado el *Día libre de las mujeres*? Podríamos elucubrar sobre la respuesta, pero lo importante es mirar hacia adelante con estrategias, propuestas y acciones.**

---

**1.** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM 2012. <http://www.oecd.org/employment/50423364.pdf>. p. 17. Véase también, Klasen, S. y Lamanna, F. (2009), “The impact of gender inequality in education and employment on economic growth: New evidence for a panel of countries”, *Feminist Economics*, 15: 3, pp. 91-132 (según lo extraído de ONU Mujeres, *El Progreso de las Mujeres en el Mundo*, Capítulo 4, p.8, de próxima aparición).

# En el Siglo XX

---

La equidad de género implica reconocer que hombres y mujeres tienen habilidades, capacidades y potenciales iguales, merecen las mismas oportunidades para desarrollarse y tomar decisiones en función de sus propios intereses y aspiraciones. No es cuestión de tratar a hombres y mujeres de la misma manera, sino garantizar que se respeten y valoren sus diferencias, y que ninguna persona sea discriminada o excluida por razón de su género.

Para lograr la equidad de género es necesario abordar y superar las desigualdades existentes, como la brecha salarial, la falta de representación de las mujeres en puestos de liderazgo, la violencia de género, los roles y estereotipos tradicionales, entre otras situaciones. Esto implica promover políticas y leyes que protejan los derechos de las mujeres, fomentar la participación de las mujeres en todos los ámbitos de la sociedad y educar a las personas sobre la importancia de la equidad de género.

En ese sentido, algunos de los aspectos clave para promover la equidad de género en el mundo empresarial incluyen:

- **Igualdad de oportunidades.** Las empresas deben garantizar que hombres y mujeres tengan las mismas oportunidades para el empleo, la promoción y el desarrollo profesional. Esto implica eliminar la discriminación en el proceso de contratación y asegurarse de que las mujeres tengan acceso a las mismas oportunidades de formación y capacitación.
- **Brecha salarial.** Las empresas deben implementar políticas de remuneración justa y transparente, así como revisar y corregir las disparidades salariales existentes entre hombres y mujeres que realizan trabajos similares.
- **Liderazgo y toma de decisiones.** Se trata de promover la participación y el ascenso de las mujeres a puestos directivos y de liderazgo, por lo que las empresas deben fomentar la diversidad de género en los niveles superiores de la organización y asegurarse de que las mujeres tengan voz en la toma de decisiones estratégicas.

- **Cultura empresarial inclusiva.** Es importante desarrollarla para que se valore y respete la diversidad de género. Esto implica eliminar los estereotipos de género y promover un entorno de trabajo inclusivo y libre de discriminación o acoso. Las políticas de licencia parental equitativas y la promoción de la conciliación entre el trabajo y la vida personal forman parte de esta cultura y son importantes para apoyar la equidad de género.
- **Transparencia y rendición de cuentas.** Las empresas deben establecer metas y medir el progreso hacia la equidad de género, así como rendir cuentas por sus acciones. La divulgación de datos sobre la representación de hombres y mujeres en diferentes niveles de la organización puede ayudar a identificar áreas de mejora para establecer estrategias efectivas.



Considerando lo anterior, la equidad de género en el mundo empresarial no solo es una cuestión de justicia, también es un medio para construir una sociedad más igualitaria y sostenible en su conjunto, es decir, que como sociedad aseguremos que las necesidades actuales de las personas se satisfagan sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Esto implica tomar decisiones y llevar a cabo acciones que equilibren el desarrollo económico, social y ambiental a largo plazo a partir de:

- Desarrollo económico sostenible.
- Equidad social.
- Conservación del medio ambiente.
- Participación y gobernanza inclusiva.
- Educación y conciencia.

En 2015 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) hizo un llamado para adoptar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Globales, para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el año 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad. Los 17 ODS están integrados y reconocen que la acción en un área afectará los resultados en otras áreas y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad social, económica y ambiental.

Dentro de esos 17 objetivos, el ODS 5 corresponde a la equidad de género y plantea que terminar con las formas de discriminación contra las mujeres y niñas no es sólo un derecho humano básico, es crucial para el desarrollo sostenible porque se ha demostrado que empoderar a las mujeres y niñas tiene un efecto multiplicador y ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo a nivel mundial.

Es importante mencionar que las mujeres tienen una responsabilidad desproporcionada respecto al trabajo no remunerado de cuidados que prestan a otras personas. Las mujeres dedican entre una y tres horas más que los hombres a las labores domésticas; entre dos y 10 veces más tiempo diario a la prestación de cuidados (a los hijos e hijas, personas mayores y enfermas), y entre una y cuatro horas diarias menos a actividades de mercado. Estos datos que se destacan de su informe sobre Desarrollo Humano de 2012 no han cambiado sustancialmente 10 años después.

Tomando en cuenta lo anterior, para apuntalar el ODS 5 existen iniciativas y programas a nivel internacional que ayudan a las empresas a incorporar la igualdad de género en sus prácticas empresariales y cadenas de suministro. Por ejemplo, el Programa de las Naciones Unidas para el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas promueven la equidad de género y brindan orientación a las empresas para que integren esta perspectiva en sus estrategias y operaciones.

Diversas empresas están adoptando medidas para alinearse con los principios y metas; algunas están trabajando activamente para eliminar la brecha salarial de género, promover la igualdad de oportunidades en la contratación y promoción, implementar políticas de conciliación laboral y familiar, así como para fomentar la participación de las mujeres en roles de liderazgo.

Ese camino se da porque las empresas se benefician enormemente al aumentar las oportunidades en cargos de liderazgo para las mujeres. En 2014 un estudio de McKinsey<sup>2</sup> estimó que las compañías donde tres o más mujeres ejercen funciones ejecutivas superiores registran un desempeño más alto en todos los aspectos de la eficiencia organizacional. Para el año 2022 el mismo estudio<sup>3</sup> planteó que la diversidad de género adquirió una mayor importancia en la agenda de las organizaciones: el 74% de las empresas en México posicionó a la diversidad de género como una de sus 10 prioridades principales, frente al 48% de las empresas en 2017.

---

2. McKinsey & Company. Women Matter 2014.

3. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/women-matter-mexico-2022-luces-y-sombras-de-la-pandemia/es>

Para lograr los avances en el mundo y en México —en nuestro país no sólo a través de compañías multinacionales, sino de pequeñas y medianas empresas— se han establecido políticas que aseguren la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres en todas las áreas de la organización, las cuales van desde el proceso de contratación hasta la promoción y el desarrollo profesional; el establecimiento de metas y métricas específicas para aumentar la representación de mujeres en puestos de liderazgo y en áreas donde están subrepresentadas, así como al medir y monitorear regularmente los avances realizados en cuanto a eliminación de la brecha salarial, programas de mentoría y patrocinio, flexibilidad laboral y equilibrio trabajo-vida personal; formación y desarrollo; promoción de una cultura inclusiva, así como divulgación y transparencia, en el sentido de comunicar de manera transparente los avances realizados en materia de equidad de género en la organización, por ejemplo.

Sin embargo, según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), a nivel mundial, en 2020 las mujeres ganaban en promedio aproximadamente 20% menos que los hombres. Esta brecha salarial puede ser aún mayor en algunos países y sectores específicos. Es importante destacar que la brecha salarial no se basa únicamente en diferencias salariales entre hombres y mujeres que ocupan el mismo puesto de trabajo, sino también en la segregación ocupacional y las diferencias en los niveles de responsabilidad, experiencia y oportunidades de ascenso. En cuanto al liderazgo, la misma organización en ese estudio señala que, las mujeres ocupaban aproximadamente el 28% de los puestos directivos a nivel mundial.

El panorama expuesto por el OIT mostró cambios ante la pandemia por Covid-19, ya que, según el organismo, el contexto que generó pone en riesgo los avances logrados en los últimos 25 años desde la adopción de la Conferencia de Beijing (1995) respecto al empoderamiento de las mujeres y la equidad de género, y se necesita con urgencia liderazgos que avancen hacia medidas socio-económicas para responder al entorno generado por la pandemia de Covid-19.<sup>4</sup>

El informe Global Waves del Banco Mundial señala que antes de la pandemia, la mitad de todos los países de bajos ingresos ya estaban agobiados por la deuda o corrían un alto riesgo de contraerla<sup>5</sup>. Cuando se dio la pandemia, los niveles de deuda en los países de ingresos bajos y medianos aumentaron, lo que provocó que muchos países enfrentaran una reducción en los gastos prioritarios, incluidos los programas que apoyan el empoderamiento de las niñas y las mujeres<sup>6</sup>. Sin embargo, con la recuperación económica postpandemia se ha visto un incremento nuevamente en el apoyo a iniciativas en pro de la mujer, derivado de la presión de las compañías por subir sus estándares por el modelo ESG (Ambiental, Social y de Gobernanza).

Es un hecho que ninguna sociedad se puede desarrollar de manera sostenible si no cambia y aumenta la distribución de oportunidades, recursos y opciones para los hombres y las mujeres de

**4.** ONU MÉXICO: EL LIDERAZGO DE LAS MUJERES ES FUNDAMENTAL PARA CREAR UN MUNDO MÁS IGUALITARIO. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>

**5.** <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/54cf2a85-5292-5c32-b4c9-0393ad5598c3>

**6.** <https://www.worldbank.org/en/topic/gender/brief/gender-equality-at-a-crossroads>

modo que tengan el mismo poder de dirigir sus propias vidas y contribuir a sus familias, comunidades y países.

El empleo de las mujeres puede ser un motor central del crecimiento inclusivo. En promedio, el PIB per cápita en el largo plazo sería casi un 20% más alto si se subsanaran las brechas de género en el empleo. En algunos estudios, se estima que los beneficios económicos mundiales oscilan entre 5 billones de dólares y 6 billones si las mujeres crearan nuevos negocios y los ampliaran al mismo ritmo que los hombres. En el contexto de un mayor riesgo de estancamiento, y una posible recesión en muchas partes del mundo, será costoso para los países depender del talento de sólo la mitad de su población. Abordar las brechas de género es ya un tema crítico para tener la oportunidad para aumentar los ingresos y estimular el crecimiento<sup>7</sup>.

Sin embargo, el progreso ha sido lento, las tasas de participación femenina en la fuerza laboral caen muy por debajo del 40% en los países de bajos ingresos. Persisten importantes brechas salariales de género y, en muchos países, las mujeres todavía están agrupadas en sectores y ocupaciones típicamente asociados con menores ganancias, donde aún se tiene ausencia de contratos de trabajo y falta de protección.

Es importante tener en cuenta que, si bien se han logrado avances, aún queda mucho por hacer para tener una verdadera equidad de género, por lo que se necesitan acciones continuas y coordinadas en los ámbitos legal, social, económico y cultural para superar los desafíos y garantizar la igualdad de oportunidades y derechos para todas las personas, independientemente de su género.

---

**En México, muchas de las empresas que han seguido el camino de tener una mayor participación de mujeres en sus filas han centrado sus actividades en generar programas y políticas para promover la igualdad de género; para ello han establecido metas ambiciosas para aumentar la representación de mujeres en puestos de liderazgo. McKinsey (2022) señala que actualmente, sólo el 4% de las empresas indica que no incluyen la diversidad de género en su agenda estratégica, en comparación con el 9% en 2017.**

---

<sup>7</sup> [https://www.bancomundial.org/es/topic/gender/overview?cid=ECR\\_GA\\_worldbank\\_ES\\_EXTP\\_search&s\\_kwid=AL18468!3!665400387546!b!!g!!oportunidades%20para%20las%20mujeres&gclid=Cj0KCQ-jwk96IBhDHARIsAEK04xa2-ZyEXSYhiQrEs7TiZ6f--32LKAK5K6Bq\\_Iz1\\_vOtMpzv6uGb808aAoE-EALw\\_wcB](https://www.bancomundial.org/es/topic/gender/overview?cid=ECR_GA_worldbank_ES_EXTP_search&s_kwid=AL18468!3!665400387546!b!!g!!oportunidades%20para%20las%20mujeres&gclid=Cj0KCQ-jwk96IBhDHARIsAEK04xa2-ZyEXSYhiQrEs7TiZ6f--32LKAK5K6Bq_Iz1_vOtMpzv6uGb808aAoE-EALw_wcB)



## Enfoque de equidad de género

# Contexto internacional

---

Desde sus inicios, la ONU se ha encargado de establecer organismos, comités y convenciones que velen por los derechos de la mujer. Dentro de esta trayectoria se encuentra la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW por sus siglas en inglés) que tuvo lugar en 1979.

Actualmente, CEDAW se identifica como uno de los comités internacionales más relevantes y activos, pues define de manera puntual un plan de acción cuyo propósito es eliminar las formas de discriminación de cualquier tipo. También está la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer que se encarga de promover la equidad de género. A estos organismos se suma ONU Mujeres que atiende temas de igualdad de género y concentra instituciones dedicadas al desarrollo de la mujer:

De los trabajos de ONU Mujeres y del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) surgieron el Índice de Empoderamiento de las Mujeres (IEM) y el Índice Global de Paridad de Género (IGPG) para medir la paridad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Estos índices ofrecen nuevas perspectivas complementarias para entender y evaluar los avances en el desarrollo humano, así como el poder y las libertades de las mujeres. Juntos revelan los complejos desafíos a los que se enfrentan las mujeres en todo el mundo y contribuyen a orientar intervenciones y políticas.

El IEM mide el poder y la libertad de las mujeres para tomar decisiones y aprovechar las oportunidades de la vida en cinco dimensiones: salud, educación, inclusión, toma de decisiones y violencia contra las mujeres; mientras que el IGPG evalúa la situación de las mujeres en relación con los hombres en dimensiones básicas del desarrollo humano como salud, educación, inclusión y toma de decisiones.

# México, entre avances y desigualdades

---

En México se han implementado diversas acciones y políticas para promover la equidad de género. Algunas de las iniciativas y medidas tomadas en el país incluyen leyes, programas y campañas como la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia; la Ley Federal del Trabajo; el Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres; el Programa Nacional de apoyo para las Empresas de Mujeres; además de cuotas de género y acciones afirmativas para aumentar la representación de mujeres en cargos de toma de decisiones. Asimismo, se han implementado acciones afirmativas para promover la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral y educativo.

Nuestro país ha logrado un avance significativo para alcanzar los derechos de las mujeres y la equidad de género, principalmente en tres áreas fundamentales en el nivel federal: el fortalecimiento del derecho interno para asegurar la igualdad entre mujeres y hombres; una fuerte institucionalidad de género y el incremento de los recursos públicos etiquetados a la equidad de género. No obstante, en términos de equidad de género, aún existen desafíos significativos, por ejemplo, en el acceso a la educación y al mercado laboral.

Si bien, en México se ha logrado un aumento significativo en la tasa de alfabetización y el acceso a la educación primaria y secundaria para las niñas, aún persisten brechas de género en el acceso a la educación superior y en áreas de estudio consideradas tradicionalmente masculinas, como ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM, por sus siglas en inglés). En 2022, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) encontró que sólo tres de cada 10 profesionistas en STEM son mujeres, por lo que en todo el país las mujeres en carreras STEM tendrían que aumentar en al menos 71% para alcanzar un nivel similar al de los hombres<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup>. <https://imco.org.mx/mujeres-en-stem-en-los-estados/#:~:text=Sin%20embargo%2C%20en%20M%C3%A9xico%20las,profesionistas%20en%20STEM%20son%20mujeres.>

En cuanto al mercado laboral, a pesar de los avances en la participación de las mujeres, persisten desigualdades significativas: una brecha salarial de género, donde las mujeres generalmente ganan menos que los hombres por trabajo de igual valor. Además, las mujeres tienen una representación limitada en puestos de liderazgo y enfrentan barreras y estereotipos de género en su desarrollo profesional. Lo anterior, independientemente de la existencia de ramas económicas donde la mayoría de las personas ocupadas son mujeres de bajo perfil educacional y bajo nivel salarial.

De acuerdo con el reporte de McKinsey Women in the Workplace 2022 “estamos en medio de una *gran ruptura* en la que las mujeres exigen más de su trabajo y están dejando a sus empresas en cantidades sin precedentes para conseguirlo”. En ese sentido, el porcentaje de líderes mujeres que generan sus propias oportunidades pasó de 8% en 2017 a 10.5% en 2022<sup>9</sup>.

---

**En cuanto a liderazgo, en el estudio Woman Matter México 2022 se expone que, pese a que existen indicadores de su impacto financiero, en la productividad y clima organizacional, en nuestro país hay un déficit de representación femenina en puestos de liderazgo.**

Según el Índice Global de Brecha de Género del Foro Económico Mundial, México se posicionó en el lugar 33 de 146 países evaluados con un puntaje de 76.5, lo que representa un retroceso de dos posiciones a nivel global en comparación con 2022. Entre los países de América Latina y el Caribe, México también cayó dos lugares, y ahora ocupa la sexta posición de 22 países, después de Barbados (76.9), Chile (77.7), Jamaica (77.9), Costa Rica (79.3) y Nicaragua (81.1).

---

<sup>9</sup>. [https://www.mckinsey.com/~/\\_media/mckinsey/featured%20insights/diversity%20and%20inclusion/women%20in%20the%20workplace%202022/women-in-the-workplace-2022.pdf](https://www.mckinsey.com/~/_media/mckinsey/featured%20insights/diversity%20and%20inclusion/women%20in%20the%20workplace%202022/women-in-the-workplace-2022.pdf)

En los subíndices de educación y salud, México prácticamente alcanza la paridad de género al mantener un puntaje por encima de 97 en ambas áreas desde 2006. El subíndice de Empoderamiento político es el que ha impulsado en mayor proporción los avances hacia la equidad de género en el país. En 2023, México ocupa la posición 15 de 146 países evaluados con mejor puntaje en este ámbito, lo que representa un avance de 35.7 puntos desde 2006; desde entonces, el país ha ascendido 30 posiciones.

Esta mejora se puede atribuir a la paridad que existe en el Congreso Federal, lograda gracias a las cuotas de género implementadas en 2014 que garantizan la participación y representación de las mujeres en la vida democrática del país. Además, México está cerca de alcanzar la paridad en el ámbito ministerial, ya que 42.1% de los ministros son mujeres.

Sin embargo, a pesar de estos avances, el mayor reto que enfrenta México es la equidad de género en el ámbito económico. El país tiene un puntaje de 60.1, lo que lo posiciona en los últimos lugares de este subíndice (110 de 146) junto a Costa de Marfil y Bosnia Herzegovina. De acuerdo con el Foro Económico Mundial, el indicador en el que México tiene peor desempeño es la tasa de participación laboral (posición 125), con una relación 76% hombres vs. 24% mujeres. Además, en términos de ingreso promedio e igualdad salarial, México ocupa las posiciones 112 y 117, respectivamente.

Alcanzar mejores estándares en México es posible, así apuntan los datos y las voluntades. Para ello se requieren acciones para acelerar el proceso y cerrar las brechas entre hombres y mujeres. Un primer paso es analizar las políticas públicas y empresariales que están implementando los países líderes en el Índice Global de Brecha de Género.

---

**Asimismo, es necesario promover acciones para sumar a más mujeres a la economía y avanzar hacia la igualdad de género en el mercado laboral. Algunos ejemplos incluyen adaptar las condiciones de los puestos a las necesidades de las mujeres, en especial los de mayor jerarquía, así como promover la igualdad salarial a través de establecer tabuladores de salarios por nivel de puestos que estén al alcance de todos.**

# Empresas mexicanas, enfoque de equidad de género y perspectivas

---

En 2020 cuatro organizaciones se unieron para que, haciendo uso de la Herramienta Empresarial de Género WEP en México, se recopilara información relevante para hacer un ejercicio de autoevaluación de las empresas que ayudara a identificar las fortalezas y áreas de mejora en los temas que abarca la herramienta.

ONU Mujeres, Pacto Mundial México, Consejo Mexicano de Negocios y Consejo Coordinador Empresarial fueron las organizaciones que se unieron para hacer el ejercicio que incluyó a 44 empresas mexicanas y filiales de empresas multinacionales.

La información de las 44 empresas se recabó en abril de 2020 a partir de las respuestas ingresadas en la Herramienta Empresarial de Género WEP que analizó la información mostrando el desempeño por áreas: liderazgo, lugar de trabajo, mercado y comunidad.

La Herramienta Empresarial de Género WEP fue creada con el objetivo de apoyar a las empresas a identificar brechas y oportunidades para el mejoramiento continuo de la empresa en igualdad de género; es una de las principales herramientas de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEP por sus siglas en inglés) los cuales ofrecen al sector privado orientaciones prácticas sobre cómo empoderar a las mujeres en el lugar de trabajo, los mercados y la comunidad.

Estos principios, producto de la asociación entre la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, ONU Mujeres y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas están diseñados para ayudar a las empresas a examinar las políticas y prácticas con las que cuentan, así como a crear otras nuevas en el ámbito del empoderamiento de las mujeres. Se trata de una plataforma de negocio que ha constituido una Red de Principios para el Empoderamiento de las Mujeres y ofrece ejemplos y experiencias de éxito del mundo empresarial.

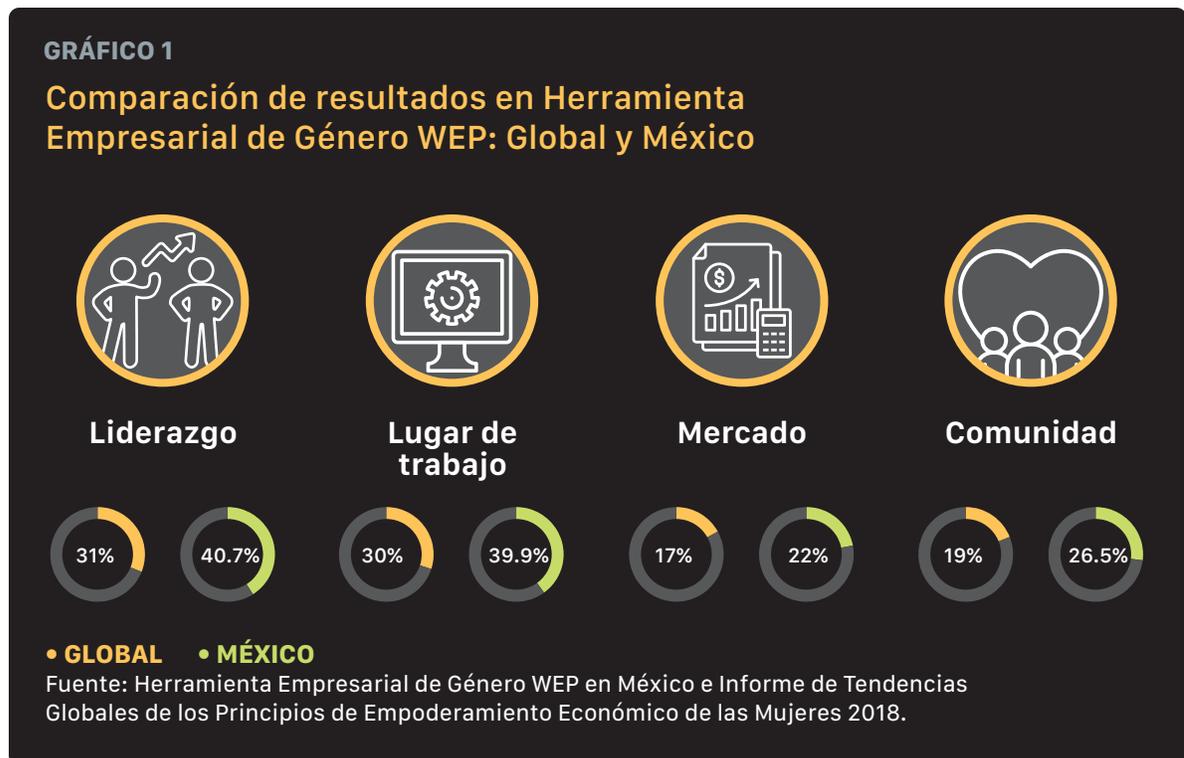
Los principios WEP son:

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.

Los temas que aborda la herramienta en cada área son:

- **Liderazgo.** Estrategia de igualdad de género que abarque toda la organización.
- **Lugar de trabajo.** Salud, seguridad e higiene, desarrollo profesional, compensación igualitaria, licencia de maternidad, licencia de paternidad, apoyo a padres, madres y cuidadores(as), violencia, hostigamiento y explotación sexual.
- **Mercado.** Marketing con perspectiva de género, desarrollo de productos/servicios con perspectiva de género, relaciones con empresas propiedad de mujeres.
- **Comunidad.** Perspectiva de género en las relaciones con la comunidad.

En el gráfico 1 se puede observar la posición de México en comparación con el resto de los países participantes (44) que han utilizado la Herramienta Empresarial de Género WEP. El desempeño de las empresas en nuestro país en cada una de las cuatro áreas (medido como porcentaje a partir de las respuestas a las 18 preguntas de la Herramienta) indica una marcada diferencia o el punto de partida para continuar el camino a la equidad de género.



# Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF

---

En un seminario web organizado por el Comité de Ética y Responsabilidad Social del IMEF en septiembre de 2020, los directivos de EDGE (Economic Dividends for Gender Equality) y representantes del Banco de México presentaron un caso concreto: la experiencia y los resultados de la certificación EDGE en el que proporcionaron datos estadísticos que ilustraron la evolución de la equidad de oportunidades para las mujeres en las organizaciones, así como en sus prácticas y procesos.

Este evento marcó el inicio de un enfoque más centrado en la divulgación de indicadores relacionados con la equidad de género en el país por parte del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF) y de Mujeres en Finanzas (MEF). Además, despertó el interés en desarrollar una metodología que permitiera medir la situación actual y, por ende, evaluar la evolución y los logros alcanzados.

Las directoras de MEF ya tenían experiencia previa con herramientas de evaluación relacionadas con el progreso de las organizaciones en la implementación de políticas y prácticas de equidad de género. Durante las reuniones de trabajo, compartieron los instrumentos del Pacto Mundial de la ONU, promovido por ONU Mujeres y gestionado por el Banco Interamericano de Desarrollo.

## **EL CAMINO HACIA EL PREMIO A LA EQUIDAD DE GÉNERO: COLABORACIÓN E INNOVACIÓN BASADA EN LAS MEJORES PRÁCTICAS**

Por lo tanto, en el año 2020 se iniciaron las conversaciones para establecer una colaboración entre el IMEF y MEF con el propósito de desarrollar y lanzar el Premio a la Equidad de Género. Este convenio fue firmado en abril de 2021. Posteriormente, se llevaron a cabo los trabajos de selección de los reactivos que serían utilizados en el Premio a la Equidad de Género.

Una de las ventajas de la certificación EDGE radica en su enfoque en el trabajo de campo y la organización de sus reactivos en cuatro pilares, respaldados por un sólido requisito de presentación de pruebas numéricas y el valioso aporte de retroalimentación de los propios colaboradores respecto a lo declarado por la organización. Los cuatro pilares son:

- 1. Representatividad de género en todos los niveles.**
- 2. Equidad de pago.**
- 3. Efectividad de las políticas para asegurar en la práctica** (con evidencias) desarrollos de carrera para mujeres y hombres en términos de remuneración equitativa para ambos por trabajo equivalente, reclutamiento y promoción; desarrollo de liderazgo, entrenamiento y mentoreo; trabajo flexible y cultura organizacional.
- 4. Cultura organizacional inclusiva** reflejada mediante la calificación de los empleados, en términos de oportunidades para el desarrollo de su carrera.

La matriz de calificaciones, por ser una certificación, incluye requerimientos límite. Por ejemplo, que el rango de diferencia entre el promedio de salarios entre mujeres y hombres en cada nivel no rebase el 5%. La integración del Consejo de Administración con un mínimo de 30%. Retención superior al 60%. Respecto al trabajo flexible, el mentoreo, reclutamiento y promociones, un mínimo de 65% de paridad. Y, en el levantamiento de respuestas de los colaboradores, tendría que haber aprobaciones superiores al 50% de los puntos a tratar sobre esos mismos cuestionamientos.

En contraste, los planteamientos de ONU Mujeres, además de preguntar sobre las mismas prácticas, no establece mínimo requerido, sino que para cada reactivo hay cuatro niveles de respuesta:

- 1. Estar interesados en el tema.**
- 2. Han planeado implementarlo.**
- 3. Lo han implementado.**
- 4. Se cuenta con evidencias numéricas publicadas.**

Para cada reactivo hay opción de seleccionar digitalmente el grado de avance, lo cual facilita calificarlos.

En adición a los temas que coinciden con los de EDGE, exceptuando la pregunta específica de los integrantes del Consejo, los reactivos de ONU Mujeres tienen una redacción más expresiva.

Así, de las dos experiencias, IMEF/MEF estableció su propio criterio, agregando la validación del trato con equidad de género en los colaboradores de los proveedores y aliados de negocio, en aspectos publicitarios y de mercadeo de la propia organización para no usar a la mujer como objeto, sino respetando su dignidad, los permisos de maternidad y paternidad remunerados, así como garantizar los entornos libres de violencia, seguros y con apoyo al cuidado de la salud e higiene, aunque no se incluyó el cuidado a los padres. De lo anterior surgieron 18 reactivos que se agruparon en cuatro pilares:

- 1. Efectividad de las políticas y lineamientos.**
- 2. Representatividad de las oportunidades.**
- 3. Brecha salarial.**
- 4. Equidad en la salud y cuidado infantil.**

Con una metodología basada en las experiencias previas y aportaciones, resultado del estudio de integrantes del IMEF-MEF, se estructuró el Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF y se lanzó la convocatoria para la primera edición, la cual concluyó a mediados de 2022 con datos de 2021 y ahora se presentan los resultados de la edición 2023 con datos de 2022.

---

**De las reuniones con los Jurados —académicos, investigadores del tema y directivos de organizaciones independientes interesados en la equidad de género, así como con integrantes del Comité Técnico Revisor del Premio— se ha obtenido retroalimentación para solicitar a los concursantes una mayor cantidad de evidencias numéricas y reconocer con mejor calificación si muestran evidencia de mejorar a través de los años.**

A esta evolución se ha sumado la aportación de casos de éxito donde se muestre el impacto positivo de haber incluido un mayor número de mujeres en la organización, ya sea por su sensibilidad de trato y criterio, como por la aportación financiera al negocio. También se ha añadido el criterio no sólo de remunerar de forma igualitaria a mujeres y hombres por un mismo trabajo, sino de reducir la desigualdad entre niveles organizacionales, tema que para los países de donde se tomaron ideas para la elaboración del cuestionario del Premio IMEF-MEF no tiene tanta incidencia como en México.

Considerando lo anterior, el Premio a la Equidad de Género quedó conformado por cuatro pilares y 18 reactivos que se aprecian en la tabla 1.

TABLA 1

**Premio a la Equidad de Género. Cuatro pilares y 18 reactivos**

<b>PILAR</b>	<b>REACTIVO</b>
I Efectividad de políticas y lineamientos	1. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.
	2. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (incluye representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos que impulsan acciones de responsabilidad social o bien difusión de la equidad en su publicidad).
	3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.
	4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.
II Oportunidad, representatividad y difusión de resultados	5. Perfiles de puesto adaptados con enfoque de igualdad de género en apoyo de las obligaciones familiares.
	6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.
	7. Buena reputación y marca corporativa de la empresa, derivada del enfoque de equidad de género.
	8. Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género, para el suministro y la contratación de proveedores.
	9. Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.
	10. Desarrollo de marketing con promoción de la equidad de género (incluye desarrollo de productos y servicios de ser el caso).
III Brecha salarial	11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.
	12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.
	13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.
	14. Proceso de desarrollo y promoción profesional de las mujeres en la empresa, bajo un marco de igualdad de oportunidades.
IV Equidad, género, protección, infancia, familia	15. Maternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, entre otros.).
	16. Paternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, entre otros.).
	17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).
	18. Salud de las mujeres en el ámbito laboral.

# Interés por participar. Los primeros resultados

---

En la primera edición del Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF participaron 55 empresas, de las cuales 24 fueron capaces de entregar evidencias para los 18 reactivos solicitados. Algunas de las organizaciones señalaron que, aun cuando no pudieron entregar toda la información, el cuestionario les sirvió para saber qué elementos tienen que desarrollar. Fueron agrupadas en tres categorías por nivel de plantilla laboral: de 100 a 500, de 501 a 1,000 y más de 1,000 colaboradores en el país, para la segunda edición se reconsideraron las categorías quedando divididas en más de 15,000 colaboradores, de 501 a 15,000 y de 500 o menos. Las empresas mejor evaluadas se destacaron por tener en común varios aspectos relevantes, como:

- **Un órgano encargado de promover la equidad** que se encuentra a nivel del Consejo de Administración, con un responsable líder a nivel del grupo que conforma la Dirección General.
- **Reconocimientos de responsabilidad social**, además de certificaciones específicas sobre equidad de género.
- **Datos sobre la cantidad de hombres y mujeres en cada nivel organizacional.**
- **Estadísticas comparativas de los niveles salariales entre mujeres y hombres**, de acuerdo con el grado jerárquico dentro de la organización.
- **Casos de utilización de las políticas de equidad**, promoción de la mujer e impulso al exterior de la empresa de las buenas prácticas de impulso a la mujer en el trabajo.
- **Registro en el tiempo de las prácticas** que se han llevado a cabo al interior de la organización.

Las empresas que se distinguieron por sus mejores prácticas en materia de la equidad de género en 2022 con datos de 2021 fueron:

- Banco Santander México
- Chevez, Ruiz, Zamarripa
- General Motors de México
- Grupo Bolsa Mexicana de Valores
- PwC México
- S&P Global México
- Tecnológico de Monterrey

En el cuadro 1 se muestran algunas estrategias y acciones por las que estas empresas son las pioneras en el Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF.

**CUADRO 1**

**Finalistas Premio a la Equidad de Género 2022 (con datos de 2021)**



**S&P Global México**

Hay involucramiento directo del CEO; tiene una estrategia integral de diversidad respaldada por el CEO, un Consejo de Diversidad integrado por el nivel superior de la organización liderado por una Chief Corporate Responsibility and Diversity Officer quienes han emitido una serie de políticas de apoyo a la Equidad e Inclusión. Los empleados tienen acceso a una amplia variedad de iniciativas de D&I, como grupos de empleados como un recurso (ERG), programas de mentoría y coaching, alcance comunitario e iniciativas de adquisición y desarrollo de talento.

**Bolsa Mexicana de Valores**

Cuenta con una política de derechos humanos, inclusión y bienestar laboral en la que se establecen los compromisos del Grupo en materia de protección a los derechos humanos y un entorno laboral basado en la inclusión y bienestar laboral. En 2021 lanzaron el programa de diversidad e inclusión; en 2022 estaban buscando generar un diagnóstico de la organización para después diseñar el plan de acción, implementación, seguimiento y medición.

**Chevez Ruiz Zamarripa**

El Comité Ejecutivo de Diversidad e Inclusión empezó a trabajar en su programa de equidad de género, denominado LeaderSHE, en 2017. Está enfocado en generar cambios en la comunicación, interacción y desempeño del trabajo en un ambiente abierto y equitativo, buscando una convivencia y liderazgo inclusivo. En 2021 lanzaron el subcomité de mujeres que busca definir, dar seguimiento y medir los objetivos del programa, cuyas prácticas están definidas en el código de conducta y ética, política de reclutamiento y selección, reglamento interno de trabajo, así como en el protocolo para prevenir actos de discriminación, violencia laboral, acoso y hostigamiento.

**Banco Santander México**

La diversidad, equidad e inclusión son objetivos clave de la estrategia de Banca Responsable y del banco. Cuenta con un plan de trabajo anual sobre equidad de género que está apoyado en la política y principios de diversidad inclusión y que es implementado por el Consejo de Diversidad, Equidad e Inclusión que busca impulsar iniciativas para eliminar la brecha de género y lograr espacios de trabajo donde mujeres y hombres tengan las mismas oportunidades de desarrollo. Su plan de acción involucra colaboradores, clientes y comunidad.



**El Tecnológico de Monterrey (Tec)**

Cuenta con una vicerrectoría enfocada en este tema que sigue un plan de igualdad de género que tiene como propósito la creación e implementación de políticas y acciones para avanzar hacia la igualdad de oportunidades. El plan se actualizó con base en los principios de empoderamiento de la mujer (WEP) de ONU Mujeres y se implementó en septiembre de 2021. El plan aborda cuatro ejes que sirven como guía para la generación de 36 acciones consideradas indispensables para reducir las brechas de género. Los ejes son: Políticas y guías a favor de la igualdad de género; Liderazgo y desarrollo de las mujeres; Formación e investigación con perspectiva de género; y Erradicación de la violencia de género y la discriminación.



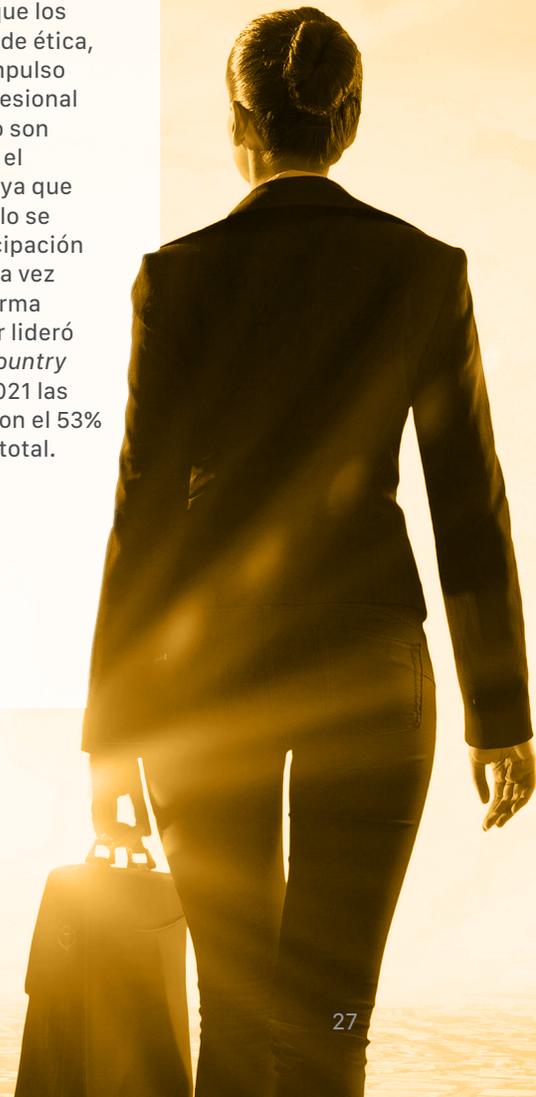
**General Motors México (GMC)**

El objetivo de la cultura de GMC es ser inclusivo; su código de ética cuenta con una sección en la que destaca su compromiso con la diversidad y garantizar la igualdad de oportunidades, también tienen un plan de diversidad de género que se implementa a través de un comité de diversidad e inclusión liderado por el comité ejecutivo de la compañía y su alcance son todos los *stakeholders*. En 2020 se lanzó la iniciativa global para ser la empresa más inclusiva del mundo y se creó la posición de *Chief Diversity, Equity and Inclusion Officer* para apoyar el desarrollo de las estrategias en la compañía.



**PwC México**

Trabaja todos los días para ser un espacio laboral inclusivo donde todas las personas puedan ser ellas mismas. Están convencidos que los grandes estándares de ética, cumplimiento y el impulso del crecimiento profesional del talento femenino son fundamentales para el éxito de su negocio, ya que la inclusión plena solo se alcanza con la participación de todos. Por primera vez en la historia de la firma mexicana, una mujer lideró PwC México como *Country Senior Partner*. En 2021 las mujeres constituyeron el 53% de su fuerza laboral total.



# Premio a la Equidad de Género 2023 (con datos de 2022)

El interés por participar en el Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF se incrementó en el año 2023, gracias al esfuerzo de promoción y divulgación de las mejores prácticas corporativas enfocadas en el tema que han implementado las organizaciones ganadoras, así como por una participación constante en medios para darle visibilidad y prestigio al Premio.

Estas iniciativas se reflejaron en la edición 2023 al aumentar casi el doble de organizaciones inscritas: 101, de las cuales 43 entregaron información y 13 fueron finalistas; 14 de las 43 participaron por segunda ocasión y seis de ellas llegaron a la etapa de finalistas nuevamente por tener las mejores prácticas (Santander, General Motors México, S&P, Grupo Bolsa Mexicana de Valores, PwC México y Chevez, Ruiz Zamarripa). De estas seis, tres obtuvieron el primer lugar en su categoría como se puede ver en el cuadro 2.

## Finalistas

### CATEGORÍA 1

Más de 15,001  
colaboradores



### CATEGORÍA 2

Entre 501 y 15,000  
colaboradores



### CATEGORÍA 3

Menos de 500  
colaboradores con ingresos  
o ventas superiores a  
250 millones de pesos



# Las razones de volver a participar

---

**Chevez, Ruiz, Zamarripa** volvió a participar en el Premio de Equidad de Género IMEF-MEF con el objetivo de mejorar y fortalecer sus prácticas orientadas a la equidad de género y también para demostrar los avances logrados. “Esta decisión fue motivada por nuestro Programa Culture C+, el cual, nos permite crear y promover una cultura consciente en la que todas las experiencias, intereses, puntos de vista y habilidades son respetadas, promoviendo una cultura organizacional en la que todas las personas son reconocidas y valoradas por igual”, señaló la Firma para la que ganar el Premio de Equidad de Género sería un gran logro, ya que reflejaría su compromiso en cuestiones de equidad, diversidad e inclusión y reforzaría su liderazgo en el sector al que pertenece.

La decisión de General Motors México de volver a participar se dio porque “creemos que este tipo de reconocimientos nos da el punto de vista de un tercero que nos impulsa a seguir mejorando y da visibilidad de la relevancia del tema de equidad de género”. Y esto va en línea con la declaración de 2020 de su Chair y CEO, Mary Barra, en el sentido de trabajar para que General Motors sea la empresa más inclusiva del mundo. Inscribirse en el premio es estar caminando en esa dirección.

PwC México volvió a participar por “nuestro compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión es firme e inamovible”. Además, porque: “En nuestro país todavía existe una importante correlación entre la identidad de una persona (su género, identidad sexual, origen étnico, tono de piel, entre muchos otros factores) y el acceso a oportunidades, es por ello por lo que nuestra estrategia de diversidad, equidad e inclusión, con un enfoque en datos, está centrada en asegurar que todos nuestros colaboradores tengan la misma experiencia profesional, esto incluye evaluaciones y promociones libres de sesgos, especialmente de género”, consideran en PwC México donde saben que aún queda mucho camino por recorrer y que este premio es una gran motivación para seguir trabajando por una sociedad justa, equitativa e inclusiva con todas las personas.

En Grupo Bolsa Mexicana de Valores están convencidos de que el trabajo encaminado a fomentar y generar espacios para la equidad de género en la empresa y en el mercado no es finito, es continuo, evoluciona y les da la oportunidad de tener un mayor impacto cada vez. “Ser finalistas o ganar el Premio de Equidad de Género en cada entrega es un honor, pero haberlo logrado en una ocasión no significa que el trabajo esté concluido, sino que es un aliciente para saber que vamos por buen camino y, sobre todo, que somos ejemplo o invitamos a otros a iniciar el recorrido”.

# Los resultados de 2023

En la tabla 2 se presentan los 18 reactivos, 12\* de las 13 empresas finalistas en 2023 y con un punto rojo el señalamiento en cada uno de los participantes de los reactivos que merecieron en 2022 mayor atención y/o requieren trabajo a partir de esa fecha por los resultados obtenidos. Se muestran de forma general, es decir, sin marcar si tuvieron mayor o menor puntajes, debido a que la intención es presentar los reactivos que son y estarán siendo atendidos a partir del trabajo realizado en 2022 y presentado en 2023, sin que esto reduzca las acciones respecto a los demás reactivos.

**TABLA 2**

## Incidencias en reactivos sin mostrar puntaje

PILAR	REACTIVO	SANTANDER	HSBC
	1. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.	●	
1	2. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, impulsan acciones de responsabilidad social o bien difusión de la equidad en su publicidad).	●	●
	3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.		
	4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.		
	5. Perfiles de puesto adaptados con enfoque de igualdad de género en apoyo de las obligaciones familiares.		
	6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.		
	7. Buena reputación y marca corporativa de la empresa, derivada del enfoque de equidad de género.		
2	8. Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género, para el suministro y la contratación de proveedores.	●	
	9. Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.	●	
	10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).	●	
	11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.		
	12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.		
3	13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.		
	14. Proceso de desarrollo y promoción profesional de las mujeres en la empresa, bajo un marco de igualdad de oportunidades.		●
	15. Maternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, entre otros).		●
4	16. Paternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, entre otros).		
	17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).		●
	18. Salud de las mujeres en el ámbito laboral.		●

\*PwC México participó en el Premio a la Equidad de Género 2023, pero debido a sus políticas globales no podemos compartir de forma individual la información que proporcionaron para la evaluación. Por esta razón se excluye de esta tabla.

DANONE	AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL	CHEVEZ RUIZ ZAMARRIPA	EY MÉXICO	GM	HOSPITALES MAC	MANPOWER GROUP	ADECCO	S&P	GBMV	#	PILAR
								●	●	1	1
	●	●			●			●	●	2	
	●			●	●					3	
	●	●				●				4	
			●			●				5	2
●	●	●							●	6	
	●	●				●		●	●	7	
				●		●			●	8	
		●	●	●	●	●	●		●	9	
●	●		●		●				●	10	
	●	●					●	●	●	11	3
●	●									12	
			●		●	●				13	
	●	●	●		●	●	●		●	14	
	●	●	●			●				15	4
				●		●	●			16	
	●	●	●		●	●	●			17	
	●			●	●					18	

Como resultado de lo expuesto en la tabla 2 se puede observar que el énfasis de las empresas recayó y recaerá en los reactivos:

- **2.** Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, impulsan acciones de responsabilidad social o bien difusión de la equidad en su publicidad).
- **9.** Mejorar el impacto financiero a través de la implementación de políticas relacionadas con la perspectiva de género y la igualdad, con la selección de casos de negocio que permitan documentar y compartir de manera efectiva sus logros.
- **10.** Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).
- **14.** Proceso de desarrollo y promoción profesional de las mujeres en la empresa, bajo un marco de igualdad de oportunidades.
- **17.** Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).

---

**Lo que indican los reactivos mencionados es la necesidad y la importancia de abordar tanto asuntos internos como externos en la empresa. Esto implica llevar a cabo acciones que promuevan la igualdad de oportunidades para las mujeres en todas las dimensiones, garantizando su integridad física, verbal, intelectual, psicológica, entre otras. Además, es fundamental que estos avances sean conocidos, compilados y difundidos al interior de la organización como en la comunidad en general.**

A continuación, se presenta un resumen de las contribuciones de los participantes finalistas en relación con los reactivos mencionados. La información resumida se basa en la documentación proporcionada y se presenta únicamente con fines de referencia, no como un dato concluyente en la evaluación. Los participantes se agrupan en categorías según el número de colaboradores. En los casos donde no se proporcionó información, puede deberse a la ausencia de actividad en ese ámbito o a restricciones de privacidad de las empresas que limitan la difusión pública de estos datos.

# ¿Cuál es la contribución de los participantes finalistas en relación con los reactivos?

**TABLA 3**

## **Finalistas categoría más de 15,000 empleados**

### **Pilar 1**

#### **Efectividad de políticas y lineamientos**

##### **1. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.**

<b>GENERAL MOTORS</b>	Cuentan con un Comité de Diversidad en México y un Grupo de Afinidad de Género para diseñar planes para garantizar una cultura incluyente.
<b>DANONE</b>	Cuenta con estudios sobre participación económica de la mujer, violencia de género, equilibrio personal y laboral de la mujer, así como programas inclusivos.
<b>HSBC</b>	Cuentan con política de diversidad e inclusión con foco en la no discriminación ni exclusión por motivo de género, etnia, discapacidad, orientación sexual ni de ninguna otra característica.
<b>SANTANDER</b>	Cuenta con una Política de Diversidad e Inclusión. Incluye los lineamientos que promueven la cultura de igualdad laboral, equidad de género y no discriminación para garantizar la igualdad de oportunidades para todas las personas.

##### **2. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa, (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, impulsan acciones de responsabilidad social o bien difusión de la equidad en su publicidad).**

<b>GENERAL MOTORS</b>	Por diversas acciones y programas específicos quiere ser considerada la compañía más incluyente.
<b>DANONE</b>	Tiene vínculos con organizaciones internacionales.
<b>HSBC</b>	Cuenta con la plataforma de aprendizaje entre empresas de la mano de IFC, organización parte del Banco Mundial para compartir su iniciativa, mejores prácticas y retos organizacionales para enfrentar la equidad de género.
<b>SANTANDER</b>	Se ha adherido a los Principios para el Empoderamiento de la Mujeres (WEPS). Desarrollaron la tarjeta de crédito Like U Pink cuya causa es contribuir al cáncer de mama, entre otras acciones.

##### **3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.**

<b>GENERAL MOTORS</b>	Todas sus vacantes internas y externas muestran el compromiso de diversidad al interior y exterior de la compañía. Cuentan con una política de reclutamiento con perspectiva de género. Todos los procesos de reclutamiento deben incluir al menos una mujer entrevistadora y una mujer candidata.
<b>DANONE</b>	A 2022 contaban con 42% directores femeninos y 42% ejecutivos femeninos.
<b>HSBC</b>	Cuentan con una política de diversidad que parte del principio de igualdad de capacidades. En 2021 tuvo 6,375 contrataciones de los cuales 3,013 fueron mujeres.
<b>SANTANDER</b>	Cuenta con una Política de Diversidad e Inclusión donde especifica la no discriminación por motivo de sexo y género en el proceso de reclutamiento y selección. También tiene un manual de publicación estándar en medios que especifica el uso de lenguaje inclusivo y no sexista en las publicaciones de vacantes.

##### **4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.**

<b>GENERAL MOTORS</b>	Cuentan con diversas acciones para que las mujeres se puedan enfocar en el desarrollo de su carrera, por ejemplo mentorías para mujeres con el fin de garantizar igualdad de condiciones y facilitarles su avance profesional. Sus procesos de promoción tienen en cuenta la igualdad de oportunidades.
<b>DANONE</b>	Cuentan con política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.
<b>HSBC</b>	Cuentan con política con enfoque de género e igualdad de oportunidades. El índice de mujeres contratadas en 2022 fue del 50%.
<b>SANTANDER</b>	Cuenta con un plan de equidad de género enfocado en impulsar el desarrollo de las mujeres en puestos de liderazgo.

**Pilar 2****Oportunidad, representatividad y difusión de resultados****5. Perfiles de puesto adaptados con enfoque de igualdad de género en apoyo de las obligaciones familiares.**

**GENERAL MOTORS** Sus perfiles plantean la igualdad de género.

**DANONE** Tienen la definición de perfiles de puesto con enfoque de igualdad de género.

**HSBC** Cuentan con facilidades de horario flexible, horario híbrido, horario escalonado y trabajo remoto. La única condicionante es que el colaborador no ocupe una posición que no requiera el contacto con clientes en horario de atención al público HSBC.

**SANTANDER** Tienen una distribución equitativa de mujeres y hombres por nivel.

**6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.**

**GENERAL MOTORS** Cuentan con diversos programas enfocados en este tópico. Por ejemplo, pláticas y talleres, recorridos de seguridad, capacitaciones, investigación de incidentes, prácticas de operación segura, semana global de seguridad, entre otras.

**DANONE** Cuentan con una política contra el acoso y la discriminación.

**HSBC** Agrupan los casos relacionados a bullying, acoso laboral, violencia y acoso sexual dentro de una categoría denominada workplace Harassment.

**SANTANDER** Cuentan con programas de bienestar para colaboradoras, plataforma de denuncias de conductas no éticas y Política de atención a denuncias de la línea ética

**7. Buena reputación y marca corporativa de la empresa, derivada del enfoque de equidad de género.**

**GENERAL MOTORS** Tiene diversos reconocimientos que apuntalan su reputación en diversos aspectos, incluido el de la diversidad y equidad de género.

**DANONE** Fue certificada por B Corporation como una empresa inclusiva que aporta beneficios económicos a la comunidad y por el periódico Financial Times como una de las empresas líderes en diversidad.

**HSBC** Todos los talentos usados para las campañas representan la equidad de género y el tono de voz de sus comunicaciones es incluyente por igual.

**SANTANDER** Tienen una estrategia de diversidad, equidad e inclusión que se difunde a través de sitios internos de diversidad e inclusión, intranet y en los foros y espacios presenciales. La estrategia considera a colaboradores/as de todas las áreas y centros de trabajo (Red de sucursales, Contact Center y Áreas centrales.)

**8. Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género, para el suministro y la contratación de proveedores.**

**GENERAL MOTORS** Cuentan con un código de conducta para proveedores. Ofrecen capacitaciones en su Centro de Desarrollo de Proveedores.

**DANONE** Establecen relaciones justas y éticas con sus socios comerciales basadas en su código de ética.

**HSBC** En el proceso para la incorporación de proveedores se solicita completar algunas preguntas referentes a este proceso como si la organización promueve la diversidad, equidad en función, si cuenta con un programa de diversidad.

**SANTANDER** Cuentan con una política de diversidad e igualdad que reafirma el respeto absoluto a todos los empleados, clientes y proveedores sin que las condiciones sociales, culturales, étnicas, económicas, de orientación sexual y de género, nacionalidad, religión o ideología menoscaben algún derecho oportunidad.

**9. Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.**

**GENERAL MOTORS** No tienen evidencias del impacto financiero. Imparten cultura de finanzas y han tenido a mujeres impartiendo dichos eventos.

**DANONE** Registran mejoras en diversos rubros.

**HSBC** Hay evidencia de que sí se mejora el impacto financiero en diferentes aspectos como: clientas nuevas, transaccionalidad tarjetas de débito y crédito, así como clientas vinculadas al banco.

**SANTANDER**

**10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género, (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).**

**GENERAL MOTORS** Cuentan con campañas enfocadas en la lucha contra los paradigmas sociales de género.

**DANONE** Sí tienen actividades y son reconocidas por la comunidad.

**HSBC** Sí cuentan con estrategias al respecto.

**SANTANDER** Obtuvieron el primer lugar en el índice de incorporación de enfoque de género dentro de la banca múltiple de la CNBV, el reconocimiento de International Finance Magazine como mejor banco de inclusión financiera en México por su iniciativa Tuio. Tienen productos financieros enfocados en las mujeres.

**Pilar 3****Brecha salarial****11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.**

**GENERAL MOTORS** Cuenta con una política corporativa en materia de compensación. Aplica la filosofía de pago por desempeño.

**DANONE** Sí hay compensación económica.

**HSBC** Se realiza una evaluación de beneficios, prestaciones, viáticos y bonificaciones de manera igualitaria. Todos los beneficios cuentan con las mismas reglas para hombres y mujeres.

**SANTANDER** Cuenta con una política que asegura que la remuneración, beneficios, prestaciones y acceso a la formación atienden exclusivamente a criterios de mérito y capacidad en relación con los requisitos del puesto de trabajo.

**12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.**

**GENERAL MOTORS** La política de la empresa considera la experiencia de los aspirantes sin importar género. El equilibrio de compensación de la compañía de manera anual revisa la competitividad en la industria en materia salarial.

**DANONE** Para disminuir la brecha salarial implementaron soluciones como homogenización de políticas de igualdad salarial en todas las unidades de negocio, diagnóstico de brecha salarial, revisión anual de salarios, auditoría de salarios.

**HSBC** Se cuenta con procedimientos para corregir las desigualdades salariales. Se llevan a cabo análisis sobre desigualdad salarial entre hombres y mujeres, niveles superiores e inferiores de la organización con periodicidad anual.

**SANTANDER** Cuentan con un indicador de brecha salarial.

**13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.**

**GENERAL MOTORS** Cuentan con una política basada en tres pilares de bienestar: mente, cuerpo y emociones.

**DANONE** Cuentan con horarios flexibles y licencias parentales.

**HSBC** Tienen un enfoque que considera el equilibrio entre trabajo y vida familiar de todos los empleados.

**SANTANDER** Tienen programas de flexibilidad laboral.

**14. Proceso de desarrollo y promoción profesional de las mujeres en la empresa, bajo un marco de igualdad de oportunidades.**

**GENERAL MOTORS** Cuentan con "Women", el grupo enfocado en atraer, comprometer, retener y desarrollar a mujeres para alcanzar los objetivos de negocio y la cultura ganadora. El grupo es liderado por empleadas y empleados de GM de México que tienen sesiones mensuales y eventos donde promueven temas de desarrollo personal y profesional.

**DANONE** Tienen programas de educación que van desde secundaria hasta maestría.

**HSBC** Cuentan con un programa para mujeres enfocado el desarrollo de habilidades de liderazgo en puestos directivos. El enfoque es en habilidades de networking, stakeholders, marca personal, evaluaciones 360° para establecer un plan formal de desarrollo y sesiones de mentoría y coaching.

**SANTANDER** Programas continuos de desarrollo con enfoque de género.

**Pilar 4****Equidad, género, protección, infancia, familia****15. Maternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, entre otros.).**

**GENERAL MOTORS** Cuentan con acciones al respecto.

**DANONE** No hace distinción entre padre o madre, solo entre cuidador primario y cuidador secundario.

**HSBC** Ofrecen licencias remuneradas por maternidad superiores a la ley, así como espacios específicos para lactancia, convenios con guarderías para descuentos y beneficios exclusivos.

**SANTANDER** Cuentan con programas variados (licencias de maternidad, esquemas escalonados de trabajo, salas de lactancia, acompañamiento con equipo médico del banco, convenios con guarderías, etc.).

**16. Paternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, entre otros.).**

**GENERAL MOTORS** Cuentan con acciones al respecto.

**DANONE** No se hace distinción entre madre o padre solo entre cuidador primario y cuidador un secundario.

**HSBC** Ofrecen licencias remuneradas por paternidad superiores a la ley.

**SANTANDER** Otorgan licencia de paternidad con beneficios superiores a lo establecido en la ley.

**17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).**

**GENERAL MOTORS** Cuentan con herramientas para impulsar acciones éticas

**DANONE** Cuentan con un programa que especifica los tipos de acoso, cómo levantar un caso, la implementación de políticas, entre otras acciones.

**HSBC** Tienen diversas estrategias para crear una cultura de trato digno incluyendo un protocolo y micrositio para atención de casos de violencia doméstica donde se ponga foco no solamente en los casos que pudieran suscitarse internamente, sino en los hogares de los colaboradores.

**SANTANDER** Cuentan con diversas políticas, entre ellas, la Política de Derechos Humanos que establece la eliminación de discriminación y prácticas que atenten a la dignidad de las personas, rechazo al trabajo forzado y explotación infantil, así como el respeto a los Derechos Humanos en relación con clientes/as y proveedores/as.

**18. Salud de las mujeres en el ámbito laboral.**

**GENERAL MOTORS** Tienen diversos programas. Por ejemplo, seminarios de salud, chequeos anuales específicos para mujeres, sala de lactancia, pláticas y talleres, entre otros.

**DANONE** Cuentan con diversas coberturas.

**HSBC** Todas las personas contratadas, hombres y mujeres, tienen por tiempo indeterminado una cobertura médica otorgada a través de una red de proveedores privados de médicos, hospitales, laboratorios y farmacias.

**SANTANDER** Acceso a los servicios de salud para todos los empleados y empleadas sin discriminación alguna.

TABLA 4

## Finalistas categoría 500 a 15,000 empleados

## Pilar 1

## Efectividad de políticas y lineamientos

## 1. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Promueve la equidad de género en todas las áreas de la empresa a través de políticas, programas, prácticas y procedimientos establecidos que involucran a los procesos y actividades propias del área de recursos humanos. Se enfocan en dar seguimiento a cualquier caso que atente contra la equidad de género, seguridad, dignidad y buen ambiente laboral.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Está adherida a los principios de empoderamiento de las mujeres WEPS como parte de las iniciativas de su programa Culture C+ con el objetivo de seguir fortaleciendo una cultura y liderazgo orientado a la equidad, diversidad e inclusión consciente en conjunto con Talent Lab revisó sus políticas y procesos internos.
<b>EY MÉXICO</b>	
<b>HOSPITALES MAC</b>	Tiene identificadas las posiciones ocupadas por mujeres en la organización.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Toma medidas estrictas en cuanto a la equidad e igualdad de género, ya que existen amparos y referencias oficiales que respaldan la ejecución de ciertos protocolos de conducta en caso de ser violados los códigos de ética y moral establecidos.

## 2. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, impulsan acciones de responsabilidad social o bien difusión de la equidad en su publicidad).

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Se publica anualmente el reporte de ESG donde se informa de manera externa todas las acciones que toma interna como externamente para apoyar no sólo la igualdad de género sino también la diversidad.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Cuentan con diversas estrategias para tal fin.
<b>EY MÉXICO</b>	
<b>HOSPITALES MAC</b>	Tiene resultados de evaluaciones en el tema publicados en algún medio para su consulta abierta. Su información es confiable para el público externo por las diferentes certificaciones y descripciones de puestos.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Ha ganado el World's Most Ethical Companies en 13 ocasiones, demostrando su compromiso ético. En las publicaciones referentes al proceso de reclutamiento publica las vacantes con un lenguaje incluyente y evita poner en los requisitos datos que pueden excluir a las personas.

## 3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Cuentan con una Política Global de Reclutamiento que establece criterios mínimos para el proceso de adquisición de talentos.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Cuentan con una política con enfoque de género e igualdad de oportunidades.
<b>EY MÉXICO</b>	Cuentan con capacitación para estimular la contratación de mujeres.
<b>HOSPITALES MAC</b>	Tiene resultados de las políticas en el tema, publicados para su consulta abierta.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Las vacantes están abiertas para cualquier persona que cumpla con el perfil requerido, sin importar su origen, género, edad, orientación sexual o condición física. Utilizan perfiladores de puesto en los cuales no vengan esas características.

## 4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Se cuenta con una Política Global de Reclutamiento, la cual aplica al proceso de reclutamiento y a la oferta laboral de todos los empleados permanentes de tiempo completo y de tiempo parcial, asimismo se establece que GBT es un empleador que ofrece igualdad de oportunidades y no discrimina en función de ninguna característica protegida, lo que incluye el género, el origen étnico, la edad, el color, la raza, la orientación sexual, la identidad de género, la discapacidad, la condición de veterano y otras características protegidas que se valoran y potencian el éxito individual, comercial y organizacional.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Sus políticas están orientadas a darles las mismas oportunidades de crecimiento, capacitación y compensación tanto a hombres como mujeres, sin importar origen, nacionalidad, religión, raza, expresión de género, edad, aspecto físico, orientación sexual, condición social, y/o cualquier otro aspecto.
<b>EY MÉXICO</b>	
<b>HOSPITALES MAC</b>	Tiene resultados de las políticas en el tema, publicados para su consulta abierta.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Sus políticas muestran resultados favorables en cuanto a equidad de género.

**Pilar 2****Oportunidad, representatividad y difusión de resultados****5. Perfiles de puesto adaptados con enfoque de igualdad de género en apoyo de las obligaciones familiares.**

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	No tienen una definición de género para los puestos.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Cuentan con una política.
<b>EY MÉXICO</b>	
<b>HOSPITALES MAC</b>	Cuenta con la base que debe tener cada descripción del puesto.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Ha demostrado ser muy general en cuanto a su definición de perfiles de puesto, priorizando conocimiento y experiencia y dejando de lado aspectos como el género.

**6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.**

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Cuentan con un consultorio donde de manera voluntaria las personas solicitan asesoría médica. Se realizan campañas de salud en sitio con servicios dedicados a la salud de las mujeres, descuentos de proveedores que incluyen padecimientos específicos del género. También tienen servicios de salud mental. Se cuenta con un sistema de denuncia segura y confidencial vinculado al Código de Conducta. Se atienden de manera inmediata las diversas denuncias y se le da el debido seguimiento a cada una. Herramienta de medición, ETHICS-NAVEX.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Cuentan con un protocolo para prevenir y/o atender actos de discriminación, violencia laboral y acoso u hostigamiento sexual.
<b>EY MÉXICO</b>	
<b>HOSPITALES MAC</b>	En su Código de Ética cuenta con un apartado de atención y denuncias, así como los medios de denuncia y se puede elaborar el proceso en su página web.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Tiene una política de acciones a favor del personal que establece los lineamientos para fomentar la igualdad entre la vida laboral y la vida familiar mediante acciones a favor del personal permanente.

**7. Buena reputación y marca corporativa de la empresa derivada del enfoque de equidad de género.**

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Cuentan con una serie de grupos con base en la diversidad.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Está adherida a los principios de empoderamiento de las mujeres WEPS como parte de las iniciativas de su programa Culture C+ con el objetivo de seguir fortaleciendo una cultura y liderazgo orientado a la equidad, diversidad e inclusión consciente en conjunto con Talent Lab revisó sus políticas y procesos internos.
<b>EY MÉXICO</b>	
<b>HOSPITALES MAC</b>	Tiene varios premios y reconocimientos. En su política de diversidad y equidad menciona la base de su reputación.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Ha recibido premios a la ética y diversos reconocimientos, pero también muestra interés en seguir aprendiendo, y esto lo hace mediante la oferta de webinars y eventos para fomentar la igualdad y cero discriminaciones.

**8. Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género para el suministro y la contratación de proveedores.**

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Cuentan con las herramientas para asegurar que el 50% de sus proveedores tienen un programa de equidad de género.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Se adhieren y dan cumplimiento a las políticas de sus clientes y proveedores, incluso comparten su información y datos para asumir sus compromisos.
<b>EY MÉXICO</b>	Tiene relaciones con: Cámara de Comercio Británica en México–Pride Alliance, Cámara de Comercio Americana en México, Pride Connection, UNLGBT Standards.
<b>HOSPITALES MAC</b>	Siendo una empresa Socialmente Responsable, menciona en su Código de Ética ciertos lineamientos.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Cuenta con políticas, protocolos y acciones.

### 9. Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.

**AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL** Plantean como un ejemplo claro de contribución de las mujeres en los resultados del negocio el hecho de que una línea de generación de ingresos es encabezada por una mujer directora.

**CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA** Previo a tomar cualquier decisión se hace un análisis externo en el cual se revisa el impacto y beneficios financieros que tiene adoptar políticas a favor de la equidad, diversidad e inclusión. Asimismo, hacen benchmark del mercado y se asesoran con proveedores externos. Estadísticamente no miden cambios de ingresos, costos o impacto social, pero al incrementar el grupo ejecutivo con más socias pudieron tener una mayor penetración con clientes. En 2022 tuvieron un incremento de 10% de clientes respecto 2021. En ventas tuvieron un incremento de 13% de ingresos cobrados en el 2022 vs. 2021.

#### EY MÉXICO

**HOSPITALES MAC** Cuenta con logros específicos de mejora en resultado y algunos se encuentran en consulta abierta.

#### MANPOWERGROUP

### 10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).

**AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL** Modelo de negocio es B2B, por lo que no aplica un marketing diferenciado como lo es en B2C.

**CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA** Realizan eventos de divulgación internos y también hacia el exterior de la empresa.

#### EY MÉXICO

**HOSPITALES MAC** Hace publicidad Inclusiva.

**MANPOWERGROUP** La mayoría de sus campañas son referentes a la inclusión y no discriminación general.

## Pilar 3

### Brecha salarial

#### 11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.

**AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL** Se tiene un enfoque de igualdad en compensación basado en igualdad de oportunidades para todos en la organización.

**CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA** Se enfocan en la equidad entre hombres y mujeres. En 2022 fue de 46 y 54%, respectivamente.

#### EY MÉXICO

**HOSPITALES MAC** Conoce internamente los resultados entre hombres y mujeres.

**MANPOWERGROUP** El sueldo es el mismo para el puesto, ya sea cubierto y desempeñado por hombre o mujer. Se tiene una Política para la determinación de sueldos del personal Staff.

#### 12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.

**AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL** Tienen un procedimiento (Global Pay Equity Analysis - Below Lower Range basado en el análisis de Willis Tower Watson), el cual consiste en evaluar la competitividad externa e interna de la compensación, independientemente del género.

**CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA** No se realiza ninguna distinción en temas salariales, ni de promoción; se mantiene una equidad interna en la cual la remuneración es de acuerdo con el puesto que desempeña cada colaborador, lo cual es constantemente medido para conocer las posibles brechas en las que deben enfocar sus esfuerzos. Realizan comparativos de sus KPI's en relación con años anteriores para romper con las brechas salariales.

#### EY MÉXICO

**HOSPITALES MAC** Conforme a su declaración (sin KPIs) no tienen desigualdad salarial entre hombres y mujeres en la misma función con las mismas habilidades.

**HOSPITALES MAC** Cuentan con un Manual de Gestión de Desempeño.

#### MANPOWERGROUP

#### 13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.

**AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL** Se cuenta con diversas políticas las cuales tienen como objetivo apoyar la productividad dentro de un ambiente laboral flexible que alienta a cada persona a desarrollar al máximo su potencial, balanceando su crecimiento personal, familiar y profesional.

**CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA** Cuentan con un programa con alcance a todos los colaboradores.

#### EY MÉXICO

**HOSPITALES MAC** Tienen un Toolkit para apoyar en la maternidad, si tienen trabajo flexible, y job sharing: como KPI, informan la cantidad de hombres y mujeres involucrados en ese programa.

**HOSPITALES MAC** Su Código de Ética menciona la importancia de brindar un equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres.

**MANPOWERGROUP** Cuenta con una política de acciones de personal en el que se busca un equilibrio en la vida personal y laboral.

#### 14. Proceso de desarrollo y promoción profesional de las mujeres en la empresa, bajo un marco de igualdad de oportunidades.

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Todos los colaboradores en la empresa cuentan con una plataforma de revisión de objetivos profesionales y de acuerdos para el desarrollo profesional que se evalúa semestralmente, entre otras acciones.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Cuentan con un programa que tiene entre sus principales objetivos fomentar la participación de mujeres en puestos de liderazgo, ofreciéndoles técnicas y herramientas bajo una perspectiva de género para romper estereotipos que pueden ser barreras en su desarrollo profesional.
<b>EY MÉXICO</b>	Cuentan con un programa robusto y bien comunicado dirigido al talento femenino.
<b>HOSPITALES MAC</b>	
<b>MANPOWERGROUP</b>	Cuenta con un manual de gestión de equidad de género que establece los criterios de ascenso y promoción del personal libre de discriminación.

#### Pilar 4

#### Equidad, género, protección, infancia, familia

#### 15. Maternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, entre otros).

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Existe un beneficio llamado PACE que consiste en una ausencia extendida remunerada en cierto porcentaje para facilitar las tareas de la nueva etapa de vida de la mujer, adicional a los programas de semana comprimida y horario especial.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Cuentan con política de maternidad, paternidad y permiso posnatal.
<b>EY MÉXICO</b>	Cuentan con mecanismos para proseguir la carrera y criar una familia.
<b>HOSPITALES MAC</b>	Cuentan con política para el apoyo a madres y un procedimiento para el trabajo en casa (home office) por la contingencia sanitaria, es benéfico para las madres.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Se tienen licencias por maternidad o paternidad. Asimismo, se cuenta con una acción a favor del personal para el tema de la lactancia.

#### 16. Paternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, entre otros).

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Se cuenta con una política de paternidad y adopción la cual tiene como objetivo apoyar a los empleados a lograr un balance entre sus responsabilidades laborales y sus necesidades familiares después del nacimiento o adopción de un hijo (a).
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Cuentan con política de maternidad, paternidad y permiso posnatal.
<b>EY MÉXICO</b>	Cuentan con mecanismos para proseguir la carrera y criar una familia.
<b>HOSPITALES MAC</b>	Cuentan con política para el apoyo a madres y un procedimiento para el trabajo en casa (home office) por la contingencia sanitaria, es benéfico para los padres.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Se tienen licencias por maternidad o paternidad.

#### 17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Las normas del Código de Conducta se extienden tanto a clientes como proveedores. Cualquier desviación a este código se puede denunciar a través de la línea de ética, en la cual se sigue un proceso para examinar las violaciones identificadas en los controles internos y adoptar medidas pertinentes para prevenir futuras violaciones.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Cuentan con un protocolo para prevenir atender y sancionar actos de discriminación, violencia laboral y acoso u hostigamiento sexual.
<b>EY MÉXICO</b>	Cuentan con guía y canal seguro de denuncia, KPI de Personas capacitadas en la guía para diversidad e inclusión, así como prevenir violencia. El compromiso para prevenir la violencia es público.
<b>HOSPITALES MAC</b>	
<b>MANPOWERGROUP</b>	Tienen un Protocolo, Código de Ética y Conducta, Políticas y Procedimientos de actuación y seguimiento para estos casos.

#### 18. Salud de las mujeres en el ámbito laboral.

<b>AMEX GLOBAL BUSINESS TRAVEL</b>	Cuentan con seguro de gastos médicos mayores, seguro de gastos menores y acceso a una red médica que brinda consultas con especialistas, entre otras facilidades.
<b>CHÉVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA</b>	Todos los colaboradores cuentan con seguro de vida y con un SGMM para ellos y sus cónyuges/parejas e hijos.
<b>EY MÉXICO</b>	La compañía invierte en la salud de sus colaboradores proporcionando servicios médicos y vacunación.
<b>HOSPITALES MAC</b>	Tiene sistemas de salud desplegados con énfasis para la mujer.
<b>MANPOWERGROUP</b>	Tienen una política enfocada en: seguros de vida y otros tipos de seguros médicos; interés en la salud mental y otras necesidades; así como bienestar y acondicionamiento físico.

TABLA 5

## Finalistas categoría hasta 500 empleados

## Pilar 1

## Efectividad de políticas y lineamientos

## 1. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.

**ADECCO** Existe una política para la igualdad laboral y no discriminación que se basa en leyes federales y explica el proceso en caso de un problema. También tienen una encuesta sobre la percepción de los empleados respecto al clima laboral.

**S&P** Cuentan con una política de equidad de género.

En su website hacen público el commitment: Enlace a Website: Diversity, Equity & Inclusion | S&P Global (spglobal.com)

**GBMV** Cuentan con políticas, lineamientos y códigos que rigen el actuar de las personas que colaboran o interactúan con GBMV.

## 2. Equidad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, impulsan acciones de responsabilidad social o bien difusión de la equidad en su publicidad).

**ADECCO** Cuentan con un certificado de que van de acuerdo con los requisitos de la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación. Hay el compromiso de parte del CEO para el apoyo a los principios de empoderamiento de la mujer. También tienen el compromiso por el avance y promoción de la igualdad de género ante la ONU.

**S&P** Hacen podcasts en donde se habla de la importancia y el impacto de las mujeres dentro de la empresa, la economía y las finanzas.

**GBMV** Como parte de su compromiso para fomentar la equidad en el sector financiero mexicano, en marzo 2023 llevó a cabo el evento "Timbrado en Bolsa | Ring the Bell for Gender Equality" por quinto año consecutivo, con el cual se busca reconocer a aquellas empresas que tienen una práctica dentro y fuera de sus instituciones en pro de la equidad de género.

## 3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.

**ADECCO** Marcan diferentes procesos y filtros que RRHH debe de llevar a cabo en la selección para cuidar la discriminación y equidad de género.

**S&P** En sus publicaciones de puestos cuentan con estadísticas de la cantidad de mujeres en sus posiciones de directores.

**GBMV** Tiene evaluaciones de las estadísticas entre las vacantes que ocupan tanto los hombres como las mujeres. Los porcentajes por género tienden a igualarse.

## 4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.

**ADECCO** Demuestran una fuerte política en contra del uso de *amiguismos* dentro de su empresa, en la que todas y todos son tratadas bajo los mismos lineamientos para poder subir de nivel.

**S&P** Hacen públicos los porcentajes de los puestos que son ocupados por mujeres dentro de la empresa.

**GBMV** Cuenta con estadística de mujeres que han tomado oportunidades vs. oportunidades abiertas. También llevan a cabo programas de capacitación que permitan cerrar brechas de conocimiento.

## Pilar 2

## Oportunidad, representatividad y difusión de resultados

## 5. Perfiles de puesto adaptados con enfoque de igualdad de género en apoyo de las obligaciones familiares.

**ADECCO** En su política de compensaciones y beneficios se pueden ver los días de descanso y prestaciones que hay para asuntos propios, maternidad y días importantes como el de la mujer y las madres.

**S&P** Tienen modalidades de trabajo flexibles con la idea de brindar comodidades para que cualquier persona pueda trabajar desde donde sea.

**GBMV** Todas las descripciones de puesto se redactan en lenguaje neutral y tienen la misma estructura.

## 6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.

**ADECCO** Su estrategia para la investigación de denuncias es completa porque consta de cinco procesos cuidando la confidencialidad y fidelidad de la investigación.

**S&P**

**GBMV** Cumplen con todas las normas de salud y seguridad; constantemente hacen revisiones que permiten tener entornos saludables considerando la información que se recibe en los canales de retroalimentación y denuncia con los que cuenta el Grupo.

## 7. Buena reputación y marca corporativa de la empresa, derivada del enfoque de equidad de género.

**ADECCO** Realiza campañas para reforzarse como una empresa que sensibiliza sobre estos temas a la sociedad.

**S&P** Tienen reconocimientos de instituciones internacionales y *papers* internos sobre equidad de género.

**GBMV** En 2022 se llevó a cabo el panel "Las inversiones de impacto como instrumento para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres" en el que participaron representantes de ONU Mujeres México, PNUD México y el IFC.

## 8. Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género para el suministro y la contratación de proveedores.

**ADECCO** Cuentan con un código de la empresa hacia los proveedores donde remarcan su política de Responsabilidad Social. Se responsabilizan por su cadena de suministro.

**S&P** Cuentan con un programa *Supplier Diversity Program*.

**GBMV** Cuenta con una evaluación ASG a los proveedores y se incluirá el tema de igualdad de oportunidades.

## 9. Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.

**ADECCO** En 2022 contaban con dos mujeres en su comité directivo, a partir de ello pretenden encontrar los KPI's adecuados que les permitan medir el impacto financiero al lograr incorporar más mujeres en esos niveles directivos.

**S&P** Publican la cantidad de mujeres que impactan en cada una de las áreas de la empresa.

**GBMV** Hacen públicas las métricas y los KPIs para mostrar el impacto que tienen en la mejora del impacto financiero.

**10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).**

**ADECCO** Tiene una campaña de promoción en redes sociales donde publican sobre temas de equidad de género. Su página web le da su lugar a sus empleadas. Es público su reporte de sustentabilidad.

**S&P** En general la empresa ha desarrollado diversas y numerosas campañas en las que hacen alusión a la importancia de las mujeres en la industria financiera y de manera más específica dentro de su empresa. Hace mucha promoción de los instrumentos y servicios que son comandados por mujeres, así como de los instrumentos que han creado en favor de la equidad de género.

**GBMV** El Grupo es miembro de la Iniciativa de Bolsas de Valores Sostenibles. Fomenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En más de una década ha sumado esfuerzos para crear productos sustentables como el índice ESG, los bonos etiquetados, la guía de sostenibilidad para las emisoras y ha hecho alianzas estratégicas que le han permitido fortalecer el sistema financiero mexicano.

**Pilar 3****Brecha salarial****11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.**

**ADECCO** La mayoría de los puestos directivos son ocupados por hombres, por lo que identifican como área de oportunidad promover a las mujeres hacia posiciones directivas para cerrar la brecha en esos niveles y, por tanto, se vea reflejado en la dispersión salarial, aspecto que se ha trabajado a través de la promoción de programas de mentoring.

**S&P** Se publican los rangos de los salarios y se menciona que son igualitarios entre todos los colaboradores.

**GBMV**

**12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.**

**ADECCO** No hay diferencia de trato entre hombres y mujeres.

**S&P** Cuentan con un podcast con información de la reducción que ha habido a través de los años en cuanto a la brecha salarial.

**GBMV**

**13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.**

**ADECCO** La empresa cuenta con políticas de teletrabajo que permite a las mujeres trabajadoras a cargo de su familia trabajar desde casa, así mismo se cuenta con una sala de lactancia en una de sus oficinas con mayor afluencia de personal en CDMX.

**S&P**

**GBMV**

**14. Proceso de desarrollo y promoción profesional de las mujeres en la empresa, bajo un marco de igualdad de oportunidades.**

**ADECCO** La empresa es parte de un programa internacional de mentorías enfocadas en mujeres. Llevan un buen seguimiento a la creación de talento dentro de la empresa. Tienen su propio programa de mentorías.

**S&P** Cursos diseñados para mujeres que resaltan su relevancia en la industria.

Políticas de crecimiento en la empresa en igualdad de condiciones para todos.

**GBMV**

**Pilar 4****Equidad, género, protección, infancia, familia****15. Maternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, entre otros).**

**ADECCO** Cuentan con una política de compensaciones y beneficios al personal interno donde se muestran, por ejemplo, los días que se dan por lactancia. También tienen un seguro para empleados.

**S&P** Cuentan con políticas de maternidad globales.

**GBMV**

**16. Paternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, entre otros.).**

**ADECCO** Cuentan con política de paternidad.

**S&P** Cuentan con políticas globales.

**GBMV**

**17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).**

**ADECCO** La empresa realiza campañas contra el hostigamiento sexual en la compañía, promoción de la lactancia materna con campañas digitales y charlas por expertas en el tema, así mismo se cuenta con una sala de lactancia en una de sus oficinas de mayor afluencia en CDMX, forma parte de la CCE por la primera infancia.

**S&P** En sociedad con otras organizaciones son parte de programas para la protección de las mujeres.

**GBMV**

**18. Salud de las mujeres en el ámbito laboral.**

**ADECCO**

**S&P** Cuentan con programas como *Wellbeing*, *Lifeworks* y de *Check ups* preventivos.

**GBMV**

# Resumen de los Reactivos

A partir de las tablas anteriores se presenta el gráfico 2, que presenta un resumen conciso de la documentación proporcionada. Podríamos considerarla como el “resumen del resumen”, ya que muestra las coincidencias en las evidencias presentadas por los 13 finalistas con respecto a cada reactivo. Este gráfico ofrece una visión general de los aspectos clave: qué se ha logrado, cómo se ha logrado y con qué propósito.

## Gráfico 2

### Reactivo 1

#### Equidad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.

Cuentan con una herramienta (política, estudio, lineamientos) para la equidad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa. El nombre de la herramienta varía dependiendo de si emana del corporativo (en caso de ser multinacional) o se construye desde cero si se trata de una empresa nacional. Algunas siguen lineamientos de organismos internacionales como ONU y WEP.

### Reactivo 3

#### Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.

En la mayoría de los casos cuentan con una política al respecto. Todas tienen un medio para dar a conocer la relación mujeres-hombres en la institución.

En todas las bases de reclutamiento especifican que las vacantes están abiertas para cualquier persona que cumpla con el perfil requerido sin importar su origen, edad, género, orientación sexual o condición física.

### Reactivo 2

#### Equidad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa, (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, impulsan acciones de responsabilidad social o bien difusión de la equidad en su publicidad).

Todas realizan actividades encaminadas a la difusión de sus políticas o lineamientos; algunas están vinculadas a organismos internacionales. En algunos casos lo que han hecho ha merecido el reconocimiento público.

### Reactivo 4

#### Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.

Todas cuentan con política al respecto con diversas acciones para que las mujeres se puedan enfocar en el desarrollo de su carrera. En la mayoría de los casos algunas de las acciones correspondientes a este reactivo son el marco de los reactivos 15 y 16.



## Resumen de los Reactivos

### Reactivo 5

**Perfiles de puesto adaptados con enfoque de igualdad de género en apoyo de las obligaciones familiares.**

Sus perfiles plantean igualdad de género; priorizan conocimiento y experiencia. Algunas de las 13 tienen como política el manejo de un lenguaje neutral.

### Reactivo 7

**Buena reputación y marca corporativa de la empresa, derivada del enfoque de equidad de género.**

En general todas cumplen con el reactivo. Las diferencias se encuentran en los medios, las acciones y los resultados, destacando entre éstas si tienen o no vínculo con organismos internacionales y los medios o canales para difundir sus acciones.

### Reactivo 9

**Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.**

De las 13 empresas 11 indican que de una u otra forma si tienen métricas o medios para medir el impacto, éstas van desde programas específicos como *Women in Work* hasta KPIs para mostrar el impacto financiero. En algunos casos el desarrollo de productos específicos para las mujeres son el indicador con el cual se muestra la mejora.

### Reactivo 6

**Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.**

Todas cuentan con una política contra el acoso y discriminación en las que se incluyen programas de bienestar físico y emocional.

Hay canales de denuncia anónimos y seguimiento de los casos.

### Reactivo 8

**Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género para el suministro y la contratación de proveedores.**

Todas cumplen con el reactivo, en el sentido de vincularse con *stakeholders*, lo que difiere es el documento en el que se encuentran los requisitos o las políticas de vinculación. En algunos casos forman parte de su código de ética.

### Reactivo 10

**Desarrollo de marketing con promoción de la equidad de género (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).**

Excepto una por su modelo de negocio, entre sus estrategias cuentan con campañas de marketing. El medio difiere de acuerdo con el sector de la empresa. Las campañas pueden ser alusivas a sus programas de equidad e inclusión o a sus vínculos con organismos nacionales o internacionales, de ahí el enfoque de sus campañas

### Reactivo 11

**Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.**

Excepto una organización que está en un proceso de trabajo para atender este tema, las empresas tienen un enfoque de igualdad en compensación, basado en igualdad de oportunidades para todos en la organización.

### Reactivo 12

#### Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.

Se cuenta con procedimientos, indicadores para que no haya desigualdad salarial entre hombres y mujeres en la misma posición. La mayoría cuentan con datos para corroborar sus acciones.

### Reactivo 14

#### Proceso de desarrollo y promoción profesional de las mujeres en la empresa bajo un marco de igualdad de oportunidades.

Cuentan con programas de educación, capacitación, revisión de objetivos profesionales para apoyar a las mujeres y a su talento diverso.

### Reactivo 16

#### Paternalidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, etc.).

Cuentan con programas variados. En la mayoría de los casos no hay distinción entre maternidad y paternidad, sólo entre cuidadores primarios y secundarios.

### Reactivo 17

#### Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).

En general cuentan con programas al respecto, lo que varía es el nivel en el que se encuentran planteadas, algunas incluso se extienden a clientes y proveedores, mientras que otras son sólo para uso interno. Todas tienen un plan de seguimiento.

### Reactivo 13

#### Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.

Tienen programas de flexibilidad laboral para apoyar la productividad laboral a la vez que se fomenta el bienestar personal, familiar y profesional. Se encuentra un caso específico cuyo enfoque está basado en mente, cuerpo y emociones.

### Reactivo 15

#### Maternidad (licencias, períodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, etc.).

Cuentan con programas variados. En la mayoría de los casos no hay distinción entre maternidad y paternidad, sólo entre cuidadores primarios y secundarios.

### Reactivo 18

#### Salud de las mujeres en el ámbito laboral.

Todas cuentan con servicios para la salud de sus colaboradores en general. En cuanto a las mujeres hay servicios enfocados a ellas con un enfoque preventivo.

## **TRAZANDO EL CAMINO HACIA LA IGUALDAD Y EL CAPITALISMO SOCIAL: REFLEXIONES SOBRE LA EQUIDAD DE GÉNERO**

Al inicio de este documento hicimos referencia a las proyecciones del Foro Económico Mundial que sugieren que podría ser hasta el año 2154 cuando se logre la igualdad global, incluyendo la equidad de género. Sin embargo, es fundamental reconocer que se están implementando acciones a nivel mundial para cerrar esta brecha de género.

Dentro del contexto de México, las empresas que participan en el Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF, y transparentan sus iniciativas y resultados, demuestran un genuino interés, voluntad y adhesión a las mejores prácticas. Estos esfuerzos se traducen en mejoras en el entorno laboral, avances en los resultados financieros y, en algunos casos, en la optimización de los recursos financieros y, lo más importante, en la transición hacia un concepto conocido como "Capitalismo Social".

El propósito superior del Capitalismo Social va más allá de la rentabilidad, porque las empresas conscientes tienen un propósito elevado que inspira e implica a los empleados, clientes, proveedores y socios donde el líder se convierte en la guía que trabaja para su equipo y para el propósito superior de la empresa, por lo tanto, la relación del líder con el equipo se basa en la confianza y el respeto.

Con esa visión, en el Capitalismo Social la cultura es el motor del éxito de la empresa, ya que se centra en la responsabilidad, confianza, transparencia, igualdad e integridad, conceptos que se abordan en los cuatro pilares y 18 reactivos del Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF, de los que en las siguientes tablas se muestran los resultados para ver los avances en cada uno de ellos en los dos años que se ha realizado el Premio: 2022 y 2023 con datos de 2021 y 2022, respectivamente.

Es importante hacer la mención que los datos con lo que se ha realizado la evaluación corresponden a un año antes de la convocatoria a la edición correspondiente al Premio, ya que desde el punto de vista de quienes participan en esta iniciativa, los años de la pandemia de Covid-19 marcaron un precedente para iniciar trabajos en el tema de la equidad de género y la inclusión, o para continuarlos con mayor empeño con un enfoque de sostenibilidad (este enfoque se presenta en el apartado III de este trabajo).



# 2022-2023, ¿cómo vamos en las tareas para la equidad de género?

2022

TABLA 6

## Finalistas categoría más de 15,000 empleados

	DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
EFECTIVIDAD DE POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS	1. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.	4.2	2.0
	2. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, acciones de responsabilidad social o bien difusión en publicidad, características de productos o servicios, etc.).	3.6	2.0
	3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	3.4	1.7
	4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	3.3	2.0
	<b>PROMEDIO Pilar I Efectividad de Políticas y lineamientos</b>	<b>3.6</b>	<b>1.6</b>
REPRESENTATIVIDAD	5. Definición de perfiles de puesto con enfoque de igualdad de género.	2.9	1.9
	6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.	2.9	1.8
	7. Buena reputación y marca corporativa de la empresa, derivada del enfoque de igualdad de género.	4.3	2.0
	8. Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género para el suministro y la contratación de proveedores.	2.9	2.2
	9. Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.	2.4	1.8
	10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).	3.2	2.1
	<b>PROMEDIO Pilar II Oportunidades a las mujeres y difusión</b>	<b>3.1</b>	<b>1.5</b>
BRECHA SALARIAL	11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.	2.9	2.0
	12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.	3.4	2.0
	13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.	4.2	1.3
	14. Proceso de desarrollo y promoción profesional de mujeres en la empresa bajo un marco de igualdad de oportunidades.	3.8	1.6
	<b>PROMEDIO Pilar III Brecha salarial</b>	<b>3.6</b>	<b>1.5</b>
EQUIDAD DE GÉNERO	15. Maternidad (licencias, periodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, etc.).	4.0	1.5
	16. Paternidad (licencias, periodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, etc.).	3.6	2.1
	17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y niñas; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).	3.4	2.0
	18. Salud de la mujer en el ámbito laboral.	4.1	1.8
	<b>PROMEDIO Pilar IV Protección infancia y familia</b>	<b>3.8</b>	<b>1.6</b>
	<b>Promedio general</b>	<b>3.5</b>	<b>1.5</b>

**TABLA 7**  
**Finalistas categoría 500 a 15,000 empleados**

	DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA	PROMEDIO
EFECTIVIDAD DE POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS	1. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.	6
	2. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, acciones de responsabilidad social o bien difusión en publicidad, características de productos o servicios, etc.).	6
	3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	5
	4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	5
	<b>PROMEDIO Pilar I Efectividad de Políticas y lineamientos</b>	<b>5.5</b>
REPRESENTATIVIDAD	5. Definición de perfiles de puesto con enfoque de igualdad de género.	6
	6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.	5
	7. Buena reputación y marca corporativa de la empresa, derivada del enfoque de igualdad de género.	5
	8. Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género, para el suministro y la contratación de proveedores.	4
	9. Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.	3
	10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).	3
	<b>PROMEDIO Pilar II Oportunidades a las mujeres y difusión</b>	<b>4.3</b>
BRECHA SALARIAL	11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.	4
	12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.	4
	13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.	5
	14. Proceso de desarrollo y promoción profesional de mujeres en la empresa bajo un marco de igualdad de oportunidades.	6
	<b>PROMEDIO Pilar III Brecha salarial</b>	<b>4.8</b>
EQUIDAD DE GÉNERO	15. Maternidad (licencias, periodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, etc.).	4
	16. Paternidad (licencias, periodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, etc.).	4
	17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y niñas; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).	5
	18. Salud de la mujer en el ámbito laboral.	6
	<b>PROMEDIO Pilar IV Protección infancia y familia</b>	<b>4.8</b>
	<b>Promedio general</b>	<b>4.8</b>

Sólo una empresa fue finalista en esta categoría, por ello no se muestra la desviación estándar.

TABLA 8

## Finalistas categoría hasta 500 empleados

	DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
EFECTIVIDAD DE POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS	1. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa.	3.1	2.1
	2. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (incluyendo representación de la empresa y participación en asociaciones y organismos diversos, acciones de responsabilidad social o bien difusión en publicidad, características de productos o servicios, etc.).	3.1	2.3
	3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	3.6	1.9
	4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	3.1	2.0
	<b>PROMEDIO Pilar I Efectividad de Políticas y lineamientos</b>	<b>3.3</b>	<b>1.9</b>
REPRESENTATIVIDAD	5. Definición de perfiles de puesto con enfoque de igualdad de género.	3.6	1.1
	6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.	2.4	1.4
	7. Buena reputación y marca corporativa de la empresa, derivada del enfoque de igualdad de género.	3.4	1.7
	8. Relación y coordinación con empresas con políticas de perspectiva de género, para el suministro y la contratación de proveedores.	2.6	2.1
	9. Mejora del impacto financiero por la adopción de políticas en materia de perspectiva de género e igualdad.	1.6	1.9
	10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (incluyendo desarrollo de productos y servicios de ser el caso).	2.6	2.1
	<b>PROMEDIO Pilar II Oportunidades a las mujeres y difusión</b>	<b>2.7</b>	<b>1.5</b>
BRECHA SALARIAL	11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.	3.1	1.5
	12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.	2.9	2.0
	13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.	2.9	1.8
	14. Proceso de desarrollo y promoción profesional de mujeres en la empresa bajo un marco de igualdad de oportunidades.	2.9	1.3
	<b>PROMEDIO Pilar III Brecha salarial</b>	<b>2.9</b>	<b>1.5</b>
EQUIDAD DE GÉNERO	15. Maternidad (licencias, periodos de descanso, espacios destinados para lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia, etc.).	3.4	1.3
	16. Paternidad (licencias, periodos de descanso, espacios destinados para ello, atención a la primera infancia, etc.).	3.1	1.3
	17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y niñas; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).	2.9	1.2
	18. Salud de la mujer en el ámbito laboral.	2.7	2.2
	<b>PROMEDIO Pilar IV Protección infancia y familia</b>	<b>3.0</b>	<b>1.3</b>
	<b>Promedio general</b>	<b>3.0</b>	<b>1.5</b>

2023

TABLA 9

## Finalistas categoría más de 15,000 empleados

	DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
EFECTIVIDAD DE POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS	1. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa	5.1	0.7	
	2. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (representación, acciones RSE o difusión en su publicidad).	5.6	0.5	
	3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.	4.9	0.7	
	4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	4.8	0.8	
	<b>PROMEDIO Pilar I Efectividad de Políticas y lineamientos</b>	<b>5.1</b>	<b>0.3</b>	
OPORTUNIDADES, REPRESENTATIVIDAD Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS	5. Perfiles de puesto adaptados en apoyo de las obligaciones familiares.	4.2	1.4	
	6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.	4.7	1.2	
	7. Buena reputación y marca de la empresa por enfoque de equidad de género.	5.3	0.8	
	8. Relación y coordinación con empresas con perspectiva de género en contratación de proveedores.	3.5	1.9	
	9. Impacto financiero por la adopción de políticas de género e igualdad.	3.0	2.1	
	10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (productos y servicios).	5.5	0.5	
	<b>PROMEDIO Pilar II Oportunidades a las mujeres y difusión</b>	<b>4.3</b>	<b>0.8</b>	
	BRECHA SALARIAL	11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.	4.7	0.6
		12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.	3.6	2.2
		13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.	5.0	0.6
14. Proceso de desarrollo profesional de las mujeres en la empresa con igualdad de oportunidades.		4.2	2.2	
<b>PROMEDIO Pilar III Brecha salarial</b>	<b>4.4</b>	<b>0.8</b>		
EQUIDAD DE GÉNERO, PROTECCIÓN INFANCIA Y FAMILIA	15. Maternidad, licencias, períodos de descanso, lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia.	5.6	0.8	
	16. Paternidad (licencias, períodos de descanso, espacios para ello, atención a la primera infancia, etc.).	5.2	0.7	
	17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).	4.4	2.3	
	18. Salud de las mujeres en el ámbito laboral.	3.9	2.2	
<b>PROMEDIO Pilar IV Protección infancia y familia</b>	<b>4.8</b>	<b>1.1</b>		
	<b>Promedio general</b>	<b>4.6</b>	<b>0.8</b>	
	<b>Calificación ponderada de la Categoría</b>	<b>87.8</b>	<b>12.1</b>	

**TABLA 10**  
**Finalistas categoría 500 a 15,000 empleados**

	DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
EFECTIVIDAD DE POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS	1. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa	4.6	0.9	
	2. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (representación , acciones RSE o difusión en su publicidad).	4.4	0.9	
	3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.	4.1	1.2	
	4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	4.2	1.1	
	<b>PROMEDIO Pilar I Efectividad de Políticas y lineamientos</b>	<b>4.3</b>	<b>0.6</b>	
OPORTUNIDADES, REPRESENTATIVIDAD Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS	5. Perfiles de puesto adaptados en apoyo de las obligaciones familiares.	3.4	1.2	
	6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.	4.2	1.3	
	7. Buena reputación y marca de la empresa por enfoque de equidad de género.	4.5	1.8	
	8. Relación y coordinación con empresas con perspectiva de género en contratación de proveedores.	3.4	1.1	
	9. Impacto financiero por la adopción de políticas de género e igualdad.	1.5	1.5	
	10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (productos y servicios).	2.1	1.9	
	<b>PROMEDIO Pilar II Oportunidades a las mujeres y difusión</b>	<b>3.2</b>	<b>0.9</b>	
	BRECHA SALARIAL	11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.	3.3	2.3
		12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.	3.7	2.1
		13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.	3.5	1.8
14. Proceso de desarrollo profesional de las mujeres en la empresa con igualdad de oportunidades.		3.8	1.9	
<b>PROMEDIO Pilar III Brecha salarial</b>		<b>3.6</b>	<b>1.6</b>	
EQUIDAD DE GÉNERO, PROTECCIÓN INFANCIA Y FAMILIA	15. Maternidad (licencias, períodos de descanso, lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia).	4.4	1.4	
	16. Paternidad (licencias, períodos de descanso, espacios para ello, atención a la primera infancia, etc.).	3.3	1.6	
	17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).	4.0	1.3	
	18. Salud de las mujeres en el ámbito laboral.	4.1	1.3	
	<b>PROMEDIO Pilar IV Protección infancia y familia</b>	<b>4.0</b>	<b>1.1</b>	
	<b>Promedio general</b>	<b>3.8</b>	<b>1.1</b>	
	<b>Calificación ponderada de la Categoría</b>	<b>63.6</b>	<b>22.8</b>	

TABLA 11

## Finalistas categoría hasta 500 empleados

	DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
EFECTIVIDAD DE POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS	1. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en la empresa	3.8	1.1
	2. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres al exterior de la empresa (representación, acciones RSE o difusión en su publicidad).	3.9	1.2
	3. Política de reclutamiento con enfoque de género e igualdad de oportunidades para las mujeres.	4.3	1.1
	4. Política de promociones y ascensos con enfoque de género e igualdad de oportunidades.	3.5	1.2
	<b>PROMEDIO Pilar I Efectividad de Políticas y lineamientos</b>	<b>3.9</b>	<b>0.9</b>
OPORTUNIDADES, REPRESENTATIVIDAD Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS	5. Perfiles de puesto adaptados en apoyo de las obligaciones familiares.	4.4	1.3
	6. Seguridad de las mujeres trabajadoras al interior y exterior de la empresa.	4.2	1.1
	7. Buena reputación y marca de la empresa por enfoque de equidad de género.	3.0	2.2
	8. Relación y coordinación con empresas con perspectiva de género en contratación de proveedores.	2.0	2.0
	9. Impacto financiero por la adopción de políticas de género e igualdad.	1.2	2.0
	10. Desarrollo de marketing con promoción de la igualdad de género (productos y servicios).	2.1	1.9
	<b>PROMEDIO Pilar II Oportunidades a las mujeres y difusión</b>	<b>2.8</b>	<b>1.2</b>
BRECHA SALARIAL	11. Compensación económica para fomentar la equidad e inclusión financiera de las mujeres.	2.9	1.4
	12. Disminución de brechas salariales entre hombres y mujeres.	3.0	1.8
	13. Equilibrio en la vida laboral y personal de las mujeres trabajadoras.	3.5	1.5
	14. Proceso de desarrollo profesional de las mujeres en la empresa, con igualdad de oportunidades.	3.2	1.8
	<b>PROMEDIO Pilar III Brecha salarial</b>	<b>3.1</b>	<b>1.4</b>
EQUIDAD DE GÉNERO, PROTECCIÓN INFANCIA Y FAMILIA	15. Maternidad (licencias, períodos de descanso, lactancia, cuidado infantil, atención a la primera infancia).	3.2	1.6
	16. Paternidad (licencias, períodos de descanso, espacios para ello, atención a la primera infancia, etc.).	2.8	1.7
	17. Políticas y acciones de promoción al respeto a mujeres y del cuidado de la niñez; prevención y sanción de la violencia laboral en contra de la mujer (física, verbal, psicológica, sexual, etc.).	3.5	1.8
	18. Salud de las mujeres en el ámbito laboral.	3.5	1.7
	<b>PROMEDIO Pilar IV Protección infancia y familia</b>	<b>3.3</b>	<b>1.3</b>
	<b>Promedio general</b>	<b>3.3</b>	<b>1.2</b>
	<b>Calificación ponderada de la Categoría</b>	<b>61.1</b>	<b>20.6</b>



## Equidad de género y desarrollo sostenible

# Comparativo 2022-2023

## ¿Cómo vamos en las tareas para la equidad de género?

---

**Al examinar** los cuadros estadísticos que muestran la calificación promedio de los cuatro pilares en las tres categorías (incluso después de ajustar el tamaño de las empresas medianas) es evidente que ha habido mejoras en las calificaciones de un año a otro. Además, se nota que la variabilidad o dispersión de estas calificaciones también ha disminuido. Es notorio que el Pilar I, consistente en tener políticas de impulso a la equidad, comunicarlas y apoyar las contrataciones y promociones de mujeres, tiene las calificaciones más altas. Es un paso ganado; sin embargo, hay la intención de mejorar que se concretará cuando veamos más mujeres en los Consejos de Administración.

Trabajar con los promedios de los reactivos por pilar oculta la información individualizada del resultado de cada reactivo, pero se puede también observar por la desviación estándar que la dispersión de calificaciones entre mayores y menores se redujo para 2023. Una posible causa podría ser el mayor entendimiento del modelo, tanto por los participantes que repitieron como de la experiencia ganada por el Comité Técnico Revisor.

Para concretar lo valioso del análisis, podemos resaltar los reactivos que aún tienen mucha dispersión y baja calificación, comenzando por los que transversalmente se repiten en las tres categorías, uno de ellos el número 9, la volatilidad (desviación estándar/promedio) para la categoría 3 es 166%, para los medianos 101% y para las de menor tamaño de 70%. Es demasiada variación porque pocas empresas reportan haber documentado casos, describiendo el beneficio que representa a su negocio incorporar más mujeres, la medición del beneficio puede ser en ingresos, márgenes, atención al cliente o reducción de riesgos y más, pero nos falta la aportación de ese dato; para contar con él tendrían que documentar sus casos y divulgarlos.

Un segundo reactivo con alta variación en las tres categorías es el 12, correspondiente a la disminución de las brechas salariales entre hombres y mujeres, cuya volatilidad es de 60, 56 y 62% para las categorías 1, 2 y 3. La muy alta variación también se dio en el reactivo 8, referido a coordinar las políticas de género con la cadena de suministro donde se registró 97% para las grandes, lo cual representa que hay quienes sí trabajan el tema y otras no. Es semejante la volatilidad en el reactivo 10, el de la incorporación de la equidad de género en sus estrategias de marketing, donde se tiene 89% para medianas y grandes, lo que repercute en la imagen de la empresa que reporta el reactivo 7 sobre su impacto en la reputación corporativa cuya volatilidad que es de 74% en las empresas grandes.

Finalmente, aunque hay buenas notas en el reactivo 11, sobre compensación económica para la inclusión financiera de las mujeres por niveles, para el grupo de la categoría 2, en nivel de 70%, se denota indirectamente la ausencia de respuestas en materia de reducción de la desigualdad entre niveles de remuneración altos y bajos, de lo cual aportaron datos dos de los 13 participantes finalistas.

TABLA 12

**Categoría 1**

	2022		2023	
	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
Pilar I	3.6	1.6	5.0	0.3
Pilar II	3.1	1.5	4.3	0.8
Pilar III	3.6	1.5	4.4	0.8
Pilar IV	3.8	1.6	4.8	1.1
General	3.5	1.5	4.6	0.8

**Categoría 2**

Pilar I	5.5	NA	4.3	0.6
Pilar II	4.3	NA	3.2	0.9
Pilar III	4.8	NA	3.6	1.6
Pilar IV	4.8	NA	4.0	1.1
General	4.8	NA	3.8	1.1

**Categoría 3**

Pilar II	2.7	1.5	2.8	1.2
Pilar III	2.9	1.5	3.1	1.4
Pilar I	3.3	1.9	3.9	0.9
Pilar IV	3.0	1.5	3.3	1.3
General	3.0	1.5	3.3	1.2

\*En 2022 no hay desviación estándar debido a que solo una empresa quedó en esta categoría

# Visiones individuales para un bien común. Equidad de género y sostenibilidad

---

El empoderamiento de las mujeres desempeña un papel fundamental para convertirlas en agentes de cambio y lograr avances en los tres pilares del desarrollo sostenible: económico, social y ambiental. Para lograrlo, la equidad de género se presenta como un elemento esencial. Esta equidad debe centrarse en garantizar la plena participación de las mujeres en diversos programas y proyectos, tanto en el ámbito privado como en el público. Además, es vital reconocer su papel de liderazgo y su contribución como un factor clave en este proceso.

El Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe de la CEPAL considera que para construir un desarrollo sostenible igualitario se debe modificar el paradigma con el que se analiza el desarrollo y la valoración del Producto Interno Bruto (PIB), por lo tanto, mejorar esto requiere de un esfuerzo empresarial importante.

También indica que se debe mejorar integralmente la inserción femenina en el empleo y generar políticas públicas de cuidado, que permitan a las mujeres mayor autonomía económica, así como incluir a las mujeres como actores claves en los procesos de desarrollo, las consultas, el diseño y la implementación de políticas y programas considerando sus necesidades.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) señala que, aunque se ha avanzado mucho en materia de reconocimiento de derechos y equidad para niñas y mujeres, el mundo laboral sigue presentando grandes barreras para su desarrollo.

Actualmente las empresas presentan diferencias en su accionar en pro de establecer las buenas prácticas que repercuten en la equidad. Por eso es fundamental estimular el empoderamiento en las mujeres, ya que así se contribuirá en el desarrollo de la igualdad de género y la disminución de la pobreza en el mundo, el tema de uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el número 5 que busca poner fin a todas las formas de discriminación contra las mujeres y niñas dado que no es sólo un derecho humano básico, sino que además es crucial para el desarrollo sostenible, porque se ha demostrado que empoderar a las mujeres y niñas tiene un efecto multiplicador y ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo a nivel mundial. (PNUD, 2015).

Para avanzar en el tema un aspecto crucial es tener clara la importancia de la equidad de género y la sostenibilidad en términos generales, además de su contribución en la políticas y estrategias de sostenibilidad de las empresas, así como el impacto en temas de desigualdad económica, social y laboral.

---

## Las empresas finalistas del Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF 2023 tienen clara la importancia, contribución e impacto de la equidad de género

En Adecco saben que no se puede hablar de sostenibilidad sin equidad de género porque es la única manera de lograr un equilibrio en la economía. “Si hay equidad de género hay igualdad de oportunidades, lo que significa igualdad de posibilidades de que las diferentes economías aprovechen la diversidad de talento de las mujeres. Talento que ha sido desperdiciado en gran medida al dar por hecho que las mujeres no son capaces de desempeñarse en un sin fin de profesiones que sólo han desempeñado los hombres”.

En esta empresa —que en sus redes sociales difunde temas del empoderamiento de la mujer, la equidad de género e igualdad sobre la importancia del respeto entre las personas, y en su página web se nota un uso de imágenes donde se balancea la aparición de hombres y mujeres— saben que, al existir igualdad de oportunidades, no sólo en el acceso al empleo, sino en las remuneraciones, el mundo tendría liquidez para inyectar a las economías. “Si hombres y mujeres son realmente pagados y pagadas en igualdad de circunstancias, las mujeres tendrán el mismo poder adquisitivo para planear viajes, invertir, inyectar flujos en general, lo que sin duda hace una economía mucho más sustentable”.

En ese sentido, en Chevez, Ruiz, Zamarripa consideran que cuando hay una participación más equilibrada de hombres y mujeres en todos los ámbitos (político, económico, social) se toman mejores decisiones porque, “las mujeres tienen una perspectiva diferente y aportan nuevas soluciones a los problemas; además, son líderes importantes en la lucha por la equidad de género y en la eliminación de la discriminación hacia las mujeres”.

Asimismo, en esta firma, que en 2022 se unió a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEPs), la equidad de género juega un papel fundamental en la promoción de políticas y estrategias sostenibles en las empresas, al permitir el desarrollo de planes y programas más amplios e integrales que tomen en cuenta la perspectiva diversa de género. Además, “el fomento a la igualdad de género contribuye a una mayor justicia social, y puede mejorar la reputación de las empresas en el mercado. La equidad de género es una variable clave para lograr una gestión sostenible en la empresa, y una parte importante de su responsabilidad social”.

Eso es posible, porque desde la perspectiva de Danone, la sostenibilidad y la equidad de género son conceptos que están intrínsecamente alineados, porque se relacionan para construir entornos justos y equitativos para garantizar el bienestar de las personas y del planeta. Como parte de su visión global, “Nuestro Planeta, Nuestra Salud”, en Danone comprenden la importancia de impulsar comunidades y construir espacios para que cada persona pueda desarrollarse sin distinción alguna.

“La relación entre equidad de género y sostenibilidad es estrecha y se fortalecen mutuamente, sólo al abordar ambos de manera integral y colaborativa podemos construir un futuro más igualitario y sostenible para las futuras generaciones, lo que implica romper con los estereotipos en los roles de género y promover la igualdad de oportunidades en todos los ámbitos. Al promover la diversidad en todos los niveles de la organización se accede a una amplia gama de perspectivas, experiencias y habilidades, lo que conduce a una mayor innovación, resolución de problemas más efectiva, toma de decisiones efectivas y una mejor comprensión de las necesidades, lo que, a su vez, mejora el rendimiento empresarial y la competitividad entre las empresas”, expresan en Danone donde el equilibrio de género es una realidad al registrar 42% de directores femeninos y mismo porcentaje de ejecutivos femeninos.

Desde el punto de vista de Grupo Bolsa Mexicana de Valores, la equidad de género es clave para la sostenibilidad de los negocios, ya que la inclusión de todas las voces y perspectivas en la toma de decisiones es fundamental para el crecimiento de una organización y su desarrollo sostenible y económico, por lo tanto, lograr la equidad permitirá abordar los desafíos que puedan surgir desde diferentes puntos de vista, aportando innovación y resiliencia.

General Motors apunta en el mismo sentido, ya que para esta empresa —que en sus prácticas de marketing es pionera en la lucha contra los paradigmas sociales de género y de identidad sexual, en alineación a su visión de “Encontrar nuevos caminos”— desarrollar a las mujeres e incluir una perspectiva de género en las prácticas y políticas puede construir un futuro más equitativo y sostenible para todos.

En ese sentido para ManpowerGoup las empresas deben tener políticas claras que prohíban la discriminación de género y promuevan la igualdad de oportunidades en todos los aspectos del empleo, desde la contratación hasta la promoción y la compensación, incluyendo políticas de contratación inclusivas y programas de mentoría. A través de políticas y estrategias las empresas pueden asumir el compromiso, además de permear una cultura sustentable con enfoque en la equidad de género para fomentar espacios más inclusivos y equitativos.

Un ejemplo de ese postulado es que en ManpowerGroup no se tiene diferenciación de sueldos a partir del género de la persona, el sueldo es el mismo para el puesto, ya sea cubierto y desempeñado por hombre o mujer, por lo que se tiene una política para la determinación de sueldos del personal STAFF.

A manera de cierre de este tema, considerado por HSBC fundamental para continuar con el crecimiento de los negocios, tanto desde la iniciativa privada como de las acciones de la política pública, podemos observar que la disparidad de oportunidades laborales y educativas entre mujeres y hombres en México, así como la estigmatización social de los roles de género y la violencia doméstica, son sólo algunos ejemplos de los retos que las mujeres siguen enfrentando todos los días, mismos que, a consecuencia de la pandemia, se han amplificado y se visualizan en los índices de incidencias relacionadas con la violencia de género que han aumentado exponencialmente en el mundo.

Si bien en años recientes, hemos sido testigos de cambios sociales positivos que han ayudado a dar voz a distintos grupos marginados y a visibilizar sus necesidades, el ritmo de inclusión de los grupos menos representados avanza, pero no en una velocidad que permita concretar acciones que generen más impactos positivos en la sociedad. Por lo tanto, hay una urgencia latente y cada vez más apremiante para seguir impulsando esfuerzos entre la academia, sociedad, empresas y gobierno.

---

“En la medida en la que, dentro de nuestra sociedad, las mujeres y hombres tengan las mismas oportunidades en todos los aspectos y puedan participar activamente de la economía y de las decisiones políticas, se logrará beneficiar a la sociedad y a la población mundial”, concluye AMEX Global Business Travel, empresa que con base en el histórico de 2021 y 2022 puede asegurar que el 50% de sus proveedores tienen un programa de equidad de género.





# Hacia la sostenibilidad. Puntos de vista

## **Adecco**

Aprovechar la diversidad de talento que se encuentra en el grupo de mujeres y retenerlo.

## **AMEX Global Business Travel**

Que tanto mujeres como hombres puedan participar y contribuir en la misma medida al crecimiento de la empresa.

## **Chevez, Ruiz, Zamarripa**

Contar con una perspectiva diferente y nuevas soluciones a los problemas.

## **Danone**

Impulsar la creatividad y la innovación en el desarrollo de productos y servicios, así como una toma de decisiones más sólida.

## **¿Cuál es la importancia de la equidad de género en las políticas y estrategias de sostenibilidad de las empresas?**

### **GBMV**

Generar una cultura que promueva el cambio.

### **GM**

Evitar que existan distinciones, barreras físicas, estructurales o de género que impidan ver un futuro de inclusión.

### **Hospitales Mac**

Es vital para el desarrollo a largo plazo de una empresa porque promueve la diversidad y la innovación mejorando la competitividad. Integrar la equidad de género no sólo es éticamente correcto, ya que no debe haber distinciones, sino que es estratégicamente inteligente para el bien a largo plazo de la empresa.

### **HSBC**

Considerar aspectos y cuestiones relevantes para todas las personas que a la larga pueden traer mejoras a los productos y servicios.

### **ManpowerGroup**

Evitar la discriminación y promover la igualdad de oportunidades en todos los aspectos del empleo: contratación, promoción, programas de mentoría.

### **PwC México**

Tener un mejor desempeño y una mayor apertura a las ideas e innovación.

**Adecco**

A mayor equidad de género, mayor población con poder adquisitivo.

**AMEX Global Business Travel**

No contar con mujeres liderando al mismo nivel que los hombres inhibe la creatividad en las ideas y hace que los consensos se vean limitados por tener solamente una visión.

**Chevez, Ruiz, Zamarripa**

Puede tener un impacto negativo en la calidad de vida de las mujeres; la violencia de género y la desigualdad social generan en las mujeres estrés, inseguridad y traumas psicológicos, limitando su capacidad para desarrollarse plenamente. Por otro lado, la desigualdad laboral puede llevar a las mujeres a una posición de desventaja en comparación con los hombres estando sujetas a la discriminación en la contratación, la promoción y el acceso a recursos laborales en general.

**Danone**

El impacto directo se ve reflejado en el crecimiento de la empresa y el desarrollo de la sociedad, en ser mejor país. Nuestro deber, desde el lado empresarial, es comenzar a construir entornos y empleos para cualquier persona sin discriminación y distinción.

Al eliminar la discriminación y promover la inclusión, se establece una sociedad más justa e igualitaria donde todas las personas pueden alcanzar su máximo potencial y contribuir plenamente al progreso social y económico.

**¿Cómo impacta la equidad de género en temas de desigualdad económica, social, laboral?**

**GBMV**

Al abordar las barreras y brechas que limitan el acceso y desarrollo de las mujeres y para construir una sociedad más justa, incluyente y sostenible para todos.

Mayor representación de las mujeres aumentará su influencia en los espacios de toma de decisiones, promoviendo políticas más equitativas considerando las necesidades de todos los colaboradores.

**GM**

Cuidamos que no haya una brecha salarial y que el salario esté ligado al desempeño y al talento. Impulsamos que las prestaciones y beneficios sean iguales para todos.

**Hospitales Mac**

Contribuye a formar sociedades más justas y empresas más sostenibles. Al garantizar igualdad salarial y de oportunidades se genera desarrollo económico y se establece una cultura de respeto e inclusión fortaleciendo el bienestar y compromiso.

**HSBC**

Mientras más representación femenina tengamos en las diferentes esferas, generamos mayores referentes para personas de otras situaciones económicas, sociales y laborales, donde se van considerando las diferentes perspectivas.

**ManpowerGroup**

Impacta en el potencial económico de las mujeres ya que no les permite participar de manera plena en la fuerza laboral y con ello contribuir al crecimiento económico. Menor ingreso a las mujeres limita su capacidad para invertir y ahorrar. También refuerza la discriminación y la exclusión social de las mujeres en la toma de decisiones, acceso a educación, atención médica y servicios básicos. Genera violencia y las expone a mayores riesgos.

**PwC México**

Impacta en diversas áreas, siendo la calidad de vida y seguridad, los principales. Cuando se logra alcanzar una equidad de género la generación de oportunidades y un mejor desarrollo es tangible.

## IV

# Conclusiones: camino al liderazgo femenino



**Hasta la fecha,** el dominio en el ámbito gubernamental y empresarial sigue siendo ostentado mayoritariamente por hombres, presentando una notable escasez de representación femenina en los estratos superiores. Las mujeres ocupan apenas alrededor del 16% de los puestos de dirección en las 500 empresas que integran la lista de Fortune. Numerosos analistas sostienen la idea de que la igualdad de género en posiciones de liderazgo podría proporcionar beneficios sustanciales.

En este contexto, que persiste de manera similar desde hace una década, John Gerzema y Michael D'Antonio llevaron a cabo una investigación que identificó cuatro cualidades: liderazgo, éxito, felicidad y moralidad, asignando características inherentes tanto a hombres como a mujeres y estableciendo correlaciones.

La información procede de casi 70 mil respuestas de 13 países seleccionados: Alemania, Brasil, Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, India, Indonesia, Japón, México y Reino Unido.

En esta investigación se identificaron los sentimientos respecto a los tiempos que vivimos. De ahí se desprendió que alrededor del mundo hay una insatisfacción con la conducta de los hombres. Los niveles más altos se registraron en Japón con el 79%, le siguieron Estados Unidos, México e Indonesia con dos tercios de los encuestados en igual proporción hombres y mujeres. En cuanto a edad, los jóvenes en Japón y Corea del Sur son críticos de la conducta masculina (75%), mientras que los *millennials* tienen una apreciación fundamentalmente mejor respecto al rol de las mujeres en su sociedad.

Por lo tanto, para profundizar en cuáles rasgos son característicos de conductas masculinas, femeninas o de ninguna en particular que motivan este diagnóstico, se enlistaron 123 atributos (ver listado de atributos analizados), preguntando a 32 mil personas. Su respuesta clasificó 40 como masculinos, 13 neutrales y 70 femeninos.

**GRÁFICO 3**  
**Atributos evaluados**



A otro grupo de los participantes le pidieron ponderar con la misma lista de atributos, la importancia de éstos para construir valores como liderazgo, éxito, moralidad y felicidad al considerar que estas cuatro palabras “capturan la esencia de lo que para los humanos implica hablar de una buena vida para ellos y la sociedad”.

Al correlacionar los datos recibidos, con las expectativas para resolver los retos actuales, encontraron que los rasgos femeninos correlacionan más con las posibilidades de corregir para hacer un mundo mejor.

En liderazgo, la investigación indica que la paciencia es más importante que la independencia para el liderazgo y se busca un líder que pueda abrir las compuertas a través de la razón y no con ideología. Además, se requiere un líder que opte más por lograr un acuerdo que “salirse con la suya”, lo cual daba como resultado un ganador y un perdedor. En economías más interconectadas e interdependientes, atributos como agresivo y controlador se consideran menos efectivos que los valores femeninos de colaborar y compartir el crédito.

Respecto al éxito se encontró a una sólida mayoría de hombres y mujeres favoreciendo rasgos femeninos como esenciales para una vida exitosa; rasgos que también están asociados a la moralidad a través de la lealtad, ser razonable, empático y abnegado. El valor asignado a estos valores refleja el coraje de la sociedad ante la ambición, corrupción y egoísmo de nuestros tiempos. Las estructuras sociales y los mercados económicos dependen de códigos morales, de confianza (que es percibida como femenina e importante para establecerse, adquirir o invertir), indicando requerir mayor respeto a la cultura femenina, ya que es esencial para mejorar las estructuras sociales y la recuperación de los mercados alrededor del mundo.

**GRÁFICA 1**

**Liderazgo**

$Y=0.2572X + 42.79$

$R^2=0.16069$

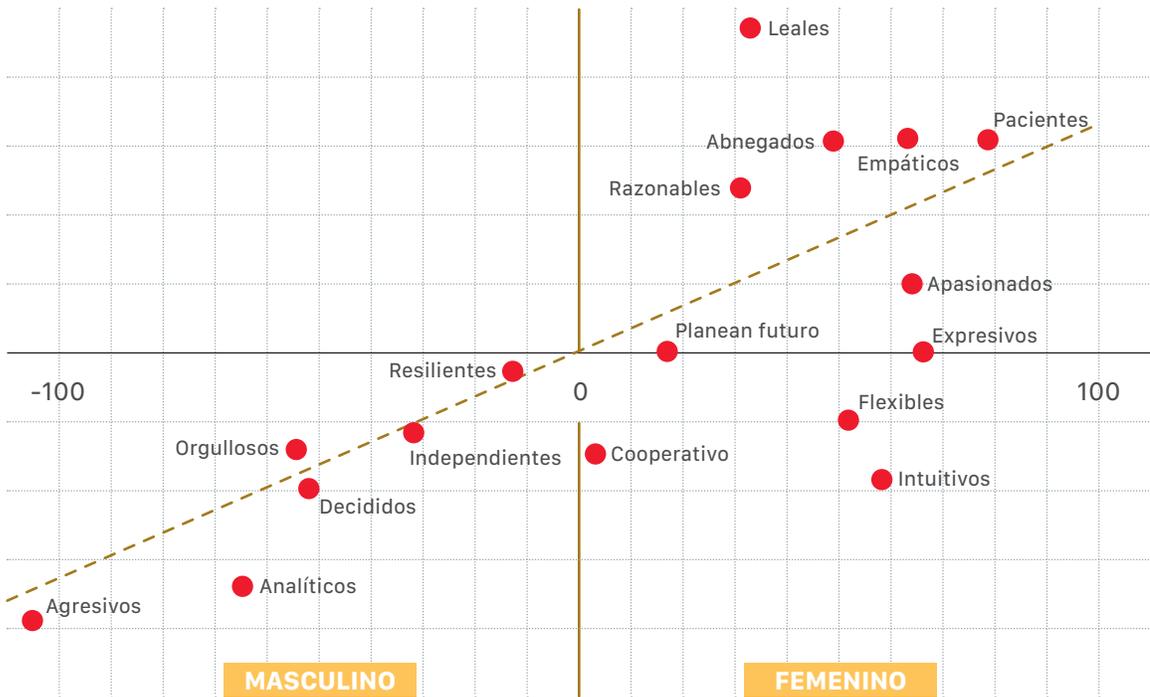


**GRÁFICA 2**

**Moralidad**

$Y=0.5592X + 3.2673$

$R^2=0.52$



**GRÁFICA 3**

**Éxito**

$Y=0.529X + 32.648$

$R^2=0.00852$

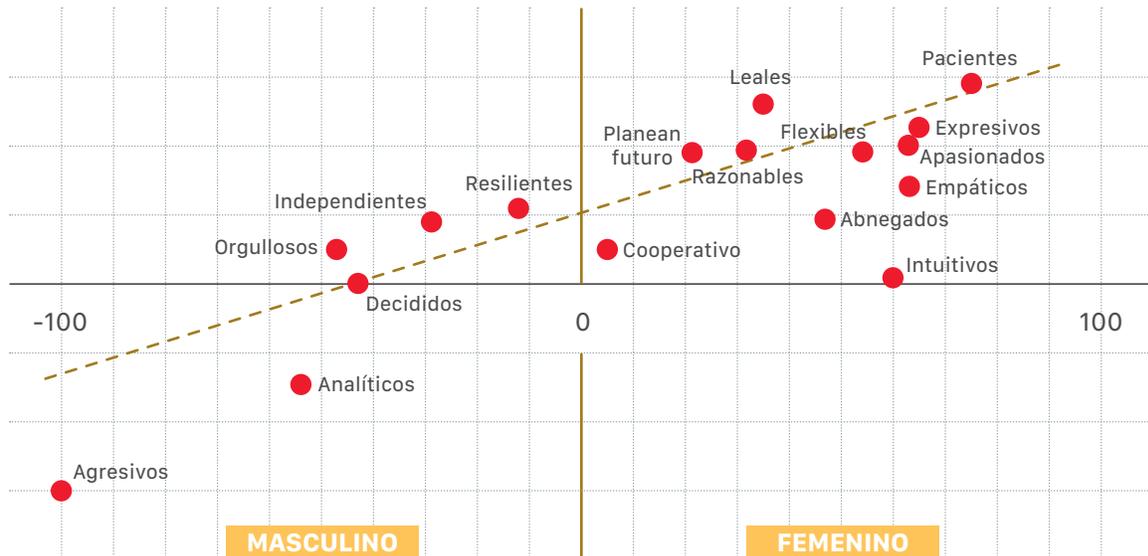


**GRÁFICA 4**

**Felicidad**

$Y=0.8241X + 13.459$

$R^2=0.67$



Fuente: La doctrina Atenea. Cómo las mujeres (y los hombres que piensan como ellas) regirán el futuro (2013).

Y si todo eso es importante para el liderazgo, éxito y moralidad, también lo es para la felicidad, ya que en cada uno de los países sondeados quienes respondieron estuvieron de acuerdo en vincular los rasgos y valores femeninos a la felicidad. Nuevamente, virtudes como paciencia, lealtad, ser razonable, expresivo, empático y flexible, además de planear a futuro subraya el énfasis de adaptarse a un mundo nuevo en el que la mujer tiene mucho que aportar.

Por ejemplo, un estudio de la académica Aida Sijamic Wahid<sup>10</sup> arrojó resultados que sugieren que la diversidad de género en un consejo de administración disminuye la incidencia tanto de errores en los informes financieros como de fraude.

Con la información anterior en mente y el impacto de los cuatro conceptos analizados vale la pena saber cómo estamos en México. Un estudio realizado por Carlos Amtmman Ituarte<sup>11</sup> tomó como base a aproximadamente la décima parte de 140 corporaciones listadas en los mercados de valores mexicanos para ver la instrumentación de valores en las organizaciones mexicanas. Lo que encontró fue que los principales valores lo remitían a sus códigos de ética.

Para analizar el contenido, esos valores se ubicaron en una matriz de valores humanos definidos por María Pliego —docente fundadora del Instituto Panamericano de Ciencias de la Educación (IPCE), retomados por Carlos Llano para impulsarlos por el IPADE—: espirituales, morales, intelectuales, sociales, estéticos, físicos y materiales.

En la tabla 3 *Correlación México* se presentan en la primera columna los 12 códigos analizados y las categorías de valores; en la segunda, la cantidad (#) de pronunciamientos sobre valores impulsados y clasificados en su tipología, así como una clasificación resultado de la búsqueda del impulso a la mujer, para ver si hay un apoyo explícito a lo femenino. En la tercera columna se colocan frases que, a manera de ejemplo, muestran los valores que estos códigos impulsan.

---

**10.** The Effects and the Mechanisms of Board Gender Diversity: Evidence from Financial Manipulation (2019).

**11.** Presidente Vinculación Institucional IMEF.

**TABLA 13**  
**Correlación México**

<b>CÓDIGOS ANALIZADOS: 12</b>	<b>#</b>	<b>EJEMPLOS DE VALORES IMPULSADOS</b>
Valores espirituales	1	Se rechaza cualquier prejuicio de sexo, edad, religión o raza.
Valores morales	39	Toda actividad con apego a las normas; cuidamos la vida y procuramos el bien en favor de ésta.
Valores intelectuales	39	Orientación al cliente y vocación de servicio. Desarrollo integral del capital humano.
Valores sociales	42	Liderazgo, trabajo en equipo, lealtad a la empresa y a su cultura, respeto, compromiso social en proyectos.
Valores estéticos	7	Presentación personal formal seguridad y mantener el orden en el lugar de trabajo.
Valores físicos	17	Proteger la salud y seguridad de los colaboradores y de las comunidades.
Valores materiales / económicos	20	Satisfacción del cliente y cuidado de recursos.
Apoyo a la Mujer por equidad de Género	12	Lugares adecuados para lactancia. No discriminamos por edad, sexo, etc. Se pide igualdad de oportunidades.

Como resultado de este trabajo se concluyó que falta compromiso por impulsar ciertos valores que van más allá de los valores sociales, morales, intelectuales, físicos y de negocios que corresponden a los objetivos de respeto a la ley, a los compañeros y clientes, a la ecología y a lograr utilidades.

Se destaca que, para los valores considerados más femeninos, según el resultado de la investigación reportada, hace falta la promoción. En consecuencia, las evidencias invitan a reflexionar que es necesario aplicar una reingeniería a la declaración de valores corporativos para adoptar posturas proactivas en favor de las oportunidades para el ascenso de las mujeres y contar con su aportación.

Se puede concluir que existe el ánimo y el interés para promover el papel de las mujeres en los ámbitos sociales y productivos de la vida. Hay evidencias de diversa índole que no sólo indican lo que hace falta, sino cómo debe cubrirse, incluso cuál sería el impacto. El Premio a la Equidad de Género IMEF-MEF es una herramienta para difundir las políticas y estrategias de las empresas que están marcando la pauta en la equidad de género.

El interés por participar, la confianza para transparentar su información y el deseo de compartirla tiene la finalidad de permear en la comunidad empresarial sabiendo que no sólo se trata de respetar al otro género, sino impulsarlo porque, como hemos visto a lo largo de este trabajo que reporta el origen y el avance de la iniciativa del IMEF-MEF: los rasgos femeninos correlacionan más con las posibilidades de corregir para hacer un mundo mejor, por ende, se debe promover las condiciones de equidad para fortalecer un objetivo que forma parte del nuevo Capitalismo Social que está inmerso en el desarrollo sostenible.

# Fuentes consultadas

- Aida Sijamic Wahid, Aida (2019). The Effects and the Mechanisms of Board Gender Diversity: Evidence from Financial Manipulation. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7378547>
- Banco Mundial (2023). [https://www.bancomundial.org/es/topic/gender/overview?cid=ECR\\_GA\\_worldbank\\_ES\\_EXTP\\_search&s\\_kwcid=AL!18468!3!665400387546!-b!!g!!oportunidades%20para%20las%20mujeres&gclid=Cj0KCCQjwk96IBhDHARIsAE-KO4xa2-ZyEXSYhiQrEs7TiZ6f--32LKAk5K6Bq\\_Iz1\\_vOtM-pzv6uGb8O8aAoE-](https://www.bancomundial.org/es/topic/gender/overview?cid=ECR_GA_worldbank_ES_EXTP_search&s_kwcid=AL!18468!3!665400387546!-b!!g!!oportunidades%20para%20las%20mujeres&gclid=Cj0KCCQjwk96IBhDHARIsAE-KO4xa2-ZyEXSYhiQrEs7TiZ6f--32LKAk5K6Bq_Iz1_vOtM-pzv6uGb8O8aAoE-)
- Gerzama, John & D'Antonio, Michael, (2013). The Athena Doctrine, how women (and the men who think like them) will rule the future, Jossey-Bass, Wiley imprint.
- IMCO (2023) Hacen falta estrategias integrales en los estados para sumar a más mujeres a carreras STEM. <https://imco.org.mx/mujeres-en-stem-en-los-estados/>
- Klasen, S y Lamanna, F. (2009). The impact of gender inequality in education and employment on economic growth: New evidence for a panel of countries. *Feminist Economics*, 15: 3. pp. 91-132
- Kose, M et al. (2 de marzo de 2021). Global Waves of Debt: Causes and Consequences. Open Knowledge Repository Beta. <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/54cf2a85-5292-5c32-b4c9-0393ad5598c3>
- McKinsey & Company (13 de octubre de 2022). Women Matter México 2022: Luces y sombras de la pandemia. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/women-matter-mexico-2022-luces-y-sombras-de-la-pandemia/es>
- Onu Mujeres (18 de julio de 2023). Comunicado de prensa: Menos del uno por ciento de las mujeres y niñas viven en países con altos niveles de empoderamiento femenino e igualdad de género. UnWomen. <https://www.unwomen.org/es/noticias/comunicado-de-prensa/2023/07/comunicado-de-prensa-menos-del-uno-por-ciento-de-las-mujeres-y-ninas-viven-en-paises-con-altos-niveles-de-empoderamiento-femenino-e-igualdad-de-genero>
- ONU Mujeres (8 de marzo 2021) El liderazgo de las mujeres es fundamental para crear un mundo más igualitario. UnWomen. <https://hchr.org.mx/comunicados/onu-mexico-el-liderazgo-de-las-mujeres-es-fundamental-para-crear-un-mundo-mas-igualitario/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM 2012. <http://www.oecd.org/employment/50423364.pdf>. p. 17
- ONU. Igualdad de género [www.un.org/es/global-issues/gender-equality#:~:text=La%20igualdad%20de%20g%C3%A9nero%20adem%C3%A1s,productividad%20y%20el%20crecimiento%20econ%C3%B3mico](http://www.un.org/es/global-issues/gender-equality#:~:text=La%20igualdad%20de%20g%C3%A9nero%20adem%C3%A1s,productividad%20y%20el%20crecimiento%20econ%C3%B3mico).
- Tecnológico de Monterrey (12 de enero 2023). El liderazgo femenino y su poder transformador. <https://tec.mx/sites/default/files/2023-01/2023.01.12%20El%20liderazgo%20femenino%20y%20su%20poder%20transformador.pdf>
- The World Bank (18 de febrero de 2022). Gender Equality and Development +10 #AccelerateEquality. The World Bank. <https://www.worldbank.org/en/topic/gender/brief/gender-equality-at-a-crossroads>

## DIRECTORIO

José Domingo Figueroa Palacios  
**PRESIDENTE NACIONAL**  
Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas  
IMEF

Dennisse Montesinos Pacheco  
**PRESIDENTA Y COFUNDADORA MUJERES EN FINANZAS**  
MEF

María Concepción del Alto Hernández  
**PRESIDENTA PREMIO DE EQUIDAD DE GÉNERO**  
IMEF

María Aramoni Urquidi  
**PRESIDENTA PREMIO DE EQUIDAD DE GÉNERO**  
MEF

Carlos G. Amtmann Ituarte  
**COORDINADOR DEL COMITÉ TÉCNICO REVISOR  
DEL PREMIO EQUIDAD DE GÉNERO**  
IMEF

Kimberly Acosta Moriel  
**COORDINADORA DEL COMITÉ TÉCNICO REVISOR  
DEL PREMIO EQUIDAD DE GÉNERO**  
MEF

Gerardo González Ayala  
**DIRECTOR GENERAL IMEF**

Adriana Reyes Urrutia  
**EDITORA**

Adolfo Huitrón López  
**EDITOR GRÁFICO**

Javier Arriaga  
Ana Paula Galindo  
**ASISTENCIA EDITORIAL**



Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF), 2023.

Se permite copiar y divulgar la información contenida en este documento citando la fuente.