

WeClim Equally

Manual de inteligencia de género para
emprendedores climáticos



Co-funded by the
European Union



Desarrollado por



Con el apoyo de



Implementado por



WeClim Equally: manual de inteligencia de género para emprendedores climáticos© 2024 por EIT Climate-KIC y Bopinc con licencia CC BY-NC-SA 4.0. Para ver una copia de esta licencia, visita <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Este manual ha sido completado por:

Nombre:

Organización:

Ubicación:

Función dentro de la organización:

Fecha:

Índice

Glosario	5
Introducción	7
.....	
1. Caso de negocio y fijación de objetivos	8
Un caso de clima y género	9
Fijación de objetivos	11
.....	
2. Las cuatro áreas	14
Liderazgo	16
Cultura organizacional	19
Mercado	23
Comunidad	28
.....	
3. Elaboración de una propuesta comercial	31
.....	
Bibliografía	33
.....	
Consejos del facilitador	35



Glosario

TERMINOLOGÍA ESPECÍFICA DE GÉNERO Y CLIMA

GÉNERO

Se refiere a las características de mujeres, hombres, niñas y niños que se construyen socialmente. Esto incluye normas, comportamientos y roles asociados con ser mujer, hombre, niña o niño, así como las relaciones entre ambos sexos. Como construcción social, el género varía de una sociedad a otra y puede cambiar con el tiempo (Organización Mundial de la Salud, 2021).

SESGO DE GÉNERO

Es una preferencia o prejuicio sobre un género con respecto a otros. Un sesgo puede ser consciente o inconsciente, y se puede manifestar de muchas maneras, tanto sutiles como evidentes (Organización Mundial de la Salud, 2021). En el contexto de este proyecto, hablaremos de sesgos de género para todos los géneros, y no solo de los sesgos hacia las mujeres.

INCLUSIÓN DE GÉNERO

Significa incluir y aceptar a personas de todos los géneros (Quiroga, L. et al., 2018). Cuando hablamos de inclusión de género en el contexto de un programa de aceleración, nos referimos a un programa de aceleración que sirve a todos los géneros, y en el que las empresas involucradas atienden a todos los géneros en sus organizaciones y con sus productos y servicios.

CAMBIO CLIMÁTICO

Se refiere a los cambios a largo plazo en las temperaturas y los patrones climáticos. Estos cambios pueden ser naturales, sin embargo, desde el siglo XIX, las actividades humanas han sido el principal impulsor del cambio climático, debido principalmente a la quema de combustibles fósiles (como carbón, petróleo y gas), que produce gases que atrapan el calor (Naciones Unidas, 2021).

INCORPORACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

La incorporación de la perspectiva de género es el proceso de evaluación de las consecuencias para las mujeres y los hombres de cualquier actividad planificada, incluyendo leyes, políticas o programas, en todos los ámbitos y a todos los niveles. Se trata de una estrategia destinada a hacer que las preocupaciones y experiencias de mujeres y hombres sean un elemento integrante de la elaboración, implementación, supervisión y evaluación de políticas y programas en todas las esferas políticas, económicas y sociales, con el fin de que las mujeres y los hombres se beneficien por igual y se impida que se perpetúe la desigualdad. El objetivo final de la incorporación de la perspectiva de género es lograr la igualdad de género (ONU Mujeres, 2020).

PERSPECTIVA DE GÉNERO

Se trata de un enfoque que presta especial atención a cómo las diferencias y relaciones de género son relevantes para las inversiones y proyectos (Quiroga, L. et al., 2018).

EQUIDAD DE GÉNERO

Se trata de la provisión de equidad y justicia en la distribución de beneficios y responsabilidades entre mujeres y hombres (EIGE, 2024). Aunque "igualdad de género" y "equidad de género" se utilizan a menudo de forma indistinta, el uso de "equidad" reconoce explícitamente que las mujeres, los hombres y las personas no conformes con su género tienen diferentes necesidades y poder, y que estas diferencias se deben identificar y abordar de una manera que rectifique los desequilibrios entre los géneros.

DIVERSIDAD

Se refiere al hecho de que se incluyan muchos tipos diferentes de cosas o personas en algo; una variedad de cosas o personas diferentes (Cambridge University Press, 2024).



Introducción

BREVE RESUMEN SOBRE EL MANUAL

El manual de inteligencia de género para emprendedores climáticos de WeClim ofrece orientación y herramientas prácticas a cualquier emprendedor que trabaje en el espacio climático para integrar una perspectiva de género en su negocio.

Este manual tiene como objetivo ayudarte a comprender el tema con más detalle y explicarte qué puedes hacer para que tu negocio sea más inclusivo.

Este manual está estructurado en cuatro secciones:

- 1 Una introducción que defiende la adopción de una perspectiva de género en las empresas climáticas y de qué manera puede agregar valor a tu negocio. Esta sección también te permite crear una visión y una misión para tu estrategia de género.
- 2 Una evaluación de tus actividades en materia de género y clima en las siguientes cuatro áreas: (1) Liderazgo, (2) Cultura organizacional, (3) Mercado y (4) Comunidad.
- 3 A partir de los objetivos que te hayas fijado, decidirás las intervenciones y los cambios con los que te comprometerás a integrar en tu negocio. También comprenderás cómo medir mejor el impacto de esas intervenciones.
- 4 Y, por último, elaborarás una propuesta comercial que podrás compartir con posibles inversores para atraer financiación.



"Las mujeres de todo el mundo ya han demostrado que están liderando el camino para la mitigación y la adaptación al cambio climático: desde bancos de semillas cooperativos hasta redes de alerta temprana. Desde ingenieras solares hasta mujeres políticas que forjan un camino de elaboración de políticas sostenibles, las soluciones para el cambio climático existen, pero se necesita a toda la población mundial para encontrarlas y actuar en consecuencia".

- **Roots for the future**
(Aguilar, L., Granat, M., & Owren, C., 2015)



1. Caso de negocio y fijación de objetivos



La intersección entre género y clima

POR QUÉ UNA EMPRESA CLIMÁTICA SE DEBERÍA PREOCUPAR POR EL GÉNERO

¿Estás preparado/a para convertirte en un/a emprendedor/a de más éxito adoptando la inclusión? Queremos impulsar la igualdad de género en todo el sector de la innovación climática a la vez que mostramos a los emprendedores que la igualdad de género es positiva para los negocios.

Muchos empresarios tienen una gran conciencia de la importancia de la equidad de género, pero tienen dificultades para ponerla en práctica en sus negocios. Con este manual, nuestro objetivo es ofrecerte intervenciones prácticas que puedas integrar en tu negocio para que sea más inclusivo desde el punto de vista del género.

¿Qué relación hay entre género y clima?

Aunque el cambio climático nos afecta a todos, las investigaciones muestran que las niñas y las mujeres son las que soportan la mayor carga. Las mujeres y las niñas asumen el 80 % de la responsabilidad de producir alimentos y cargan con 2,5 veces más trabajo de cuidados no remunerado. Por lo tanto, las mujeres constituyen una gran parte de los usuarios de los recursos naturales (como agua, leña y productos forestales), lo que aumenta aún más su carga de trabajo a medida que estos recursos se vuelven más escasos debido al cambio climático. Por último, Van Leeuwen (2021) destaca que lo más preocupante es que las mujeres y las niñas representan casi el 80 % de las personas desplazadas por factores relacionados con el clima.

Los desafíos de las mujeres también son señalados por diferentes organizaciones que trabajan en el ámbito del clima, incluidas las que apoyan el emprendimiento como Cleantech Hub Colombia:

"Sabemos que las mujeres, especialmente las que tienen hijos, son las más vulnerables y las más afectadas por los efectos de la crisis climática. **Así que para nosotros tenía mucho sentido juntar estos desafíos**".

Debido a que las mujeres son las principales responsables de la producción de alimentos y del trabajo de cuidados no remunerado, también las convierte en las principales responsables de la toma de decisiones a la hora de hacer compras y un importante grupo de consumidores.

"Las mujeres ya están desempeñando un papel importante en la transición hacia una economía verde y pueden impulsar comportamientos de consumo y producción responsables, así como ser pioneras en una cultura de circularidad a muchos niveles y en muchos países: como consumidoras, empresarias, innovadoras y diseñadoras". - Dolun, M, et al., 2021

En el ámbito empresarial, están surgiendo pruebas de que las empresas propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres tienden a dar prioridad a los beneficios sociales y medioambientales por encima del mero valor para los accionistas. Además, las empresas con mayor diversidad de género en sus juntas directivas tienen muchas más probabilidades de reducir el consumo de energía, las emisiones de gases de efecto invernadero y el uso del agua de la empresa.

Por ejemplo: las empresas con mayor diversidad de género en sus juntas directivas, entre 2013 y 2018 tenían entre un 40 y un 60 % más de probabilidades que las que no contaban con dicha diversidad de reducir el consumo de energía, las emisiones de GEI y el uso del agua de la empresa, respectivamente (FP Analytics, 2019).

¿Importa el género?

Una perspectiva de género tiene como objetivo identificar y tener en cuenta los múltiples conjuntos de desigualdades estructurales, a menudo superpuestos y que se refuerzan mutuamente, que crean la realidad cotidiana que viven las personas en todo el mundo, y trata de mejorarla (Autoridad Nacional de Gestión del Medioambiente, 2015).

En la mayoría de las sociedades, existen diferencias importantes entre los derechos realizados y las oportunidades disponibles para el género dominante (hombres) y las minorías de género (mujeres y otras personas no conformes con su género). Entre ellas se incluyen las diferencias relacionadas con los derechos sobre la tierra y los recursos, posibilidades de empleo, así como salarios y promoción en el trabajo, y espacios para participar e influir en procesos de toma de decisiones. En realidad, la desigualdad de género está arraigada en las normas y valores socioculturales de todo el mundo.

Por ejemplo, en toda África, casi el 90 % de los empleos de las mujeres se encuentran en el sector informal, es decir, el trabajo no regulado, concretamente en el contexto de la agricultura y el desarrollo. Como resultado, las mujeres no están cubiertas por las leyes de relaciones laborales, lo que significa que no hay salario mínimo, protección social, prestaciones por maternidad ni pensión. (FAO, 2021)



¿Por qué debería importarte el género como emprendedor climático?

1. Los equipos más sólidos pueden innovar mejor: si se adopta la inclusión y se aprovechan los conocimientos y competencias de diferentes experiencias de vida, es más probable que se creen soluciones e innovaciones sólidas y ampliamente adoptadas. La investigación de Gartner (2019) revela que "las diferencias de edad, etnia, género y otras dimensiones fomentan el alto rendimiento". Una investigación del Foro Económico Mundial (2019) muestra que las empresas con una puntuación de diversidad por encima de la media obtienen un 45 % de ingresos medios por innovación, en comparación con el 26 % de las empresas con puntuaciones de diversidad por debajo de la media.

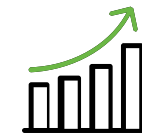
"Tener un equipo diverso aporta diferentes tipos de fortalezas e ideas. Existe una energía positiva en la que las personas se pueden sentar y acercar a las cosas desde diferentes ángulos". - Rafiki Eco Solutions LTD

2. Se ha demostrado que las mujeres son poderosos agentes del cambio: el número de innovaciones climáticas desarrolladas por mujeres emprendedoras está creciendo, lo que refleja una gran oportunidad para aprovechar la experiencia de las mujeres que hasta ahora han estado poco comprometidas y poco atendidas por las innovaciones climáticas. El impacto desigual que enfrentan las mujeres en la crisis climática significa que a menudo están en una mejor posición para reconocer las oportunidades que funcionarán. Las oportunidades económicas de las mujeres representan el mayor mercado emergente del mundo: un mercado que duplica con creces el tamaño de India y China juntas. Para 2028, las mujeres consumidoras controlarán alrededor de 15 billones de dólares del gasto mundial en consumo (Marco 2X, 2018).

"Tratar el clima y el género de forma conjunta en las inversiones fortalece los enfoques al centrarse en el nexo para desbloquear soluciones que reflejen la realidad y la urgencia de las personas más afectadas negativamente y cuyo liderazgo y puntos de vista son imperativos". - 2X Global

3. La diversidad es positiva para los negocios y para crear una marca sólida: una empresa/equipo diverso ayuda a aportar diferentes perspectivas a todos los niveles de tu negocio. Esto también puede aumentar el valor percibido por los inversores potenciales, ya que un número cada vez mayor de inversores está incorporando una perspectiva de género en su marco, el más común es el Desafío 2X, una campaña que tiene el objetivo de movilizar la inversión del sector privado en favor de la equidad de género. La diversidad de género está correlacionada tanto con la rentabilidad como con la creación de valor. Según McKinsey&Company (2018), las principales empresas más inclusivas en materia de género tienen un 21 % más de probabilidades que las empresas con un bajo nivel de inclusión de género de superar a sus homólogas nacionales de la industria.

"Ofrece a los emprendedores la oportunidad de promocionarse como organizaciones sensibles en cuestión de género. Esto se traduce en una mejora de la imagen de la marca". - Centro de Innovación Climática de Kenia



Fijación de objetivos

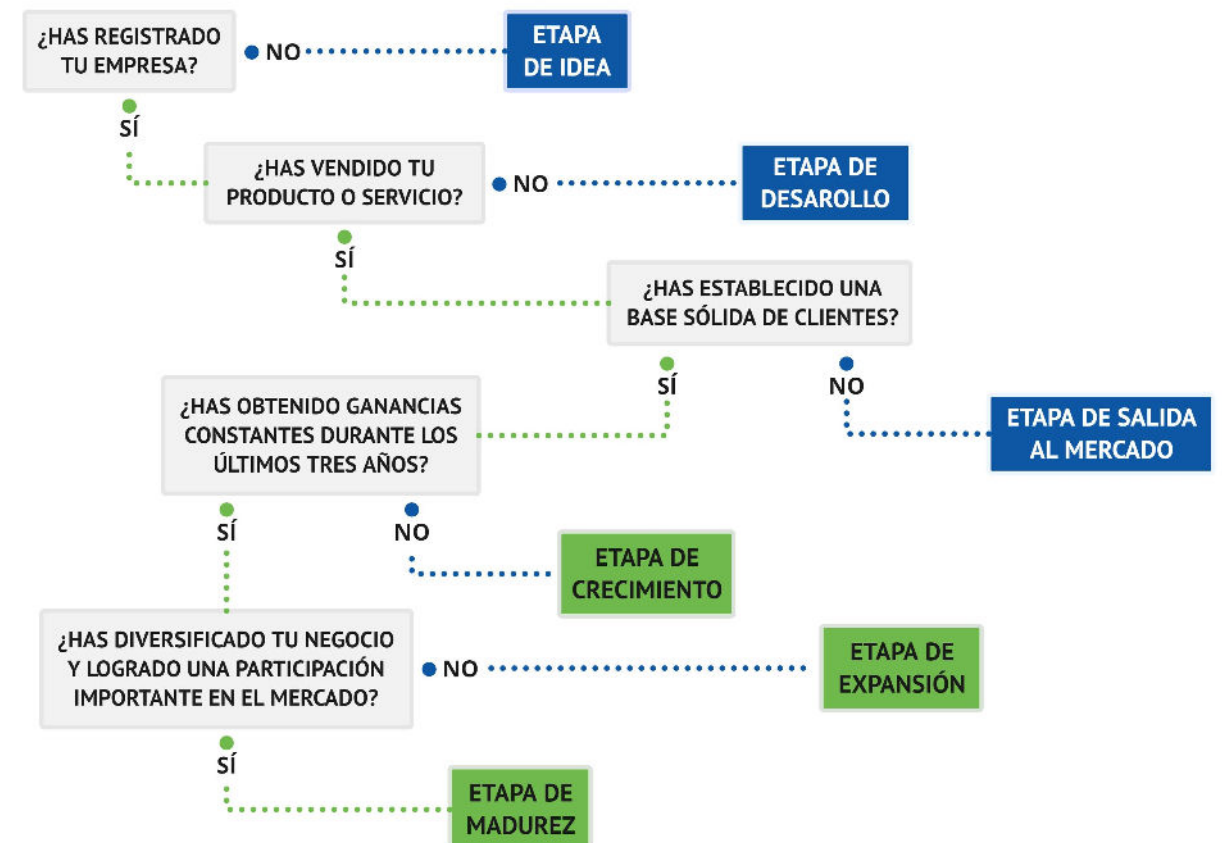
¿CUÁL ES TU SITUACIÓN Y QUÉ QUIERES CONSEGUIR?

Para garantizar la aplicación efectiva del contenido que se comparte en este manual, es importante que primero identifiques en qué punto se encuentra actualmente tu negocio y qué pretendes conseguir en términos de igualdad de género, diversidad e inclusión. La incorporación de la perspectiva de género puede ser un tema muy abstracto, sin embargo, a través de los ejercicios de este manual, te ayudaremos a desarrollar un plan de acción más concreto.

En primer lugar, debes completar una breve evaluación para identificar la fase en la que se encuentra tu negocio en este momento (actividad 1). Más adelante, haremos referencia en este manual a intervenciones específicas e ideas prácticas alineadas con la etapa de tu negocio. Esta evaluación procede del conjunto de [herramientas WeRise para emprendedores](#).

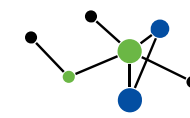


Actividad 1: ¿En qué etapa se encuentra tu negocio?





2. Las cuatro áreas



Sobre las áreas

UN BREVE RESUMEN DE LAS CUATRO ÁREAS

Las cuatro áreas de este manual te ayudarán a decidir qué intervenciones y cambios en materia de género integrarás en tu negocio. A continuación encontrarás una breve descripción de cada una de las áreas.

Estas áreas están adaptadas de los [Principios de Empoderamiento de Mujeres \(WEP\)](#) establecidos por ONU Mujeres y el Pacto Mundial de la ONU. Los WEP están informados por las normas internacionales del trabajo y derechos humanos, y se basan en el reconocimiento de que las empresas tienen un interés y una responsabilidad en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

LIDERAZGO

A medida que los emprendedores climáticos se esfuerzan por abordar los urgentes desafíos del cambio climático, no se puede subestimar la necesidad imperiosa de la inclusión de género en el liderazgo. Contar con un liderazgo que incluya la perspectiva de género no es solo una cuestión de responsabilidad social, sino una decisión empresarial estratégica con muchos beneficios.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Al integrar la inclusión de género en la estrategia de tu negocio se crea un impacto positivo en la cultura organizacional, el compromiso de los empleados, la innovación, las relaciones con las partes interesadas y la resiliencia empresarial en general.

MERCADO

Al incorporar la inclusión de género en la estrategia de mercado para los emprendedores climáticos creas un potencial para una mayor fidelidad de los clientes, amplías el alcance del mercado y mejoras el desarrollo de productos innovadores y el crecimiento sostenible.

COMUNIDAD

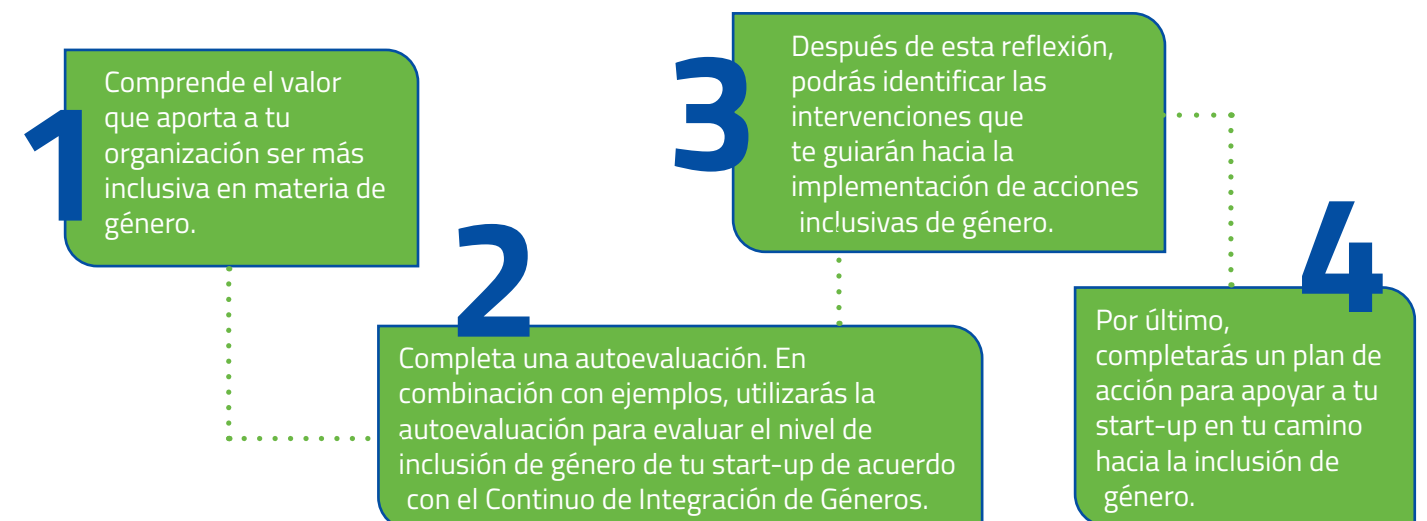
Integrar la inclusión de género ayudará a tu empresa a establecer relaciones más sólidas con sus socios y su comunidad, reforzando tu marca y el impacto que puede tener.



Cómo se usa

CÓMO TRABAJAR CON EL MANUAL

En cada una de las áreas:



TE MOTIVAMOS A REVISAR TU PLAN DE ACCIÓN CADA AÑO.



Las cuatro áreas - Liderazgo

A medida que los emprendedores climáticos se esfuerzan por abordar los urgentes desafíos del cambio climático, no se puede subestimar la necesidad imperiosa de la inclusión de género en el liderazgo. Contar con un liderazgo que incluya la perspectiva de género no es solo una cuestión de responsabilidad social, sino que es una decisión empresarial estratégica con muchos beneficios.



EL CASO

Mejora en la toma de decisiones:

- Los equipos de liderazgo que incluyen la perspectiva de género toman decisiones más eficaces al considerar un espectro de puntos de vista más amplio.
- La mejora de los procesos de toma de decisiones conduce a una mejor gestión de riesgos y planificación estratégica frente a las incertidumbres asociadas con las decisiones empresariales en torno a la crisis climática.

Relaciones con el mercado y las partes interesadas:

- Un equipo de liderazgo diverso refleja la diversidad de la comunidad global, lo que facilita conexiones más sólidas con una amplia gama de partes interesadas.
- Las empresas con un liderazgo que incluye la perspectiva de género a menudo se perciben como más responsables socialmente, ganándose el favor de los consumidores, inversores y entidades gubernamentales concienciados con el medioambiente.
- Invertir con una perspectiva de género y clima puede ayudar a impulsar la ventaja competitiva y el valor a largo plazo a través del talento, la innovación, los mercados, los productos y servicios, las cadenas de valor y la gobernanza. A medida que el clima y el impacto social entran en los modelos de negocio, la regulación y las políticas generales, aquellos que no se adaptan corren el riesgo de quedarse atrás.
- Tanto la igualdad de género como la acción climática afectan a muchos otros Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). A largo plazo, lo más probable es que haya una correlación entre aquellas empresas que obtienen rendimientos sociales positivos y las que tienen un impacto en el aumento de los beneficios financieros.

Reputación empresarial e imagen de marca:

- La inclusión de género en el liderazgo se alinea con las expectativas de la sociedad y contribuye de forma positiva a la imagen de la empresa.
- Demostrar un compromiso con la diversidad y la inclusión mejora la reputación de la marca, atrayendo a inversores y socios con conciencia social. Por ejemplo, [los criterios del Desafío 2X](#) establecen un estándar mundial para las finanzas de género.
- Ignorar el género puede ser un riesgo de mercado, un riesgo operativo o incluso un riesgo para la reputación. Las empresas o los fondos pueden fallar si ignoran las necesidades de género de los empleados, proveedores, clientes y otras partes interesadas.

Resiliencia organizacional:

- Un liderazgo que incluya la perspectiva de género crea una cultura organizacional resiliente que se puede adaptar a las condiciones cambiantes del mercado y sortear las incertidumbres asociadas a los desafíos relacionados con el clima.
- Un liderazgo diverso fomenta un entorno en el que las estrategias de adaptación se pueden desarrollar e implementar de manera efectiva.

Conformidad con normas:

- Muchas jurisdicciones e industrias están adoptando normativas y directrices que promueven la diversidad de género en el liderazgo. Además, los impactos en materia de género y en cuestiones relacionadas con el clima están siendo vistos por más inversores como impulsores de valor (o de mitigación de riesgos) que los inversores deben incorporar en la toma de decisiones.

Al fomentar equipos de liderazgo diversos e inclusivos, las empresas pueden crear una base resiliente para el éxito a largo plazo en el campo dinámico del emprendimiento climático.



AUTOEVALUACIÓN

SÍ

NO

¿Tienen tu equipo fundador y la junta directiva una buena diversidad en cuanto a género?

La representación diversa de todos los géneros es vital para impulsar la innovación y un negocio más resiliente. Si tienes una start-up con un equipo fundado exclusivamente por hombres, da prioridad a la incorporación de más mujeres a medida que tu empresa crece.



¿Cuentas con un equipo de liderazgo que incluya la perspectiva de género?

Contar con un liderazgo que incluye la perspectiva de género significa tener hombres, mujeres y personas no conformes con su género representadas y valoradas en puestos de liderazgo como los de director general, director financiero, director técnico, etc. No solo contribuye a una imagen positiva de la empresa, sino que también fomenta la innovación y la resiliencia.



¿Dispones de igualdad de oportunidades en lo que respecta a la evolución profesional?

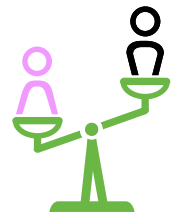
Ofrecer igualdad de oportunidades en lo que respecta a la evolución profesional conduce a equipos de liderazgo con diversidad de género, ya que tu empresa resulta más atractiva y retiene durante más tiempo a los talentos de alto calibre.



EJEMPLOS REALES

El fundador de Rafiki Eco Solutions Ltd en Kenia aplica la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la empresa.

La start-up convierte la biomasa en biobriquetas en Kenia. Su fundador se asegura de que cuentan con un equipo equilibrado en cuanto al género y presenta a los diferentes géneros como socios iguales.



SENSIBLE AL GÉNERO

"Los roles de liderazgo se deben asignar en función del mérito. Creo que cualquier género puede liderar. Y comienza ya en el proceso de selección de personal. Me aseguro de no caer en sesgos de género durante las entrevistas". - Rafiki Eco Solutions Ltd

El Centro de Innovación Climática de Kenia ofrece apoyo específico a las solicitudes de mujeres empresarias.



PERSPECTIVA DE GÉNERO

La organización aspira a apoyar a tantos hombres emprendedores como mujeres empresarias y mide la representación de género en sus programas. Como reciben menos solicitudes de mujeres empresarias, decidieron ofrecer más apoyo a las mujeres a la hora de solicitar el programa para aumentar el número de solicitudes de calidad. Cuando se acepta a las mujeres emprendedoras en el programa, el plan de estudios es el mismo para todos.

"Intentamos animar a más mujeres a que se presenten al programa. Si compartimos una oportunidad y observamos que no se presentan mujeres, preguntaremos sobre los desafíos a los que se enfrentaron y les ofreceremos apoyo para redactar una propuesta y una presentación. Apoyamos a las mujeres a presentar una buena solicitud". - Centro de Innovación Climática de Kenia.

Actividad - Continuo de la Integración de Géneros

Fíjate en tu autoevaluación y en los ejemplos. Reflexiona sobre el punto en el que te encuentras en el continuo para este ámbito específico e incluye dónde quieres estar:



INTERVENCIONES

1. Define tu equipo de liderazgo, reflexiona sobre tu sesgo de género y establece tus objetivos.

Para empezar, debes reflexionar sobre tu equipo de liderazgo actual y sus roles, género y experiencia. Por ejemplo, ¿quién forma parte del equipo fundador? ¿quién dirige proyectos/equipos? ¿quién ha recibido un ascenso en los últimos dos años? Considéralo revisando el porcentaje o el número de hombres, mujeres y otros géneros en determinados puestos de tu equipo. Intenta aportar tantos detalles como puedas. Reflexiona sobre la variedad de géneros y áreas de especialización en tu equipo de liderazgo y, basándote en esta reflexión, fija tus objetivos.

2. Desarrolla y sigue una política para el proceso de solicitud y contratación de puestos clave de liderazgo, para proporcionar igualdad de oportunidades para todos los líderes (futuros).

Reflexiona sobre tu actual proceso de solicitud de empleo y contratación, y asegúrate de que sea inclusivo en materia de género. Esto puede estar relacionado con tu equipo de contratación y el tipo de preguntas que realiza. El sesgo de afinidad empuja a las personas a gustar/preferir a otras que son más parecidas a ellas (en términos de género, clase, educación, etc.). Con esta política dispondrás de medidas para superar este sesgo y asegurarte de que tu equipo de contratación lo conozca.

3. Si eres un hombre en un puesto de liderazgo, haz que para tu negocio sea la norma desafiar el sesgo de género o los prejuicios en tu trabajo diario.

Es posible que trabajes en un país o una cultura en la que la discriminación por género es normal. Asegúrate de que la cultura de tu empresa denuncia los prejuicios o estereotipos de género, ya sea de forma interna o con las partes interesadas externas. Predicar con el ejemplo permitirá que otros miembros del personal hablen y que las mujeres de tu organización se sientan valoradas y respetadas.

Actividad - Plan de acción

Fíjate en tu autoevaluación y en las posibles intervenciones. Para todas las preguntas a las que hayas respondido con un "No", piensa en cómo podrías convertirlas en un "Sí". Puedes utilizar las intervenciones que se enumeran como punto de partida.

Escribe tus ideas a continuación.



Las cuatro áreas - Cultura organizacional

Al integrar la inclusión de género en tu organización se crea un impacto positivo en la cultura organizacional, el compromiso de los empleados, la innovación, las relaciones con las partes interesadas y la resiliencia empresarial en general.



EL CASO

Mejora de la cultura organizacional:

- Un lugar de trabajo inclusivo en cuanto al género fomenta una cultura de igualdad, respeto y colaboración.
- Es más probable que los empleados se sientan valorados y apreciados, lo que conduce a una mayor satisfacción laboral y a un entorno de trabajo positivo.

Mayor compromiso de los empleados:

- La diversidad de género se correlaciona con niveles más altos de compromiso e implicación de los empleados.
- Un lugar de trabajo inclusivo anima a los empleados a llevar su auténtico yo al trabajo, fomentando un sentimiento de pertenencia y dedicación a la misión de la organización.

Innovación y creatividad:

- Los equipos diversos son más innovadores y creativos.
- Las perspectivas variadas contribuyen al desarrollo de soluciones únicas y eficaces a los desafíos relacionados con el clima, fomentando una cultura de mejora continua.

Captación y retención del talento:

- Un compromiso con la inclusión de género mejora la reputación de la organización, haciéndola más atractiva para un conjunto de talentos diverso.
- Los lugares de trabajo inclusivos están mejor posicionados para atraer y retener el talento, algo crucial para impulsar la innovación y alcanzar los objetivos empresariales.

Operaciones empresariales resilientes:

- La diversidad de género mitiga los riesgos asociados con la escasez de mano de obra, la rotación y la falta de talento.
- Las organizaciones con prácticas inclusivas son más resilientes a los choques externos, lo que garantiza la continuidad del negocio frente a los desafíos planteados por las interrupciones relacionadas con el clima.





AUTOEVALUACIÓN

¿Existe igualdad salarial para todos los géneros con competencias similares en tu empresa?

Al tener el mismo salario para todos los géneros con competencias similares, cumplirás con las expectativas de los empleados, lo que mejora la atracción y retención del talento.

SÍ

NO



¿Están representados todos los géneros por igual en todos los niveles de tu organización?

En las empresas centradas en el clima, los hombres suelen estar más representados en los puestos de liderazgo y gestión que las mujeres. Es importante que todos los géneros estén representados por igual en todos los niveles de tu organización para estar a la altura de las expectativas de los empleados y los inversores.



¿Existen diferentes formaciones y competencias en todos los niveles de tu organización?

Los equipos que incluyen a personas con diferente formación y competencias se adaptan mejor y pueden encontrar más fácilmente soluciones eficaces e innovadoras, dos ventajas sustanciales cuando se trata del sector climático.



¿Ofreces igualdad de oportunidades de formación, especialmente en trabajos donde hay un desequilibrio de género o estereotipos de género?

Muchos empleos del sector climático se ven afectados por los estereotipos de género: las personas encargadas de reciclar plástico, por ejemplo, son en su mayoría mujeres, mientras que las personas que operan las máquinas para reciclar el plástico son hombres. Estas situaciones conducen a un desequilibrio importante entre hombres y mujeres en determinados trabajos. Tener las mismas oportunidades de formación en tu empresa contribuye a limitar el desequilibrio entre hombres y mujeres y a luchar contra los estereotipos de género, lo que le permite a tu empresa tener todos los géneros representados por igual en toda la organización.



Durante los procesos de selección, ¿te aseguras de que haya diversidad en las personas entrevistadas?

Para tener equipos diversos trabajando en tu empresa, debes empezar desde el proceso de selección de personal y asegurarte de que estás hablando con personas de diferentes orígenes (por ejemplo, socioeconómicos, nacionalidad, edad, género).



¿Hay diversidad de género en los paneles de contratación?

La gente tiende a contratar a personas que son similares a ellos. Este sesgo, en un sector climático dominado por los hombres, puede conducir a un mayor desequilibrio de género. Contar con diversidad entre los entrevistadores puede limitar este sesgo.



¿Dispones de una política contra el acoso sexual?

Es esencial tener y aplicar una política que muestre tu compromiso de proporcionar un entorno seguro a todos tus empleados, libre de discriminación por cualquier motivo y de acoso en el trabajo, incluido el acoso sexual.



¿Pueden los empleados denunciar de forma anónima conductas indebidas?

Es importante disponer de mecanismos de denuncia anónimos para garantizar la seguridad de los empleados. En el sector climático, en el que los hombres son la mayoría de los fundadores y jefes de equipo, es aún más importante que la dirección demuestre a todos los empleados que no se tolerará ninguna mala conducta.



SÍ

NO

¿Has impartido a tus empleados formación sobre cómo reconocer y abordar los sesgos de género en el lugar de trabajo?

Formar a tus empleados sobre cómo reconocer y abordar los sesgos de género les proporciona habilidades y herramientas que pueden usar más adelante y que mejorarán el lugar de trabajo para todos.



¿Dispones de permiso parental remunerado para empleados de todos los géneros?

Contar con un permiso parental remunerado para tus empleados ayuda a la adquisición y retención de talentos, ya que permite una distribución más equitativa de las responsabilidades entre ambos progenitores, y disminuye la carga que a menudo recae por defecto en las mujeres. Incluso si existe una ayuda patrocinada por el estado, considera la posibilidad de completarla u ofrecer apoyo adicional a aquellas personas que deseen tomarse un permiso parental.



¿Eres flexible con el horario laboral de tus empleados?

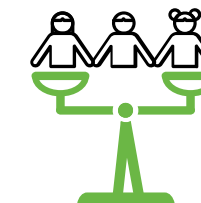
Tu personal tiene obligaciones y actividades fuera del lugar de trabajo y, contrariamente a lo que se suele creer en las empresas de nueva creación con pocos empleados, permitir cierta flexibilidad en los horarios de trabajo es posible. Es una excelente manera de contribuir al bienestar y la satisfacción de tus empleados hacia el empleador y de permitir un mejor equilibrio entre la vida laboral y personal para todos.



EJEMPLOS REALES

Limu Plastic en Kenia desafía la mentalidad de sus empleados sobre la distribución de roles en función del género.

Sebastian cofundó Limu Plastic con su esposa. En su empresa de reciclaje de plásticos, la mayoría de los hombres manejan la maquinaria, mientras que las mujeres se encargan de clasificar los plásticos. Sebastian quiere cambiar eso. Le gusta animar a las mujeres a hacer "tareas de hombres" y a los hombres a hacer "tareas de mujeres". Da oportunidades similares y deja que hombres y mujeres decidan. Tienen la libertad de elegir lo que quieren hacer.



TRANSFORMADOR DE GÉNERO

"El desafío es romper la barrera cultural en la que cree la gente. En el momento en que se anima a una mujer a manejar maquinaria, su mentalidad comienza a cambiar. Cuando se les da igualdad de oportunidades, las mujeres pueden hacerlo mejor que los hombres". - Proceso de contratación de Limu Plastics. Me aseguro de no caer en sesgos de género durante las entrevistas". - Rafiki Eco Solutions Ltd



PERSPECTIVA DE GÉNERO

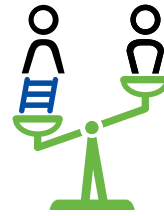
Xiclo en Colombia utiliza la escritura inclusiva en las ofertas de empleo.

En español, se puede escribir en masculino o femenino. No hace mucho, en Xiclo (envases reutilizables de alimentos), todas las ofertas de empleo se escribían desde la perspectiva de un hombre. El fundador ha decidido cambiar eso y hacer que todas las ofertas de empleo se redacten de forma universal, para dirigirse a todos los géneros.

"Es un desafío incluir a todos los géneros cuando se habla y se escribe. Requiere práctica y concentración, pero quiero asegurarme de hablar con todos, no solo con hombres". - Xiclo

Green Ventures Tanzania tiene como objetivo abordar el desequilibrio de género en la mano de obra a través de programas de formación para mujeres.

Green Ventures Tanzania transforma los residuos plásticos en productos asequibles y duraderos, como muebles. Para ello, la empresa contrata carpinteros, pero el director general y fundador nunca ha recibido ninguna solicitud de una mujer y piensa que hay un número limitado de mujeres carpinteras en Tanzania. Una solución que el director general prevé para permitir la inclusión es poner en marcha un programa para formar a mujeres como carpinteras.



PERSPECTIVA DE GÉNERO

"Tuve una conversación con algunos carpinteros y dicen que la mayoría de las personas que crecen aquí apenas ven a mujeres carpinteras. A las mujeres les resulta difícil imaginar que puedan desempeñar este papel. La distribución de roles en función del género está determinada por lo que la gente ve a su alrededor en Tanzania". - Green Ventures Tanzania

Actividad - Continuo de la Integración de Géneros

Este compromiso no solo se alinea con los principios éticos, sino que también fortalece las bases para el éxito a largo plazo y el impacto positivo en la lucha contra el cambio climático.

Fíjate en tu autoevaluación y en los ejemplos. Reflexiona sobre el punto en el que te encuentras en el continuo para este ámbito específico e incluye dónde quieres estar.



INTERVENCIONES

1. Define la estructura de tu organización, evalúa y fija objetivos.

Enumera los diferentes roles en tu equipo y las personas que trabajan en cada puesto. Revisa la división de géneros, áreas de especialización, formación académica, etc., dentro de tu equipo. Intenta asignar un porcentaje a esta división y fija tus objetivos para la organización.

2. Desarrolla y sigue una política para ofrecer igualdad de oportunidades a todos los (futuros) empleados.

Esta política debería indicar tu punto de vista en términos de cuidado de los hijos, igualdad salarial, permiso parental, mecanismos de presentación de informes y horarios de trabajo flexibles. Esto puede ayudar a los progenitores, en especial a las madres, a garantizar la continuidad de sus carreras profesionales. Por ejemplo, si se ven obligadas a dimitir por falta de un cuidado de los niños asequible y de calidad, podrías perder un gran talento dentro de tu negocio. Consulta [Empowering Women at Work: Companies Policies and Practices for Gender Equality de la OIT, la UE y ONU Mujeres | 2020](#).

3. Erradica los prejuicios de tu sistema de selección de personal. Sin el sistema de selección de personal adecuado, los diferentes prejuicios pueden constituir un factor relevante a la hora de contratar a una persona, aunque sea de manera inconsciente. Por ejemplo, la discriminación contra unos buenos candidatos puede derivarse del sesgo de afinidad, es decir, la tendencia de las personas a sentirse más cercanas a otras personas con las que comparten intereses, experiencias y antecedentes similares. Esto puede llevar a que las empresas contraten a individuos basándose en los perfiles de las personas y no en la compatibilidad con la "cultura de la empresa". Visita esta [página web](#) de Frontier Incubators para ver cómo puedes eliminar el sesgo de género de tu proceso de contratación y permitir que todos los géneros tengan las mismas oportunidades en el proceso de selección.

4. Conciencia a tu equipo sobre el sesgo de género. Si percibes que tu equipo no es consciente de los sesgos de género y no parece tener mucho interés en contemplar este aspecto, trata de organizar una sesión de sensibilización sobre los sesgos de género. Una mayor sensibilización interna estimulará la reflexión sobre el nivel de inclusión en la organización, procedente de todos los niveles del equipo. Comprueba si puedes acceder a la formación sobre género para ti y tu equipo a través de una organización de apoyo al emprendimiento o reúnete con tu pequeño equipo y reflexiona sobre el género en la cultura organizacional.

5. Examina y evalúa los salarios de tu plantilla. Al recopilar información salarial y realizar análisis exhaustivos, podrás identificar las disparidades salariales basadas en el género en todos los niveles y funciones de la organización. Utiliza como guía el capítulo 4 del informe de la OIT (2008) [sobre la evaluación neutral en cuanto al género en el trabajo para la igualdad salarial en este proceso](#). Se pueden abordar las discrepancias en los sistemas de compensación estableciendo umbrales, objetivos y máximos claros para los aumentos salariales o las primas, garantizando una distribución justa y basada en el mérito de las recompensas entre todos los géneros. Utiliza como guía el capítulo 8 del [informe de la OIT \(2008\) sobre la evaluación neutral en cuanto al género en el trabajo](#) para la igualdad salarial. La transparencia en las estructuras salariales conduce a reducir la brecha salarial.



Actividad - Plan de acción

Fíjate en tu autoevaluación y en las posibles intervenciones. Para todas las preguntas a las que hayas respondido con un "No", piensa en cómo podrías convertirlas en un "Sí". Puedes utilizar las intervenciones que se enumeran como punto de partida.

Escribe tus ideas a continuación.



Las cuatro áreas - Mercado

Incorporar la inclusión de género en la estrategia de mercado para los emprendedores climáticos puede aumentar la fidelidad de los clientes, ampliar el alcance del mercado y mejorar el desarrollo de productos innovadores y el crecimiento sostenible.



EL CASO

Mayor alcance del mercado:

- Un enfoque inclusivo de género amplía tu atractivo para diferentes grupos de consumidores, aprovechando una base de mercado más amplia.
- Abordar las necesidades y preferencias de los diferentes géneros garantiza que tus productos y servicios resuenen con un público más amplio y variado.
- Operar en un mercado global requiere sensibilidad cultural y una comprensión de las diferentes normas sociales.
- Un enfoque inclusivo de género garantiza que tus productos y campañas de marketing resuenen en diferentes culturas, lo que facilita una expansión global exitosa.

Fidelización de clientes y ventaja competitiva:

- Demostrar un compromiso con la igualdad de género genera confianza y lealtad entre los clientes que se alinean con tus valores, lo que fomenta la afinidad con la marca a largo plazo.
- Posiciona tu marca como líder en prácticas empresariales éticas y sostenibles, lo que diferencia tus productos y servicios de los de la competencia.

Desarrollo de un producto innovador:

- Los equipos diversos aportan una serie de perspectivas e ideas fundamentales para el desarrollo de productos innovadores, sirviendo a diferentes bases de clientes.
- Aprovechar la creatividad derivada de experiencias diversas permite crear soluciones que abordan mejor los desafíos únicos que plantea el cambio climático.

Relaciones públicas y marketing positivos:

- Una estrategia de mercado inclusiva de género ofrece oportunidades para una cobertura positiva de los medios y campañas de marketing que resuenan entre los consumidores con conciencia social.
- Dichas iniciativas contribuyen a una imagen de marca positiva, consiguiendo que tu emprendimiento climático marque la diferencia en un mercado saturado.

Atracción de asociaciones diversas:

- Las empresas que dan prioridad a la inclusión de género tienen más probabilidades de atraer asociaciones y colaboraciones con organizaciones afines.
- Las colaboraciones con socios diversos pueden abrir nuevas vías para la innovación, recursos compartidos e iniciativas conjuntas para abordar los desafíos climáticos.

Al adoptar la diversidad en la atención a tus clientes, el desarrollo de productos y los esfuerzos de marketing, tu empresa puede lograr un crecimiento sostenible, crear una base de clientes fieles y contribuir a un impacto social y medioambiental positivo.

En una era en la que los consumidores exigen cada vez más empresas con un propósito, la inclusión de género es una herramienta poderosa para que los emprendedores climáticos impulsen un cambio positivo y creen un valor duradero.



AUTOEVALUACIÓN

¿Tu estudio de mercado incluye diversidad de géneros?

La mayor parte de los estudios de mercado disponibles en línea giran en torno a los hombres. Solo se dispone de información limitada sobre mujeres. Por lo tanto, para asegurarte de comenzar bien el desarrollo de tu idea de producto o servicio, tu estudio de mercado debe contener información recopilada de todos los géneros.

SÍ

NO

Durante el estudio de mercado, ¿has identificado desafíos o necesidades para un grupo de participantes diverso?

Al elaborar perfiles de personas, es importante comprender las diferentes necesidades y desafíos de los grupos diversos. Esto informará el desarrollo de productos y servicios, así como las estrategias de marketing y distribución.

¿Involucras en el diseño de tu producto o servicio a un grupo diverso?

Implicar a grupos diversos desde el principio de tu viaje conducirá a la creación de productos o servicios que atraigan a una amplia y diversa gama de clientes. Al hacerlo, te aseguras de que tu empresa amplíe su grupo objetivo potencial.

Durante el diseño de los productos o servicios, ¿has tenido en cuenta específicamente las necesidades de las mujeres/grupos marginados que se enfrentan con más frecuencia a los desafíos climáticos?

Debido a que las mujeres son las más afectadas por los problemas climáticos y constituyen una gran parte de los consumidores relacionados con el clima, es fundamental incluirlas, y a otros grupos marginados, en el diseño de tus productos o servicios. Las mujeres podrían ser el grupo objetivo prioritario a la hora de comercializar tu producto o servicio.

¿Tu producto final es realmente accesible para el grupo objetivo al que pretendes llegar? ¿No excluyes de forma involuntaria a personas debido a la accesibilidad del producto o servicio?

Para asegurarte de que llegas a los clientes objetivo a los que te diriges, debes elegir de forma estratégica la ubicación y las plataformas (en línea) a través de las cuales se ponen a disposición los productos y servicios. Por ejemplo, si el producto está disponible en una zona inaccesible y mal iluminada de la ciudad, lo más probable es que a las mujeres les resulte difícil acceder a tu solución. Del mismo modo, ciertas plataformas en línea atraen más a diferentes géneros, por lo que debes asegurarte de elegir una plataforma que se adapte a tu grupo objetivo.

SÍ

NO

¿Utilizas un lenguaje y una representación inclusivos en tus materiales de marketing?

El uso de un lenguaje inclusivo ("el/ella" para expresar neutralidad) y la representación (personas de diferentes edades, géneros, competencias, grupos socioeconómicos, etc.) en tus materiales de marketing le permite a tu empresa atraer grupos de consumidores diversos, lo que hace que tu mercado base crezca.

¿Tus materiales de marketing retratan a clientes con los que todos los géneros pueden relacionarse?

Los clientes establecen vínculos más fuertes con las empresas con las que se pueden relacionar y, por lo tanto, muestran una mayor fidelidad a la marca y menores tasas de abandono. Para que tus clientes potenciales se relacionen con tus productos y servicios, tu empresa necesita retratar personas diversas y con las que se puedan identificar.

¿La comunicación de los valores de tu marca incluye a todos los géneros?

Sé coherente y asegúrate siempre de que los valores de tu marca comunican la inclusión de todos los géneros, ya que esto resonará en tu base de clientes y fomentará su fidelidad.

¿Tus materiales de comunicación evitan mostrar estereotipos de género? (todos los géneros se presentan en roles e innovaciones diversos)

Incluso en el sector climático, existe el riesgo de que las empresas caigan en estereotipos de género en sus materiales de comunicación.

Por ejemplo, es posible que las empresas que se centran en una cocina limpia solo muestren a mujeres utilizando sus productos, o que una empresa de energías renovables solo muestre a hombres utilizando biomateriales.

En tus materiales de marketing, ¿has promovido de manera explícita los elementos de tu producto o servicio que atraen a tus clientas mujeres?

Al realizar tu estudio de mercado con perspectiva de género, lo más probable es que hayas identificado elementos que atraen directamente a tus clientas mujeres. Para captarlas mejor, puedes hacer hincapié en estos elementos. No se trata de transmitir estereotipos de género como que la mujer será la única que utilice el horno de una cocina limpia, sino para resaltar el hecho de que durante el diseño de un horno para una cocina limpia, has tenido en cuenta los deseos de las mujeres y que estos ahora forman parte del producto final.

¿Colaboras de forma activa con empresas dirigidas por mujeres (vendedores, proveedores)?

La inclusión de género no solo se aplica a tu start-up, sino a toda la cadena de valor. Por lo tanto, para lograr un impacto como start-up climática inclusiva desde el punto de vista del género, se espera que colabores de forma activa con un conjunto diverso de empresas con liderazgo de todos los géneros.

¿Tus socios comerciales (por ejemplo, inversores, consultorías) incluyen la perspectiva de género?

La inclusión de género no solo se aplica a tu start-up, sino a todo el sector climático. Toma una decisión consciente de asociarte con partes interesadas lideradas por mujeres y con perspectiva de género.

¿Colaboras de forma activa con empresas (vendedores, proveedores) que dan prioridad al medioambiente, trabajan de forma activa en temas climáticos y no dañan el medioambiente?

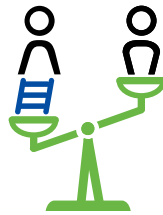
Debido a que tu propia empresa se compromete de forma activa a tener un impacto positivo en el ámbito climático, debes dar prioridad al trabajo con proveedores, vendedores y socios que compartan los mismos valores que tú. Si no ayudas a paliar los problemas climáticos, al menos deberías preocuparte de que tus proveedores, vendedores y socios no dañen el medioambiente, ya que esto va en contra de sus valores y podría dañar la imagen de marca que estás creando.



EJEMPLOS REALES

SEOS Energy en Colombia desarrolló una atractiva oferta para empoderar a las mujeres.

En Colombia, es más probable que sean los hombres los que tomen decisiones financieras sobre el hogar. Para compensar este desequilibrio, SEOS Energy (fintech de energía solar) decidió centrarse en los usuarios finales e incentivar a las mujeres a solicitar préstamos financieros. Por ejemplo, si una mujer solicita un préstamo, SEOS Energy le ofrece tasas de interés preferentes.



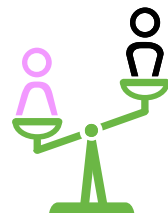
PERSPECTIVA DE GÉNERO

"En este momento, entre el 35 y el 40 % de nuestra base de clientes son mujeres. Tenemos solicitantes que cambiaron la titularidad del préstamo del hombre a la mujer cuando se enteraron del beneficio". - SEOS ENERGY

Lakegen Enterprises y Limu Plastic en Kenia trabajan de forma activa con mujeres.

Lakegen vende biodiésel a agricultores de zonas rurales donde la mayoría de los agricultores son hombres.

"Nuestro primer cliente fue una mujer, así que ahora las mujeres agricultoras son un gran mercado para nosotros. Las mujeres agricultoras tienden a depender más de la producción local y también están más centradas que los hombres agricultores, que a menudo tienen un trabajo secundario, por ejemplo, en la construcción".

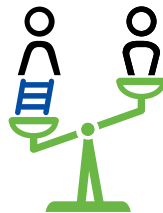


SENSIBLES AL GÉNERO

Limu Plastic es una empresa de reciclaje de plásticos que compra la mayor parte de sus plásticos a mujeres agregadoras. **"En los vertederos, de cada diez personas, una es un hombre y nueve son mujeres".**

SEOS Energy en Colombia da prioridad al trabajo con empresas dirigidas por mujeres.

La industria energética está fuertemente dominada por hombres, por lo que es difícil encontrar empresas que incluyan la perspectiva de género en el campo de la instalación de paneles solares. SEOS Energy decidió dar prioridad a trabajar con empresas de instalación de paneles solares que, o bien son propiedad de mujeres, o tienen mujeres accionistas, o cuentan con mujeres en puestos directivos.



PERSPECTIVA DE GÉNERO

"Hubo gente que nos preguntaba si funcionaríamos poner a una mujer a cargo de las ventas. Lo ven como algo transaccional. Pero no es nuestro plan. Queremos ver una mentalidad inclusiva en materia de género en nuestros socios". - SEOS ENERGY



Actividad - Continuo de la Integración de Géneros

Fíjate en tu autoevaluación y en los ejemplos. Reflexiona sobre el punto en el que te encuentras en el continuo para este ámbito específico e incluye dónde quieres estar.



INTERVENCIONES

1. Reúne a tu equipo y trata el tema del desarrollo de tu producto o servicio.

Asegúrate de contar con un grupo diverso y piensa en cómo tu producto o servicio excluye a ciertas personas (en el diseño y la distribución). ¿Puedes actuar en consecuencia y realizar algún cambio? Si es así, ¿qué puedes hacer al respecto? Con la colaboración de tu equipo, elabora un plan de acción.

Para identificar a los grupos de consumidores marginados, reflexiona sobre la [rueda de privilegio y poder](#) y adáptala a tu situación. Piensa en cómo puedes dirigirte mejor a estos grupos marginados con tus productos y servicios.

3. Utiliza una comunicación con perspectiva de género en tus materiales de marketing.

Independientemente de a qué personas te dirijas con tu material de marketing y de cuál sea tu formato, debes ser consciente de cómo el lenguaje puede reforzar o socavar las desigualdades de género. Dentro de nuestros materiales de comunicación, debemos esforzarnos en eliminar las normas y los estereotipos de género asociados con mujeres y hombres. Por ejemplo, dentro de todos los elementos de comunicación, debes utilizar ambos pronombres "él/ella" en lugar de usar solamente los pronombres masculinos para expresar neutralidad y usar términos neutros de género como "ser humano", en lugar de "el hombre".

a. Consulta los [10 Principios de Comunicación Sensible al Género](#) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2018) para ver más consejos sobre cómo eliminar las normas de género.

b. Explora la incorporación de valores femeninos en la identidad de tu marca. [Beyond the Powergirl \(2020\)](#) da opciones. Puedes ver si se alinean con la personalidad de tu marca. Para obtener más inspiración, piensa en leer el libro electrónico [Beyond the Powergirl \(2016\)](#).

c. Para evitar los estereotipos de género dañinos que pueden aumentar la carga sobre las mujeres y las niñas, piensa en aplicar las 3P: Presencia, Perspectiva y Personalidad. Puedes encontrar más información sobre la [promoción de roles positivos de género en Marketing and Advertising](#) de UNICEF y la ONU Mujeres (2020).

2. Investiga a tu grupo objetivo y redefínelo.

¿Te cuesta responder algunas preguntas sobre la persona y te das cuenta de que no conoces demasiado bien a tus clientes? Entonces, es conveniente recopilar esta información antes de comenzar tu trabajo. Por lo tanto, investiga el público objetivo al que deseas llegar con tu producto o servicio. Esto podría hacerse de una manera informal cuando hables con otras personas compañeras de trabajo, amigas o familiares que podrían comprender mejor a esta persona. Otra opción sería tomarte un poco más de tiempo y realizar una encuesta o entrevistas a las personas con las que intentas interactuar. De esta manera podrás conocer tus creencias, aspiraciones y por qué querrían utilizar tu producto o servicio.

4. Conoce la situación actual de los proveedores/socios y actúa.

Simplemente pídele a tu proveedor que comparta contigo cómo está trabajando actualmente con mujeres como proveedoras, empleadas o clientas. ¿Trabajan de forma activa en cuestiones climáticas y limitan sus emisiones?

a. Define de forma pública tu objetivo: determina el número de proveedores/socios propiedad de mujeres con los que pretendes colaborar en el próximo año. Determina el número de empresas climáticamente inteligentes con las que tienes la intención de comprometerte como proveedores/socios en el mismo plazo. Comparte este objetivo tanto de forma interna como externa.

b. Sensibiliza a tus proveedores actuales: comparte lo aprendido en tu red y habla con tus proveedores existentes sobre cómo pueden mejorar. De este modo no tendrás que cambiar de proveedores, sino que podrás seguir con los anteriores.

c. Ponte en contacto con proveedores liderados por mujeres y climáticamente inteligentes: busca de forma proactiva a estos proveedores, ya que es posible que no se dirijan a ti directamente. Colabora con asociaciones empresariales y redes de mujeres o climáticas para encontrar proveedores o socios alineados con tus objetivos.

d. Crea la asociación: acordad los términos de colaboración y estudia cómo podéis apoyaros mutuamente como empresarios, por ejemplo, proporcionando formación en competencias comerciales o tutoría.

Actividad - Plan de acción

Fíjate en tu autoevaluación y en las posibles intervenciones. Para todas las preguntas a las que hayas respondido con un "No", piensa en cómo podrías convertirlas en un "Sí". Puedes utilizar las intervenciones que se enumeran como punto de partida.

Escribe tus ideas a continuación.

Las cuatro áreas - Comunidad

La integración de la inclusión de género ayudará a tu empresa a establecer relaciones más sólidas con tus socios y tu comunidad, y es probable que tengas un mayor impacto en la comunicación y la promoción.

EL CASO

Relaciones más fuertes con los socios y con las personas de la comunidad:

- Las prácticas de compromiso inclusivas de género muestran respeto por la diversidad de la comunidad y contribuyen a una percepción positiva de tu empresa (y del personal) como socio responsable e inclusivo.
- Facilita los esfuerzos de colaboración con una amplia gama de partes interesadas como inversores, gobiernos, ONG, líderes comunitarios, etc. y, por lo tanto, refuerza así la eficacia de las iniciativas climáticas.

Mayor impacto de comunicación y promoción:

- Las comunicaciones inclusivas de género movilizan a un público más amplio para apoyar las políticas e iniciativas que abordan el cambio climático.
- Empoderar a voces diversas fomenta un sentimiento de pertenencia a la comunidad y fortalece la resiliencia de las iniciativas climáticas al abordar los desafíos únicos que enfrentan los diferentes grupos demográficos.

AUTOEVALUACIÓN

¿Ha escrito y comunicado de forma pública tu organización una visión y una misión claras sobre la igualdad de género, la diversidad, la inclusión general y el clima?

Comunicar de forma pública la forma en que se incluyen la diversidad, la inclusión y el clima en la visión y la misión de tu start-up contribuye a una imagen de marca positiva.

SÍ NO

¿Has comunicado tu estrategia y ambiciones de género y clima a tus consumidores, empleados, inversores, donantes y otros empresarios y partes interesadas?

Comunicar tu estrategia y ambiciones en cuanto a género y clima a tus socios y otros empresarios es una buena manera de encontrar socios orientados al clima y con inclusión de género con los que trabajar. Puedes atraer fondos comunicando tu estrategia y ambiciones en materia de género y clima a donantes e inversores. Con los empleados, se trata de hacer que se sientan incluidos en la estrategia y comprometidos con la misión de tu startup. Con los consumidores, tu estrategia en materia de género y clima puede ser lo que te distinga de la competencia.

SÍ NO

¿Evalúas y revisas con frecuencia tus objetivos de inclusión en materia de género y tus objetivos climáticos?

Después de comunicar de forma pública tu estrategia y tus ambiciones en materia de género y clima, las partes interesadas esperan saber cómo estás progresando. Evaluar con frecuencia tus objetivos en materia de clima e inclusión de género es una buena manera de realizar un seguimiento de tu progreso y de saber si es necesario redefinir tus objetivos.

¿Compartes tu progreso de forma pública?

Comunicar de forma pública tu progreso es importante para poner al día a tus consumidores, empleados e inversores. También inspiras a otras partes interesadas del sector climático (emprendedores, donantes, inversores, etc.).

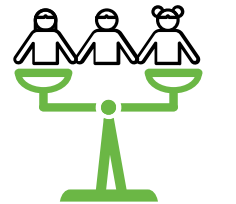
¿Compartes lo aprendido y eres capaz de aprender de organizaciones asociadas con un enfoque similar sobre clima y género?

Formar parte de una red de emprendedores climáticos con perspectiva de género es una excelente manera de aprender de los demás y de compartir con ellos lo aprendido.

EJEMPLOS REALES

SEOS Energy forma parte de una red de mujeres.

Una de las cofundadoras de SEOS Energy forma parte de una red de mujeres de las finanzas y participa de forma activa en los eventos. A través de esta red, SEOS Energy ha sido capaz de establecer buenas relaciones con los inversores.



TRANSFORMADOR DE GÉNERO

"No podría decir que formar parte de esta red nos haya llevado a participar en X número de eventos. Pero, sin duda, ha contribuido a diferenciar a SEOS Energy y a nuestro equipo fundador de los demás". - SEOS ENERGY



PERSPECTIVA DE GÉNERO

Cleantech Hub Colombia (ESO) está organizando oportunidades de creación de redes para mujeres en el sector climático.

Cleantech Hub Colombia se dio cuenta de que las mujeres trabajan bien juntas cuando pertenecen a la misma comunidad. A menudo surge un sentimiento de comunidad que puede aportar nuevas oportunidades a las mujeres emprendedoras. Después de establecer grupos para mujeres en tecnología y energía, Cleantech Hub Colombia quiere iniciar un grupo para mujeres en el sector climático y organizar eventos sociales para poner a las mujeres directoras generales y fundadoras en el punto de mira.

Actividad - Continuo de la Integración de Géneros

Fíjate en tu autoevaluación y en los ejemplos. Reflexiona sobre el punto en el que te encuentras en el continuo para este ámbito específico e incluye dónde quieres estar.



INTERVENCIONES

1. Define, valida y comparte tu visión y misión. En la página 13 de este manual has identificado tu visión y misión, reflexiona y prepárate para la validación. Para validar tu estrategia, puedes adoptar un enfoque diferente según la etapa en la que se encuentre tu negocio:

- a. Pon a prueba esta afirmación existente en tu equipo y con socios cercanos.
- b. Prueba y mejora tu visión y misión con tu base de clientes.
- c. Siéntate junto con tu equipo de comunicación y desarrolla una versión que creas que se pueda compartir de forma externa. Combina la declaración con una representación visual.

2. Fija tus objetivos y comunica el estado de los logros. Basándote en la declaración de tu visión y misión, y en la finalización de este manual, tendrás una idea clara de en qué deseas trabajar en relación con el género. Comparte estas actividades con el mundo. En combinación con este objetivo, conecta varios objetivos medibles. Comparte tu situación actual sobre estos objetivos e informa con frecuencia.

3. Forma parte de una red. Al garantizar el intercambio de aprendizajes sobre temas relacionados con el género y el clima, podemos crecer juntos y asegurarnos de que no cometes errores similares a los que otros podrían haber cometido antes. Te motivamos a formar parte de una red de intercambio o a crear la tuya propia consultando frecuentemente a otros emprendedores con intereses similares.

- a. Únete a los Principios de Empoderamiento de la Mujer. Todas las empresas se beneficiarán de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. La plataforma WEPS ofrece al sector privado una red global de empresas con ideas afines y orientación sobre el avance de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Regístrate [aquí](#).

Actividad - Plan de acción

Fíjate en tu autoevaluación y en las posibles intervenciones. Para todas las preguntas a las que hayas respondido con un "No", piensa en cómo podrías convertirlas en un "Sí". Puedes utilizar las intervenciones que se enumeran como punto de partida.

Escribe tus ideas a continuación.



3. Elaboración de una propuesta comercial

Determinemos con qué intervenciones y cambios te vas a comprometer y vas a integrar en tu negocio, así como la forma de medir el impacto de estas intervenciones. Después podrás presentar tu enfoque a los inversores y a otras partes interesadas importantes.

En cada paso, has ideado intervenciones en las que puedes trabajar en tu negocio para mejorar la inclusión de género y clima. Ahora que ya te has una idea sobre todas las cosas que puedes hacer, reflexiona sobre tu misión y visión, y piensa en el impacto que deseas conseguir con este paso. ¿Con qué intervenciones puedes crear el impacto más valioso?

A partir de esta reflexión, enumera las tres a cinco intervenciones a las que te gustaría dar prioridad en el siguiente cuadro.

Te motivamos para que elijas al menos una intervención por paso.

--

Hagamos un plan para las intervenciones seleccionadas:

¿QUÉ?	¿CÓMO?	¿CON QUIÉN/QUÉ?	¿CUÁNDO?
Por ejemplo, incluir lenguaje inclusivo y representación en mis materiales de marketing.	Por ejemplo, revisa los materiales actuales, investiga y elabora al menos tres materiales de marketing inclusivos en materia de género (1 publicación en línea, 1 póster y 1 fragmento de audio). Reflexiona sobre la respuesta del público a estos materiales y sigue aprendiendo.	Por ejemplo, pide ayuda a un experto de tu red en cuestiones de género.	Por ejemplo, en los próximos 6 meses (con una fecha establecida, por ejemplo, 31 de mayo).

Determinemos cómo puedes medir el impacto de las intervenciones seleccionadas.

Intervención seleccionada	Define los indicadores ¿Qué indicadores específicos podrías medir para dar seguimiento al impacto de la actividad?	Plan de medición ¿Quién recopilará los datos de tu equipo y cómo lo hará?	Calendario de seguimiento ¿Cuándo medirás este impacto y con qué frecuencia?

Bibliografía



BIBLIOGRAFÍA

2X Challenge (2018), 2X Challenge criteria, extraído de:
<https://www.2xchallenge.org/>

Aguilar, L., Granat, M., & Owren, C. (2015) Roots for the future: The landscape and way forward on gender and climate change. Washington, DC: IUCN & GGCA

Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus (2024) Cambridge University Press.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/diversity>

Dolan, M, et all (2021) Women in cleantech are key levers for an inclusive recovery, extraído de:
<https://iap.unido.org/articles/women-cleantech-are-key-levers-inclusive-recovery#fn-751-1>

Eswaran, V. (2019) The business case for diversity in the workplace is now overwhelming, del Foro Económico Mundial, extraído de: <https://www.weforum.org/agenda/2019/04/business-case-for-diversity-in-the-workplace/>

Instituto Europeo de la Igualdad de Género. (s.f.)
https://eige.europa.eu/publications-resources/thesaurus/terms/1262?language_content_entity=en

FAO (2021) Seizing the opportunities of the African Continental Free Trade Area for the economic empowerment of women in agriculture, extraído de: <https://doi.org/10.4060/cb6966en>

FP Analytics (2019) Women as levers of change: Unleashing the power of women to transform male-dominated industries

Gartner (2019) Diversity and Inclusion Build High-Performance Teams, extraído de:
<https://www.gartner.com/smarterwithgartner/diversity-and-inclusion-build-high-performance-teams>

Gender and health (2021) Organización Mundial de la Salud, extraído de: https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1

Hunt, V. et al, (2018) Delivering through Diversity, de McKinsey&Company, extraído de:
<https://www.insurance.ca.gov/diversity/41-ISDGBD/GBDEExternal/upload/McKinseyDeliverDiv201801-2.pdf>

Marcus, R. Et all (2022) Gender-Transformative Programming, de UNICEF, extraído de:
<https://www.unicef.org/lac/en/media/43146/file>

National Environment Management Authority (2015) Kenya - Second National Communication to the United National Framework Convention on Climate Change, extraído de: <https://unfccc.int/sites/default/files/resource/Kennc2.pdf>

Quiroga, L. & McCleary-Sills, J. (2018) Gender Equality Lexicon, de Bill & Melinda Gates Foundation, extraído de <https://www.gatesgenderequalitytoolbox.org/wp-content/uploads/Gender-Equality-Lexicon-August-2018.pdf>

UNICEF (2021) Promoting diversity and inclusion in advertising: a UNICEF playbook, extraído de:
<https://www.unicef.org/media/108811/file/UNICEF-PLAYBOOK-Promoting-diversity-and-inclusion-in-advertising.pdf>

United Nations (2021) What is climate change? Extraído de:
<https://www.un.org/en/climatechange/what-is-climate-change>

UN Women & UN Global Compact Office (2021) Women's Empowerment Principles, extraído de:
https://www.weps.org/sites/default/files/2021-01/WEPs_Intro_Asia_Pacific.pdf

UN Women (2020) Gender mainstreaming: A global strategy for achieving gender equality & the empowerment of women and girls. <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2020/04/brochure-gender-mainstreaming-strategy-for-achieving-gender-equality-and-empowerment-of-women-girls>

Van Leeuwen, R. (2021) How to Support the Women Leading the Climate Fight, de Aspen Institute, extraído de: <https://www.aspeninstitute.org/blog-posts/how-to-support-the-women-leading-the-climate-fight/>

WeEmpowerAsia and Bopinc (2021), WeRise Toolkit for Accelerators, de Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres), extraído de:
<https://asiapacific.unwomen.org/es/digital-library/publications/2021/10/werisetoolkit-for-accelerators>

WeEmpowerAsia and Bopinc (2021), WeRise Toolkit for Entrepreneurs, de Entidad de Naciones Unidas para la Igualdad de género y Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres), extraído de:
<https://asiapacific.unwomen.org/en/digital-library/publicaciones/2021/10/werise-toolkit-forentrepreneurs>



Consejos del
facilitador

RECURSOS EXTERNOS - PARA LAS CUATRO ÁREAS

LIDERAZGO

- Los criterios del [Desafío 2X](#) establecen una norma mundial sobre lo que significa invertir en las mujeres. Puedes encontrar más información sobre cómo comprender el sesgo de género en la [herramienta 3 del conjunto de herramientas para emprendedores de WeRise](#).

CULTURA ORGANIZACIONAL

- [Para conocer las políticas que ofrecen igualdad de oportunidades a todos los empleados, consulta Empowering Women at Work: Companies Policies and Practices for Gender Equality](#) de la OIT, la UE y ONU Mujeres.
- Ofrece orientación sobre cómo eliminar el sesgo de género en el proceso de contratación y permitir que todos los géneros tengan las mismas oportunidades en el proceso de selección.
- Utiliza como guía paso a paso el capítulo 4 del [informe de la OIT sobre la evaluación de puestos de trabajo neutral en cuanto al género para la igualdad salarial](#) sobre los métodos de evaluación de puestos de trabajo, y el capítulo 8 sobre la estimación de las diferencias salariales para puestos de igual valor y la realización de ajustes salariales.

MERCADO

- [La Rueda de Privilegios y Poder](#) es una base de partida para identificar grupos marginados, aunque puede requerir adaptaciones al contexto local de la empresa.
- Elimina las normas de género con los [10 Principios de Comunicación Sensible al Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo](#).
- [Beyond the Powergirl \(2016\)](#) imagina muchas identidades, cualidades y valores femeninos positivos; con [la prueba](#), las empresas pueden ver qué valores femeninos podrían encajar en la personalidad de su marca.
- Para evitar estereotipos de género dañinos que pueden aumentar la carga sobre las mujeres y las niñas, considera aplicar las 3P: [Presencia, Perspectiva y Personalidad](#) de Promoting Positive Gender Roles in Marketing and Advertising de UNICEF y ONU Mujeres.

COMUNIDAD

- La plataforma WEPs ofrece al sector privado una red global de empresas con ideas afines y orientación sobre el avance de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. [Aquí](#) puedes encontrar más información.

CONSEJOS DE FACILITADOR

Esta sección está destinada a apoyar a aquellas personas que facilitan una sesión sobre el manual de género para start-ups, con un enfoque en las áreas a destacar y las formas de involucrar a los empresarios.

● Nivel de inclusión de género

Familiarízate con los niveles de inclusión de género, de discriminatorio a transformador, y con lo que significa cada nivel, revisando el [manual de estrategias publicitarias de Promoción de la Diversidad y la Inclusión de UNICEF](#). El manual de estrategias está diseñado para apoyar a tipos de organizaciones diversas, independientemente del nivel en el que se encuentren en su camino hacia la incorporación de la perspectiva de género. El manual sugiere un lenguaje común para abordar los estereotipos y la discriminación, y reúne herramientas para crear directrices y estrategias inclusivas, junto con una multitud de ejemplos de empresas de todo el mundo.

Al hablar sobre el nivel de inclusión de género de una empresa, desafía al emprendedor a revelar lo que quiere decir al utilizar determinadas frases. Por ejemplo, decir que contrata y asciende a las personas basándose únicamente en sus méritos puede sonar bien, pero puede ser una respuesta típica para las empresas ciegas con respecto al género.

● Frecuencia de revisión del manual

La frecuencia con la que las empresas deben volver a consultar el manual dependerá de la etapa comercial en la que se encuentren. Para las empresas que se encuentran desde la fase de "idea" hasta la de "salida al mercado" puede ser pertinente revisar el manual de forma anual, mientras que las empresas que se encuentran en la fase de crecimiento, expansión o madurez pueden optar por revisar el manual cada dos años.

● Desafía a los emprendedores a apostar por múltiples intervenciones que incluyan la perspectiva de género

Cuando se piensa en ser más inclusivo en materia de género, puede resultar fácil pensar en una intervención y llegar a un acuerdo. Por ejemplo, que el 50 % de tu plantilla sean hombres y el otro 50 % mujeres. Sin embargo, a menudo queda mucho por hacer. ¿Están representados todos los géneros por igual en todos los niveles de la organización? ¿Existe igualdad de oportunidades de formación, especialmente en los empleos en los que existe un desequilibrio en cuanto a género o estereotipos de género? Una combinación de esfuerzos inclusivos podría ser factible y podría ayudar a la empresa a ver un mayor progreso en la inclusión de género. Como facilitador, puede ayudar a los emprendedores a dar prioridad a las intervenciones más relevantes en su contexto.

● Desafía a los emprendedores a reflexionar sobre la viabilidad de sus intervenciones

Una cosa es aportar nuevas ideas sobre cómo ser más inclusivos en materia de género como empresa y otra es aplicar y hacer un seguimiento de estas intervenciones. Desafiar a las empresas en cuanto a la viabilidad de las intervenciones elegidas permitirá poner en práctica las mejores ideas. Por ejemplo, rehacer la investigación de clientes para incluir a todos los géneros requeriría demasiado tiempo y dinero, especialmente cuando los equipos ya tienen muchas tareas urgentes. Encontrar una intervención que funcione para el tamaño y la capacidad de esa organización querrá decir que es más probable que se implemente bien.

● Asegúrate de dar ejemplos de cómo podrían ser ciertas intervenciones en la práctica

Investiga las empresas para comprender qué productos y servicios ofrecen, así como sus materiales de marketing y el contenido de las redes sociales. En base a esto, es posible que ya hayas identificado posibles áreas de mejora. Es posible que observes algunas normas y estereotipos de género asociados a las mujeres o a los hombres que la empresa podría eliminar. Por ejemplo, dentro de las comunicaciones, puedes sugerirles que utilicen ambos pronombres él/ella, en lugar de pronombres masculinos para ser inclusivo. Además, es importante ofrecer ejemplos con los que el empresario se pueda identificar.



Co-funded by the
European Union



www.climate-kic.org