



INTEGRACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO - UN POTENTE MOTOR DE RENDIMIENTO PARA EL IMPACTO Y LOS NEGOCIOS

RESUMEN DE LOS HALLAZGOS DEL ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN AMÉRICA LATINA

CONTEXTO

El sesgo de género^[1] nos afecta a todos, independientemente de nuestro origen, edad o género. Este sesgo está presente en la vida cotidiana, es por eso que también moldea las organizaciones: desde cómo se trata o contrata a empleados de diferentes géneros, hasta cómo se comercializan productos y servicios. Abordar estos sesgos no solo promueve una mayor equidad, sino que también es una herramienta poderosa para mejorar el rendimiento empresarial. A través de la integración de la perspectiva de género, las organizaciones pueden descubrir nuevos segmentos de mercado o fomentar lugares de trabajo más innovadores y productivos.

Con este objetivo en mente, se concibió el Gender Scaling Financing Facility (GSFF). Diseñado e implementado por LeFil Consulting, financiado por la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (SDC) y apoyado por Pro Mujer. El GSFF empoderó a 135 emprendedores sociales en América Latina al integrar la perspectiva de género en sus estrategias, operaciones y prácticas diarias. Además, se ofrecieron tanto asistencia técnica como ventanas de financiamiento cada vez mayores. Durante este proceso, se recopiló extensos datos cuantitativos y cualitativos sobre los resultados de 146 iniciativas orientadas a integrar el enfoque de género en el trabajo de estos emprendimientos. Para demostrar que estos esfuerzos son relevantes y posibles para la mayoría, se realizó un gran esfuerzo por construir un portafolio muy diverso de emprendimientos. Este abarcó 12 sectores, con estructuras de equipo variadas, y en diferentes etapas de madurez, incluyendo tamaño del equipo y niveles de ingresos. Para mantener un seguimiento claro y consistente de la trayectoria de estos emprendimientos, se monitorearon 37 métricas diferentes en todas las iniciativas, cada tres meses, durante dos años.

Ahora podemos responder preguntas como: ¿Cuáles son los beneficios empresariales y sociales de invertir en género? ¿Qué perfiles de emprendimientos son “mejores” para implementar iniciativas de perspectiva de género? ¿Qué tipo de iniciativas de género generan mayor impacto? ¿Y cuáles son las métricas esenciales que deben monitorearse?

[1] El sesgo de género es una forma de discriminación en la que las personas son tratadas de manera más o menos favorable según su género. El sesgo de género puede ser consciente o inconsciente: el primero se refiere a la discriminación intencional basada en la creencia de que un género es superior o más adecuado para ciertos roles; el segundo se refiere a actitudes y comportamientos discriminatorios no intencionales que resultan de asociaciones mentales automáticas, estereotipos y expectativas sociales internalizadas que varían según el género.



HALLAZGOS

Las empresas participantes del programa mostraron mejoras notables tanto en los resultados de impacto social como en el empresarial, incluyendo:

35%	aumento en ingresos generados	68%	incremento en el número de clientes/ usuarios/ beneficiarios ^[2]
20%	aumento en la proporción de personal femenino	18%	aumento en la proporción de mujeres en roles de liderazgo
14%	reducción en la tasa de rotación de personal ^[3]	22%	aumento en la satisfacción de clientes/ usuarios/ beneficiarios
43%	aumento en personal capacitado en género ^[4]	27%	aumento en la proporción de proveedores estratégicos capacitados en género

La perspectiva de género es una inversión con grandes retornos:

Por cada USD1 invertido en una empresa, se generaron:

Inversión de \$1		\$42.8	adicionales en ingresos generados
		0.6	nuevos clientes/ usuarios/ beneficiarios

Los equipos de liderazgo diversos obtienen mejores resultados, pero cualquier perfil puede prosperar: las iniciativas con fundadores de género diverso sobresalieron en general, aunque ningún perfil específico de emprendimiento (en términos de sector, país, tamaño, madurez o situación financiera) fue un predictor de éxito. En esencia, cualquier emprendimiento puede integrar exitosamente iniciativas de género. Dicho esto, las empresas lideradas por hombres tienden a centrarse más en impulsar ingresos generados y la diversidad del equipo como resultado de trabajar en temas de género, mientras que las empresas lideradas por mujeres priorizan la expansión de su base de clientes y usuarios.

La mayoría de los emprendimientos identifican oportunidades y deciden trabajar en productos y esfuerzos de alcance con perspectiva de género: el 74 % de los emprendimientos decidió mejorar la forma en que diseñaban y promovían productos o servicios sensibles al género o inclusivos; el 45 % decidió únicamente priorizar temas más "internos", como la diversidad del personal y del liderazgo, a

[2] Este aumento en el número de beneficiarios finales fue calculado sin incluir un valor atípico. Si se incluyera el valor atípico, el aumento sería del 141% (ya que el valor atípico experimentó un aumento del 2900%).

[3] La reducción en la tasa de rotación de personal fue calculada sin incluir un valor atípico. Si se incluyera el valor atípico, la reducción sería del -5% (ya que el valor atípico experimentó un aumento del 39% en la rotación de personal).

[4] El aumento en la proporción de personal capacitado para integrar mejor la igualdad de género fue calculado sin incluir valores atípicos. Si se incluyeran los valores atípicos, el aumento sería del 50% (ya que los valores atípicos registraron aumentos del 250% y 160%, respectivamente).



través de prácticas de reclutamiento, promoción o retención.

Las iniciativas centradas en mejorar las operaciones internas parecen generar resultados más rápidamente que las enfocadas en usuarios y proveedores: las iniciativas que generaron el mayor impacto se centraron en: a) fomentar equipos, liderazgos y juntas más diversos mediante contrataciones equilibradas en términos de género, b) construir equipos de ventas y distribución más diversos, y c) trabajar con proveedores más sensibles al género. En contraste, iniciativas más comúnmente elegidas, como campañas de comunicación con perspectiva de género, investigaciones de mercado desagregadas por género, diseño de productos con enfoque de género y la capacitación de proveedores en transversalización de género, mostraron resultados más modestos, aunque igualmente positivos.

MÉTRICAS Y HERRAMIENTAS

12 métricas para saber qué tan bien lo estás haciendo, establecer objetivos y monitorear avances: aunque realizamos un seguimiento de 37 métricas para identificar cuáles eran las más relevantes e impactantes, ahora podemos determinar cuáles son imprescindibles: hay 12 de ellas.

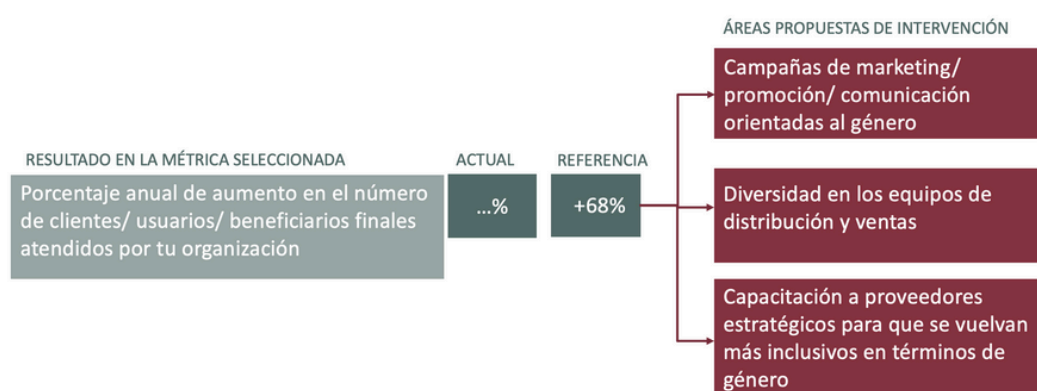
Las 12 métricas más relevantes e imprescindibles

Métricas estandarizadas (mejoras anuales)
Proporción de mujeres en el personal de tu organización
Proporción de mujeres en roles de liderazgo en tu organización
Proporción de personal (muy) satisfecho con su trabajo en tu organización
Porcentaje anual de aumento en los ingresos generados por tu organización
Porcentaje anual de aumento en el número de clientes/ usuarios/ beneficiarios finales atendidos por tu organización*
Proporción de mujeres entre los clientes/usuarios/beneficiarios finales atendidos por tu organización
Proporción de clientes/usuarios/beneficiarios finales (muy) satisfechos con los productos/servicios de tu organización*
Proporción de clientas/usuarios/beneficiarias finales de tu organización que se sienten (muy) empoderadas por tu producto/servicio
Proporción de proveedores estratégicos de tu organización que logran una mejor inclusión y diversidad de género en sus equipos, liderazgo o juntas directivas*
Métricas no estandarizadas (mejoras anuales)
Nivel promedio de productividad alcanzado por el personal de tu organización (según métricas de productividad específicas y predefinidas)
Efectividad de las herramientas/actividades de comunicación de tu organización dirigidas a clientes/usuarios/beneficiarios finales
Nivel promedio de producción/productividad de los proveedores estratégicos como resultado de la implementación de políticas inclusivas de género (según métricas específicas y predefinidas)
<i>*Las métricas marcadas con un asterisco son cuantificables y demostraron ser muy impactadas por las iniciativas de género</i>



Dos herramientas para ayudar a los emprendimientos y sus inversionistas a decidir qué iniciativas de género elegir y qué métricas seguir: esta primera herramienta está diseñada para emprendimientos o inversionistas que buscan identificar qué iniciativas de género generarían las mayores mejoras para un emprendimiento en particular. Ayuda a evaluar cómo se compara el emprendimiento con los puntos de referencia promedio (establecidos a través de este estudio) para las métricas estandarizadas mencionadas anteriormente, y, en base a los resultados, recomienda tipos específicos de iniciativas de género que pueden ayudar a mejorar esas métricas.

Herramienta 1: ¿Qué iniciativa(s) de género elegir?



La segunda herramienta está diseñada para emprendimientos o inversionistas que ya tienen claro qué iniciativa de género quieren seguir, pero se preguntan cómo realizar un seguimiento del desempeño y cuantificar el éxito de la mejor manera. Sugiere cuáles de las 12 métricas mencionadas anteriormente, así como otras métricas relevantes, podrían elegir y proporciona puntos de referencia para establecer objetivos de mejora.

Herramienta 2: ¿Qué métricas seguir?



[12] Aquí, estamos combinando las 12 métricas preseleccionadas con otras métricas recomendadas, dado que, para algunas iniciativas de género, el tamaño de la muestra de emprendimientos que eligieron las métricas relacionadas fue limitado.



LLAMADA A LA ACCIÓN

En los últimos dos años, el Gender Scaling Financing Facility (GSFF) aceleró significativamente a un gran número de emprendimientos sociales diversos en todo el continente, y lo hizo con recursos limitados. Los beneficios empresariales y de impacto de integrar la perspectiva de género no podrían ser más claros. Estos hallazgos también nos permitieron desarrollar herramientas poderosas y pragmáticas para que inversores y emprendimientos puedan emprender este camino de manera más independiente. Los hallazgos detallados y las herramientas estarán pronto disponibles en www.lefilconsulting.com/gender.

A partir de finales de 2024 y hasta finales de 2025, el **GSFF+** ampliará su apoyo a inversores enfocados en el impacto y a las Organizaciones de Apoyo a Emprendedores (ESOs, por sus siglas en inglés) para escalar su apoyo a través del ecosistema de impacto en la región. Ofrecerá asistencia técnica y financiera indirecta para ayudar a estos actores a dar un paso más en la incorporación de una perspectiva de género dentro de su propia organización y trabajo, así como dentro de los emprendimientos sociales seleccionados que forman parte de sus carteras de inversión o programas. Si eres un inversor o una ESO y estás interesado en formar parte del **GSFF+**, puedes [postularte aquí como inversor](#) o [aquí como ESO](#).

Si deseas transformar tu organización o cartera o tienes curiosidad por aprender más, por favor contáctanos en: gender@lefilconsulting.com.

Testimonio

“Rennueva es un emprendimiento que construye cadenas de valor para plásticos difíciles de reciclar y ofrece consultoría ambiental para el cumplimiento normativo. Implementar iniciativas con enfoque de género nos ayudó a descubrir problemas que antes no habíamos detectado. A través de la capacitación del personal, identificamos sesgos de género que existían no solo en el lugar de trabajo, sino también en el hogar. Como resultado, revisamos nuestras políticas de licencias de maternidad y paternidad, contratamos a nuestra primera operadora de montacargas y estamos capacitando a una segunda.

Además, creamos nuestro propio curso en línea sobre género para nuestros socios del ecosistema, y aquellos que tomaron el curso se mostraron tan entusiastas que nos pidieron más material para escalar los aprendizajes en sus propias organizaciones.

En general, estos esfuerzos mejoraron el rendimiento del equipo, fortalecieron las relaciones con los clientes y aumentaron la equidad de género en nuestra fuerza laboral. También estamos atrayendo a más proveedoras de plásticos y hemos observado un cambio en la manera en que nuestro personal se comunica con ellas.”

Rennueva, Enrique Estrella Martínez, Fundador y Director Financiero