



NOTA TÉCNICA N° IDB-TN-02819

Estrategias empresariales para reducir las brechas de género en Panamá

Diagnóstico y recomendaciones
para la Iniciativa de Paridad de
Género

Adriana Almonacid
César Sánchez Casares
María Teresa Silva Porto
Isabela Uribe

Banco Interamericano de Desarrollo
División de Mercados Laborales y Seguridad Social

Octubre 2023



Estrategias empresariales para reducir las brechas de género en Panamá

Diagnóstico y recomendaciones para la Iniciativa de Paridad de Género

Adriana Almonacid
César Sánchez Casares
María Teresa Silva Porto
Isabela Uribe

Banco Interamericano de Desarrollo
División de Mercados Laborales y Seguridad Social

Octubre 2023

Catalogación en la fuente proporcionada por la

Biblioteca Felipe Herrera del

Banco Interamericano de Desarrollo

Estrategias empresariales para reducir las brechas de género en Panamá: diagnóstico y recomendaciones para la iniciativa de paridad de género / Adriana Almonacid, César Sánchez Casares, María Teresa Silva Porto, Isabela Uribe.

p. cm. - (Nota técnica del BID ; 2819)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Businesswomen-Panama. 2. Women employees-Panama. 3. Labor market-Panama. 4. Gender mainstreaming-Panama. I. Almonacid, Adriana. II. Sánchez Casares, César. III. Silva-Porto, María Teresa. IV. Uribe, Isabela. V. Banco Interamericano de Desarrollo. División de Mercados Laborales. VI. Serie.

IDB-TN-2819

Códigos JEL: J08, J16, J21, J22

Palabras clave: Género, Participación laboral, Paridad de Género

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2023 Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons CC BY 3.0 IGO (<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/legalcode>). Se deberá cumplir los términos y condiciones señalados en el enlace URL y otorgar el respectivo reconocimiento al BID.

En alcance a la sección 8 de la licencia indicada, cualquier mediación relacionada con disputas que surjan bajo esta licencia será llevada a cabo de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDMI). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones que forman parte integral de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta obra son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del BID, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.





ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PARA REDUCIR LAS BRECHAS DE GÉNERO EN PANAMÁ:

» diagnóstico y recomendaciones para la
Iniciativa de Paridad de Género

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PARA REDUCIR LAS BRECHAS DE GÉNERO EN PANAMÁ:

» diagnóstico y recomendaciones para la Iniciativa de Paridad de Género

Un análisis de los resultados de la Herramienta Empresarial de Género de ONU Mujeres y el Pacto Global (WEPs), la Encuesta de Medidas de Cuidado y las Buenas Prácticas para la Igualdad de género de la Iniciativa de Paridad de Género de Panamá para 2022.

Adriana Almonacid, César Sánchez Casares, María Teresa Silva Porto, Isabela Uribe¹

¹ Los autores agradecen al Ministerio de Desarrollo Social, cuyos funcionarios proporcionaron información clave para el desarrollo de este estudio, en particular a Virginia Barreiro, directora de Cooperación Técnica Internacional, y al equipo de la secretaria técnica de la Iniciativa de Paridad de Género, IPG Panamá Nayibe Farah Mora y Juan Bautista Rangel Barranco. Este documento también se benefició de los comentarios y aportaciones de Ana Inés Grigera, María Teresa Villanueva, Isabel Berdeja Suarez, Jimena Serrano Pardo, y Ana Cristina Perez del Banco Interamericano de Desarrollo. Las opiniones expresadas en esta publicación son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su directorio ejecutivo, ni de los países que representa. Los autores son los únicos responsables de todos los errores y omisiones.



CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	6
LISTA DE GRÁFICOS Y TABLAS	9
PRÓLOGO - MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE PANAMÁ	11
INTRODUCCIÓN: ¿POR QUÉ PROMOVER LA PARIDAD DE GÉNERO?	13
PARTE 1: LAS BRECHAS DE GÉNERO EN EL MERCADO LABORAL DE PANAMÁ	17
PARTE 2: EL DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS PANAMEÑAS SEGÚN LA HERRAMIENTA EMPRESARIAL DE GÉNERO DE ONU MUJERES Y EL PACTO GLOBAL (HERRAMIENTA WEPS)	22
La Herramienta Empresarial de Género de ONU Mujeres y el Pacto Global (herramienta WEPS)	22
Perfil de las empresas que completaron la Herramienta Empresarial de Género en Panamá	24
Desempeño de las empresas adheridas a la Iniciativa de Paridad de Género y del total de las empresas que completaron la encuesta de la Herramienta Empresarial de Género	26
Las cuatro dimensiones de la Herramienta Empresarial de Género	29
Dimensión Liderazgo y estrategia	31
Dimensión Lugar de trabajo	32
Dimensión Mercado	34
Dimensión Comunidad	36

PARTE 3: EL DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS PANAMEÑAS EN LAS MEDIDAS DE CUIDADO	37
Perfil de las empresas encuestadas	37
Las empresas están interesadas en implementar medidas de cuidado	40
Los beneficios que perciben las empresas al implementar medidas de cuidado	41
Las medidas de cuidado que implementan las empresas	43
Qué necesitan las empresas para avanzar en las medidasde cuidado	48
PARTE 4: LAS BUENAS PRÁCTICAS PARA REDUCIR LA BRECHA DE GÉNERO REPORTADAS POR LAS EMPRESAS PANAMEÑAS	50
Prácticas destacadas	53
PARTE 5: RECOMENDACIONES	55
Liderazgo y estrategia	56
Lugar de trabajo	57
Mercado	60
Comunidad	61
ANEXOS	62
BIBLIOGRAFÍA	66

Tipo de publicación: Nota técnica

Título: Estrategias Empresariales para reducir las brechas de género en Panamá: diagnóstico y recomendaciones para la Iniciativa de Paridad de Género

Adriana Almonacid, César Sánchez Casares, María Teresa Silva Porto, Isabela Uribe.

Abstract

Esta nota técnica presenta un panorama de las estrategias empresariales utilizadas para reducir las brechas de género en Panamá, utilizando los datos provenientes de la Herramienta Empresarial de Género (conocida como herramienta WEPs), una Encuesta de Medidas de Cuidado (EMC), y las Buenas Prácticas para la Igualdad de Género que ha recolectado la Secretaría Técnica de la Iniciativa de Paridad de Género (IPG) de Panamá. Los resultados indican que las empresas panameñas analizadas reconocen su rol para promover la igualdad de género y toman medidas concretas para introducir políticas y prácticas, pero todavía se encuentran en vías de lograr un enfoque estratégico para implementar su compromiso, así como para medir e informar sobre su avance. Asimismo, las empresas encuestadas reconocen los beneficios de incorporar acciones de promoción de cuidados para sus organizaciones y 30% afirman estar interesadas en implementar medidas de corresponsabilidad o cuidado en el corto plazo y el 60% en el largo plazo. Este documento recomienda medidas a ser implementadas por la IPG, las empresas y el Gobierno de Panamá para fortalecer el compromiso con la equidad y cerrar brechas.

Clasificaciones JEL: J08, J16, J21, J22

Palabras clave: Género, Participación laboral, Paridad de Género

RESUMEN EJECUTIVO

Las brechas de género son un reto persistente en el mercado laboral de Panamá. Panamá ha experimentado avances en la reducción de las brechas de género a lo largo de los años, sin embargo, aún persisten desafíos significativos, particularmente en el ámbito del mercado laboral. Por ejemplo, la participación laboral de las mujeres entre 25 y 54 años aumentó de 49% a 71% entre 1990 y 2020, reduciendo la brecha a 24,61 puntos porcentuales en 2020, pero, todavía por encima del promedio de los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) de 18,00 puntos porcentuales.

La participación y compromiso de las empresas privadas son la clave para reducir las brechas de género en el entorno laboral. En Panamá el 63% de las y los trabajadores están empleados en empresas privadas. En ese sentido, las iniciativas de paridad de género (IPG) son un modelo de colaboración público-privada de alto nivel que busca apoyar a países interesados en reducir la brecha económica de género. En el 2016, el Foro Económico Mundial se alió con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para implementar estas iniciativas en América Latina, una alianza a la que se unió la Agencia Francesa de Desarrollo en 2019. Desde entonces, este tipo de iniciativas se han implementado en Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, México, Panamá y República Dominicana.

Conocer que hacen las empresas para promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer es fundamental para priorizar acciones y conocer su impacto en el avance de la agenda de género. Para ese propósito este documento analiza los resultados de: 1) la Herramienta Empresarial de Género¹ de ONU Mujeres y el Pacto Global (WEPs), que es un autodiagnóstico en línea, gratuito y de libre acceso para empresas pequeñas, medianas y grandes. La herramienta incluye 18 preguntas que se basan en normas, indicadores y buenas prácticas internacionales para evaluar el desempeño en las categorías de Liderazgo y estrategia, Lugar de trabajo, Mercado y Comunidad. Las empresas que completan el formulario son clasificadas como principiantes, intermedias, avanzadas o líderes en un rango de calificación entre 0% y 100%. En Panamá, 30 empresas han realizado la encuesta en 2022, 22 de las cuales son miembros de la Iniciativa de Paridad de Género de Panamá; 2) La Encuesta de Medidas de Cuidado (EMC), realizada por esa iniciativa en conjunto con el Ministerio de Desarrollo Social de Panamá, que indaga el compromiso, prácticas y necesidades de las empresas en relación con las tareas de cuidado y fue aplicada a 41 empresas en el 2022, y 3) el registro de las fichas de buenas prácticas empresariales para la igualdad de género en Panamá (BBPP), que documenta la Iniciativa de Paridad de Género desde 2018.

1. Women Empowerment Principles Diagnostic Tool, WEPs.

Los resultados de la Herramienta Empresarial de Género indican que, en promedio, las empresas panameñas analizadas reconocen su rol para promover la igualdad de género y toman medidas concretas para introducir políticas y prácticas, pero todavía se encuentran en vías de lograr un enfoque estratégico para implementar su compromiso, así como para medir e informar sobre su avance. Las empresas panameñas tuvieron un desempeño con una clasificación intermedia, donde las empresas panameñas adscritas a la IPG muestran un desempeño ligeramente superior (38% en 2022) al promedio total (37% en 2022). Tal como sus pares regionales, las empresas panameñas tienen mejor desempeño en la reducción de brechas de género hacia el interior que hacia el contexto externo a la empresa.

	Interior de la empresa		Contexto externo a la empresa	
	Liderazgo y estrategia	Lugar de trabajo	Mercado	Comunidad
	Compromiso con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres a nivel de liderazgo.	Aborda temas relacionados con compensación salarial, conciliación de la vida y el trabajo, y prevención de la violencia y acoso sexual.	Invertir en el empoderamiento de las mujeres y promover la igualdad de género en todas sus cadenas de valor.	Aplica el enfoque de género en acciones de responsabilidad social empresarial y vinculación con la comunidad.
	Desempeño en 2022			
IPG Panamá	44%	44%	20%	32%
Panamá	45%	39%	19%	31%

La Encuesta de Medidas de Cuidado (EMC) revela que las empresas panameñas reconocen los beneficios de incorporar acciones de promoción de cuidados para sus organizaciones. Entre el 70% y 75% de las firmas declaran que dichas acciones fomentan la alineación del personal con los objetivos de la empresa, potencian la atracción y retención del talento de las mujeres e impulsan la productividad. El 60% de las empresas encuestadas afirman estar interesadas en implementar medidas de corresponsabilidad o cuidado en el largo plazo, mientras que el 30% quieren hacerlo en el corto plazo. Las empresas reconocen los beneficios de desarrollar políticas de cuidado en la mejora del clima laboral y más del 80% indica que estas políticas ayudan a reducir la rotación del personal. Las empresas acatan la norma respecto a licencias paternales. El Código de trabajo establece la obligatoriedad de la licencia de maternidad por 14 semanas, y la licencia de paternidad por 3 días. La mayoría de las firmas (68%) provee licencias de maternidad y paternidad de acuerdo con la ley, y algunas (27%) otorga más días. Entre otras medidas que implementan las empresas para promover el equilibrio entre trabajo y vida familiar de todos los empleados, el más usado es el teletrabajo o trabajo a distancia (75%). El 27% de las empresas encuestadas dice llevar a cabo campañas de concientización sobre la corresponsabilidad en las tareas de cuidados. Sin embargo, solo 3 de las 41 empresas participantes en la encuesta ofrece apoyos para la contratación de servicios de cuidados, y sólo una empresa cuenta con un centro de cuidado infantil.

Las empresas necesitan recursos y conocimiento para iniciar o seguir implementando políticas de cuidado. El registro de buenas prácticas empresariales para la igualdad de género en Panamá ofrece ejemplos de acciones ya se están aplicando en Panamá y pueden inspirar a otros. Once empresas han reportado 25 buenas prácticas, en este documento destacamos algunas de ellas.

Si es posible abordar y cerrar las brechas de género en el mercado laboral de Panamá. Las empresas panameñas han demostrado su voluntad y compromiso para cerrar estas brechas, lo que es un paso importante en la dirección correcta. Sin embargo, para que este cambio sea verdaderamente efectivo, necesitamos un esfuerzo conjunto entre el sector privado y el Estado. La regulación adecuada, los incentivos bien diseñados y la provisión de servicios esenciales son las herramientas clave para lograr un mercado laboral equitativo. Sin embargo, esto requerirá un esfuerzo conjunto, incluyendo un aumento de la inversión financiera y la provisión directa de servicios por parte del Estado. El documento recomienda medidas a ser implementadas por la IPG, las empresas y el Gobierno de Panamá para abordar y reducir las brechas de género en todas las dimensiones de la Herramienta Empresarial de Género:

- 1. Un primer grupo de recomendaciones se enfoca en aprovechar la vinculación directa que tiene la IPG con las empresas adheridas a esta iniciativa, para guiarlas y fortalecer su compromiso por la paridad de género.** Entre estas destaca el crear comunidades de práctica entre empresas para compartir desafíos y buenas prácticas; promover compromisos públicos con objetivos concretos de igualdad de acceso, igualdad salarial, e igualdad en posiciones de liderazgo incentivando la rendición de cuentas acerca de su cumplimiento; promover el Sello Empresa Mujer y crear un directorio de empresas lideradas por mujeres para incorporarlas en las cadenas de suministro de las empresas adheridas a la iniciativa; y crear una guía sobre cómo las empresas pueden promover el enfoque de género en las comunidades en las que operan.
- 2. Un segundo grupo de recomendaciones busca apalancar la relación que tiene la IPG con distintas instancias públicas para fortalecer regulaciones y políticas públicas que propicien un entorno más favorable para la inclusión y el empoderamiento femenino.** Entre ellas destaca el fortalecer iniciativas públicas existentes como el cumplimiento de la ley 56 de 2017, que obliga a las instituciones públicas a tener al menos 30% de mujeres entre los miembros directivos; contribuir a la implementación del Plan Nacional por la Igualdad Salarial 2022-2025; impulsar regulaciones que favorezcan el balance vida trabajo y la corresponsabilidad en el cuidado como por ejemplo, incrementar la duración de la licencia de paternidad encontrando un financiamiento que no incremente el costo de la formalidad; y fomentar el desarrollo de esquemas innovadores de cuidado infantil como pueden ser sistemas de copago entre empresa, trabajador y estado.

LISTA DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico 1 Brechas de participación laboral en Panamá, otros países de la región y OCDE (diferencias en puntos porcentuales cerca de 2020)	18
Gráfico 2 Brecha de remuneración promedio de las mujeres en el sector formal estandarizada a la de los hombres	19
Gráfico 3 Brecha en el salario promedio por hora en la actividad principal entre las mujeres y los hombres de entre 15 y 65 años	20
Gráfico 4 Porcentaje de puestos directivos ocupados por mujeres	21
Gráfico 5 Porcentaje de empresas que tomaron la encuesta de la Herramienta Empresarial de Género por tamaño	24
Gráfico 6 Porcentaje de empresas que tomaron la encuesta de la Herramienta Empresarial de Género por ingresos anuales	25
Gráfico 7 Porcentaje de empresas que tomaron la encuesta de la Herramienta Empresarial de Género por sector	25
Gráfico 8 Desempeño de las empresas de Panamá adscritas a la IPG y de todas las empresas de Panamá, América Latina y el Caribe, África, Europa del Este, Europa Occidental, Oriente Medio, Asia y Oceanía y el mundo en la Herramienta Empresarial de Género	26
Gráfico 9 Desempeño de Panamá (2019 a 2022), Argentina (2022), Costa Rica (2022), Colombia 2022) y América Latina y el Caribe (2022) en la Herramienta Empresarial de Género	27
Gráfico 10 Desempeño de las empresas de Panamá (2019 a 2022), Argentina (2022), Costa Rica (2022), Colombia 2022) en la Herramienta Empresarial de Género por dimensión	29
Gráfico 11 Empresas encuestadas en la Encuesta de Medidas de Cuidado por tamaño en cantidad de personas empleadas	38
Gráfico 12 Empresas encuestadas en la Encuesta de Medidas de Cuidado por porcentaje de mujeres en su plantilla	39

Gráfico 13 Empresas encuestadas en la Encuesta de Medidas de Cuidado por sector	39
Gráfico 14 Empresas encuestadas en la Encuesta de Medidas de Cuidado por interés en desarrollar políticas de cuidado	40
Gráfico 15 Frecuencia de elección de beneficios percibidos al desarrollar políticas de cuidado en porcentaje de empresas por tamaño	41
Gráfico 16 Frecuencia de medidas políticas de cuidado en porcentaje sobre el total de empresas	42
Gráfico 17 Frecuencia de necesidades empresariales para implementar medidas de cuidado en porcentaje sobre el total de empresas	47
Gráfico 18 Frecuencia de necesidades empresariales para implementar medidas de cuidado según tamaño de las empresas	48
Gráfico 19 Medidas dirigidas a desigualdades de género según porcentaje de empresas	49
Gráfico 20 Tipos de medidas según porcentaje de empresas que las eligieron y correspondencia con las dimensiones del marco conceptual de la Herramienta Empresarial de Género	51
Gráfico 21 Priorizar la mejora del desempeño de las empresas en las dimensiones internas (Liderazgo y estrategia y Lugar de trabajo) y luego promover las políticas en un contexto externo (Mercado y Comunidad)	52
Tabla 1 Resumen de las fuentes del documento	15
Tabla 2 Resultados en la Herramienta Empresarial de Género de las empresas panameñas adscritas a la IPG, del total de las empresas de Panamá, de las empresas en Argentina, Colombia y Costa Rica y porcentaje de empresas por nivel de desempeño	28
Tabla 3 Resultados en la Herramienta Empresarial de Género de las empresas panameñas adscritas a la IPG por pregunta	30
Tabla 4 Políticas de cuidado incluidas en la Encuesta de Medidas de Cuidado de Panamá	43



PRÓLOGO - MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE PANAMÁ

Las mujeres han demostrado y siguen demostrando que tienen las mismas capacidades que los hombres para ocupar altos cargos y liderizar equipos. Sin embargo, es el sistema el que limita su acceso a dichos puestos de trabajo. Son múltiples los desafíos aún por enfrentar y quizás el principal y más riguroso sea un cambio en la estructura de la sociedad y naturaleza, al deconstruir patrones culturales, estereotipos de género y actitudes sexistas, tanto en el ámbito público como en el privado.

Razón por la cual, desde el inicio de esta Administración, el Gobierno Nacional ha venido trabajando con miras a la **inclusión y al reconocimiento de las mujeres como actores sociales protagónicos, agentes de cambio y evolución social**, convirtiéndose en un pilar estratégico de nuestra gestión de gobierno.

De hecho, el Plan Estratégico de Gobierno 2019-2023 hace referencia a la condición de desigualdad en la que se encuentran las mujeres en Panamá, como producto de los patrones de la división sexual del trabajo, y a la necesidad de implementar una serie de políticas públicas para abordarla, en coordinación con el sector privado.

Sin embargo, no existe una solución que pueda empujar un sólo actor que permita cambiar el rumbo. El gobierno no puede hacerlo solo. Tampoco el sector privado. Hay que hacerlo juntos. Aún son muchas las mujeres que no se han podido incorporar al mercado laboral. La tasa de participación de las mujeres era del 55% en el año 2019, en tanto, la tasa de participación de los hombres se ubicó en 78,8% en el mismo año. Las razones que explican esta exclusión son múltiples.

La vigencia de estereotipos de género en algunas industrias y sectores es una de ellas, pero sabemos que la desigualdad en las tareas de cuidado de niños y personas dependientes es la más relevante. Entre otros aspectos, este documento ayuda a comprender con más claridad las acciones de las empresas para redistribuir las tareas de cuidado entre hombres y mujeres y también nos ayuda a comprender qué es lo que falta. Por lo que, desde el Ministerio de Desarrollo Social, como rector de la política social y coordinadores del Gabinete Social, asumimos la tarea de iniciar el desarrollo de una Estrategia Nacional de Cuidados para personas en situación de dependencia, sentando así, las bases para un nuevo pacto social que garantice los cuidados con corresponsabilidad social, a nivel familiar, público y privado, desde un enfoque de derechos.

Existe un camino por recorrer para que las mujeres puedan acceder a posiciones de decisión y a igual salario por igual trabajo. Por esta razón, el liderazgo del gobierno nacional es fundamental para señalar, guiar y regular las prácticas del sector privado que ayuden a romper con los techos de cristal y con las desigualdades salariales. Asimismo, el fuerte compromiso de las empresas para delinear una estrategia de reducción de brechas de género, asociarse entre sí para compartir y capturar conocimiento, implementar un conjunto de acciones basadas en evidencia, medir su impacto y rendir cuentas sobre los resultados demuestra ser sumamente eficaz para la construcción de un mercado laboral equitativo.

Con la vocación de seguir colaborando en reducir la desigualdad de género en Panamá, presentamos el documento "Estrategias Empresariales para reducir las brechas de género en Panamá: diagnóstico y recomendaciones para la Iniciativa de Paridad de Género", elaborado en conjunto entre el Banco Interamericano de Desarrollo y la Iniciativa Público Privada por la Igualdad de Género de Panamá. Este documento es muy relevante por su carácter integral, por dar cuenta de los promisorios avances en la articulación público-privada por la igualdad de género, pero, sobre todo, por marcar qué es lo que falta y cómo llegar hasta ahí. Además, reconoce el buen trabajo de empresas panameñas en la creación de entornos laborales y comunidades, que permitan el desarrollo de las mujeres en paridad con el de los hombres, potenciando su autonomía en la toma de decisiones, su autonomía económica, y su autonomía física. Igualmente, identifica los principales puntos de mejora, y provee una serie de recomendaciones para abordarlos. Este claro diagnóstico da paso a la acción. No hay tiempo que perder en la inclusión de mujeres en el mundo del trabajo.

Sigamos trabajando juntos por el cierre de brechas, el camino está definido, lo que necesitamos es que cada uno asuma su rol y se mueva a la acción para lograr resultados contundentes en el menor plazo posible.

María Inés Castillo de Sanmartín

Ministra de Desarrollo Social de Panamá

Presidenta del Consejo Nacional para la Paridad de Género

INTRODUCCIÓN: ¿POR QUÉ PROMOVER LA PARIDAD DE GÉNERO?

La igualdad de género tiene un impacto positivo para las mujeres y para la comunidad en su conjunto. Por un lado, el empoderamiento de las mujeres les permite un mayor acceso al mercado de trabajo, a posiciones de decisión, a igual salario que los hombres por el mismo trabajo y a la reducción de los niveles de violencia de género (BID 2022). Asimismo, cuando el número de mujeres que acceden al mercado de trabajo aumenta, las economías crecen y las comunidades se desarrollan². En particular, de acuerdo con un estudio del Banco Mundial (2021), aumentar la participación de las mujeres en la fuerza laboral para reducir la brecha a la mitad aumentaría gradualmente la oferta laboral y el Producto Interno Bruto de Panamá incrementaría en un 6,4%. Es decir, la necesidad de perseguir la paridad de género responde a un principio de equidad y al objetivo de promover el bienestar en general.

En ese sentido, el sector privado cumple un rol clave en el avance hacia los objetivos de empoderamiento de las mujeres, la igualdad de género en particular y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en general. Las empresas pueden proactivamente implementar acciones para facilitar el ingreso de las mujeres al mercado laboral y promover su liderazgo en entornos libres de violencia. Asimismo, pueden impulsar estrategias para garantizar la paridad salarial, la paridad en las tareas de cuidado de niñas, niños y familiares y la paridad en la toma de decisiones. De esta forma, tienen un papel protagónico en el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 que promueve la igualdad de género, y contribuyen al cumplimiento de otros objetivos, como la educación de calidad y la reducción de la pobreza y otras desigualdades.

Las iniciativas de paridad de género son un modelo de colaboración público-privada, de alto nivel, que busca apoyar a países interesados en reducir la brecha económica de género. En el 2016, el Foro Económico Mundial se alió con el Grupo BID para implementar estas iniciativas en América Latina, alianza a la que se unió la Agencia Francesa de Desarrollo en 2019. Las iniciativas de paridad de género se han implementado en nueve países de la región: Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, México, Panamá y República Dominicana. Con ellas se busca identificar y reducir los obstáculos que impiden a las mujeres acceder a las oportunidades laborales en igualdad de condiciones. Asimismo,



desarrollan y ponen en marcha planes de acción con medidas concretas para aumentar la participación de las mujeres en la fuerza laboral, reducir la brecha salarial de género, y promover la participación de mujeres en puestos de liderazgo.

Por su parte, los Principios de Empoderamiento de la Mujer son un conjunto de principios que ofrecen orientación a las empresas sobre cómo promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Fueron establecidos por ONU Mujeres y el Pacto Global, y se basan en estándares internacionales de derechos humanos y laborales bajo el reconocimiento de que las empresas tienen un interés y una responsabilidad por la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Los principios son un vehículo para que las empresas puedan diagnosticar el estado del rol de las mujeres al interior y al exterior de sus organizaciones y adaptar y mejorar sus prácticas y políticas. De este modo, las empresas que se unen a esta comunidad toman el compromiso de trabajar colaborativamente para la implementación de acciones que impulsan el empoderamiento de las mujeres, como igual salario por trabajo de igual valor, equiparación en las tareas de cuidado, prácticas de cadenas de valor sensibles al género y tolerancia cero contra el acoso y la violencia contra las mujeres.

En detalle, los principios son:

1. Establecer un liderazgo corporativo de alto nivel para la igualdad de género.
2. Tratar a todos los hombres y las mujeres de forma justa en el trabajo. Respetar y apoyar los derechos humanos y la no discriminación.
3. Asegurar la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y trabajadoras.
4. Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres.
5. Implementar el desarrollo empresarial y las prácticas de la cadena de proveedores y de marketing que empoderen a las mujeres.
6. Promover la igualdad a través de iniciativas comunitarias y de cabildeo.
7. Medir y publicar informes de los progresos hacia la igualdad de género.

Este documento, elaborado en conjunto entre la IPG de Panamá y el Banco Interamericano de Desarrollo, presenta una aproximación a las estrategias empresariales para reducir las brechas de género en Panamá presenta buenas prácticas y repasa medidas que pueden implementar las empresas para reducir las brechas de género.

Para ello, el reporte analiza los resultados de dos encuestas y un registro completados por empresas panameñas entre 2019 y 2022 y propone una serie de recomendaciones para abordar las principales brechas de género identificadas. La primera encuesta es la Herramienta Empresarial de Género, basada en los Principios de Empoderamiento de la Mujer. En este caso, el documento hace un análisis agregado de los resultados de los años 2019, 2020, 2021 y 2022 para las empresas IPG³. También se analizan los resultados de 2022 para todas las empresas participantes, sean o no miembros de esta iniciativa. La segunda es la Encuesta de Medidas de Cuidado (EMC) realizada por la IPG en conjunto con el Ministerio de Desarrollo Social de Panamá en 2022. Por último, el registro consiste en las fichas de buenas prácticas empresariales para la igualdad de género en Panamá (BBPP), que documenta la IPG de manera continua. Ver un resumen de las fuentes de este informe en la Tabla 1.

TABLA 1. RESUMEN DE LAS FUENTES DEL DOCUMENTO.

	Herramienta Empresarial de Género	Encuesta de Medidas de Cuidados	Registro de Buenas prácticas empresariales
¿Qué es?	Encuesta de autodiagnóstico en línea diseñada por ONU Mujeres y el Pacto Global e implementada globalmente.	Encuesta de Medidas de Cuidado diseñada por la IPG Panamá para las empresas miembro y no miembro.	Registro voluntario de buenas prácticas empresariales por la paridad de género, impulsado por la IPG para las empresas miembro.
Años analizados	Empresas IPG: 2019, 2020, 2021 y 2022 de forma agregada Todas las empresas (IPG y no IPG): 2022	2022	Desde 2018
Tamaño de la muestra	Empresas IPG: 22 Todas las empresas: 30	40	11

3. No se hizo un análisis desagregado por año ya que el número de empresas miembro de la IPG participantes en la encuesta de la herramienta Empresarial de Género es bajo.



Los tres instrumentos dan cuenta de las condiciones actuales de las mujeres en las empresas panameñas y ayudan a identificar puntos de mejora. La Herramienta Empresarial de Género mide el estatus actual de la paridad de género y el progreso de empresas de una manera comprensiva a través de cuatro dimensiones – Liderazgo y estrategia, Lugar de trabajo, Mercado, y Comunidad. Por su parte, la Encuesta de Medidas de Cuidado se enfoca en aspectos que afectan a la dimensión Lugar de Trabajo del instrumento anterior. Finalmente, el registro de buenas prácticas empresariales para la igualdad de género resalta prácticas de firmas específicas en Panamá, que sirven como modelos concretos para mejorar tanto las dimensiones evaluadas por la Herramienta Empresarial de Género como la paridad en la distribución de las tareas de cuidados. La agenda de cuidados ha cobrado mucha relevancia en Panamá, tanto en el gobierno como en las empresas – hasta el punto de que Panamá ha desarrollado un sistema nacional de cuidados.

El documento se organiza en cinco partes. A manera de contexto, la primera parte resume los principales indicadores de género en el mercado laboral panameño. La segunda resume los principales hallazgos de la Herramienta Empresarial de Género; la tercera de la Encuesta de Medidas de Cuidados y la cuarta del Registro de buenas prácticas empresariales para la igualdad de género. Más adelante, en la quinta parte se detallan una serie de recomendaciones para la Iniciativa de Paridad de Género en particular y para el Gobierno de Panamá en general a fin reducir las brechas de género en las empresas panameñas.

PARTE 1:

LAS BRECHAS DE GÉNERO EN EL MERCADO LABORAL DE PANAMÁ

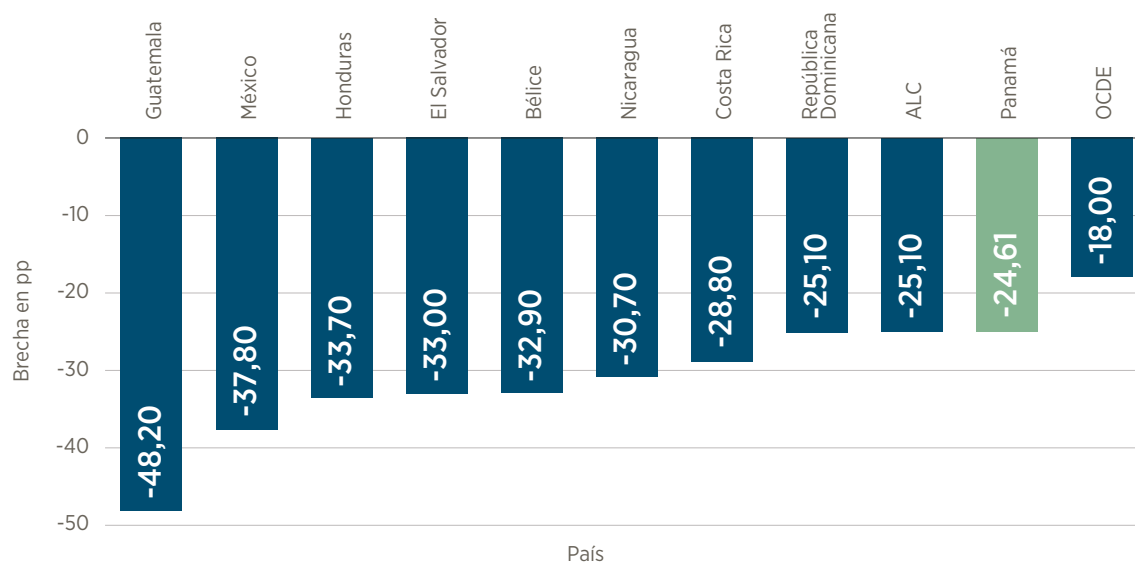


Las brechas de género en Panamá se han reducido en los últimos años, pero aún existen desafíos. Panamá ha mejorado sostenidamente su desempeño en el Índice Global de Brechas de Género del Foro Económico Mundial entre 2017 y 2022. En ese período pasó de un puntaje de 0,721 y la posición 47 en el ranking mundial a un resultado de 0,43 y la posición 40⁴. Por su parte, en el Índice de Desigualdad de Género del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas tuvo un desempeño de 0,392 en 2021, mejorando un 18% en el mismo período. Sin embargo, apenas ocupa el escalón 16 entre 25 países de América Latina y el Caribe.

Prevalecen las brechas en el mercado de trabajo: en participación laboral, salario, calidad del empleo y acceso a posiciones de liderazgo. La brecha en la participación laboral de las mujeres (24,61%) es mayor al promedio de los países OCDE (18%), aunque se ha reducido 22 puntos porcentuales entre 1990 y 2020 y es mejor que el promedio de los países de Centroamérica y el Caribe (25,1%). Asimismo, la proporción de mujeres mayores de 25 años ocupadas es del 49%, similar al promedio de América Latina (51%) pero inferior al de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (70%), (Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa, 2021).

4. En el Global Gender Gap Index del WEF, el mejor puntaje es 1 (menos brechas de género). Contrariamente, en el índice de Desigualdad de Género del PNUD, el mejor puntaje es 0.

GRÁFICO 1. BRECHAS DE PARTICIPACIÓN LABORAL EN PANAMÁ, OTROS PAÍSES DE LA REGIÓN Y OCDE (DIFERENCIAS EN PUNTOS PORCENTUALES CERCA DE 2020).



Fuente: Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa, 2021

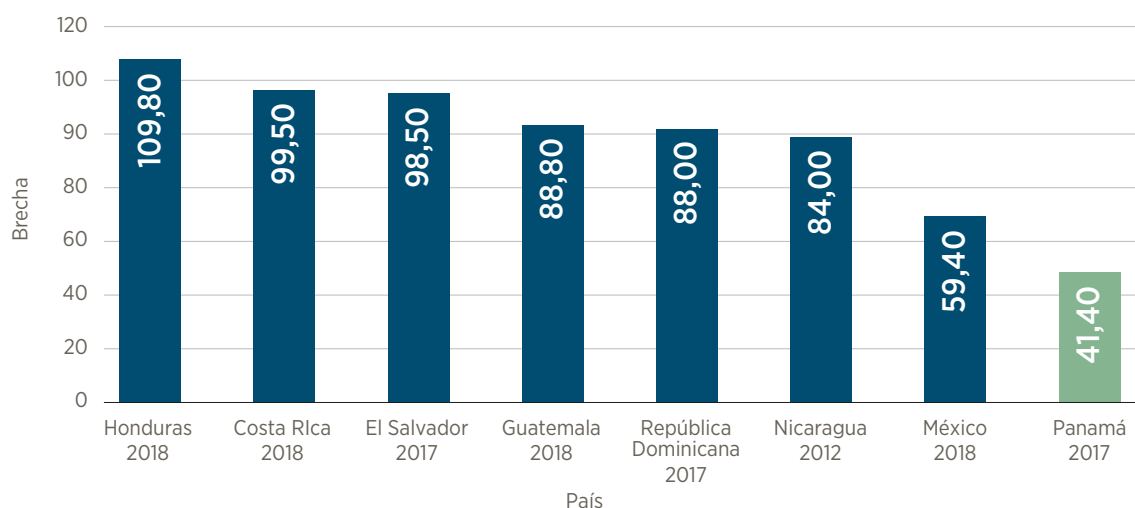
En cuanto a la calidad de los empleos, las mujeres panameñas están significativamente expuestas a la vulnerabilidad del trabajo informal. Si bien la tasa de mujeres ocupadas en sectores de baja productividad⁵ es menor en Panamá que en el promedio de América Latina (42% y 52% respectivamente), del total de mujeres en sectores de baja productividad, sólo el 11% tienen afiliación al sistema de pensiones, cuando ese indicador es del 18% en América Latina (Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa, 2021).

Las mujeres perciben ingresos sensiblemente menores a los hombres. Según Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa (2021), en 2017 la brecha de remuneración promedio de las mujeres en el sector formal estandarizada con la remuneración promedio de los hombres es del 41,4%. Asimismo, según la base de datos del sistema de información de mercados laborales y seguridad social del Banco Interamericano de Desarrollo, los ingresos totales de las mujeres panameñas ocupadas fueron un 18% menores que los de los hombres en 2018.

5. Se entiende como ocupada en el sector de baja productividad (informal) aquella persona que es empleadora o asalariada (profesional o técnica) en una empresa con un máximo de 5 empleados (microempresa), que trabaja en el empleo doméstico o que es trabajador independiente no calificado (trabajador por cuenta propia o familiar no remunerado sin calificación profesional o técnica. Definición usada por Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa, tomado de Panorama Social de América Latina 2017.

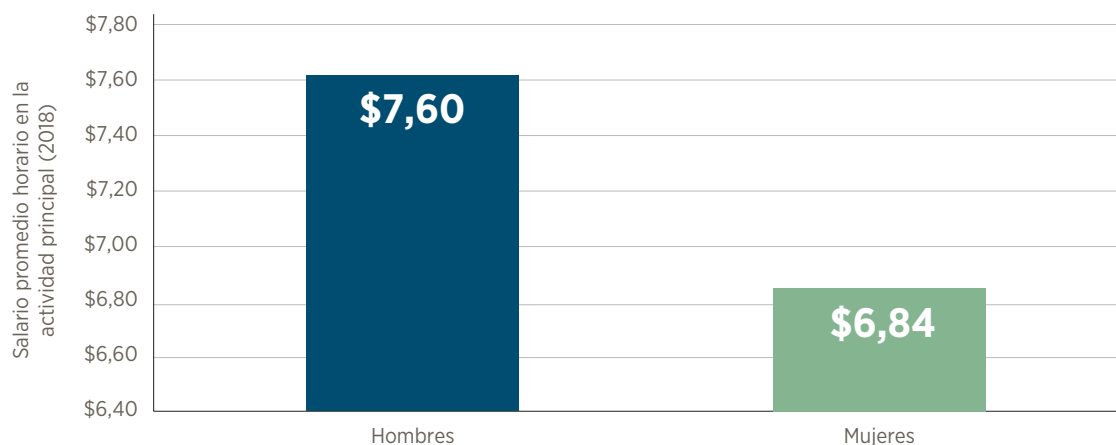
Esta brecha es muy superior entre las personas ocupadas en el sector informal, donde alcanza el 50%. En cuanto a las personas trabajadoras en el sector formal, esa brecha es de alrededor de 1%. Si bien parece menor, existe una brecha importante entre el salario promedio por hora en la actividad principal de las mujeres y de los hombres. En mujeres de entre 15 y 65 años en 2018 fue de \$6,84 dólares constantes del 2011 ajustados por paridad de poder adquisitivo, mientras que el de los hombres es de \$7,6, dando como resultado una diferencia del 10% en 2018 (Gráfico 3).

GRÁFICO 2. BRECHA DE REMUNERACIÓN PROMEDIO DE LAS MUJERES EN EL SECTOR FORMAL ESTANDARIZADA A LA DE LOS HOMBRES.



Fuente: Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa, 2021

GRÁFICO 3. BRECHA EN EL SALARIO PROMEDIO HORARIO EN LA ACTIVIDAD PRINCIPAL ENTRE LAS MUJERES Y LOS VARONES DE ENTRE 15 Y 65 AÑOS.

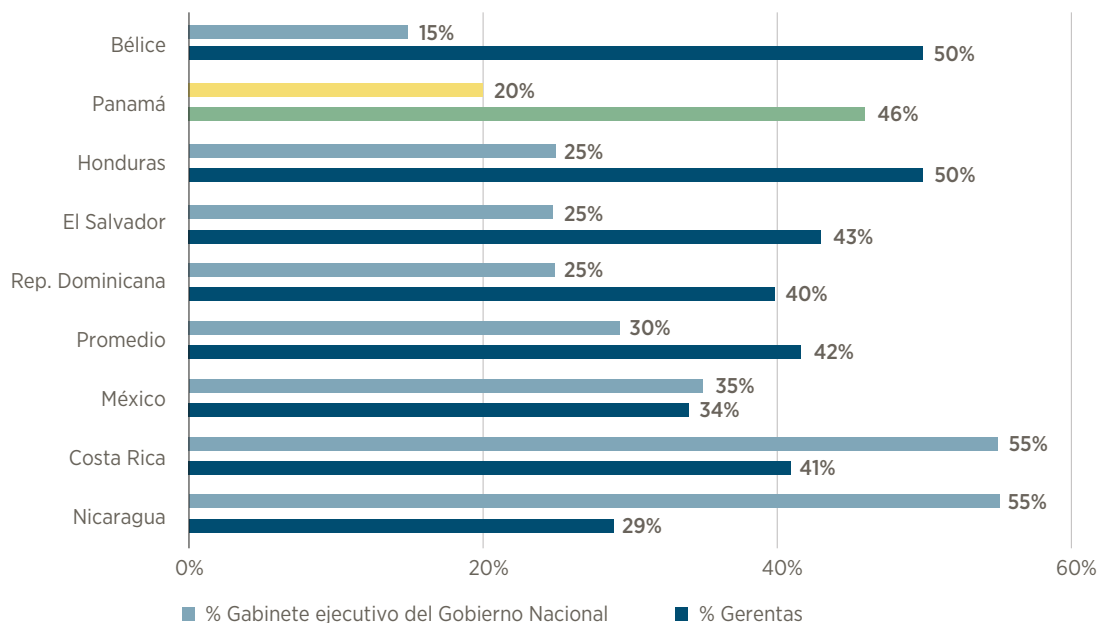


Fuente: elaboración propia en base a datos del sistema de información de mercados laborales y seguridad social del Banco Interamericano de Desarrollo

Además, en Panamá las mujeres ocupan menos posiciones de liderazgo que los hombres. El porcentaje de posiciones gerenciales ocupadas por mujeres fue del 46% y la proporción de posiciones en el gabinete del poder ejecutivo a cargo de mujeres, del 20% en 2020. De igual modo, solo el 23,7%, 25% y 12,5% de las empresas pequeñas, medianas y grandes respectivamente son dirigidas por mujeres (Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa, 2021). Por último, solo el 17% de la población ocupada está empleada en empresas dirigidas por mujeres, un fenómeno que tiende a reproducir las brechas de género.



GRÁFICO 4. PORCENTAJE DE PUESTOS DIRECTIVOS OCUPADOS POR MUJERES.



Fuente: Marmolejo, Ruiz-Arranz y Ochoa, 2021

En resumen, una rápida revisión de las brechas de género en el mercado laboral panameño permite identificar que las mujeres tienen menos acceso al mercado laboral que los hombres y empleos más expuestos a la informalidad. Además, tienen ingresos totales y salarios por hora más bajos, ocupan menos posiciones de liderazgo en las empresas y en el gobierno y son dueñas de menos empresas y de menor tamaño.

En ese contexto, dado que las empresas privadas emplean al 63% de los trabajadores en Panamá (INEC, 2021), su participación y compromiso es clave para facilitar el acceso de las mujeres al trabajo, reducir la brecha salarial, proveer espacios de trabajo más seguros, promover su acceso a posiciones de liderazgo e impulsar la perspectiva de género en el mercado y en la comunidad en general. Resulta importante entonces diagnosticar el desempeño de las empresas en esta tarea, identificar sus necesidades y proveer recomendaciones.

PARTE 2:



EL DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS PANAMEÑAS SEGÚN LA HERRAMIENTA EMPRESARIAL DE GÉNERO DE ONU MUJERES Y EL PACTO GLOBAL (HERRAMIENTA WEPS)

La Herramienta Empresarial de Género de ONU Mujeres y el Pacto Global (herramienta WEPS)

Esta sección presenta el desempeño de las empresas panameñas que forman parte de la IPG Panamá en la Herramienta Empresarial de Género ONU Mujeres y el Pacto Global, también llamada Herramienta de análisis de brechas de los principios para el empoderamiento de las mujeres (Herramienta Empresarial de Género). Para contextualizar este desempeño, los resultados de las empresas participantes en la Iniciativa de Paridad de Género en Panamá se comparan con el total de empresas que han utilizado la herramienta en Panamá, con otros países de América Latina y el Caribe y con los promedios de otras regiones del mundo.

La herramienta está diseñada para ayudar a las empresas a evaluar sus políticas para promover la igualdad de género en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad y les permite identificar aquellas áreas donde tienen mayores oportunidades de mejora. Consiste en un formulario de autodiagnóstico disponible en línea, de carácter gratuito y libre acceso para empresas pequeñas, medianas y grandes, que, idealmente, lo completan una vez al año. Las empresas son clasificadas como principiantes, intermedias, avanzadas o líderes según su desempeño en las categorías de Liderazgo y estrategia, Lugar de trabajo, Mercado y Comunidad.

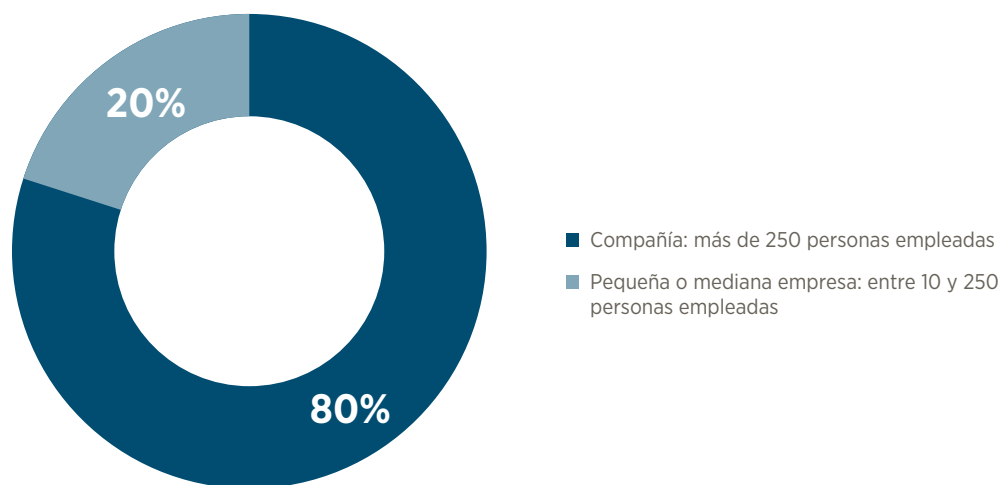
El formulario de esta herramienta cuenta con 18 preguntas que se basan en normas, indicadores y buenas prácticas internacionales. Las primeras dos preguntas corresponden a la categoría Liderazgo y estrategia (principio 1). Evalúan el nivel de compromiso y estrategia del nivel directivo más alto de la compañía con la igualdad de género a través de la existencia de políticas de no discriminación e igualdad de oportunidades. Por su parte, las preguntas 3 a 12 (Lugar de trabajo) hacen referencia a los principios 2, 3 y 4 y exploran las prácticas de las empresas en cuanto al apoyo en las tareas de cuidado, conciliación de vida familiar y trabajo, igualdad en la contratación, desarrollo de carrera, salarios y promoción y la lucha contra la violencia y acoso sexual. Para el principio 5 (Mercado), las preguntas 13 a 16 buscan conocer si las empresas implementan acciones para incentivar a sus proveedores a trabajar a favor de la igualdad de género, incrementar compras a empresas cuyas propietarias son mujeres, incorporar la perspectiva de género en sus acciones de comunicación y publicidad e incluir el enfoque de género en desarrollo de sus productos y servicios. Por último, las preguntas 17 y 18 corresponden a la dimensión Comunidad (principio 6) y se refieren a las prácticas empresariales para promover los derechos de las mujeres y de las niñas en los lugares donde operan.

De acuerdo con sus respuestas, las empresas reciben una calificación entre 1 y 100%, y son clasificadas en cuatro categorías así: principiante (0-25%), intermedio (26-50%), avanzado (51-75%), y líder (76-100%).

Perfil de las empresas que completaron la Herramienta Empresarial de Género en Panamá

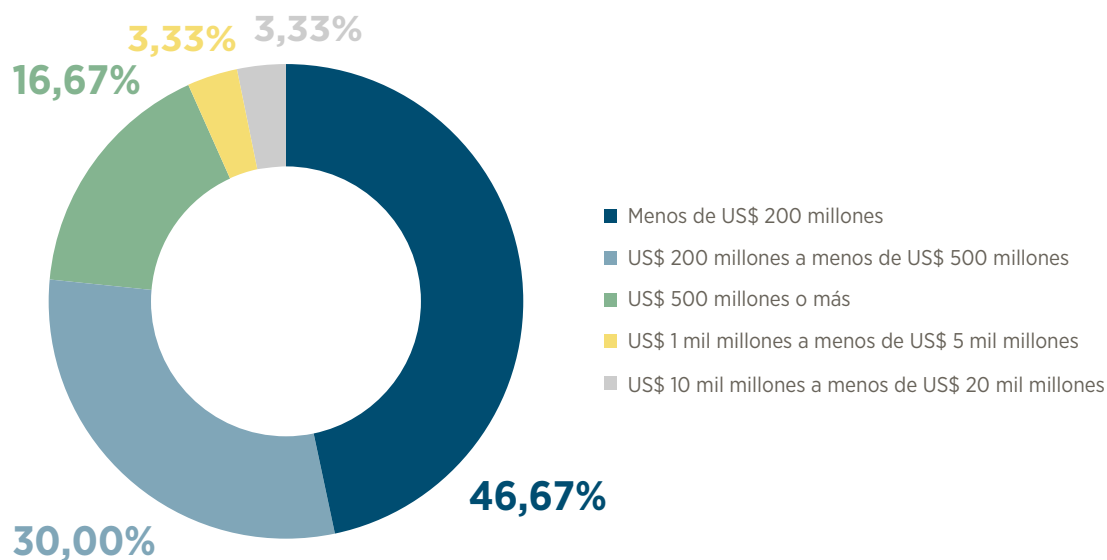
En 2022, 30 empresas panameñas tomaron la encuesta. 22 de ellas, que forman parte de la IPG Panamá, completaron la encuesta y enviaron los resultados a la Secretaría Técnica de la iniciativa entre 2019 y 2022. Las empresas encuestadas muestran diferencias en cuanto a tamaño, ingresos e industria. La mayoría de las empresas que reportaron sus resultados de la encuesta (el 80%) tienen más de 250 empleados y apenas el 20% son pequeñas y medianas (entre 10 y 50 empleados, véase el gráfico 5). En cuanto a los ingresos, el 46,67% facturan menos de 200 millones de dólares y el 30% entre 200 y 300 millones (véase el gráfico 6). Por último, 16 de las empresas encuestadas (más de la mitad) pertenecen a los sectores bancarios o servicios financieros, 3 a medios de comunicación, 2 a producción y/o distribución de bebidas, y hay una por cada uno de los siguientes sectores: bienes raíces, electricidad, bienes de lujo y automóviles (véase el gráfico 7).

GRÁFICO 5. PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE TOMARON LA ENCUESTA DE LA HERRAMIENTA EMPRESARIAL DE GÉNERO POR TAMAÑO. 80% DE LAS EMPRESAS TIENE MÁS DE 250 PERSONAS EMPLEADAS.



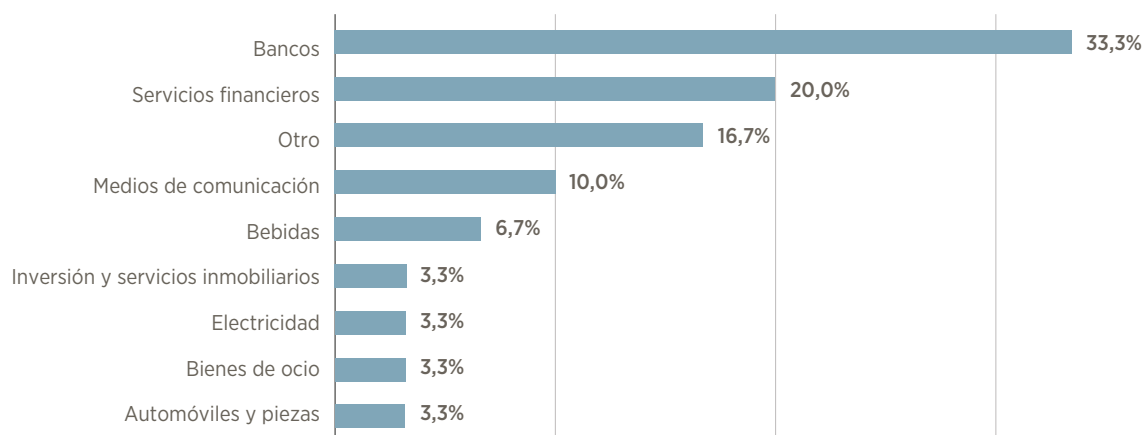
Fuente: Elaboración propia con datos de la Herramienta Empresarial de Género Panamá

GRÁFICO 6. PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE TOMARON LA ENCUESTA WEPS POR IGRESOS ANUALES.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Herramienta Empresarial de Género Panamá

GRÁFICO 7. PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE TOMARON LA ENCUESTA WEPS POR SECTOR.

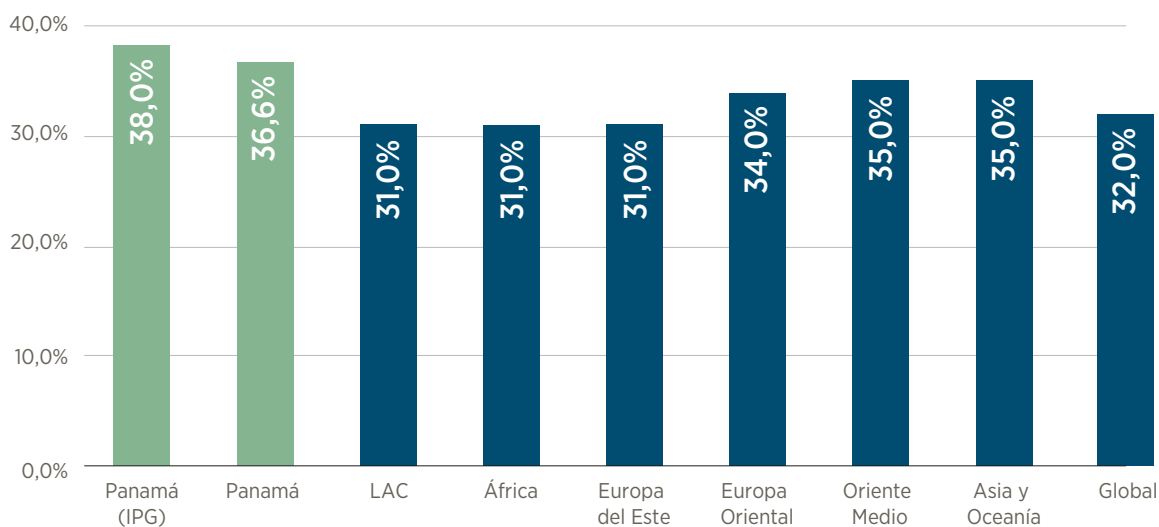


Fuente: Elaboración propia con datos de la Herramienta Empresarial de Género Panamá

Desempeño de las empresas adheridas a la Iniciativa de Paridad de Género y del total de las empresas que completaron la encuesta de la Herramienta Empresarial de Género

Los resultados del total de empresas panameñas y de las empresas panameñas adscritas a la IPG son similares y ambos son superiores al promedio regional y al global. Por un lado, las 22 empresas adheridas a la iniciativa que tomaron la encuesta de la Herramienta Empresarial de Género entre 2019 y 2022 tienen un desempeño promedio del 38% lo cual corresponde a una clasificación "intermedia". Por su parte, el total de las 30 empresas panameñas, incluyendo esas 22 empresas, tuvieron un desempeño ligeramente menor: fue del 36,6% en 2022. Con estos resultados, las empresas de Panamá están por encima del promedio global (32%) y del de América Latina y el Caribe (31%) y en línea con el resto de las regiones del mundo (véase el gráfico 8).

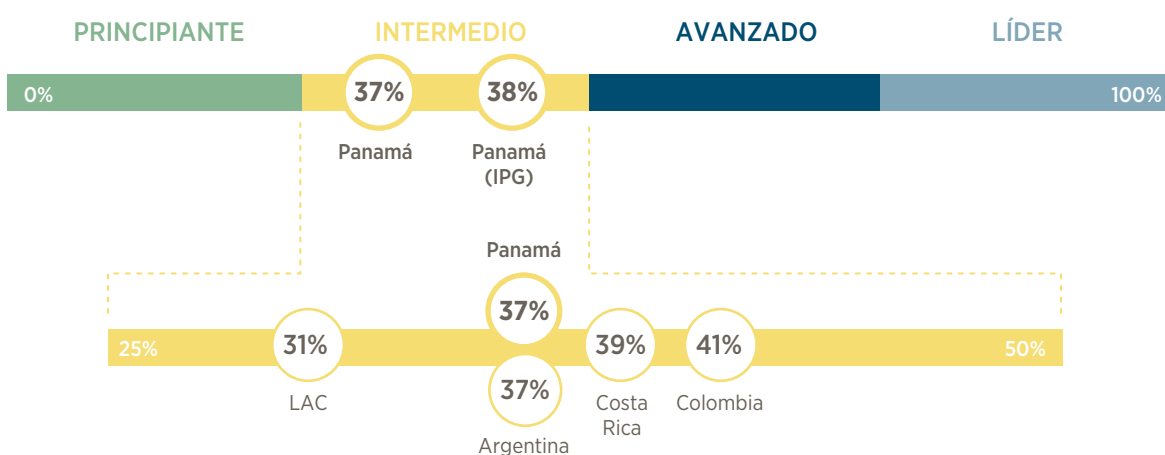
GRÁFICO 8. DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS DE PANAMÁ ADSCRITAS A LA IPG Y DE TODAS LAS EMPRESAS DE PANAMÁ, AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, ÁFRICA, EUROPA DEL ESTE, EUROPA OCCIDENTAL, ORIENTE MEDIO, ASIA Y OCEANÍA Y EL MUNDO EN LA HERRAMIENTA WEPS.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Herramienta Empresarial de Género desde 2019-2022 de empresas adheridas a la Iniciativa de Paridad de Género en Panamá, datos 2022 de la Herramienta Empresarial de Género de Panamá y datos 2022 de la Herramienta Empresarial de Género para datos regionales y globales.

Al establecer una comparativa de países de la región, las empresas IPG Panamá tienen un desempeño ligeramente superior al de Argentina (37% y 67 encuestas) y apenas por debajo de Costa Rica (39% y 27 encuestas) y Colombia (41% y 80 encuestas) (véase el gráfico 9)⁶.

GRÁFICO 9. DESEMPEÑO DE PANAMÁ (2019 A 2022), ARGENTINA (2022), COSTA RICA (2022), COLOMBIA 2022) Y AMÉRICA LATINA (2022) EN LA HERRAMIENTA WEPS.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Herramienta Empresarial de Género desde 2019-2022 de empresas adheridas a la Iniciativa de Paridad de Género en Panamá, datos 2022 de la Herramienta Empresarial de Género de Panamá y datos 2022 de la Herramienta Empresarial de Género para datos regionales y globales.

Al indagar en la distribución de las empresas según su desempeño, el total de las empresas de Panamá presentan un panorama diferente al de las empresas panameñas adheridas a la IPG. Mientras estas últimas se encuentran casi uniformemente distribuidas entre Principiantes (32%), Intermedias (36%) y Avanzadas (32%), (ninguna es líder), el 50% del total de las empresas de Panamá es Principiante, 20% es Intermedio, 23% Avanzada y 7% Líder (véase la tabla 1). En este sentido, es notable la baja cantidad relativa de empresas en el escalón intermedio para el total de empresas panameñas, ya que es inferior a las adheridas a la iniciativa, pero también al porcentual de todos los países de referencia (Argentina, Colombia y Costa Rica).

6. Para los benchmark regionales, se usaron los datos agregados de cada país, es decir tanto adscritas como no-adscritas a la IPG.

TABLA 2. RESULTADOS EN LA HERRAMIENTA EMPRESARIAL DE GÉNERO DE LAS EMPRESAS PANAMEÑAS ADSCRITAS A LA IPG, DEL TOTAL DE LAS EMPRESAS DE PANAMÁ, DE LAS EMPRESAS EN ARGENTINA, COLOMBIA Y COSTA RICA Y PORCENTAJE DE EMPRESAS POR NIVEL DE DESEMPEÑO.

	Panamá (IPG)	Panamá	Argentina	Colombia	Costa Rica
Año de la encuesta	2019-2022	2022	2021	2021	2021
Número de empresas	22	30	67	80	27
Puntaje promedio en encuesta	38%	37%	38%	41%	39%
Calificación	Intermedio	Intermedio	Intermedio	Intermedio	Intermedio
Liderazgo y estrategia	44%	45%	49%	46%	52%
Lugar de trabajo	44%	39%	41%	44%	45%
Mercados	20%	19%	19%	22%	18%
Comunidad	32%	31%	25%	28%	20%
% Empresas Principiante	32%	50%	33%	29%	26%
% Empresas Intermedio	36%	20%	37%	38%	37%
% Empresas Avanzadas	32%	23%	22%	25%	37%
% Empresas Líder	0%	7%	7%	9%	0%
% Empresas > 250	n/a	80%	61%	59%	59%

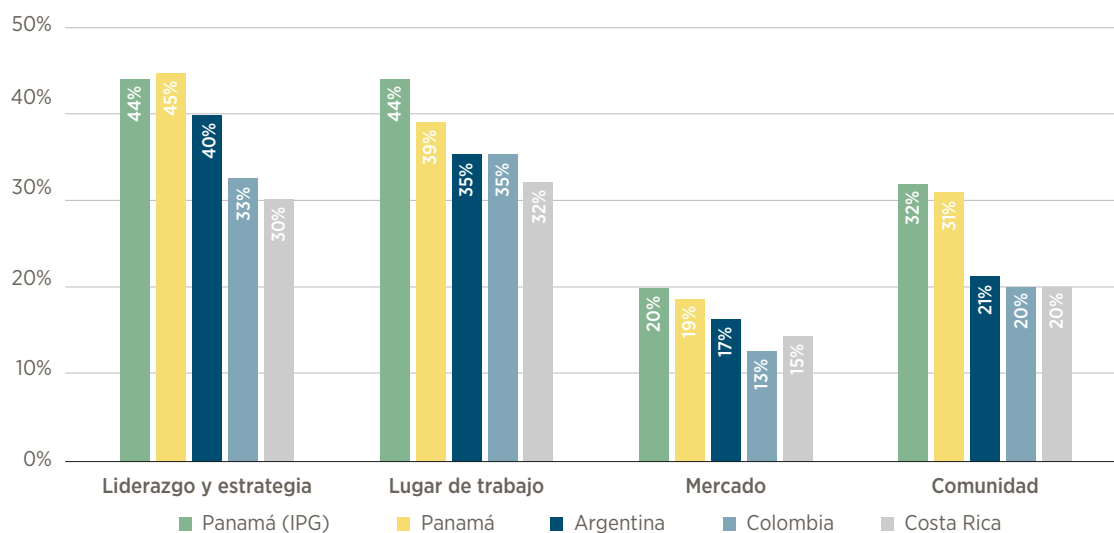
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Herramienta Empresarial de Género desde 2019-2022 de empresas IPG en Panamá, datos 2022 de Herramienta Empresarial de Género de Panamá, Argentina, Costa Rica y Colombia.



Las cuatro dimensiones de la Herramienta Empresarial de Género

La Herramienta Empresarial de Género se organiza en cuatro dimensiones: Liderazgo y estrategia, Lugar de trabajo, Mercado y Comunidad. El gráfico 10 resume los resultados por dimensión para las empresas IPG y la tabla 2 presenta las calificaciones por pregunta. Tal como sus pares regionales, las empresas panameñas tienen mejor desempeño en la categoría Liderazgo y estrategia y Lugar de trabajo que en Mercado y Comunidad.

GRÁFICO 10. DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS DE PANAMÁ (2019 A 2022), ARGENTINA (2022), COSTA RICA (2022), COLOMBIA 2022) EN LA HERRAMIENTA WEPS POR DIMENSIÓN.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Herramienta Empresarial de Género desde 2019-2022 de empresas IPG en Panamá, datos 2022 de la Herramienta Empresarial de Género de Panamá, Argentina, Colombia y Costa Rica

TABLA 3. RESULTADOS EN LA HERRAMIENTA EMPRESARIAL DE GÉNERO DE LAS EMPRESAS PANAMEÑAS ADSCRITAS A LA IPG POR PREGUNTA.

Número de pregunta	Categoría	Pregunta	Resultado	Calificación
		Total	38,0	Intermedio
Q1	Liderazgo y estrategia	¿La empresa tiene compromiso de liderazgo y de apoyo a la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres?	45,7	Intermedio
Q2	Liderazgo y estrategia	¿La empresa tiene una política de no discriminación e igualdad de oportunidades, ya sea independiente o claramente incluida en una política corporativa más amplia?	41,5	Intermedio
Q3	Lugar de trabajo	¿La empresa tiene un enfoque que garantice la no discriminación e igualdad de oportunidades en los procesos de contratación?	56,6	Avanzado
Q4	Lugar de trabajo	¿La empresa tiene un enfoque de no discriminación e igualdad de oportunidades en los procesos de desarrollo y promoción profesional?	34,1	Intermedio
Q5	Lugar de trabajo	¿La empresa tiene un enfoque que garantice que las mujeres y los hombres son compensados en forma igualitaria?	40,5	Intermedio
Q6	Lugar de trabajo	¿La empresa ofrece y apoya la licencia remunerada por maternidad?	41,5	Intermedio
Q7	Lugar de trabajo	¿La empresa ofrece y apoya la licencia remunerada por paternidad?	34,9	Intermedio
Q8	Lugar de trabajo	¿La empresa tiene un enfoque que apoya a los empleados en su papel de padres y cuidadores?	32,0	Intermedio
Q9	Lugar de trabajo	¿La empresa tiene un enfoque que considera el equilibrio entre trabajo y vida familiar de todos los empleados?	44,8	Intermedio
Q10	Lugar de trabajo	¿La empresa tiene un enfoque que garantice un entorno libre de violencia, acoso y explotación sexual?	58,5	Avanzado
Q11	Lugar de trabajo	¿La empresa tiene un enfoque para atender las necesidades específicas de salud, seguridad e higiene de las mujeres en el trabajo y en su trayecto hacia el lugar de trabajo?	51,7	Avanzado
Q12	Lugar de trabajo	¿La empresa tiene un enfoque que promueva el acceso a servicios de salud de calidad para satisfacer las necesidades de salud específicas de las empleadas?	48,5	Intermedio
Q13	Mercado	¿La empresa toma medidas proactivas en las adquisiciones para ampliar las relaciones con empresas de propiedad de mujeres en la cadena de valor y de suministro y en la contratación de proveedores?	5,4	Principiante
Q14	Mercado	¿La empresa alienta a proveedores y vendedores a mejorar el desempeño en igualdad de género?	14,7	Principiante
Q15	Mercado	¿La empresa tiene un enfoque de marketing responsable que toma en cuenta la representación de los estereotipos de género?	40,9	Intermedio
Q16	Mercado	¿La empresa tiene un enfoque que evalúe los efectos diferenciales en mujeres y hombres cuando desarrolla productos y/o servicios?	21,0	Principiante
Q17	Comunidad	¿La empresa adopta medidas para que se respeten los derechos de las mujeres y las niñas en las comunidades en las que opera?	28,9	Intermedio
Q18	Comunidad	¿La empresa tiene un enfoque que incorpore el tema del género en las actividades de responsabilidad social corporativa, obras sociales, concienciación y alianzas?	36,0	Intermedio

Fuente: Elaboración propia en base a datos Herramienta Empresarial de Género desde 2019-2022 de empresas IPG en Panamá

Dimensión Liderazgo y estrategia

Panamá presenta el desempeño más alto en "Liderazgo y estrategia". Esta dimensión da cuenta del compromiso de las organizaciones con la implementación de prácticas que reduzcan las brechas de género y la promoción de los principios de igualdad e inclusión desde los cargos más altos de las empresas. En Panamá, las empresas IPG y todas las empresas panameñas tienen un desempeño de entre el 44 y el 45%. Ese desempeño es mayor que en Argentina (40%), Colombia (33%) y Costa Rica (30%).

El desempeño en relación con el compromiso de liderazgo y apoyo a la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres es del 45,7%. Este resultado implica que en buena parte de las empresas existe al menos el reconocimiento informal sobre la importancia de la igualdad entre mujeres y hombres, pero también que se han divulgado declaraciones o compromisos públicos. Además, en cuanto a la implementación, las empresas con mejores resultados tienen una estrategia para toda la organización, que incluye la inversión en cada iniciativa, la articulación con las áreas de sostenibilidad corporativa, desarrollada en consulta con los empleados y partes interesadas externas, y publicada internamente. Por su parte, las mejores estrategias tienen plazos, metas y objetivos mensurables y han sido transmitidas a los accionistas y la junta directiva.

De forma similar, el desempeño de las empresas encuestadas en cuanto políticas de no discriminación e igualdad de oportunidades es del 41,5%. Esto significa que las empresas cuentan con una política comunicada y difundida a las personas empleadas, pero también a potenciales empleados. Asimismo, buena parte de las empresas tienen mecanismos confidenciales y operacionales de reclamo y resolución de conflictos por discriminación, que están a cargo de una parte independiente. Aquellas con mejores resultados en la implementación tienen también capacitación y formación sobre sesgos inconscientes, no discriminación e igualdad de oportunidades. Sin embargo, en las empresas panameñas aún se debe mejorar la medición de los incidentes de discriminación y su rendición de cuentas al público, la junta directiva y los accionistas.

Dimensión Lugar de trabajo

Esta dimensión evalúa la igualdad de condiciones en los entornos laborales. En "Lugar de trabajo", las empresas IPG alcanzaron un desempeño del 44% mientras que para el total de las empresas panameñas fue del 39%. La diferencia de cinco puntos porcentuales resalta el trabajo de la iniciativa por promover la igualdad de condiciones en los entornos laborales. Otros países de la región como Costa Rica (45%) y Colombia (44%) tienen desempeños similares, mientras que las empresas argentinas tienen resultados inferiores (35%).

Las empresas que pertenecen a la IPG destacan por implementar prácticas que eviten la discriminación en la contratación y la violencia de género en el trabajo, así como políticas para garantizar la salud, seguridad e higiene.⁷ Sin embargo, la igualdad en el desarrollo y promoción y en la distribución de las tareas de cuidado son los puntos más débiles en la dimensión Lugar de trabajo. En tres preguntas de esta dimensión las empresas participantes en la iniciativa tienen un desempeño inferior al desempeño medio (39%)⁸. Estos hallazgos corresponden a los resultados de la Encuesta de Medidas de Cuidados (EMC) e implica que, para mejorar esta calificación de la Herramienta Empresarial de Género, las empresas panameñas tendrán que abordar este tema, especialmente en sus prácticas para padres y cuidadores.

Primero, la calificación es del 34% para la pregunta ¿La empresa tiene un enfoque de no discriminación e igualdad de oportunidades en los procesos de desarrollo y promoción profesional? Esto implica que hay un compromiso y políticas corporativas internas de desarrollo profesional y de calificación a mujeres para cargos de niveles más altos, pero las empresas pueden mejorar la implementación de estas políticas y su medición interna con metas y objetivos para fortalecer un grupo de mujeres calificadas para puestos al nivel directivo. Además, las empresas necesitan aumentar la transparencia tanto a sus juntas directivas como públicamente del número de mujeres en la organización y de los empleados ascendidos cada año, con desglose según sexo y nivel gerencial.

Segundo, el nivel alcanzado es del 35% en respuesta a ¿La empresa ofrece y apoya la licencia remunerada por paternidad? Las firmas ofrecen la licencia de paternidad mínima establecida por ley, que es de 3 días con goce de 100% del sueldo. Sin embargo, esta corta

7. En detalle, las empresas que forman parte de la IPG en Panamá tienen un resultado avanzado en las preguntas 3 (¿La empresa tiene un enfoque que garantice la no discriminación e igualdad de oportunidades en los procesos de contratación?), 10 (¿La empresa tiene un enfoque que garantice un entorno libre de violencia, acoso y explotación sexual?) y 11 (¿La empresa tiene un enfoque para atender las necesidades específicas de salud, seguridad e higiene de las mujeres en el trabajo y en su trayecto hacia el lugar de trabajo?).

8. Estas tres son las preguntas 4, 7, y 8 de la Herramienta Empresarial de Género, dimensión Lugar de Trabajo.



duración no logra estimular la corresponsabilidad de los padres en el cuidado de los hijos recién nacidos. Según la Encuesta de Medidas de Cuidados, sólo el 26% de las empresas encuestadas otorgan una licencia por paternidad mayor a la establecida por la ley. En ese sentido, el nivel de compromiso puede mejorar si más empresas deciden superar los requisitos legales. En cuanto a la implementación, las empresas deberían asegurar que los hombres tomen sus licencias y también ofrecerles el apoyo apropiado tanto a los padres tomando la licencia como a los supervisores de esos empleados. Medidas para garantizar la medición y transparencia permitirían hacer un seguimiento de la cantidad de hombres que efectivamente toman la licencia por paternidad y el impacto en la retención de empleados (tasa de retorno al trabajo), y reportar esas cifras a la junta directiva y accionistas.

Por último, el resultado es del 32% para ¿La empresa tiene un enfoque que apoya a los empleados en su papel de padres y cuidadores? Las empresas panameñas están comprometidas y tienen algunas políticas para padres y cuidadores, aunque no todas ofrecen esos beneficios para todos los tipos de trabajadores, como aquellos a tiempo parcial. La profundización y universalización de los beneficios para cuidadores es fundamental para reducir la desigualdad en las tareas de cuidado y mejorar significativamente el desempeño en la Herramienta Empresarial de Género. Estos beneficios incluyen apoyo a empleados al volver de su licencia parental, opciones de retorno gradual al trabajo después de esas licencias, ofrecer referencias a servicios externos de guardería o proveer servicios de guardería internamente, y brindar tiempo libre remunerado para lactancia y/o para asistir a citas de salud con personas dependientes.



Dimensión Mercado

Las empresas de Panamá aún son principiantes en las prácticas de reducción de brechas género a lo largo de su cadena de suministro. Tanto las empresas IPG como el total de las empresas de Panamá presentan el desempeño más bajo en la dimensión "Mercado" (20% y 19% respectivamente). Sin embargo, estos porcentajes son ligeramente superiores a los de Argentina (17%), Costa Rica (15%) y Colombia (13%) (véase el gráfico 10).

El mejor desempeño relativo de las empresas dentro de la Iniciativa de Paridad de Género en esta dimensión es en la adopción de un enfoque de marketing responsable que toma en cuenta la representación de los estereotipos de género, ítem para el cual la calificación fue intermedia (40%). La posible demanda por parte de las y los consumidores de una mayor sensibilidad de género en las marcas podría explicar el compromiso de las empresas para garantizar este desempeño (Kim, Barasz, John, Norton, 2022). Asimismo, dado que el resultado es intermedio, las empresas encuestadas también demuestran una buena implementación, que implica la examinación de los materiales y tácticas de mercadeo contra los estereotipos de género, el desarrollo de una estrategia de marketing diseñada para las mujeres que desafía los estereotipos de género y la puesta en práctica de consultas con grupos de discusión para asegurar la no perpetuación de esos estereotipos.

Sin embargo, existen oportunidades de mejora en la medición a través del monitoreo de quejas sobre marketing con representaciones negativas de las mujeres y en la transparencia mediante la comunicación a los accionistas y a la junta directiva acerca de los compromisos y avances en el desafío a los estereotipos de género.

En las restantes tres preguntas de esta dimensión, las empresas dentro de la Iniciativa de Paridad de Género de Panamá tienen un desempeño de Principiante, con porcentajes especialmente bajos. En cuanto a medidas proactivas en las adquisiciones para ampliar las relaciones con empresas de propiedad de mujeres en la cadena de valor y de suministro y en la contratación de proveedores, el desempeño es del 5%. Este resultado indica que las empresas aún deben aumentar su compromiso, iniciar la implementación de dichas medidas, medir su impacto e impulsar medidas de transparencia y rendición de cuentas al respecto. Para ello, es necesario que tengan una política declarada que incluya proactivamente el suministro desde negocios de propiedad de mujeres, difundir las oportunidades de adquisiciones a empresas de mujeres, utilizar bases de datos para identificar cuáles son esas empresas, fijar montos y porcentajes objetivo para gastos en empresas de propiedad de mujeres y brindar capacitación a mujeres sobre la presentación de ofertas en procesos de licitación. Además, es importante que se monitorice e informe el porcentaje gastado en dichas empresas.

El puntaje es del 15% en cuanto al aliento a proveedores y vendedores a mejorar su desempeño en igualdad de género. Este resultado es de principiante e indica que en promedio las empresas tienen cierto compromiso con este aspecto, pero deben aumentarlo, así como mejorar la implementación, el monitoreo de resultados y su transparencia. En ese sentido, es importante alentar a proveedores a tener una política de igualdad de género, contar con procesos de evaluación de proveedores y vendedores para no afectar los derechos de mujeres y niñas, incluyendo procesos de due diligence para identificar el tráfico de personas en su cadena de valor, incorporar la sensibilidad de género en las comunicaciones y ofrecer capacitaciones con y a los proveedores.

En relación con la evaluación proactiva de los efectos diferenciales en mujeres y hombres de sus productos y/o servicios, la calificación es también la de principiante, con un 20%. Si bien existe un compromiso por parte de las empresas, que han empezado con la implementación de algunas acciones, está pendiente su profundización, su medición y su rendición de cuentas a los actores involucrados. Con ese afán, las empresas se deben centrar en el desarrollo de productos o servicios que se ajusten a las necesidades de las mujeres, la adaptación de los modelos de distribución para ajustarlos a las diferencias de acceso por género y el involucramiento de las partes interesadas para mejorar el diseño y acceso de mujeres a sus productos y servicios. De igual modo, es necesario el monitoreo de datos acerca de los patrones de conducta, ingresos, gastos y consumo de las mujeres.

Dimensión Comunidad

Las empresas que participan en la Iniciativa de Paridad de Género de Panamá y todas las del país presentan cifras similares (32% y 31%) en la dimensión Comunidad, siempre superiores a las de los países de referencia, como Argentina (21%), Colombia (20%) y Costa Rica (20%).

En cuanto a la incorporación del tema del género en las actividades de responsabilidad social corporativa, obras sociales, concientización y alianzas, el desempeño es intermedio, con un 36%. Esto significa que, además de un incipiente compromiso de género en las comunidades, algunas empresas han implementado acciones como ofrecer apoyo financiero o probono a programas de igualdad de género, se suman a campañas de concientización o participan en foros públicos para defender los derechos de mujeres, dan formación a mujeres emprendedoras y abogan por la eliminación de barreras legales que restringen el empoderamiento económico de las mujeres. Para que las empresas panameñas aumenten su desempeño en este indicador, es necesario que sean más las que implementan estas acciones, además de establecer objetivos en la ejecución de proyectos comunitarios, evaluar su impacto en cantidad de mujeres e informar públicamente dichos resultados.

Por su parte, el 29% adopta medidas para que se respeten los derechos de las mujeres y las niñas en las comunidades en las que opera, por debajo de la calificación total de Panamá. Esto indica que, en promedio, las empresas panameñas tienen el compromiso con los derechos de las mujeres y niñas de sus comunidades como parte de su política corporativa. Asimismo, las empresas buscan analizar el impacto diferencial de sus operaciones en las mujeres de su comunidad, asegurar su participación en las consultas a la comunidad y resolver sus reclamos y conflictos de forma transparente. Además de aumentar la frecuencia e intensidad de dichas acciones, es necesario monitorear y medir los resultados a fin de hacerlos accesibles a los accionistas, la junta directiva y las comunidades.

PARTE 3:

EL DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS PANAMEÑAS EN LAS MEDIDAS DE CUIDADO

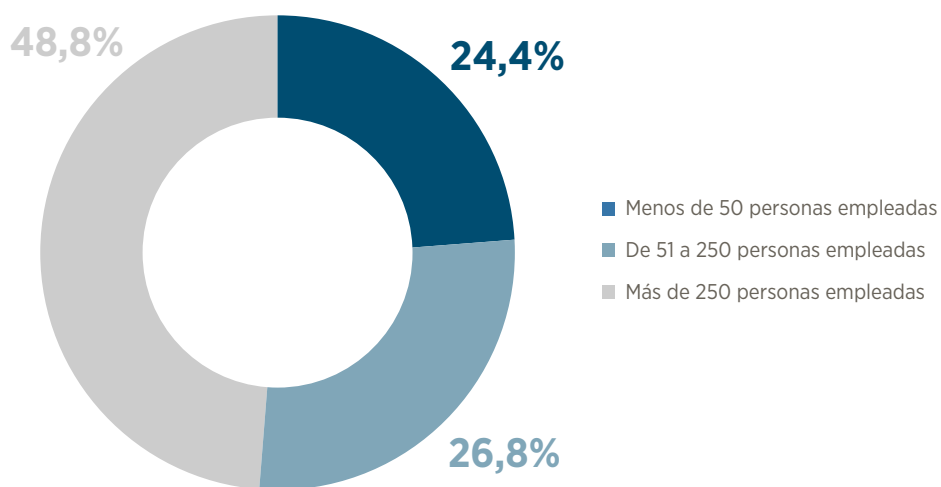


En 2022, la IPG de Panamá aplicó la Encuesta de Medidas de Cuidado a 41 empresas para indagar acerca del compromiso, prácticas y necesidades en la reducción de las brechas de género en relación con las tareas de cuidado no remuneradas, entendiendo por tareas de cuidado aquellas actividades indispensables para que las personas puedan alimentarse, educarse, estar sanas y vivir en un ambiente propicio para el desarrollo de sus vidas. Incluye entonces el cuidado material, que implica un trabajo, el cuidado económico, que implica un costo, y el cuidado psicológico, que implica un vínculo afectivo (CEPAL, 2012).

Perfil de las empresas encuestadas

De las empresas que participaron de la encuesta, la mayoría son medianas y alrededor de la mitad de sus plantillas está compuesta por mujeres. En detalle, casi la mitad tienen entre 51 y 250 personas empleadas (véase el gráfico 11). Un cuarto tiene 50 o menos y el otro cuarto tiene más de 250 empleados.

GRÁFICO 11. EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA ENCUESTA DE MEDIDAS DE CUIDADO POR TAMAÑO EN CANTIDAD DE PERSONAS EMPLEADAS. CASI LA MITAD DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS TIENEN MÁS DE 250 PERSONAS EMPLEADAS.



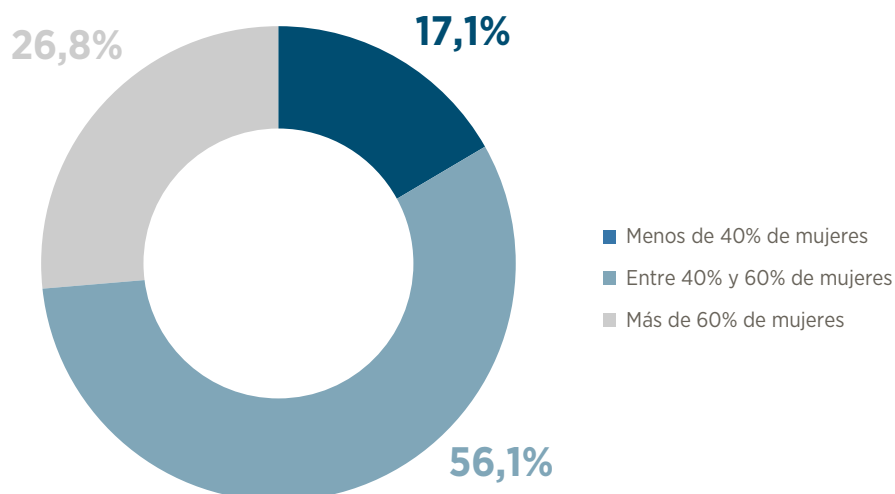
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta de Medidas de Cuidado

Asimismo, 23 de las empresas (el 56%) declara tener entre un 40% y un 60% de mujeres en su plantilla, mientras que 11 (el 27%) tienen más de un 60% de mujeres y 7 (el 17%) tienen menos del 40% (Véase el gráfico 12).

Por otra parte, las empresas encuestadas pertenecen a distintos sectores. El 29% son hoteles y restaurantes, el 24% son empresas financieras o de seguros y las restantes se dividen entre tecnología y servicios profesionales, industria y comercio y otros (véase el gráfico 13).

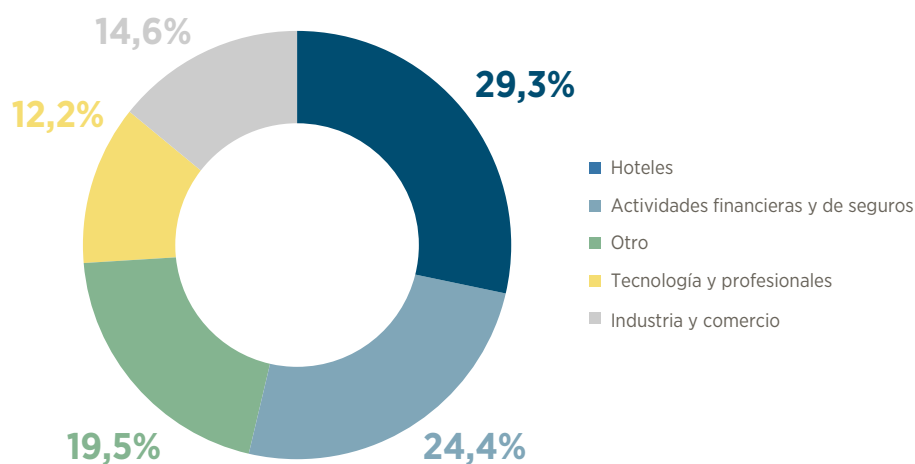


GRÁFICO 12. EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA ENCUESTA DE MEDIDAS DE CUIDADO POR PORCENTAJE DE MUJERES EN SU PLANTILLA.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta de Medidas de Cuidado

GRÁFICO 13. EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA ENCUESTA DE MEDIDAS DE CUIDADO POR SECTOR.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta de Medidas de Cuidado

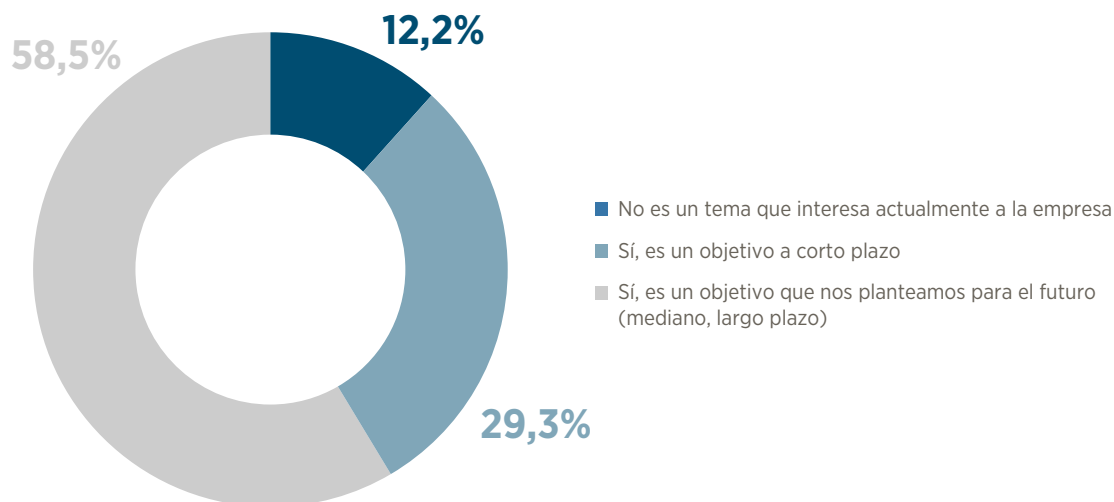
Las empresas están interesadas en implementar medidas de cuidado

Un simple marco para abordar los resultados de esta encuesta incluye las siguientes preguntas:

1. ¿Están las empresas interesadas en implementar políticas de cuidado?
2. Si lo están, ¿por qué? ¿Qué beneficios perciben?
3. ¿Qué políticas implementan?
4. ¿Qué necesitan para profundizar la implementación de políticas de cuidado?

Existe un alto interés en la implementación de medidas de cuidado. Casi el 60% afirma estar interesada en implementar medidas de corresponsabilidad o cuidado en el largo plazo, mientras que el 29% quieren hacerlo en el corto plazo. Por el contrario, sólo el 12% de las empresas no tiene interés en hacerlo (véase el gráfico 14). Las empresas de actividades financieras o de seguros y las tecnológicas tienen mayor interés a corto plazo. En cambio, los restaurantes y hoteles y las compañías de industria y comercio proyectan las medidas para el largo plazo.

GRÁFICO 14. EMPRESAS ENCUESTADAS EN LA ENCUESTA DE MEDIDAS DE CUIDADO POR INTERÉS EN DESARROLLAR POLÍTICAS DE CUIDADO.



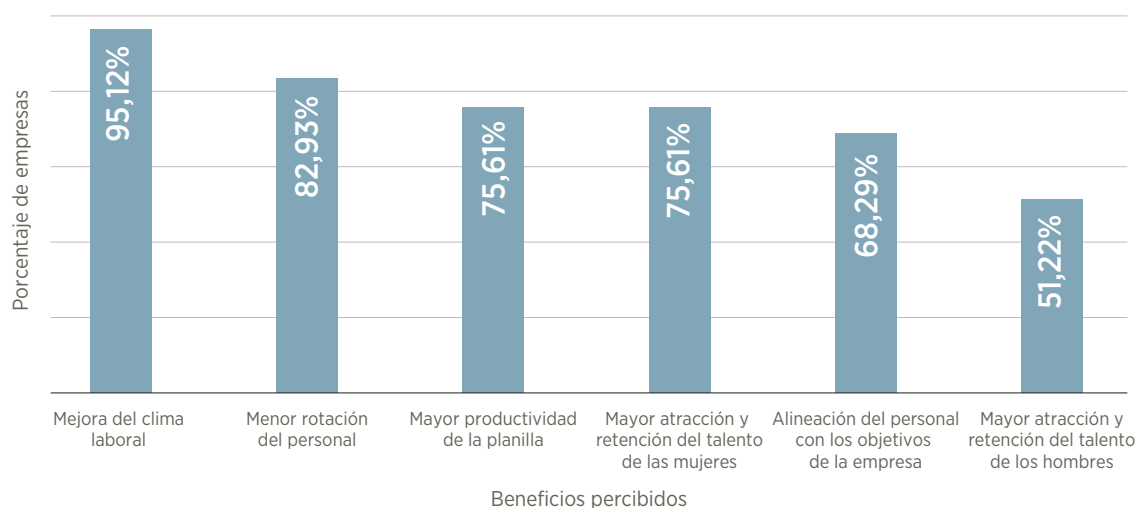
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta de Medidas de Cuidado



Los beneficios que perciben las empresas al implementar medidas de cuidado

Las empresas reconocen una serie de beneficios al desarrollar políticas de cuidado y casi todas perciben el impacto positivo de estas medidas en la mejora del clima laboral. Asimismo, más del 80% entiende que estas políticas ayudan a reducir la rotación del personal. Además, entre el 70% y el 75% de las firmas encuestadas declaran que las acciones de promoción de cuidados y corresponsabilidad fomentan la alineación del personal con los objetivos de la empresa, potencian la atracción y retención del talento de las mujeres e impulsan la productividad. Por su parte, solo el 50% de las empresas afirma que estas medidas ayuden a atraer y retener el talento de hombres (véase el gráfico 15).

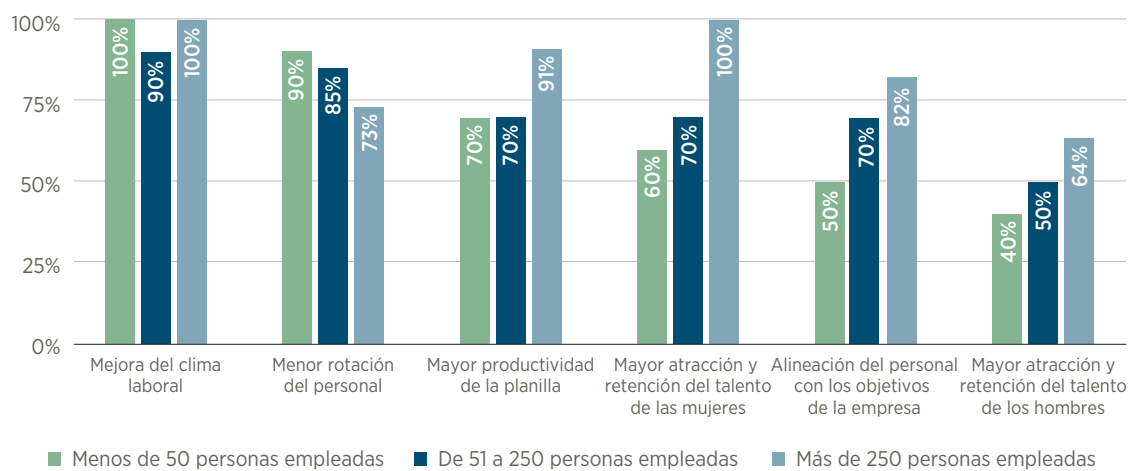
GRÁFICO 15. FRECUENCIA DE ELECCIÓN DE BENEFICIOS PERCIBIDOS AL DESARROLLAR POLÍTICAS DE CUIDADO EN PORCENTAJE DE EMPRESAS.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta de Medidas de Cuidado

Sin embargo, la percepción de beneficios varía según el tamaño de las firmas. Mientras que las empresas más grandes tienden a percibir mayormente la mejora en la productividad y retención del talento femenino, las medianas y pequeñas destacan el beneficio de disminuir la rotación de personal (véase el gráfico 16).

GRÁFICO 16. FRECUENCIA DE ELECCIÓN DE BENEFICIOS PERCIBIDOS AL DESARROLLAR POLÍTICAS DE CUIDADO EN PORCENTAJE DE EMPRESAS POR TAMAÑO.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta de Medidas de Cuidado

Las medidas de cuidado que implementan las empresas

Las empresas encuestadas indicaron cuáles son las medidas de cuidado que implementan actualmente. Para ello, seleccionaron entre 14 opciones y con la opción de agregar hasta 3 políticas adicionales que no estaban incluidas en el formulario. Las medidas pueden agruparse en cuatro categorías: licencias, trabajo flexible, beneficios o provisión de servicios o espacios de cuidados y medidas de sensibilización (lista completa en Tabla 4).

TABLA 4. POLÍTICAS DE CUIDADO INCLUIDAS EN LA ENCUESTA DE MEDIDAS DE CUIDADO DE PANAMÁ.

Políticas de cuidado por tipo
Flexibilidad
Flexibilidad horaria
Control de horas extras
Trabajo a distancia/teletrabajo
Permisos para cuidado de personas dependientes
Licencias
Licencia de maternidad por el periodo establecido en la ley (14 semanas)
Licencia de maternidad por un periodo mayor de 14 semanas
Licencia de paternidad por el periodo establecido en la ley (3 días)
Licencia de paternidad por un periodo mayor de 3 días
Incentivos para promover la solicitud de Licencia de Paternidad
Concesión de licencias para el cuidado de personas dependientes
Beneficios o provisión de servicios o espacios de cuidados
Ayudas o incentivos a la contratación de servicios de cuidados
Disposición de servicios de cuidados para personas dependientes (ejemplo: centros de cuidado infantil)
Disposición de salas de lactancia
Sensibilización
Campañas de concientización sobre la importancia de la corresponsabilidad en las tareas de cuidados

Fuente: Elaboración propia

Licencias: se cumple con la ley, pero no alcanza para garantizar igualdad en la distribución de tareas de cuidado

Las licencias maternales y paternales permiten una mejor conciliación de la vida productiva y la reproductiva, contribuyen al desarrollo infantil y promueven la equidad. En primer término, las licencias permiten a las personas trabajadoras acceder a tiempo del trabajo remunerado para destinarlo a la crianza. Dado que todavía son las mujeres quienes más se ocupan de estas tareas, las licencias les permiten no renunciar a ingresos (CIPPEC, 2019). En segundo lugar, la evidencia indica que las licencias contribuyen al desarrollo y bienestar de los recién nacidos ya que les permite tener referentes de apego estables, especialmente si el bebé cuenta tanto con el padre como con la madre (Brofield, Monzoni 2015). Por último, promover las licencias de paternidad mitiga la idea de que el costo de contratar mujeres es mayor y ayudan así a disminuir la discriminación por género en el acceso al mercado de trabajo. Además, las licencias parentales permiten al hombre asumir un rol más activo en la crianza de las niñas y niños, distribuyendo de forma más equitativa las tareas de cuidado.

Según lo reportado en la Encuesta de Medidas de Cuidados, casi todas las empresas otorgan licencias maternales y paternales. La licencia de maternidad por el periodo establecido en la ley (14 semanas) fue la política más elegida: 37 empresas (el 90%) la seleccionaron. Sin embargo, sólo 3 empresas (6%) dicen otorgar la licencia de maternidad por un periodo superior al establecido por ley. Por su parte, si bien la licencia de paternidad por el periodo establecido en la ley (3 días) fue la segunda medida más seleccionada, no todas las empresas reportaron haberla brindado.

De este modo, es posible concluir que las políticas más usadas son las obligatorias por regulación. Asimismo, el hecho de que el 25% de las empresas otorguen licencias de paternidad que exceden el tiempo establecido por ley es un indicador de un creciente consenso acerca de que los días previstos legalmente son insuficientes. Por último, la enorme diferencia entre los tiempos de las licencias maternales y paternales en Panamá son una barrera para la reducción de las brechas de género en las tareas de cuidado.

Además de proveer el derecho a licencia por paternidad, es recomendable que las empresas promuevan el sentido de corresponsabilidad entre sus trabajadores hombres para que efectivamente tomen la licencia. Existen barreras que limitan a los hombres a hacerlo, como los estereotipos de género que no asocian al hombre a las tareas de cuidado y atención del hogar (BID 2022). En ese sentido, apenas 4 empresas (el 10%) promueven activamente que sus colaboradores soliciten su licencia de paternidad a través de incentivos. La baja adhesión a esta política atenta contra la distribución igualitaria de las tareas de cuidado toda vez que, si los trabajadores hombres no las ejercen, el total del cuidado queda a cargo de las mujeres. Por último, el 65% de las empresas afirma proveer licencias para el cuidado de personas dependientes.

Trabajo flexible: prima el teletrabajo y el otorgamiento de permisos para dedicar tiempo al cuidado de personas dependientes

Las medidas de trabajo flexible otorgan más opciones a los trabajadores para definir los días, el horario y lugar de trabajo, por ejemplo, a través de los horarios flexibles, el banco de horas, las semanas comprimidas, el trabajo parcial, el trabajo a distancia/teletrabajo y el trabajo compartido. Las medidas de trabajo flexible pueden promover el equilibrio entre trabajo y vida familiar de todos los empleados. Sin embargo, existen riesgos, como la desaparición de los límites entre el tiempo de trabajo y vida privada, y también de que los arreglos flexibles de trabajo refuercen roles tradicionales de género, especialmente si solo las mujeres las usan y ellas siguen haciendo la mayor parte de las tareas de cuidado. Una entrevista a empleadores de 24 países de América Latina y el Caribe indica que los empleadores piensan que los arreglos de trabajo flexible podrían ayudarles a reclutar a mujeres con hijos pequeños (Alaimo et al, 2022).

En la Encuesta de Medidas de Cuidado, la política de trabajo flexible más elegida por las empresas en Panamá es el teletrabajo o trabajo a distancia (75%), cuya adhesión aumentó significativamente en todas las organizaciones luego de los aislamientos obligatorios durante la pandemia del Covid-19. Asimismo, el 70% de las empresas sostienen que permiten la flexibilidad horaria de sus colaboradores y el 54% dice controlar las horas extra. Además, el 65% de las firmas otorga permisos para el cuidado de personas dependientes.

Sin embargo, es importante señalar que, si el ejercicio del trabajo flexible no es similar entre los hombres y las mujeres, existe el riesgo de exacerbar las brechas de género existentes. Por ejemplo, a medida que la legislación otorgue de manera explícita mayores derechos de flexibilidad a las mujeres, se refuerza el concepto que son las mujeres quienes deben encargarse del cuidado de los niños. Por ello, es importante que las legislaciones sean neutrales respecto al género del trabajador. O más aún, promuevan los arreglos de trabajo flexible como una manera de promover la corresponsabilidad en el hogar y en el trabajo (Alaimo et al, 2022).

Beneficios o provisión de servicios o espacios de cuidados: hay espacios de lactancia, pero no apoyo económico o provisión directa de servicios de cuidado

Además de brindar el tiempo necesario para las tareas de cuidado a través de licencias, trabajo flexible o permisos, las empresas empleadoras pueden también proveer directamente servicios y/o espacios de cuidado o beneficios para contratarlos.

El espacio de cuidado más provisto por las firmas son las salas de lactancia, más de la mitad (el 56%) de las firmas entrevistadas dispone de ellas. Al igual que en el caso del permiso de maternidad, la exigencia del código laboral juega un rol. El Artículo 114 del código laboral indica que toda madre, cuando esté lactando, dispondrá en los lugares donde trabaja de intervalos para alimentar a su hijo y todo empleador que ocupe en el local más de veinte mujeres, quedará obligado a acondicionar un espacio para que las madres alimenten sin peligro a sus hijos. Sin embargo, el hecho de que la prestación de las salas de lactancia según la legislación panameña dependa de un número mínimo de empleadas puede desincentivar a los empleadores a que contraten mujeres.

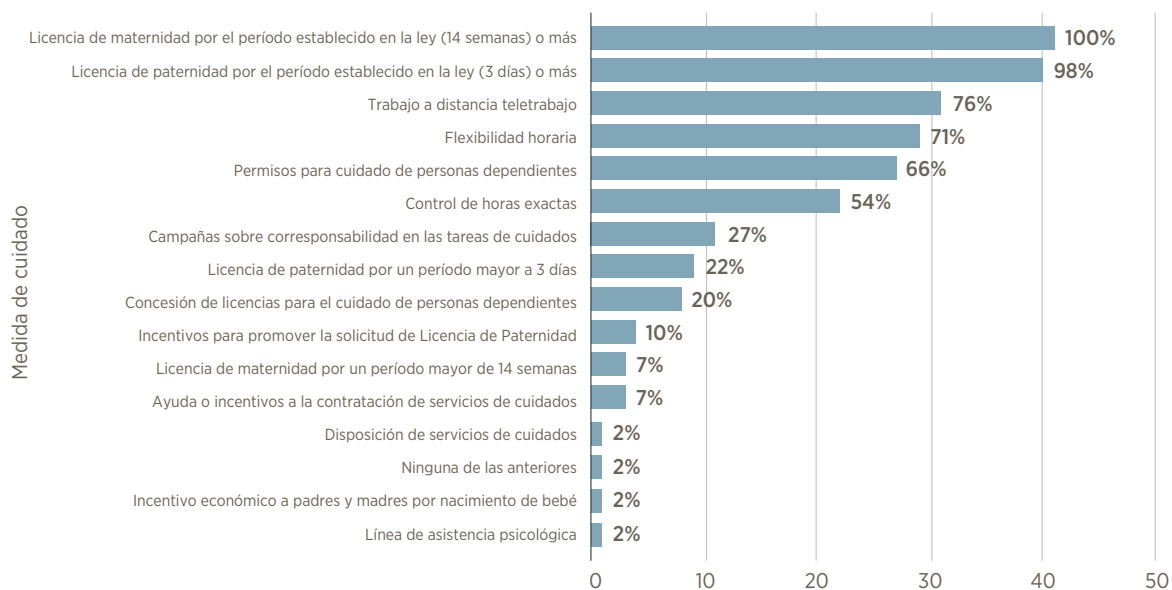
En algunos países, como México, Colombia, Chile, Ecuador, la legislación prevé la prestación de servicios de guardería como complemento o alternativa a las salas de lactancia. Sin embargo, la legislación en Panamá para madres y padres trabajadores no prevé servicios de cuidado infantil. Esto se refleja en que, pocas empresas proveen apoyos directos para los servicios de cuidados. Solo 3 de las 41 (el 7%) empresas brinda ayudas o incentivos a la contratación de servicios de cuidados. Similarmente, sólo una empresa dispone de centros de cuidado propios para personas dependientes (como centros de cuidado infantil).

Medidas de sensibilización: un cuarto de las empresas lleva a cabo campañas sobre la corresponsabilidad en tareas de cuidado

Las medidas de sensibilización como capacitaciones y campañas de comunicación favorecen el involucramiento de todas las personas de la organización y promueven la ruptura de los estereotipos de género. En la Encuesta de Medidas de Cuidados, el 27% de las empresas encuestadas dice llevar a cabo campañas de concientización sobre la importancia de la corresponsabilidad en las tareas de cuidados.



GRÁFICO 17. FRECUENCIA DE USO DE POLÍTICAS DE CUIDADO EN PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE EMPRESAS.



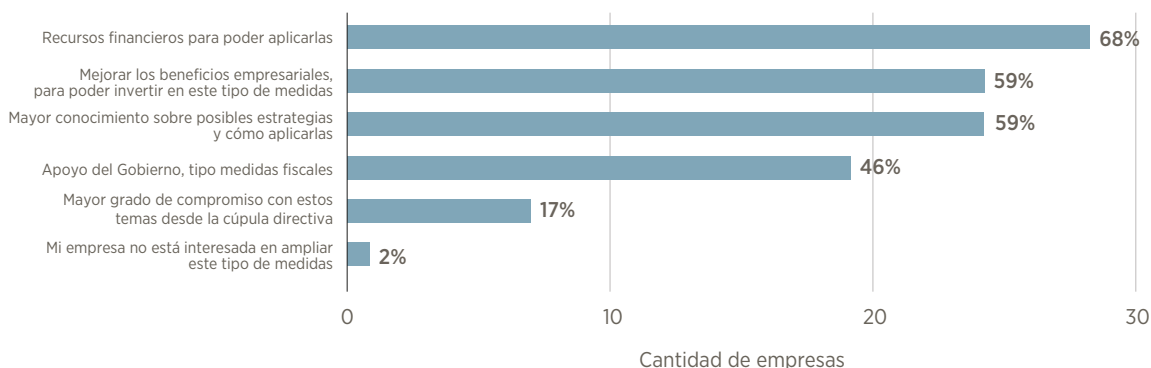
Fuente: Elaboración propia en base a datos de Encuesta de Medidas de Cuidado

Qué necesitan las empresas para avanzar en las medidas de cuidado

Las empresas reportan necesidades de recursos financieros y conocimiento

Las empresas indicaron cuáles son las principales necesidades organizacionales para empezar o continuar desarrollando medidas de cuidado. El 70% de las empresas reportan necesitar recursos financieros para aplicar estas políticas. Casi el 60% de las empresas encuestadas requieren mejorar los beneficios empresariales para poder invertir en nuevas medidas, así como mayor conocimiento sobre cómo aplicarlas. Más del 40% dice necesitar de apoyo del gobierno con, por ejemplo, incentivos fiscales. Apenas un 15% manifiesta la necesidad de un mayor compromiso de la cúpula directiva (véase el gráfico 18).

GRÁFICO 18. FRECUENCIA DE NECESIDADES EMPRESARIALES PARA IMPLEMENTAR MEDIDAS DE CUIDADO EN PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE EMPRESAS.

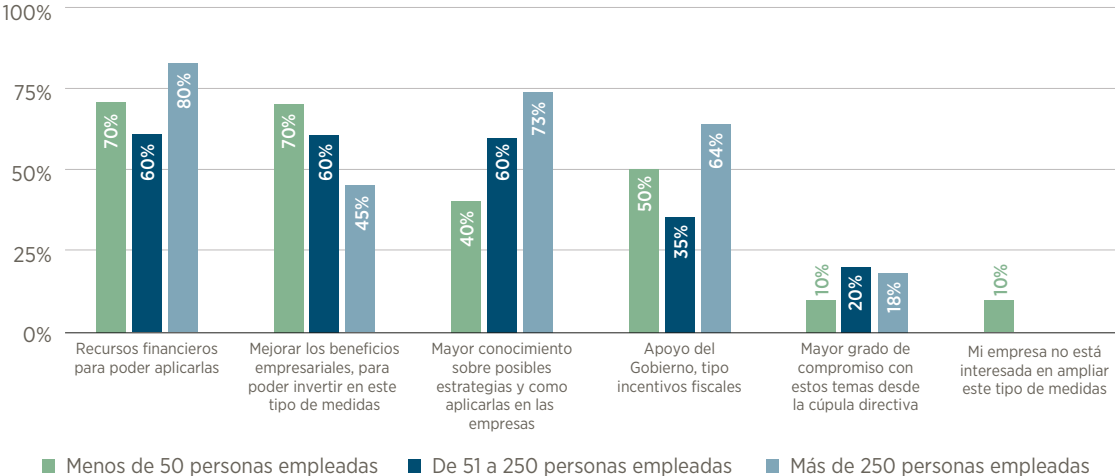


Fuente: Elaboración propia en base a datos de Encuesta de Medidas de Cuidado





Sin embargo, estas necesidades varían significativamente según el tamaño de la empresa. Mientras que el 70% de las empresas pequeñas (50 empleados o menos) requiere aumentar los beneficios antes de desarrollar nuevas políticas de cuidado, solo el 45% de las grandes (más de 250) declara lo mismo. En cambio, el 70% de las empresas grandes necesita mayor conocimiento para poner en marcha nuevas iniciativas de cuidado (véase el gráfico 19).

En la siguiente sección se presenta cómo la IPG responde a esta necesidad de conocimiento, recolectando buenas prácticas de empresas panameñas que puedan servir de referente a otras empresas.

GRÁFICO 19. FRECUENCIA DE NECESIDADES EMPRESARIALES PARA IMPLEMENTAR MEDIDAS DE CUIDADO SEGÚN TAMAÑO DE LAS EMPRESAS.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Encuesta de Medidas de Cuidado



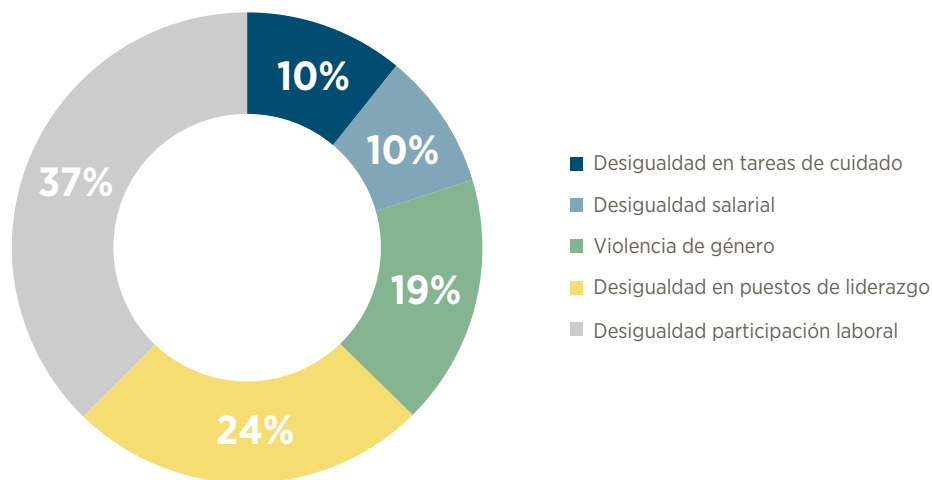
PARTE 4:

LAS BUENAS PRÁCTICAS PARA REDUCIR LA BRECHA DE GÉNERO REPORTADAS POR LAS EMPRESAS PANAMEÑAS

La Iniciativa Público Privada por la Paridad de Género (IPG) documenta buenas prácticas para reducir la brecha de género en las empresas afiliadas. Cuando las empresas se unen a esta iniciativa se les exhorta a completar la ficha de buenas prácticas. Once empresas la han completado de forma voluntaria, y en total han reportado 25 buenas prácticas, de las cuales el 38% tienden a reducir la desigualdad en la participación laboral, el 24% a reducir la brecha en los puestos de liderazgo y el 19% a combatir la violencia de género. Apenas el 10% de las acciones apuntan a reducir la diferencia salarial y otro tanto a la inequidad en la distribución de las tareas de cuidado (véase el gráfico 20).



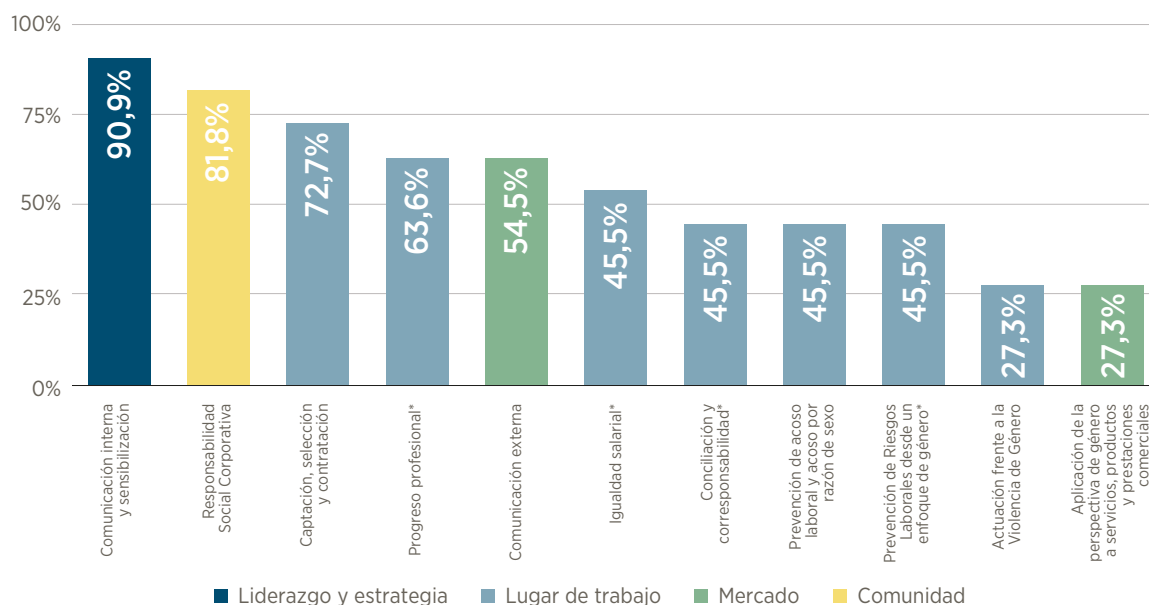
GRÁFICO 20. MEDIDAS DIRIGIDAS A DESIGUALDADES DE GÉNERO SEGÚN PORCENTAJE DE EMPRESAS.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las fichas de buenas prácticas empresariales para la Igualdad de Género

Además, las empresas seleccionaron los distintos tipos de políticas que implementan más allá de las que efectivamente reportaron como buenas prácticas. Más de la mitad de las empresas dicen implementar políticas de igualdad salarial (el 55%), comunicación externa (el 63%), progreso profesional (el 63%), captación, selección y contratación (el 73%), responsabilidad social empresarial (el 81%) y comunicación interna y sensibilización (el 91%). Si clasificamos estas acciones según las cuatro dimensiones de la Herramienta Empresarial de Género, vemos que solo el 27% de las empresas reporta aplicar la perspectiva de género a sus productos y servicios (dimensión Mercado). La mayoría de las medidas tienen que ver con la dimensión Lugar de trabajo, aunque la más elegida se vincula más con Liderazgo y estrategia (véase el gráfico 21). En la sección Prácticas destacadas se incluyen algunos ejemplos de acciones reportadas por empresas IPG, y que pueden ser un referente de interés para otras empresas interesadas en implementar estrategias para promover la equidad de género.

GRÁFICO 21. TIPOS DE MEDIDAS SEGÚN PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE LAS ELIGIERON Y CORRESPONDENCIA CON LAS DIMENSIONES DEL MARCO CONCEPTUAL DE LA HERRAMIENTA EMPRESARIAL DE GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las fichas de buenas prácticas empresariales para la Igualdad de Género

Nota: *Progreso profesional incluye por ejemplo: evaluación de desempeño, reconocimiento profesional, promoción, formación, etc.

Igualdad salarial incluye por ejemplo: valoración puestos de trabajo, clasificación profesional, política de retribución, etc.

Conciliación y corresponsabilidad incluye por ejemplo: ordenación del tiempo de trabajo.

Prevención de Riesgos Laborales desde un enfoque de género incluye por ejemplo: seguridad y salud laboral, embarazo, lactancia, movilidad, etc.

Prácticas destacadas

ADMIOS, promoviendo el acceso de mujeres a la industria de la tecnología

Develop[Her] es un programa de la empresa ADMIOS que promueve la capacitación y reclutamiento en tecnología. Frente al reducido número de mujeres en las carreras de desarrollo de software, ADMIOS se propuso ofrecer una campaña de sensibilización y capacitación acerca de los beneficios y posibilidades de esas carreras. Una desarrolladora lideró los 6 episodios, que atrajeron a más de 90 mujeres. Nueve de ellas se contactaron con la empresa para solicitar consejos sobre cómo y dónde empezar sus estudios. Develop[Her] corresponde a la dimensión Lugar de Trabajo de la Herramienta Empresarial de Género, porque promueve oportunidades en los procesos de desarrollo y promoción profesional para mujeres. También puede indirectamente aportar medidas de cuidados, debido al hecho de que los puestos en el sector de tecnología a veces permiten más flexibilidad horaria y/o trabajo a distancia/teletrabajo, que puede ayudar cuando existen responsabilidades de cuidado.

Komunika, empoderamiento de las mujeres para impulsar el acceso a posiciones de liderazgo

A través del programa MujerES, esta empresa de relaciones públicas realizó dos series de capacitaciones a las colaboradoras mujeres para impulsar su desarrollo personal y profesional, incentivando su aplicación a las vacantes de jefatura. "Fortalecer las habilidades de liderazgo de nuestras colaboradoras promueve su desarrollo y la igualdad de género en nuestra organización", señalaron desde Komunika. MujerEs y programas parecidos mejoran las dimensiones de empoderamiento de la mujer en Liderazgo y Estrategia y Lugar de Trabajo de la Herramienta Empresarial de Género. Particularmente, se enfocan en la no discriminación e igualdad de oportunidades en los procesos de desarrollo y promoción profesional.

Hacia un entorno libre de violencia de género en Dell Technologies

La sede panameña de la compañía tecnológica global implementó un canal de apelación confidencial y seguro para reportar denuncias de acoso laboral por razón de género. Acompañado de campañas internas de "Speak-Up", el canal permite que cualquier persona haga las denuncias, no solo las víctimas. De esta forma, las mujeres cuentan con el respaldo de la organización ante eventuales episodios de acoso o violencia. Dell demuestra cómo compañías pueden instalar sistemas y crear una cultura interna para que las mujeres se sientan seguras, contribuyendo a la mejoría de la dimensión Lugar de Trabajo de la Herramienta Empresarial de Género.



El Banco Nacional de Panamá con foco en las políticas de cuidado

Con su Centro de Atención Integral a la Primera Infancia, el Banco Nacional de Panamá (BNP) brinda un espacio seguro a las niñas y niños de entre 1 y 5 años, mientras sus madres trabajan en la organización. El centro desarrolla métodos activos de enseñanza, promoviendo la independencia y estimulando las habilidades y destrezas de los hijos e hijas de los colaboradores. Como resultado, no solo las mujeres del banco evitan interrumpir su desarrollo profesional en la organización, sino que sus hijos acceden a educación de calidad. Este centro del BNP es un ejemplo de cómo empresas grandes pueden avanzar medidas de cuidados con la disposición de espacios y servicios para dependientes. Adicionalmente, directamente apoya a los empleados en su papel de padres y cuidadores, una parte importante en la dimensión Lugar de Trabajo de la Herramienta Empresarial de Género.

Mayor perspectiva de género en la cadena de valor, la deuda pendiente

En consonancia con los resultados de la Herramienta Empresarial de Género, ninguna de las empresas ha reportado prácticas que apuntan a promover la perspectiva de género entre sus proveedores. Por ejemplo, hay que asegurar que no vulneren los derechos de mujeres y niñas, auditar la cadena de suministro para identificar tráfico humano o simplemente transmitir expectativas de igualdad de género a sus proveedores. Esta carencia, sin embargo, se repite en otros países en América Latina y el Caribe. Por ejemplo, según la Herramienta Empresarial de Género aplicada en Argentina, menos del 11% de las empresas implementa al menos una de las políticas mencionadas.



PARTE 5:

RECOMENDACIONES

Los resultados del análisis de los tres estudios permiten entender la contribución de las empresas para avanzar en la igualdad de género en Panamá y qué medidas adicionales son necesarias. En particular es posible identificar aquellos puntos en los que las firmas tienen un desempeño menor a la media (38%), a los países de referencia seleccionados o al umbral "Avanzado" (50%) en cada una de las dimensiones de La Herramienta Empresarial de Género (Liderazgo y estrategia, Lugar de trabajo, Mercado y Comunidad).

Para cada grupo de recomendaciones se establece si el impulsor debe ser la Iniciativa de Paridad de Género y/o el Gobierno de Panamá. Esta diferencia es importante ya que, si bien la primera puede implementar por sí misma algunas medidas, como aquellas vinculadas a promover la sensibilización en las empresas, es el segundo quien puede desarrollar medidas regulatorias, de provisión directa o de incentivos económicos.



Liderazgo y estrategia

Las empresas IPG tienen un desempeño en la Herramienta Empresarial de Género menor al 50% en el compromiso de liderazgo y apoyo a la igualdad de género (45,7%) y en políticas de no discriminación e igualdad de oportunidades (41,5%). Para mejorar estas calificaciones, la IPG podría impulsar las siguientes medidas:

- 1. Impulsar la creación de informes sobre el impacto económico de las medidas de reducción de las brechas de género en las empresas**, a fin de disipar la presunción de que son excesivamente costosas. Por el contrario, suelen tener beneficios económicos positivos. La IPG podría coordinar la creación de un informe sobre el impacto económico de cerrar las brechas de género no solo a nivel agregado sino empresarial, por sector y tamaño.
- 2. Crear comunidades de práctica entre los directivos y gerentes de empresas de mismo tamaño y misma industria a fin de compartir el conocimiento**, las buenas prácticas y las experiencias en la ideación e implementación de estrategias para la reducción de las brechas de género. En este sentido, la IPG podría potenciar las redes actuales creando grupos de afinidad por problemática, ubicación geográfica, además de tamaño e industria de las firmas. Sería importante implementar distintas instancias para los directivos de las empresas y para los gerentes.
- 3. Redactar y difundir un glosario común y estandarizado** para garantizar que las definiciones y criterios de los aspectos e iniciativas por la paridad de género sean compartidos por las empresas y el gobierno. La IPG podría liderar esta iniciativa en el marco del Consejo Nacional por la Paridad Género, en alianza con organismos internacionales y siguiendo los estándares de la Herramienta Empresarial de Género, a fin de garantizar un alineamiento intersectorial en cuanto las definiciones y lineamientos de las iniciativas para reducir la brecha de género en el mercado de trabajo.
- 4. Promover la toma de compromisos públicos por parte de las empresas, expresados en objetivos concretos** de igualdad de acceso, igualdad salarial, igualdad en posiciones de liderazgo e igualdad en la distribución de las tareas de cuidado e incentivar la rendición de cuentas acerca de su cumplimiento. Esto incluye, pero no se limita, a la participación de las empresas en la Encuesta de Medidas de Cuidados, la Herramienta Empresarial de Género, el Sello Mujer Empresarial y la IPG entre otras herramientas. La Secretaría Técnica de la IPG debería continuar el trabajo uno a uno con las empresas miembro para acordar objetivos medibles, alcanzables, desafiantes y auditables.

- 5. Alinear el trabajo interministerial del Gobierno de Panamá para garantizar el cumplimiento de la ley 56 de 2017, que obliga a las instituciones del Gobierno Central, descentralizadas, empresas públicas, intermediarios financieros y aquellas reguladas por estos a tener al menos 30% de mujeres entre los y las miembros directivos.** De acuerdo con un informe de la Asociación de Directoras de Panamá (2021), a pesar de la vigencia de la ley, solo el 22% de las posiciones directivas estaban ocupadas por mujeres. Una postura común por parte de todos los ministerios del Estado sobre la importancia de alcanzar o superar el umbral legal de representación de mujeres puede dar más fuerza al cumplimiento de este requisito. Por su parte, el liderazgo de la IPG podría mapear cuáles son las empresas públicas donde esto se cumple, invitarlas a integrarse en la iniciativa si aún no son parte y promover un reconocimiento público.

Lugar de trabajo

Las firmas adscritas a la IPG presentan oportunidades de mejora en la dimensión Lugar de trabajo. Los principales temas por abordar son la no discriminación en el desarrollo de carrera de las mujeres y la desigualdad en la distribución de medidas de cuidado. Por un lado, en la Herramienta Empresarial de Género, las empresas inscritas a la iniciativa alcanzan un resultado del 34% en el enfoque de no discriminación en el desarrollo de carrera y promoción. Por otro lado, tienen un desempeño del 32% en el enfoque de apoyo a empleados en su rol de padres y cuidadores y del 35% en el ofrecimiento y apoyo a la licencia remunerada por paternidad. Asimismo, la Encuesta de Medidas de Cuidados revela que sólo el 26% de las empresas otorgan una licencia por paternidad mayor a la establecida por la ley, que es de apenas 3 días. Para atender a esos problemas, la IPG y el Gobierno de Panamá podrían impulsar las siguientes medidas:

- 6. Impulsar una iniciativa de transparencia informativa sobre el porcentaje de mujeres en posiciones de liderazgo o decisión al interior de las empresas.** Por ejemplo, la sede argentina de empresa farmacéutica Merck comunica por email a sus trabajadores la distribución por género para cada uno de los roles en los distintos puestos (Vidal 2019). Esta comunicación realizada con frecuencia incentiva a las y los gerentes a cargo de las promociones a alcanzar la paridad de género, ya que se expone cuáles son las áreas con mayor disparidad. La IPG podría promover esta práctica entre las empresas miembro.



- 7. Implementar el Plan Nacional por la Igualdad Salarial 2022-2025 de la República de Panamá**, elaborado por el Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral (Mitradel) con la Asesoría Técnica de ONU Mujeres, con énfasis en sus medidas 11 y 12 ("Establecer normas de cumplimiento por parte de las empresas privadas, del principio de igualdad de remuneraciones entre hombres y mujeres" y "Ajustar la Ley de Escala General de Salarios para garantizar la igualdad de remuneración en el Sector Público"). Esto contribuiría al cumplimiento del decreto ejecutivo 242 de 2021, que obliga a empleadores privados a garantizar la igualdad salarial entre hombres y mujeres. La IPG podría realizar acciones de concienciación y coordinación entre las partes a fin de promover la implementación, el seguimiento y la evaluación de las acciones necesarias para cumplir con el mandato legal. Un primer paso es dar a conocer públicamente el plan a través de una campaña de comunicación.
- 8. Incrementar vía regulación los días obligatorios de licencia remunerada por paternidad** y sensibilizar a los trabajadores hombres acerca de la importancia de ejercer dicho derecho para reducir la desigualdad en las tareas de cuidado. Para ello, resulta fundamental implementar una evaluación del costo económico de la iniciativa y señalar cómo se repartirá entre los actores involucrados (empresas, estado, trabajadores). Cabe señalar que en el caso de Panamá el costo de la licencia de paternidad recae exclusivamente en el empleador, por lo que un co-financiamiento del estado podría facilitar la ampliación de la duración de la licencia sin afectar el costo de la formalidad. El análisis de Almeida, Pereda, y Ferreira (2016) en Brasil muestra que el costo público de la extensión de la licencia de paternidad a 20 días es relativamente bajo y que resulta rentable debido a sus beneficios en el desarrollo de los niños. La IPG podría impulsar un diálogo con el Ministerio de Desarrollo Laboral así como representantes empresariales y de los trabajadores para articular una estrategia que permita incrementar la duración de la licencia de paternidad y su utilización.
- 9. Aumentar la provisión directa de plazas en los Centros de Atención Integral a la Primera Infancia (CAIPI), garantizar la utilización a capacidad total de los centros en funcionamiento y promover la implementación de un sistema de copago entre empresas y trabajadores para solventar los costos de centros de cuidado.** Asimismo, es importante incrementar la oferta y acceso a centros de cuidado infantil. Esto ayudará a las familias a conciliar el trabajo, la economía del hogar y el cuidado de las niñas y niños, en el marco de una estrategia nacional de cuidados. En 2021, los 98 Centros de Atención Integral a la Primera Infancia en funcionamiento contaban con plazas para 2.218 niñas y niños, muy por debajo

de la demanda potencial total de 443.662 (BID 2020). Sin embargo, los centros no operan a capacidad total⁹. Por ello, un próximo paso consiste en analizar las barreras que enfrentan las familias para utilizar los servicios provistos por centros de primera infancia en Panamá (Freire, Hojman, Martínez, 2020) y realizar un plan de acción que las aborde. Otra alternativa para incrementar la provisión de servicios de cuidado son las iniciativas de copago, estas permiten distribuir la carga económica del cuidado entre las empresas, las personas trabajadoras y, en caso de incluir subsidios, el estado. La experiencia del Proyecto de Gane Tres en Costa Rica, en el que se pilotearon sistemas de pago compartido entre trabajadores, empresas y asociaciones solidarias, muestra resultados en la satisfacción y rendimiento de los trabajadores beneficiados. Gracias al acceso a servicios de cuidado 84% de los trabajadores indican que trabajan más concentrados, 64% indican ser más productivos, 88% han mejorado su calidad de vida, y 78% indican que les ha permitido disminuir sus ausencias o llegadas tardías (Fundación Dehvi, 2022). La IPG en alianza con el MIDES pueden explorar el pilotaje de estos modelos de co-pago en Panamá.

10. Promover el uso de las modalidades flexibles de trabajo con perspectiva de género en las empresas. A partir de la pandemia por COVID-19, Panamá modernizó su legislación laboral regulando las siguientes modalidades flexibles de trabajo: teletrabajo, horarios flexibles, horas escalonadas, y el trabajo a tiempo parcial (Alaimo et al, 2022). Estas modalidades permiten mejorar el balance vida trabajo, la motivación por el trabajo y la productividad. Para fomentar su uso es importante que se perciban como un derecho del trabajador y que las regulaciones sean neutrales al género para evitar reforzar estereotipos de que las mujeres son quienes las utilizan para el cuidado de los hijos. La IPG a través de sus instancias de capacitación y sensibilización para los directivos y gerentes de las áreas de recursos humanos pueden ayudar a implementar el trabajo flexible de forma equilibrada entre hombres y mujeres (CIPPEC 2020). Asimismo, el gobierno puede valorar la regulación de otras medidas flexibles de trabajo como el banco de horas y la semana comprimida, que actualmente no están incorporadas en el código laboral.

9. A diciembre de 2022 el porcentaje de ocupación de los CAIPI era del 35%, cerrando con matrícula de 1149 de la capacidad máxima que es de 3285.

Mercado

La dimensión Mercado presenta los puntos más débiles para las empresas IPG. De acuerdo con el diagnóstico de la parte 2 de este informe, las empresas alcanzan un desempeño del 5% en las medidas proactivas para ampliar las relaciones con otras empresas de propiedad de mujeres. Similarmente, logran la calificación del 15% en la promoción a proveedores y vendedores a mejorar su desempeño en igualdad de género y del 20% en la evaluación de los efectos diferenciales en mujeres y hombres al desarrollar sus productos y servicios.

Para identificar medidas que ataquen estas debilidades, es importante indagar acerca sus causas raíz. Usualmente las empresas explican que los cambios de proveedores implican riesgos para la salud de sus cadenas de suministro por posibles cambios en la calidad, cantidad o tiempos de entrega de los productos o servicios, sobre todo en el marco de la complejización, integración y globalización de las cadenas de valor. Asimismo, las empresas lideradas por mujeres afrontan dificultades en el acceso a financiación para solventar y escalar sus operaciones, al capital humano para aumentar su competitividad y al capital social para crear redes comerciales sólidas (ONU Mujeres 2017). De igual modo, las mujeres se sienten menos preparadas para realizar los trámites y regulaciones empresariales (OIT/CoNEP/ENRED 2022). Para abordar estas problemáticas, la IPG junto con el Gobierno de Panamá podrían considerar las siguientes medidas:

- 11. Desarrollar un catálogo o directorio de empresas lideradas por mujeres certificadas en distintos criterios, por industria y por tamaño de empresa.** El reciente Sello Mujer Empresarial creado por el Consejo Nacional para la Paridad de Género es un valioso primer paso. El sello solo certifica que la empresa es de propiedad de mujeres o más del 50% de mujeres en el directorio o entre los y las accionistas. La IPG podría coordinar la creación del catálogo o directorio con la AMPYME aprovechando el impulso del Sello Mujer Empresarial.
- 12. Promover las compras públicas con perspectiva de género.** Por ejemplo, a través de la inclusión de un criterio de preferencia a las ofertas de dichas empresas en las evaluaciones de licitaciones públicas. Para desarrollar esta iniciativa, la IPG, en consenso de las empresas que la conforman, debería iniciar acciones de concienciación frente a la Dirección General de Contrataciones Públicas y diferentes actores del sistema político panameño para modificar la Ley 153 de Compras Públicas. El Sello de Empresa Mujer, puede ser de utilidad, ya que ese instrumento permite que los sistemas de licitaciones identifiquen qué empresas son propiedad o lideradas por mujeres.

Comunidad

El desempeño de las empresas participantes en la Iniciativa de Paridad de Género en la dimensión Comunidad de la Herramienta Empresarial de Género también es inferior al promedio. Las firmas alcanzan el 29% de calificación en la adopción de medidas para que se respeten los derechos de las mujeres y las niñas en sus comunidades y el 31% en el ítem de enfoque de género en las actividades de responsabilidad social corporativa, obras sociales, concienciación y alianzas. Para incrementar el desempeño en este tipo de acciones, la Iniciativa de Paridad de Género de Panamá podría promover la siguiente medida, que responde a la necesidad de las empresas de contar con más información acerca de cómo tener una perspectiva de género en esta dimensión:

- 13. Crear un protocolo o manual acerca de cómo explorar los roles, relaciones y necesidades de género en las comunidades en las que operan las empresas** y cómo influyen en sus proyectos de responsabilidad corporativa en sus productos y servicios y en sus clientes. Esto ayudará a las firmas a relacionarse con grupos comunitarios para abordar la problemática de género en comunidades específicas. La Iniciativa de Paridad de Género podría aliarse con organizaciones locales a fin de crear estos reportes por ubicación geográfica.

Reducir las brechas de género en el mercado laboral de Panamá es un objetivo necesario tanto desde el punto de vista de la igualdad como del crecimiento económico. Cuando los mercados laborales eliminan estas brechas, se vuelven más justos y eficientes. El empoderamiento de las mujeres conlleva una serie de beneficios, incluyendo un mayor acceso a empleos, igualdad salarial y una reducción en la violencia de género. Además, el aumento de la participación de las mujeres en la fuerza laboral impulsa el crecimiento económico del país. Las empresas panameñas han demostrado su voluntad y compromiso para cerrar estas brechas, lo que es un paso importante en la dirección correcta. Para profundizar este compromiso y avanzar en la agenda de equidad e inclusión se requiere de un esfuerzo conjunto entre el sector privado y el Estado. La IPG es una plataforma idónea para lograr ese diálogo público privado, generar conocimiento y diseminar buenas prácticas empresariales, y fomentar una regulación favorable a la inclusión y productividad.



ANEXOS

A. Lista de Empresas IPG en Panamá que completaron la Herramienta Empresarial de Género.

Del total de las 30 empresas panameñas que completaron la Herramienta Empresarial de Género, 22 forman parte de la Iniciativa de Paridad de Género de Panamá y enviaron los resultados¹⁰ entre 2019 y 2022:

- Abc Taxes & Labors
- AES Panamá
- Banistmo
- Bahía Motors S.A.
- Banco La Hipotecaria
- Banco Nacional de Panamá
- CELSIA CENTROAMÉRICA
- Centro Financiero Empresarial
- CIFI
- Coca-Cola FEMSA Panamá
- ELETA
- EY Centroamérica Panamá y República Dominicana
- Empresas Bern
- Galindo Arias & López
- Grupo Capital Bank
- Heineken Panamá
- Komunika Latam
- Lovill
- Microserfin
- Morgan & Morgan
- St. Georges Bank
- Star5 Creative Inc.

10. Dado que no se cuenta con información detallada de estas empresas, no es posible categorizarlas por tamaño, ingresos e industria.



B. Lista de Empresas en Panamá que completaron la Encuesta de Medidas de Cuidados.

Estas cuarenta empresas fueron identificadas según el correo electrónico del individuo que completó la encuesta. Dos resultados completados con una cuenta de gmail solo pueden ser identificados según el sector de la empresa, que está indicado entre paréntesis abajo.

- asegurancon
- atlantiscapitalintl
- banistmo
- bdo
- bernhotelspanama
- bgeneral
- cajadeahorros
- celsia
- cepa-panama
- chevron
- cifi
- coffeebean
- cppanamaairport
- dreamsresorts
- eleta
- empresasbern
- ficohsa
- fmm
- franpan
- gamboaresort
- getxplor
- gmail (empresa de hoteles y restaurantes)
- gmail (empresa de actividades financieras o de seguros)
- grupoverdeazul
- heineken
- hinnpanama
- hondapanama
- iadvisors



C. Resultados en la Herramienta Empresarial de Género del total de las empresas de Panamá, de las empresas en Argentina, Colombia y Costa Rica y porcentaje de empresas por nivel de desempeño.

		Panamá	Argentina	Colombia	Costa Rica
	Año de la herramienta	2022	2021	2021	2021
Ingresos anuales	Menos de US \$ 200 millones	47%	60%	49%	
	US \$ 200 millones a menos de \$ 500 millones	30%	18%	9%	24%
	US \$ 500 millones a menos de \$ 1 mil millones		6%	4%	18%
	US \$ 1 mil millones a menos de \$ 5 mil millones	3%	6%	8%	35%
	US \$ 5 mil millones a menos de \$ 10 mil millones		1%	5%	12%
	US \$ 10 mil millones a menos de \$ 20 mil millones	3%		4%	
	US \$ 20 mil millones a menos de \$ 50 mil millones		1%	13%	
	US \$ 50 mil millones o más	17%	7%	10%	12%

		Panamá	Argentina	Colombia	Costa Rica
	Año de la herramienta	2022	2021	2021	2021
Tamaño de compañía	Empresa: más de 250 empleados/as	60%	61%	59%	59%
	Pyme: entre 10 y 250 empleados/as	33%	33%	34%	33%
	Microempresa: menos de 10 empleados/as	7%	6%	8%	7%

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES
PARA REDUCIR LAS BRECHAS
DE GÉNERO EN PANAMÁ

		Panamá	Argentina	Colombia	Costa Rica
	Año de la herramienta	2022	2021	2021	2021
Sector	Aeroespacial y defensa		1%		
	Energía alternativa		1%	3%	
	Automóviles y piezas	3%	7%	1%	
	Bancos	33%	1%	1%	7%
	Bebidas	7%	4%		
	Químicos		3%	1%	
	Construcción y materiales		3%	6%	
	Electricidad	3%		11%	7%
	Equipo electrónico y eléctrico			1%	
	Instrumentos de inversión de capital				1%
	Servicios financieros	20%	6%	8%	26%
	Minoristas de alimentos y drogas		3%		4%
	Productores de alimentos		4%	15%	4%
	Gas, agua y multiutilidades			1%	
	Industrial en general				4%
	Minoristas generales			1%	3%
	Equipos y servicios de atención médica			3%	1%
	Metales industriales y minería				1%
	Transporte industrial				7%
	Bienes de ocio	3%			
	Seguros de vida			4%	
	Medios de comunicación	10%	3%		7%
	Minería				1%
	Telecomunicaciones móviles			1%	
	Seguros no de vida			6%	3%
	Productores de petróleo y gas				1%
	Equipos, servicios y distribución de petróleo				1%
	Otro	17%	25%	29%	15%
	Productos personales				3%
	Farmacéuticos y biotecnología			6%	
	Inversión y servicios inmobiliarios	3%	1%	1%	7%
	Software y servicios informáticos			3%	11%
Servicios de apoyo			3%	5%	
Hardware y equipo tecnológico			1%	3%	
Viajes y ocio			3%		

Fuente: Elaboración propia en base a datos 2022 de la Herramienta Empresarial de Género Panamá, Argentina 2021, Costa Rica 2021 y Colombia 2021.

BIBLIOGRAFÍA

- Addati, Cattaneo, Pozzan (2022). Care at work: Investing in care leave and services for a more gender equal world of work. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_838653.pdf
- Alaimo, Veronica; Alarcón, Valente; Hernández Ramírez, José Pablo; Kaplan, David S.; Novella, Rafael; Chaves, María Noel (2022), El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe: la flexibilidad, ¿llegó para quedarse? <https://publications.iadb.org/es/el-futuro-del-trabajo-en-america-latina-y-el-caribe-la-flexibilidad-llego-para-quedarse>
- Almeida, Sergio, Paula Pereda, y Rafael Ferreira. 2016. “Custos da ampliação da licença-paternidade no Brasil”. Revista Brasileira de Estudos de População 33 (3): 495. <https://doi.org/10.20947/S0102-30982016c0003>
- Asociación de Directoras de Panamá (2021), Estudio del Cumplimiento de la Ley 56 de 2017. Recuperado de: https://www.adpanama.org/files/ugd/3b05ca_1f4be9f-3b7a54e1ea34e8a8cf6d4250e.pdf
- Barafani, Barral Verna, Basco, Monje, Oueda Cruz (2021). Una olimpiada desigual: la equidad de género en las empresas latinoamericanas y del Caribe. (Nota técnica del Banco Interamericano de Desarrollo, 2255. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/es/una-olimpiada-desigual-la-equidad-de-genero-en-las-empresas-latinoamericanas-y-del-caribe>
- BID (2021). COVID 19 y Desarrollo infantil. Artículo web. Recuperado de: <https://www.iadb.org/es/social-protection/desarrollo-infantil/dit-covid19-panama>
- Blofield, Martínez Franzoni. (2015). Maternalism, Co-responsibility, and Social Equity: A Typology of Work–Family Policies, Social Politics: International Studies in Gender, State & Society. Recuperado de: <https://doi.org/10.1093/sp/jxu015>
- CEPAL (2012). Consulta de opinión sobre las políticas de cuidado de las personas dependientes en América Latina. Niñas y niños, personas ancianas, personas con discapacidad y personas con enfermedades crónicas. Diagnóstico, políticas a implementar y perspectivas según líderes de la región. Recuperado de: http://www.cepal.org/oig/noticias/noticias/1/47401/OIG_Cosulta_de_opinion_final.pdf



- Chin (2017). El poder de las adquisiciones: cómo adquirir productos y servicios de empresas que son propiedad de mujeres manual. Una guía sobre adquisiciones con perspectiva de género para las empresas. ONU Mujeres. Recuperado de: Costa Rica. Instituto Mixto de Ayuda Social. Ministerio de Desarrollo Humano e Inclusión Social Política Nacional de Cuidados 2021-2031: Hacia la implementación progresiva de un Sistema de Apoyo a los Cuidados y Atención a la Dependencia / Instituto Mixto de Ayuda Social; Ministerio de Desarrollo Humano e Inclusión. -- San José, C. R.: IMAS. MDHIS, 2021. Recuperado de: https://www.imas.go.cr/sites/default/files/custom/Politica%20Nacional%20de%20Cuidados%202021-2031_0.pdf
- Langou, Cardini, Florito Guevara (2019). Políticas para la Niñez. CIPPEC. Recuperado de: https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2019/09/MEMO_Crianza_WEB.pdf
- Díaz Langou, Sachetti (2021). Recomendaciones para que los cambios en el teletrabajo y las licencias no acentúen las brechas laborales de género, CIPPEC. Recuperado de: <https://www.cippec.org/textual/recomendaciones-para-que-los-cambios-en-el-teletrabajo-y-las-licencias-no-acentuen-las-brechas-laborales-de-genero>
- Freire, Hojman, Martínez (2020). Improving center-based childcare in Panama: baseline results. IDB Technical Note; 1941. Disponible (en inglés) en: <https://publications.iadb.org/publications/english/viewer/Improving-Center-Based-Child-Care-in-Panama-Baseline-Results.pdf>
- Harper, Inostroza (2023). Women-Owned Business Certification Programs “Sello Empresa Mujer”: An Effective Tool to Promote Women’s Participation in Public Procurement. Recuperado en inglés de: <https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/en/promote-women-participation-public-procurement/>
- ILO (2019). Women at Work in G20 countries: Progress and policy action Paper prepared under Japan’s G20 Presidency (2019). Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms_713373.pdf
- ILO (2018). Care work and care jobs for the future of decent work / International Labour Office. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--dcomm/---publ/documents/publication/wcms_633135.pdf
- INEC (2021). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Estadísticas del Trabajo - Volumen II - El Empleo en los Sectores Público y Privado 2021. Recuperado de: https://www.inec.gob.pa/publicaciones/Default3.aspx?ID_PUBLICACION=1166&ID_CATEGORIA=5&ID_SUBCATEGORIA=39

Kim, Barasz, Leslie; Norton (2022). Calculators for Women: When Identity-Based Appeals Backfire. Working Paper 19-086, Harvard Business School. Recuperado (en inglés) de: https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/19-086_f206b1d6-2355-445d-85d0-22fbe9a2b23a.pdf

Marmolejo, Ruiz-Arranz, Ochoa (2021). Cerrando brechas de género en el mundo del trabajo: Centroamérica, México, Panamá y República Dominicana. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: <https://www.iadb.org/es/noticias/nueva-publicacion-del-bid-se-centra-en-cerrar-brechas-de-genero-en-el-mundo-laboral>

Martínez (2021). Oportunidades y retos para potenciar el liderazgo femenino en la región CID. Nota técnica del Banco Interamericano de Desarrollo 2146. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.18235/0003195>

Micha, Trombetta, Pereyra, (2021). Determinantes del tiempo de trabajo de cuidado y brechas de género. Recuperado de: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/158392/CONICET_Digital_Nro.d9397160-cc03-4ee9-881a-366aa2651ce1_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y

MIDES, Gobierno de Panamá, Programa Mujer Exporta (2021). Información disponible en línea en: <https://mici.gob.pa/dgce-mujer-empendexport-2021/>

OIT/CoNEP/ENRED 2022. Las Mujeres en el Desarrollo Empresarial. Informe WED Panamá. Lima: OIT, Oficina Regional para América Latina y el Caribe.

ONU Mujeres (s.d). Igualdad de remuneración, conceptos básicos y herramientas. Recuperado de https://mire.gob.pa/wp-content/uploads/2021/05/PRODUCTO3b_Base-documento-para-Dumies-2021-rev-mayo-2021.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), 2012. Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM 2012. Recuperado de: <http://www.oecd.org/employment/50423364.pdf>

Székely, Acevedo, (2021). ¿Cómo aprovechar el potencial de las mujeres para acelerar el desarrollo?: un análisis para Centroamérica, Haití, México, Panamá y República Dominicana. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.18235/0003494>

Ulku, Zaourak (2021). Unleashing Central America's Potential. Banco Mundial. Recuperado de: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/36129/Panama-Unleashing-Central-America-s-Growth-Potential.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Vidal (2019). Buenas prácticas de empresas WEPs en Argentina. Programa “Ganar-ganar: la igualdad de género es un buen negocio”. ONU Mujeres. Recuperado de: https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documentos/Publicaciones/2020/04/Argentina_Reporte%20Practicas%20WEPs%20final.pdf

PNUD (2020). El PNUD logra certificación Oro en igualdad de Género. <https://www.undp.org/es/panama/news/el-pnud-logra-certificaci%C3%B3n-oro-en-igualdad-de-g%C3%A9nero>



MINISTERIO DE
DESARROLLO SOCIAL

