



INFORME DE GESTIÓN PRIMER AÑO 2020 “POSICIONÁNDONOS COMO UNA FUERZA TRANSFORMADORA”

ÍNDICE

1. CONTEXTUALIZACIÓN
2. OBJETIVOS
3. RESUMEN
4. RESULTADOS
5. RETOS
6. CONCLUSIONES

CONTEXTUALIZACIÓN

En 2018 Ángela Hurtado, CEO del JP Morgan en Colombia, tomó la iniciativa de reunir mujeres que tuvieran el doble rol que implica el hogar y el liderazgo empresarial para generar un espacio de iniciativas de empoderamiento para las mujeres con menos oportunidades en Colombia, que trascendiera a todos los ámbitos de la sociedad colombiana.

Con el convencimiento de que trabajar en pro de la equidad de género contribuye significativamente para transformar positivamente la sociedad, con este grupo de mujeres se creó Women In Connection (WIC) como una asociación sin ánimo de lucro, constituyéndose formalmente el 10 de enero de 2020.

Después de dos años de trabajo, WIC vio en el 2020 un año de veloz crecimiento, posicionándose como una fuerza transformadora en equidad de género.

OBJETIVOS

1. Posicionar Women in Connection como una iniciativa capaz de cambiar cultura, actitudes y política pública frente a la diversidad y equidad de género.
2. Ser un referente latinoamericano en liderazgo, empoderamiento de la mujer e inclusión.
3. Incentivar a potenciales participantes, tanto mujeres líderes como empresas, a sumarse a la causa mediante participación directa o a través de financiación, alianzas o rol de embajadores.



4. Generar sentido de pertenencia, compromiso y participación de sus miembros.
5. Estructurar la base del alcance de la organización en su operación, en su estrategia de comunicación y en su sostenibilidad financiera.

RESUMEN

Women in Connection (WIC), es una organización de mujeres líderes que, desde sus diversos roles de liderazgo, buscan trascender en el empoderamiento de las mujeres y de su rol en el sector empresarial, en el sector público y en la sociedad civil, en la búsqueda de equidad de género, diversidad e inclusión.

En 2020 logró:

- Definir sus 8 frentes de trabajo
- Dar un primer paso en su estructura organizacional
- Visibilizar y posicionar la marca en medios de comunicación
- Avanzar en su planeación estratégica

RESULTADOS

1. Posicionamiento de la marca WOMEN IN CONNECTION logrando aumentar de su primer grupo de miembros de un poco más de diez personas julio del 2018, a 77 mujeres líderes a enero del 2021.
2. Creación de 8 frentes de impacto que surtieron una fase profunda de exploración, creando las primeras definiciones del alcance real de la organización en cada uno de estos:
 - Empoderamiento y academia
 - Mujeres STEAM
 - Políticas corporativas
 - Política pública
 - Mujer rural
 - Hombres como aliados
 - Mercado de capitales
 - Comunicación y estrategia

Se suma también la sinergia que se hizo con el grupo de WIC que trabaja en promover más mujeres en Juntas Directivas en el Club del 30%.

WOMEN

IN CONNECTION

3. Conformación de comités para estos frentes de trabajo, con un promedio de 14 miembros activos en la participación de cada uno, y asignación de responsabilidades.
4. Gestión de sesiones de trabajo oficiales (juntas directivas, reuniones generales mensuales y comités) durante el año 2020:
Total 110 sesiones en 2020.
5. Identificación de los objetivos y pasos a seguir para el desarrollo de cada frente de trabajo de WIC, fortaleciendo el planteamiento inicial de la estructura de la organización:
6. Organización administrativa y formalización como asociación sin ánimo de lucro logrando:
Registro ante la Cámara de Comercio como persona jurídica
Establecimiento de los órganos de gobierno incluyendo su Junta Directiva
Estructuración administrativa y contable
Creación de comité de ética, comité financiero y comité legal
Levantamiento de las primeras políticas de tratamiento y protección de datos, de ingreso, de comunicaciones, y financieras.
7. Apoyo y gestión para la consecución de hojas de vida de mujeres para juntas directivas en estrecho trabajo con el Club del 30%, el Centro de Estudios de Gobierno Corporativo del CESA y la empresa *headhunter* Michael Page.
8. Diálogo con medios de comunicación nacionales y regionales; y apertura de espacios de opinión: presencia de WIC en El Tiempo, Portafolio, Revista Forbes Colombia, Revista Dinero.
9. Creación de redes sociales y lanzamiento en ellas para la comunicación y difusión del propósito de WIC:
Instagram
LinkedIn
Facebook
Twitter
10. Recopilación de data de valor para WIC que permite la generación de debate y propuestas asertivas en torno a temas de equidad de género:

WOMEN

IN CONNECTION

Indicadores de organismos multilaterales muestran la severidad, a nivel global de la brecha de género en el mundo corporativo.

Algunos datos provenientes del GGG para el mundo global (y expresados sobre promedios):

- Tasa de participación de mujeres en el Mercado Laboral: **27%** más baja que la de los hombres.
- Participación femenina en cargos ejecutivos: **36%** "(managers" y oficiales en el sector público/privado).
- Salario femenino: **40%** menor que el salario masculino
- Porcentaje de compañías lideradas por mujeres (CEO mujer): **18.2%**
- Porcentaje de compañías con mujeres en su Junta directiva: **22.3%**

En estos estudios Colombia ocupa la posición 42/153 en el capítulo
Participación & Oportunidad Económica:



Global Gender Gap Report 2020- World Economic Forum

A pesar de los avances de las últimas décadas, en Colombia los indicadores muestran la significativa desventaja de la mujer en el mercado laboral.

- Porcentaje de mujeres en edad laboral que trabajan: 63.7%
- Participación en la fuerza laboral : 27% menor.
- Tasa de desempleo: 71% más alta.
- Ingresos: 17% más bajos.
- Horas trabajadas semanalmente: 17% más.
- Porcentaje de horas de trabajo no remuneradas: 38% (economía del hogar).
- Porcentaje de posiciones de juntas directivas ocupadas por mujeres: 17% (CESA 2020)
- Porcentaje de compañías con mujeres en cargos de liderazgo: 18.9%
- Porcentaje de compañías con mujeres en el cargo de CEO: 7%



(Iniciativa de Paridad de Género 2019 contiene estudios de Aequales y Econestudio para BID 2019)

WOMEN

IN CONNECTION

11. Visibilidad de la importancia del rol y liderazgo de la mujer en cargos directivos en el ecosistema empresarial y corporativo, en la tecnología, en el desarrollo rural, en la educación y en todos los sectores de la economía y la sociedad. a través de:
 - Artículos de prensa (24)
 - Redes sociales
 - *Information Sharing* en equidad de género a través de 18 Sesiones Generales, comités y chat general.
 - Creación de redes a través del trabajo de comités que conectan a todos los actores de los ecosistemas.
 - Estos espacios y contenidos brindan además información valiosa para las WIC replicar al interior de las organizaciones y redes a las que pertenecen, contribuyendo a nutrir más estrategias y políticas de género.

12. Apoyo a las iniciativas de la Vicepresidencia de la República a la Consejería Presidencial para Equidad de la Mujer también participando en el programa Amadrina una Alcaldesa.

13. Apoyo también a la línea 155 Al servicio de mujeres víctimas de violencia intrafamiliar

14. Realización de un proceso de Planeación Estratégica a través de un aliado de primera clase, la empresa Matrix Consulting, que ha hecho el proyecto de manera pro bono, y que ha incluido un entendimiento de antecedentes, desafíos, planteamientos y cuestionamientos claves para llegar a revalidaciones en consenso. El proceso se ha planteado en cuatro grandes pilares: la evaluación del ¿Para Qué?, del ¿Qué?, del ¿Cómo? Y la formulación de un Plan de Trabajo.

15. De la fase del ¿Para Qué? Construcción del propósito y los valores de WIC
Propósito: Unir nuestro poder transformador para inspirar, generar conciencia y movilizar cambios en equidad e inclusión femenina para construir una mejor sociedad, potenciando el desarrollo económico y social.
Valores:
 - Ser íntegras
 - Sentir el compromiso
 - Actuar con pasión y sororidad
 - Apreciar y valorar la diversidad

WOMEN

IN CONNECTION

- Definición de los comportamientos asociados a los valores de marca:

Valores	Comportamientos visibles
Ser íntegros	<ul style="list-style-type: none"> > Actuamos con ética, honestidad y respeto con todos nuestros grupos relacionados > Lideramos con el ejemplo y somos coherentes > No toleramos actuaciones indebidas y las denunciamos > Usamos el poder con responsabilidad > Administramos con transparencia los recursos y procesos de WIC
Sentir el compromiso	<ul style="list-style-type: none"> > Trabajamos en equipo con entusiasmo, buscando el logro de resultados > Imprimos energía y pasión con actitud positiva en todo lo que hacemos > No buscamos protagonismos ni alimentamos los egos individuales ni colectivos > Asumimos los compromisos que adquirimos y respetamos el tiempo de los demás > Vivimos espíritu de camaradería con los demás miembros y sacamos provecho de sus capacidades y fortalezas para el propósito común
Actuar con compasión y sororidad	<ul style="list-style-type: none"> > Sentimos empatía por los demás y somos combativas con las diferentes formas de desigualdad y la falta de oportunidades y actuamos en consecuencia > Escuchamos con atención la opinión de todos los grupos relacionados y estamos abiertas al dialogo constructivo > Somos parte de la solución, nos ponemos fácilmente en los sentimientos y en las situaciones de los demás > Somos solidarios y cuidamos de nosotros y de los demás
Apreciar y valorar la diversidad	<ul style="list-style-type: none"> > Estamos abiertos a las diferentes culturas y formas de pensar y nos nutrimos de ellas > Apreciamos las diferencias biológicas, de raza, religión, genero, edad y afiliación política pues son fuente de valor social, económico y ambiental. Promovemos activamente la diversidad > Pensamos que la discriminación es destructiva y vemos en la inclusión una oportunidad > Somos incluyentes en nuestra forma de actuar y pensar

16. De la fase del ¿Qué? Establecimiento y priorización de las áreas temáticas de WIC con definiciones específicos a trabajar:

	Temática:	Definición
Corazón	Conciencia 	> Generar conciencia y evidenciar los sesgos y las barreras de género
	Oportunidades 	> Impulsar que el ecosistema apoye la igualdad de oportunidades en lo laboral, en el emprendimiento y en la economía del cuidado
	Poder 	> Poder influir, inspirar, evidenciar, invitar a la acción y elevar el nivel de urgencia y conciencia para impulsar la participación y paridad de la mujer en instancias de toma de decisión
Adyacencias	Dinero 	> Impulsar la igualdad en remuneración y la inclusión financiera y promover que las mujeres sean activas y autónomas en la toma de decisiones económicas y de inversión
	Conocimiento 	> Impulsar el cierre de brechas de género, a través del desarrollo y generación de capacidades técnicas y humanas
Apuestas	Violencia 	> Contribuir a erradicar la violencia de género
	Derechos reproductivos 	> Contribuir a generar derechos sexuales y reproductivos

WOMEN IN CONNECTION

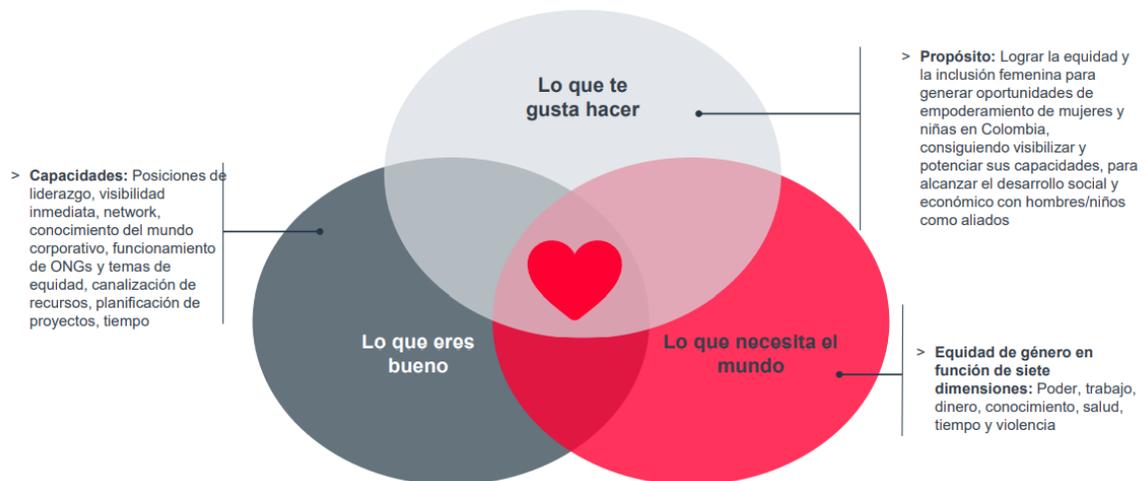
17. Y por último discusión del modelo de negocio que debería establecerse para WIC.

RETOS

1. Definición del modelo de negocio para los próximos años entre estas posibilidades:
 - Visibilizar
 - Conectar
 - Asesorar
 - Hacer alianzas
 - Ejecutar

Para ser exitoso se debe juntar la pasión, misión y capacidades de una organización

No exhaustivo



2. Avanzar en el fortalecimiento de capacidades y en la definición e implementación de políticas de WIC para su sostenibilidad cómo:
 - Políticas de gobierno corporativo
 - Políticas de administración
 - Políticas de recursos o gestión humana
 - Políticas de gestión financiera



Políticas de gestión organizacional
Políticas de gestión de alianzas y programas

3. Diseñar el modelo financiero, estructura y estrategia de sostenibilidad de acuerdo al modelo de negocio que sea definido.
4. Integrar las acciones de cada comité con el propósito, la definición y priorización de las temáticas y el modelo operativo.
5. Creación de modelo de medición e indicadores por comités
6. Definición de plan de trabajo como hoja de ruta para implementación de la estrategia.
7. Definición de factores de selección para ser una miembro WIC y para ser una empresa aliada WIC.
8. Definición de pautas, expectativas e indicadores claros para ser una empresa aliada WIC tanto con costo como los casos especiales sin costo.
9. Identificación constante de retos para cada frente de trabajo.
10. Minería y construcción de información y Big data para WIC
11. Creación de política de convenio y vinculación comercial con empresas aliadas para tener condiciones claras de ventajas y beneficios para ambas partes.
12. Crecer la visibilidad y posicionamiento tanto de WIC y sus acciones, como del rol activo de la mujer en la sociedad.

CONCLUSIONES

1. WIC ha sido fundada en el momento y ambiente ideal para elevar la conciencia en equidad de género.
2. WIC ha acertado en la creación de los frentes de trabajo iniciales, y a su vez, sus miembros han trabajado profundamente para encontrar el aporte de valor desde cada uno de ellos al propósito general de WIC.
3. Mediante su trabajo en equipo y dedicado, WIC ha sabido emplear su poder para traer a la mesa los *stakeholders* correctos, y conectarlos con el tema de equidad de género en cada frente de trabajo.
4. En un corto tiempo WIC ha visto crecer su posicionamiento y su potencial para inspirar, generar conciencia y movilizar cambios en equidad e inclusión femenina.
5. En 2021 WIC debe seguir sembrando y preservando el trabajo, la imagen y reputación que ha logrado hasta ahora, y seguir impulsando su crecimiento bajo una estrategia clara de objetivos y sostenibilidad, fortaleciendo sus bases como organización.

WOMEN

IN CONNECTION

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Patricia Parra Bazzani", set against a light gray, textured rectangular background.

Patricia Parra Bazzani
Gerente General
Marzo de 2021