



ELISABETH ANNA RESCH

Global Lead
Target Gender Equality
United Nations Global Compact

OUR FOUR ENTRY POINTS TO SDG 16.7 TODAY

**ADVANCING WOMEN'S
REPRESENTATION IN
LEADERSHIP POSITIONS**

**BREAKING DOWN BARRIERS
TO ENSURE EQUAL
OPPORUTNITIES**

**ENSURING INCLUSIVE
PARTICIPATION IN
STAKEHOLDER
CONSULTATIONS**

**ADVOCATING AGAINST
DICRIMINATORY LEGISLATION
AND FOR AN INCLUSIVE
ENABLING ENVIRONMENT**

A woman with dark hair, wearing a dark blazer over a light-colored collared shirt, is seated in front of a green screen. A boom microphone is suspended above her. The background is a solid green color. The text is overlaid on the bottom left of the image.

1. ADVANCING WOMEN'S REPRESENTATION IN LEADERSHIP POSITIONS

¿Cuáles son nuestros objetivos?



WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the UN Global Compact Office



TARGET GENDER EQUALITY

Objetivo: Generar un cambio de comportamiento en **+1 000** empresas a nivel nacional.



«La paridad de género en las Naciones Unidas es una necesidad urgente y una prioridad personal. Es un deber **moral** y una **necesidad operativa**. La inclusión significativa de las mujeres en la toma de decisiones aumenta la eficacia y la productividad, aporta nuevas perspectivas y soluciones, desbloquea mayores recursos y fortalece los esfuerzos en los tres pilares de nuestro trabajo».

Al ritmo actual de progreso, la brecha económica de género tardará **268 años** en cerrarse.



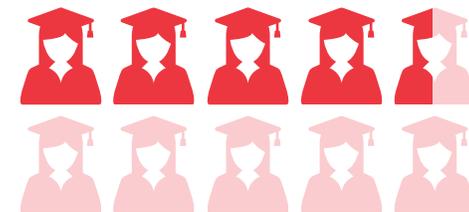
Directoras ejecutivas de Fortune 500 que son mujeres



Directores ejecutivos de Fortune 500 que se llaman John



MUJER



HOMBRE



El **41,5 %** de las mujeres con título universitario están desempleadas o fuera de la manod e obra, mientras que solo el **17,2 %** de los hombres se encuentran en una situación similar.

La participación y el liderazgo de las mujeres en los negocios es un derecho fundamental, pero también es esencial para impulsar el **rendimiento empresarial, avanzar en la sostenibilidad corporativa y lograr los ODS.**



CASO FINANCIERO

Las empresas con alta representación femenina tienen rendimientos anuales 2,8 puntos porcentuales más altos.



CASO DE SOSTENIBILIDAD

Existe una correlación positiva entre la representación de las mujeres en el liderazgo y el desempeño en materia medioambiental, social y de gobierno.

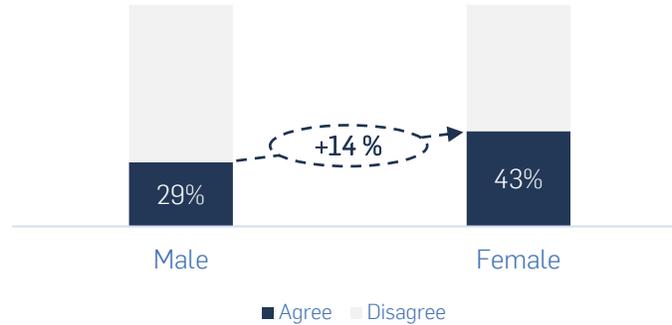


A pesar de enfrentarse a mayores barreras financieras, las empresas dirigidas por mujeres están redoblando su compromiso con la sostenibilidad.

CEO que dicen que la falta de recursos financieros es una de las tres barreras principales para implementar su estrategia de sostenibilidad



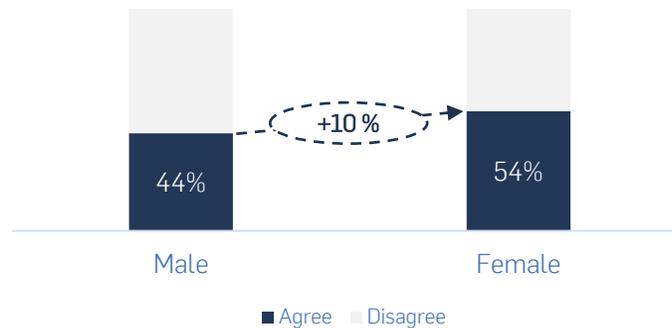
CEO que han reducido su presupuesto de sostenibilidad debido a la pandemia de COVID-19



CEO que creen que el COVID-19 ha destacado la necesidad de hacer la transición a modelos de negocios más sostenibles

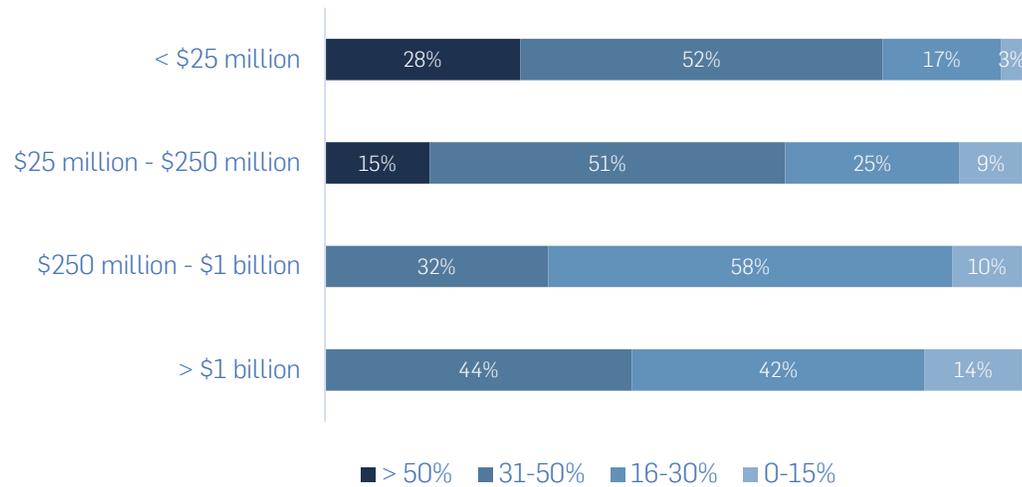


CEO que han adoptado metas de sostenibilidad más ambiciosas debido a la pandemia de COVID-19

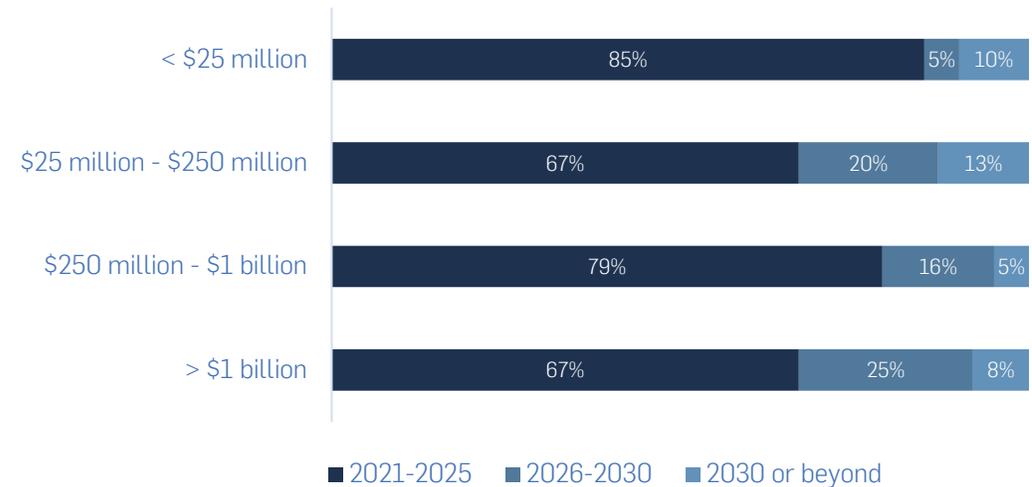


Las empresas con menos de 25 millones de dólares de ingresos están estableciendo algunos de los objetivos de igualdad de género más ambiciosos.

Objetivo para la representación de las mujeres en los niveles de C-Suite y dirección ejecutiva por ingresos (USD)



Es hora de lograr el objetivo de representación de las mujeres en los niveles de C-Suite y dirección ejecutiva por ingresos (USD)



¹Hallazgos de la Encuesta de Implementación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas 2021; ²Ibid.



2020 유엔글로벌콤팩트 한국협회 정기총회

Target Gender Equality 프로그램 런칭 및 COVID-19 대응 사례집 발간

일시: 2020년 5월 28일 (목) 11:00-13:30

장소: 포시즌스호텔 그랜드볼룸



LATIN AMERICA

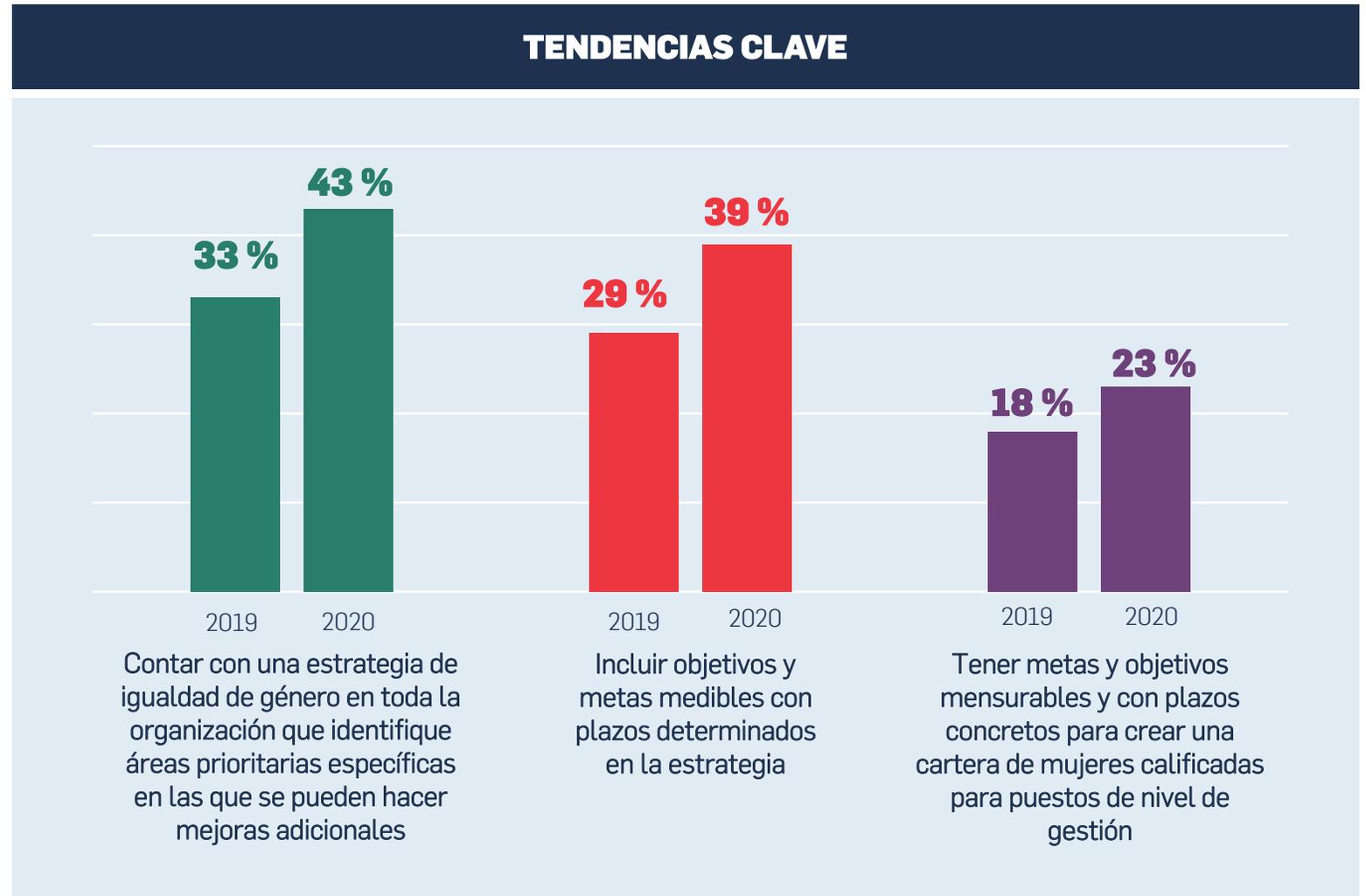
- Bolivia
- Brazil
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Ecuador
- El Salvador
- Guatemala
- Mexico
- Paraguay
- Peru

200+ participating companies in Latin America

Red: engaged since Round I (2020)
Orange: engaged since Round II (2021)



Existen avances, pero muy pocas empresas están tomando las medidas adecuadas y se están acercando a la igualdad de género de manera integral.



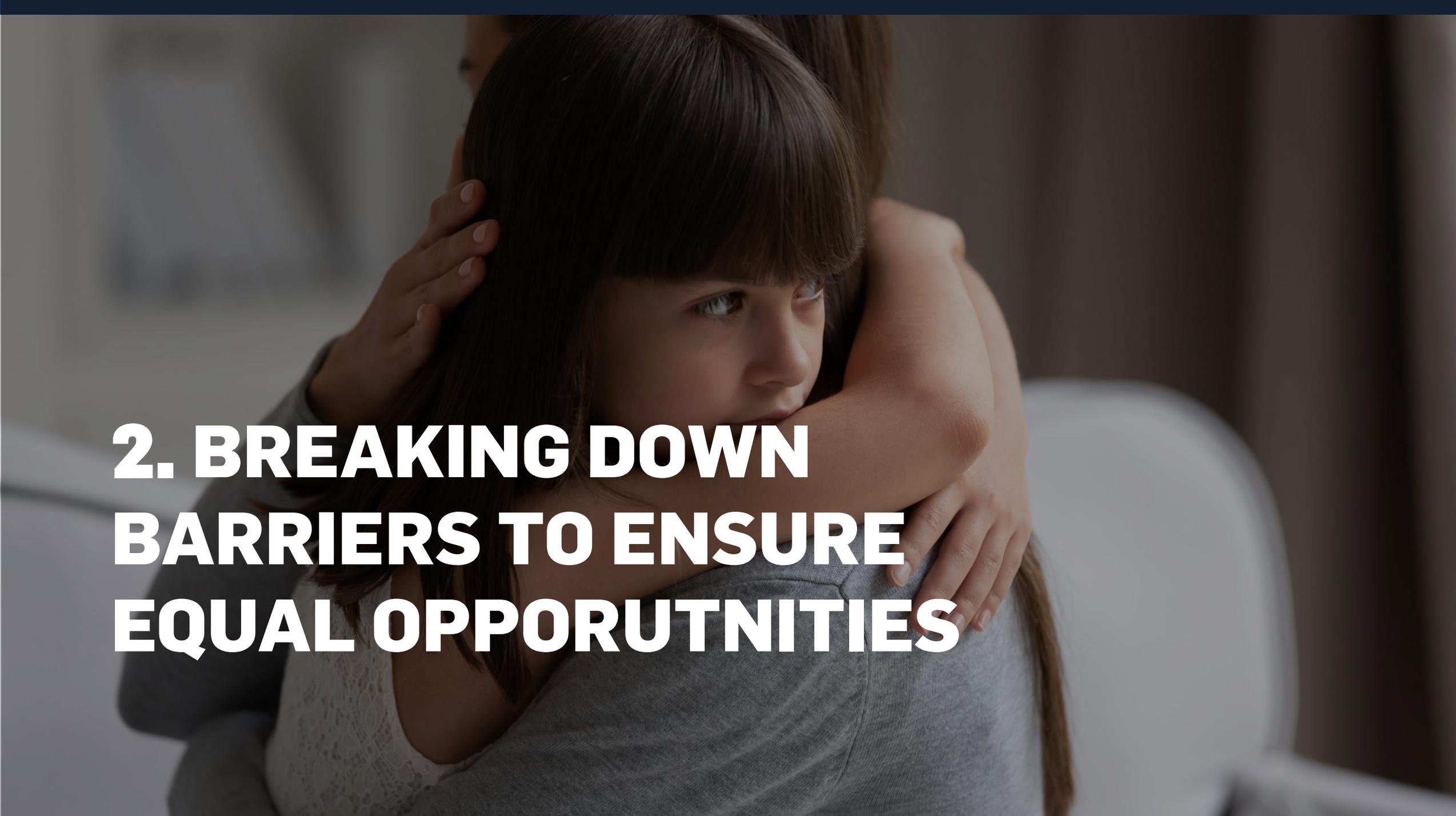
DESARROLLO Y PROMOCIÓN PROFESIONAL



23%
Global

19%
America Latina

Empresas tienen plazos, metas y objetivos medibles para crear un pool de mujeres calificadas para puestos de nivel directivo.



**2. BREAKING DOWN
BARRIERS TO ENSURE
EQUAL OPPORUTNITIES**

While focusing to achieve gender balance in business, including at the highest levels, we need to take a **holistic approach recognizing that many barriers need to be addressed to level the playing field.**



SEXUAL HARASSMENT

Over 25% of women have experienced sexual harassment in the workplace, and of those women, 46% say that harassment caused them to leave jobs or switch careers.



EQUAL PAY

The global gender pay gap is stuck at 16%. According to one study, 40% of working women would quit their job if they found out a male colleague in the same role was being paid more.



UNCONSCIOUS BIAS

44% of study respondents rank unconscious bias among managers and a lack of work-life balance as significant barriers to gender parity.



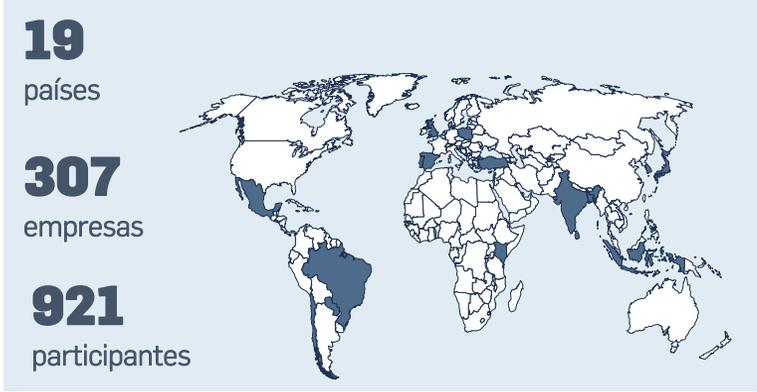
SUPPORT FOR WORKING PARENTS

43% of highly qualified women with children are leaving careers or off-ramping for a period of time.

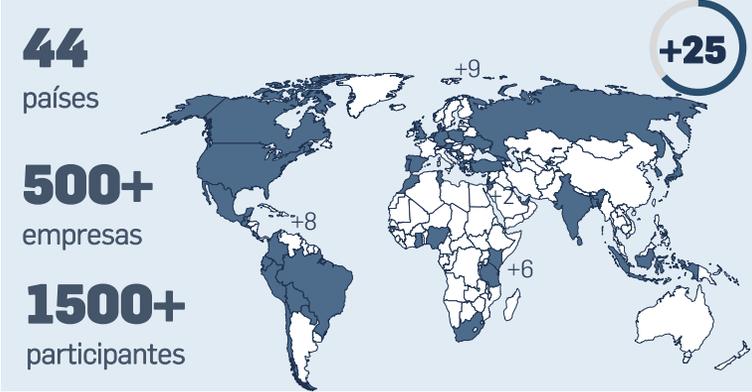


¿En qué ha podido avanzar Target Gender Equality hasta la fecha?

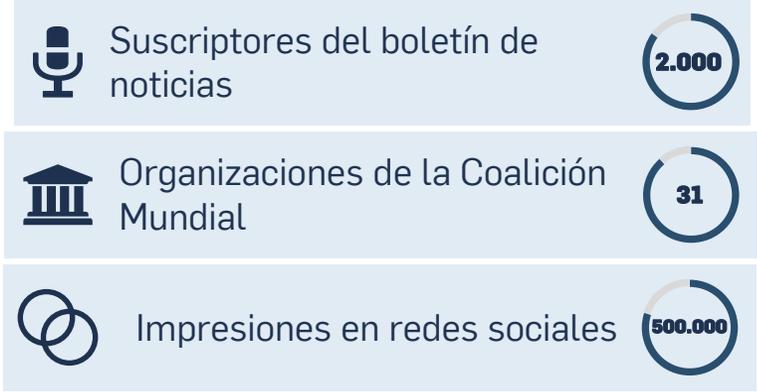
RONDA I - 2020/2021



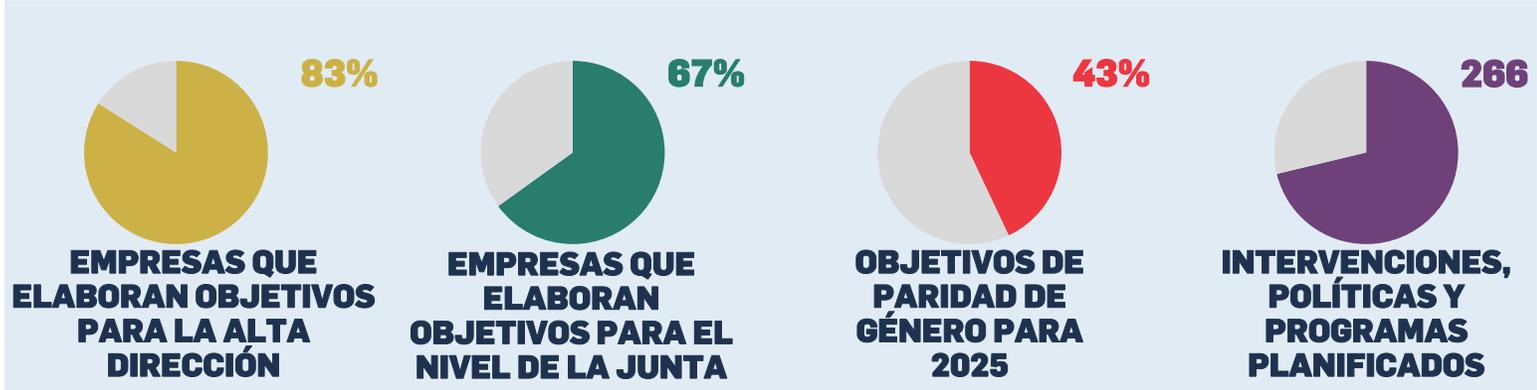
RONDA II - 2021/2022



ALCANCE Y PROMOCIÓN 2021



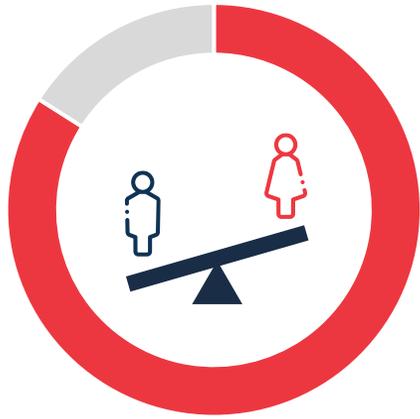
RESULTADOS PROGRAMÁTICOS*



OF INTERVENTIONS AIMED AT



¿Es la respuesta de su empresa frente a la COVID-19 sensible al género?



79% (LAC: 78%)

han evaluado (y, cuando fue necesario, ajustado) las políticas y prácticas de su empresa para apoyar a los **padres y madres** así como a los trabajadores y trabajadoras de cuidados.



44% (54%)

han tomado medidas para ayudar a mitigar los impactos negativos que ha tenido la COVID-19 sobre las trabajadoras mujeres en toda su **cadena de valor**.



24% (31%)

han tomado medidas para dar respuesta al incremento en la **violencia doméstica** que ha surgido debido a la COVID-19.

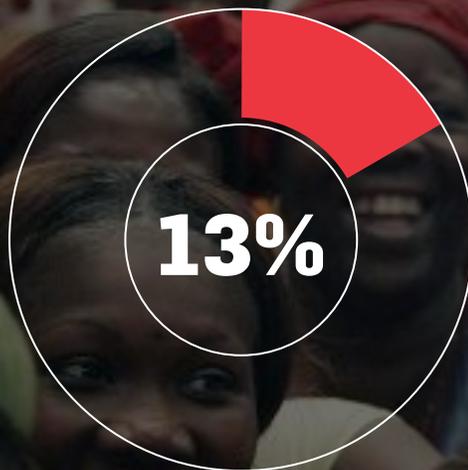
A promotional banner for a quiz. On the left, it features the UN Global Compact logo, the text 'TARGET GENDER EQUALITY' next to the SDG 5 icon, and the question 'Is your company's response to COVID-19 gender-responsive?'. Below this is the hashtag '#TargetGenderEquality' and a blue button that says 'TAKE THE QUIZ'. On the right, there is a photo of a smiling woman wearing a pink hijab and a red top, working in a laboratory or office setting.



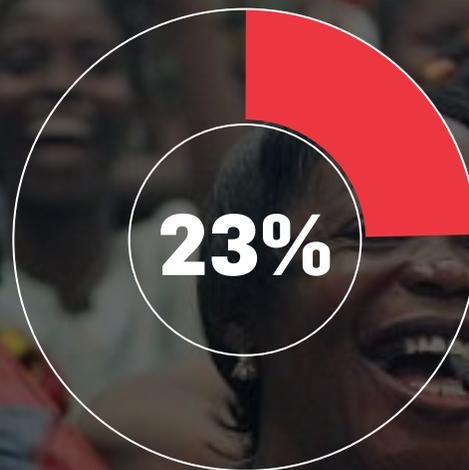


3. ENSURING INCLUSIVE PARTICIPATION IN STAKEHOLDER CONSULTATIONS

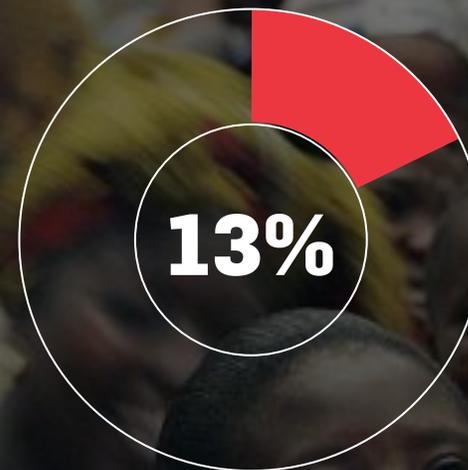
RESPETAR LOS DERECHOS DE LAS MUJERES Y LAS NIÑAS EN LAS COMUNIDADES



...empresas analiza impactos diferenciales sobre hombres y mujeres en las evaluaciones de los derechos humanos o de impacto social



...empresas asegura la participación igualitaria de mujeres y hombres en las consultas a la comunidad



...empresas monitorean el compromiso y la participación de las partes interesadas en consultas a la comunidad, con datos desagregados por sexo.



**4. ADVOCATING AGAINST
DISCRIMINATORY LEGISLATION AND
FOR AN INCLUSIVE ENABLING
ENVIRONMENT**

United Nations
World Compact
HIGH LEVEL POLITICAL FORUM
ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT
Indonesia

INCORPORAR EL TEMA DEL GÉNERO EN LAS ACTIVIDADES DE ADVOCACY Y ALIANZAS

29%

Las empresas se suman a campañas de advocacy y/o defiende en foros públicos la justificación empresarial (business case) para respetar y apoyar los derechos de mujeres y niñas.

14%

Las empresas abogan por la eliminación de barreras legales que restringen el empoderamiento económico de las mujeres.

Advocating against discriminatory laws and for an Inclusive enabling environment

Nearly 40% economies have laws constraining women's decision to join and remain in the labor force

Workplace (0-100)

