



## Unilever promueve una mentalidad sin estereotipos

- La compañía realizó un estudio sobre igualdad y equidad de género a más de 4.000 personas en 8 países, entre ellos dos latinoamericanos.
- Las posiciones de liderazgo en Unilever Colombia están distribuidas en 52% hombres y 48% mujeres.
- Localmente, se cuenta con programas como “Padres y madres a bordo”, bienestar, programas de desarrollo de talento y planes de desarrollo individual para fortalecer el liderazgo y competencias de los colaboradores.

**Bogotá, 8 de marzo del 2017.** Unilever realizó el “Estudio de una Mentalidad No Estereotipada”, sobre la realidad de la igualdad de género en el lugar de trabajo. El estudio evidenció que a pesar de los esfuerzos, la brecha de la equidad se está ampliando, debido a los estereotipos y normas culturales que impactan mundialmente el lugar de trabajo.

La investigación fue llevada a cabo por TFQ (The Female Quotient) y Tiltr y se aplicó a una población general de 4,029 personas entre los que se encuentran 3,905 empleados de oficina y 1,158 empleados de la cadena de suministro en 8 países (Argentina, Brasil, India, Indonesia, Kenya, Turquía, Reino Unido y Estados Unidos). Se establecieron cupos de edad y género para cada país, con el fin de asegurar que aproximadamente participarán 50% de mujeres / 50% de hombres y que el 50% fueran menores de 35 años de edad.

Entre los principales hallazgos del estudio destaca que:

- 61% de las personas dicen que "más empresas quieren a mujeres liderando como los hombres, en lugar de permitir a las mujeres liderar como ellas mismas".
- 64% de las personas están de acuerdo en que "los altos líderes a menudo no entienden las fortalezas del liderazgo único de las mujeres".
- 55% de las personas a nivel mundial están de acuerdo en que "las mujeres son vistas como una inversión riesgosa, ya que a menudo dan prioridad a sus familias sobre su carrera".
- Casi tres cuartas partes de las personas (72%) están de acuerdo en que las mujeres no están representadas en puestos de liderazgo, porque los hombres disfrutan de "vinculación masculina", como parte del negocio.
- 61% a nivel mundial están de acuerdo en que "sus colegas mujeres son a menudo distraídas por sus hijos y su familia". Sin embargo, sólo el 29% a nivel mundial están de acuerdo sobre esto mismo para los hombres.
- 56% de los entrevistados son más propensos a estar de acuerdo que en desacuerdo en que "una mujer jefe con un carácter fuerte se considera que tiene un mal carácter". Mientras que el 54% es más propenso a estar de acuerdo en que "un jefe masculino con carácter fuerte se considera asertivo".





## Boletín de Prensa – Boletín de Prensa – Boletín de Prensa

Globalmente, las empresas están implementando políticas y programas para promover a las mujeres, eliminar la brecha salarial y crear equidad en la cultura corporativa. Sin embargo, a pesar del progreso, reportes como el “Informe sobre la Brecha de Género del Foro Económico Mundial 2016”, denotan que la desigualdad sigue creciendo.

Unilever ve estos hallazgos como una oportunidad para impulsar el cambio en empresas afines a su negocio, animándoles a examinar sus propios programas y unirse a iniciativas como WEF’s (System Initiative on Gender, Education and Work), y el grupo de alto nivel de Las Naciones Unidas sobre el empoderamiento económico de las mujeres.

En Colombia, Unilever es una de las compañías de consumo masivo líderes en el desarrollo de estrategias de igualdad y equidad de género. El programa Madres y Padres a bordo se ha convertido en una iniciativa que permite a las futuras mamás y papás de la compañía acceder a beneficios asociados a la flexibilidad jornada laboral, (trabajo remoto desde casa), nutrición y alimentación (refrigerio saludable) y productos de cuidado personal, además de brindarles herramientas e información útil para poder afrontar esta nueva etapa de forma positiva.

El 90% de las colaboradoras en áreas administrativas que se encuentran en embarazo tienen la oportunidad, de acuerdo a las necesidades personales y a los compromisos laborales, de flexibilizar su jornada para trabajar desde casa trabajan remotamente el 30% de su horario laboral semanal. Adicionalmente, nuestras futuras madres del equipo de mercaderistas tienen la opción de realizar un trabajo administrativo, en oficina en el último mes de embarazo, y con respecto a los días otorgados por Ley María, los nuevos padres reciben como beneficio, cinco días pagos adicionales a lo definido por ley.

Unilever ha hecho de la diversidad, la inclusión y la gestión de talento una prioridad. Apoyamos el desarrollo de carrera de nuestras mujeres, para garantizar un balance en todos los niveles de la organización, con programas de desarrollo enmarcados en coaching, mentoring y conversaciones de desarrollo para acompañar a las mujeres en las diferentes etapas, iniciativas de liderazgo y un plan de carrera a través del cual profundizamos en aspiraciones personales y profesionales, barreras existentes, expectativas y deseos.

\*\*\*

### Acerca de Unilever:

Unilever es una de las compañías líderes en alimentos, cuidado personal y limpieza del hogar con ventas en más de 190 países, alcanzando a 2 mil millones de consumidores cada día. Posee 172.000 empleados y generó ventas por €53.3 mil millones en 2015. Más de la mitad (57%) de su crecimiento ocurre en mercados emergentes y en desarrollo. Unilever tiene más de 400 marcas que se encuentran en los hogares de todo el mundo, incluyendo Fruco, Rama, Maizena, Ades, Lipton, Rexona, Dove, Axe, Pond’s y Fab.

En el marco del Plan de Vida sostenible Unilever se compromete a:

- Ayudar a más de mil millones de personas para que tomen medidas que mejoren su salud y bienestar para el 2020
- Reducir a la mitad el impacto ambiental de nuestros productos para el 2030
- Mejorar los medios de vida de millones de personas para el 2020.





## Boletín de Prensa – Boletín de Prensa – Boletín de Prensa

Unilever obtuvo la primera posición en el sector Industrial de Productos Personales y del Hogar del Índice Dow Jones de Sustentabilidad 2016. En el Índice FTSE4Good logró el puntaje más alto en medioambiente de 5 puntos. Además, la compañía encabezó la lista de Líderes Corporativos Globales de Sustentabilidad, en la encuesta anual GlobeScan/SustainAbility 2016, por sexto año consecutivo y ranqueó como la compañía de alimentos y bebidas más sustentable en el Oxfam's Behind the Brands Scorecard 2015. Unilever fue nombrada en el Top 3 de los empleadores de preferencia de LinkedIn en todos los sectores y es considerado el empleador líder de consumo masivo #1 en Colombia y El Salvador (Universum, 2016).

Para más información acerca de Unilever y sus marcas, consulte [www.unilever.com.co](http://www.unilever.com.co) y acerca del Plan de Vida Sustentable de Unilever: [www.unilever.com/sustainable-living/](http://www.unilever.com/sustainable-living/)

Información y prensa  
**GJ COMUNICACIONES**  
6372787 / 3104325967

