

0739 - v03

POLÍTICAS Y NORMAS DE DIVERSIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO



POLÍTICAS Y NORMAS DE DIVERSIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO

Código: 0739

Versión: v03

CONTROL DE APROBACIÓN

Denominación del Documento	POLÍTICAS Y NORMAS DE DIVERSIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO
Clasificación	Uso Interno
Actualizado por:	Estefania Calderon - Analista de Procesos

Revisado por:	Cargo:	Firma:
Mónica López H.	Jefa de Programas de Sostenibilidad	

Recomendado por:	Fecha:	Respaldo:
Comité de Normas		Según Acta de Comité

Aprobado por:	Fecha:	Respaldo:
Directorio		Según Acta de Directorio

Autorizado para Difusión y Vigencia por:	Cargo:	Firma:
Claudia San Martin V.	Gerenta Nacional de Desempeño y Responsabilidad Social	

*Este documento ha sido desarrollado para uso exclusivo de **BANCO FIE S.A.** y es de propiedad intelectual de la Entidad. Cualquier reproducción o difusión sin autorización expresa de las instancias de control será sancionada según Reglamento Interno.*

*Es responsabilidad de todo trabajador/a leer el presente documento en su integridad y los documentos relacionados al mismo, así como su cumplimiento, según lo establecido en el Reglamento Interno de **BANCO FIE S.A.***



POLÍTICAS Y NORMAS DE DIVERSIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO

Código: 0739

Versión: v01

HISTORIAL DEL DOCUMENTO

Versión	Fecha de Aprobación	Descripción	Aprobado por	Documento de Respaldo
V 01	24/09/2019	Aprobación Gestión 2019	Directorio	GG/M/0168/2019
V 02	25/06/2020	Optimización / Cambio de Fondo	Directorio	GG/M/091/2020
Fecha de Difusión		16/10/2023	Fecha de Entrada de Vigencia	17/10/2023
V 02.01	10/01/2022	Cambio de Forma / Punto 1.5. – Se incluye el párrafo con el texto genérico relacionado a términos que referencien Cargos, Roles o Funciones / Punto 1.7. – Se actualizan los nombres de los Componentes del Marco Formal relacionados	Gerencia Nacional de Operaciones	A solicitud directa
V 03		Adecuación Normativa / Cambio de Fondo		
Fecha de Difusión			Fecha de Entrada de Vigencia	

ÍNDICE DEL CONTENIDO

1.	ANTECEDENTES	1
2.	OBJETIVO	1
3.	ALCANCE.....	1
4.	RESPONSABLES.....	1
4.1	RESPONSABLE DE CUMPLIMIENTO	1
4.2	RESPONSABLE Y PERIODICIDAD PARA LA REVISIÓN	1
5.	DEFINICIONES.....	1
6.	LEGISLACIÓN Y NORMATIVA APLICABLE.....	2
7.	COMPONENTES DEL MARCO FORMAL RELACIONADOS	3
8.	POLÍTICAS	3
8.1	DECLARACIÓN DE COMPROMISO CON LA IGUALDAD DE GÉNERO	3
8.2	PILAR DE IDENTIDAD CORPORATIVA.....	3
8.1.1.	Derechos Humanos	3
8.1.2.	Igualdad y Equidad	4
8.1.3.	Diversidad e Inclusión	4
8.3	COMITÉ PARA LA DIVERSIDAD Y LA IGUALDAD DE GÉNERO	4
8.4	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, INTEGRACIÓN Y ACCESO	4
8.5	EMPODERAMIENTO DE GÉNERO Y GESTIÓN DE LIDERAZGO	4
8.5.1	Educación y Formación	4
8.5.2	Desarrollo Empresarial, Cadena de Suministros y Prácticas de Marketing	5
8.5.3	Liderazgo Comunitario	5
8.6	ESPACIOS LIBRES DE VIOLENCIA.....	5
8.7	TRANSPARENCIA, EVALUACIÓN E INFORMACIÓN	5
9.	NORMAS.....	5
9.1	DECLARACIÓN DE COMPROMISO CON LA IGUALDAD DE GÉNERO	6
9.2	PILAR DE IDENTIDAD CORPORATIVA.....	6
9.3	COMITÉ PARA LA DIVERSIDAD Y LA IGUALDAD DE GÉNERO	6
9.4	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, INTEGRACIÓN Y ACCESO.....	6
9.5	EMPODERAMIENTO DE GÉNERO Y GESTIÓN DEL LIDERAZGO.....	7
9.5.1	Educación y Formación	7
9.5.2	Desarrollo Empresarial, Cadena de Suministros y Prácticas de Marketing	7

9.5.3	Liderazgo Comunitario	8
9.6	ESPACIOS LIBRE DE VIOLENCIA	8
9.7	TRANSPARENCIA, EVALUACIÓN E INFORMACIÓN	8
1.	Construcción cultura tóxica	10
2.	Conversatorio	10
3.	Cosificar	10
4.	Diversidad	10
5.	Empoderamiento	10
6.	Equidad de género	10
7.	Estereotipo.....	10
8.	Estigma de Género	10
9.	Género	10
10.	Identidad Corporativa.....	11
11.	Igualdad de género	11
12.	Inclusión	11
13.	Lenguaje Incluyente.....	11
14.	Micromachismos.....	11
15.	Nuevas masculinidades.....	11
16.	Segregación Laboral.....	11
17.	Sexo.....	11
18.	Techos de cristal.....	11
19.	Violencia de Género.....	11

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 – Definiciones.....	10
Anexo 2 – Esquema de Políticas y Normas de Diversidad e Igualdad de Género.....	12
Anexo 3 – Matriz de Control, Seguimiento y Cumplimiento de las Políticas y Normas	13

1. ANTECEDENTES

Banco FIE tiene una larga trayectoria promoviendo espacios favorables para el desarrollo de las mujeres. En ese sentido, ha asumido la necesidad de formalizar y fortalecer la perspectiva de género en todos los ámbitos organizativos, trascendiendo su enfoque a las nuevas generaciones, con el propósito de aportar con el ejemplo a crear entornos saludables y productivos en el contexto de la empresa y a la construcción de sociedades sin violencia, sin miedo y basadas en el respeto, en el marco de su identidad y cultura organizacional.

Banco FIE está adherido al Pacto Global de Naciones Unidas y manifiesta su compromiso con el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en el marco de la Agenda 2030, entre los cuales el ODS 5: Equidad de Género se encuentra vinculado a su cadena de valor. En esa misma línea, es una empresa firmante de los Principios de Empoderamiento de la Mujer (WEPs) de ONU Mujeres.

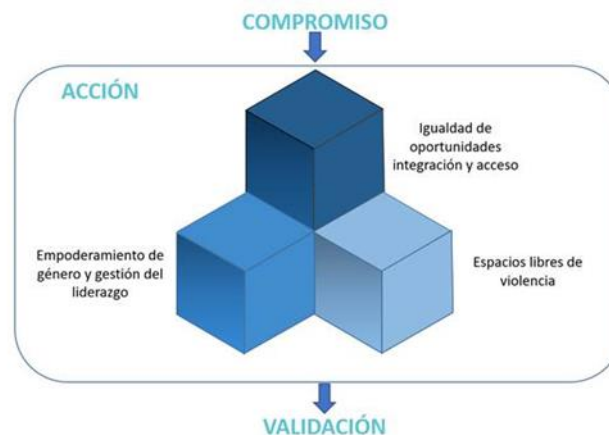
En base a su trayectoria, Banco FIE ha construido un modelo estratégico marco para la diversidad, igualdad y equidad de género en el liderazgo y gestión empresarial denominado Marca Magenta.

2. OBJETIVO

Establecer los lineamientos relacionados al modelo estratégico Marca Magenta de Banco FIE, orientado a promover la diversidad e igualdad de género en el liderazgo y gestión empresarial en la entidad, integrando el enfoque de género como un pilar de la identidad corporativa.

3. ALCANCE

El presente documento contiene los lineamientos generales del modelo estratégico de Banco FIE relacionados con la diversidad e igualdad de género, en todo su ciclo de vida, aplicable en las etapas de compromiso, acción y validación del modelo, y representados gráficamente con los siguientes pilares.



4. RESPONSABLES

4.1 RESPONSABLE DE CUMPLIMIENTO

Son responsables de conocer, cumplir y hacer cumplir el presente documento todo el personal de Banco FIE en ámbito de competencia.

4.2 RESPONSABLE Y PERIODICIDAD PARA LA REVISIÓN

La Gerencia Nacional de Desempeño y Responsabilidad Social (GNDRS) en coordinación con la Gerencia Nacional de Talento Humano (GNTH), es responsable de por lo menos una vez al año, realizar la revisión del presente documento, y en caso de ser necesario, actualizarlo.

5. DEFINICIONES

- a. Para efectos del presente documento los términos se entienden de acuerdo con las definiciones descritas en el [Anexo 1 - Definiciones](#).
- b. **Los términos que referencien Cargos, Roles o Funciones que mantienen una denominación formal en masculino deben entenderse como referentes al cargo y no al género de las personas que lo ocupan. Asimismo, para estos términos el uso del singular también hace referencia al plural de acuerdo al contexto en el cual se aplique.**

6. LEGISLACIÓN Y NORMATIVA APLICABLE

El presente documento considera la siguiente legislación y normativa:

- Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia
- Ley N° 393 de Servicios Financieros
- Ley N° 348 integral para Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia

Así también considera los siguientes tratados y modelos referenciales sobre la materia:

- Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH), adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948.
- Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer (CSW), fundada en 1946 es el principal órgano intergubernamental mundial dedicado exclusivamente a la promoción de la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas.
- Comité para la Eliminación de la Discriminación Contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés), es el órgano de expertos independientes que supervisa la aplicación de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.
- IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas (Beijing, 1995), se reivindicó los derechos de la mujer como derechos humanos y se comprometió a llevar a cabo acciones específicas para asegurar el respeto de estos derechos.
- 10 Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, iniciativa internacional que promueve implementar 10 principios universalmente aceptados en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas.
- 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Pacto Global de las Naciones Unidas, aprobados en 2015 es una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.
- Siete Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs, por sus siglas en inglés) desarrollado por ONU Mujeres, ofrecen una guía sobre cómo empoderar a la mujer en el trabajo, el mercado y la comunidad.
 1. Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel.
 2. Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo; respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación.
 3. Velar por 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. Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y mercadotecnia a favor del empoderamiento de las mujeres.

6. Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo.
 7. Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.
- Modelo de Gestión para Prevenir la Violencia contra las Mujeres de la GIZ, presentada en 2015 como una propuesta integral para involucrar a las empresas en la prevención de la violencia contra las mujeres.
 - Modelo Empresarial Inclusivo con Enfoque de Género del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.

7. COMPONENTES DEL MARCO FORMAL RELACIONADOS

Los Componentes del Marco Formal citados a continuación tienen relevancia directa e indirecta a ser considerado para el análisis del presente documento:

- a. Código de Gobierno Corporativo.
- b. Código de Ética.
- c. Políticas y Normas de Gestión de Ética.
- d. Políticas y Normas para la Gestión de Cultura Organizacional.
- e. Políticas y Normas de Dotación de Personal.
- f. Políticas y Normas para Altas, Bajas y Movimientos de Personal.
- g. Políticas y Normas de Responsabilidad Social Empresarial.

8. POLÍTICAS

Las Políticas y Normas establecidas en el presente documento se encuentran estructurados con base en el esquema del [Anexo 2 - Esquema de Políticas y Normas de Diversidad e Igualdad de Género](#).

8.1 DECLARACIÓN DE COMPROMISO CON LA IGUALDAD DE GÉNERO

COMPROMISO

Banco FIE promueve la igualdad de género como un principio universal que aporta al desarrollo sostenible y a la construcción de sociedades más justas y equitativas, y contribuye como agente de cambio social para transformar las situaciones de desigualdad que persisten en los mercados, en el trabajo y en la comunidad.

8.2 PILAR DE IDENTIDAD CORPORATIVA

COMPROMISO

La igualdad de género es un principio inseparable de la identidad de Banco FIE, pues está vinculada a sus orígenes y a la forma en que ha construido empresa a lo largo de su historia.

Banco FIE integra la igualdad de género en la gestión y el liderazgo institucional de forma activa bajo tres enfoques:

- Derechos humanos,
- Igualdad y equidad,
- Diversidad e inclusión.

8.1.1. Derechos Humanos

Es el marco legal del principio de igualdad, al reconocer a todas las personas como sujetos de derechos, libres de estigmas asociados a su sexo y género, y al rechazar todo tipo de discriminación y cualquier

aspecto que impida el legítimo ejercicio de sus derechos. La igualdad de género y el respeto a los derechos humanos son temas centrales en la construcción de la cultura organizacional en Banco FIE.

8.1.2. Igualdad y Equidad

La igualdad de género es el fin último que se busca alcanzar. Para Banco FIE, las personas, independientemente de su definición de sexo o género, gozan de los mismos derechos sociales, políticos, económicos y culturales, tienen las mismas oportunidades y las mismas obligaciones.

La equidad permite alcanzar la igualdad a través de un trato justo a mujeres y hombres, según sus necesidades específicas. Banco FIE, implementa medidas de equidad a través de iniciativas que pueden ser diferentes pero que son consideradas equivalentes en términos de derechos, oportunidades y obligaciones.

8.1.3. Diversidad e Inclusión

El enfoque de diversidad e inclusión se basa en el respeto a la individualidad de las personas, en el reconocimiento de su heterogeneidad, y en la eliminación de cualquier conducta excluyente y discriminatoria.

Banco FIE promueve un ambiente de diversidad y equilibrio, valorando el aporte de este a los resultados organizacionales y bajo el principio de inclusión que es el propósito central de su visión.

8.3 COMITÉ PARA LA DIVERSIDAD Y LA IGUALDAD DE GÉNERO

COMPROMISO

Con el propósito de asegurar el compromiso con la diversidad e igualdad de género al más alto nivel de la organización, Banco FIE establece el Comité para la Diversidad y la Igualdad de Género, mismo que es liderado por un miembro del directorio, la Gerencia General y al menos cuatro integrantes de la Alta Gerencia.

8.4 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, INTEGRACIÓN Y ACCESO

ACCIÓN

Banco FIE garantiza un marco de igualdad y equidad en las condiciones y oportunidades laborales, fomentando la capacidad de las mujeres para desarrollar su potencial y creando entornos favorables para que hombres y mujeres concilien el trabajo y su vida familiar.

De igual manera, Banco FIE garantiza la igualdad y equidad en las condiciones de acceso a servicios financieros, promoviendo el empoderamiento económico de las mujeres y considerando necesidades específicas para fomentar su desarrollo.

8.5 EMPODERAMIENTO DE GÉNERO Y GESTIÓN DE LIDERAZGO

ACCIÓN

8.5.1 Educación y Formación

Para fomentar un entorno de igualdad y equidad, Banco FIE implementa programas de empoderamiento y desarrollo de capacidades para la autonomía de gestión y participación activa de las mujeres en la organización.

De igual forma, desarrolla programas para fortalecer el liderazgo con enfoque de género, potenciando el desarrollo de hombres y mujeres en condiciones equitativas, y establece programas específicos para

desarrollar el potencial de las trabajadoras, promoviendo mayor participación femenina en puestos de toma de decisiones.

8.5.2 Desarrollo Empresarial, Cadena de Suministros y Prácticas de Marketing

Con el propósito de incidir en el mercado y la comunidad, Banco FIE promueve prácticas de marketing y comunicación que respetan la dignidad de las mujeres, cuestionan los roles tradicionales asignados a mujeres y hombres, y rechaza los estereotipos de género, aportando a la naturalización de una sociedad enriquecida en su diversidad.

Con el propósito de fomentar una cultura sin discriminación, Banco FIE promueve un lenguaje incluyente, no sexista y visibiliza una imagen positiva, realista y diversa de las mujeres. Además, en su comunicación reconoce el papel de las mujeres y su aporte en diversas áreas de la sociedad.

Banco FIE incide en su cadena de suministro para promover una cultura de respeto a los derechos humanos, divulga su postura de género y realiza un seguimiento a la participación de proveedores mujeres, o empresas lideradas por mujeres, impulsando la equidad en las oportunidades de selección.

8.5.3 Liderazgo Comunitario

A través de programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Banco FIE establece a las mujeres como un grupo social clave, trabajando de forma coordinada con otras instancias de la sociedad para promover condiciones de igualdad en el ejercicio de sus derechos.

De igual forma, Banco FIE aporta a la sociedad con su experiencia como un referente empresarial en la promoción de la diversidad e igualdad de género, buscando alianzas, plataformas y entornos de desarrollo conjunto para fortalecer el empoderamiento femenino.

8.6 ESPACIOS LIBRES DE VIOLENCIA

ACCIÓN

Banco FIE rechaza toda forma de violencia al interior de la organización y promueve entornos seguros, libres de acoso y actitudes hostiles, velando por la integridad física y psicológica de su personal y, sobre todo, por la protección de sus derechos fundamentales.

Banco FIE trabaja de forma activa con otros grupos de interés como Consumidores Financieros y Comunidad, para promover entornos libres de violencia de género, sin miedo, basados en el respeto a los derechos humanos.

8.7 TRANSPARENCIA, EVALUACIÓN E INFORMACIÓN

VALIDACIÓN

Con el propósito de fomentar la transparencia y credibilidad institucional, Banco FIE integra el tema de diversidad e igualdad género en el contexto del diálogo con sus grupos de interés, lo incluye en los componentes formales de gestión y reporta sus avances en la materia a través de los mecanismos establecidos de información y rendición de cuentas, asegurando la fiabilidad de la información divulgada.

Para gestionar adecuadamente la diversidad e igualdad de género en la organización, a través de un enfoque de mejora continua, Banco FIE impulsa procesos de evaluación y/o certificación a través de terceros que aseguren la pertinencia de los resultados e impactos en la materia.

9. NORMAS

El mecanismo para el cumplimiento operativo de las normas establecidas a continuación se encuentra descrito en el [Anexo 3 – Matriz de Control, Seguimiento y Cumplimiento de las Políticas y Normas](#).

9.1 DECLARACIÓN DE COMPROMISO CON LA IGUALDAD DE GÉNERO

COMPROMISO

La declaración de compromiso con la igualdad de género debe estar claramente expuesta (de forma enunciativa y no limitativa) en la página web, intranet, memoria corporativa e informe de sostenibilidad, a través de medios internos para conocimiento de todo el personal y debe formar parte de los procesos de inducción.

La Alta Gerencia y las posiciones de liderazgo deben enunciar de forma clara y activa su compromiso con la diversidad e igualdad de género, asegurando transmitir al personal a su cargo los lineamientos vigentes y comportamientos esperados, buscando su desarrollo, en equidad e igualdad para hombres y mujeres.

9.2 PILAR DE IDENTIDAD CORPORATIVA

COMPROMISO

La diversidad, en todas sus expresiones, y la igualdad de género deben reflejarse en todos los elementos de identidad corporativa internos o externos, a nivel conceptual, simbólico y visual: nombre, logotipo, colores, tipografías, voz y tono, imágenes que evocan la marca, experiencias vivenciales (oficinas, mercado) o digitales (redes sociales, página web, intranet, banca móvil, entre otros), packaging o imagen de productos, entre otros.

La diversidad y la igualdad de género deben integrarse en los niveles corporativo, relacional, comercial y reputacional de la comunicación y publicidad, considerando estrategias y acciones de desarrollo de posicionamiento, cultura organizacional y reputación corporativa.

9.3 COMITÉ PARA LA DIVERSIDAD Y LA IGUALDAD DE GÉNERO

COMPROMISO

La reglamentación para el funcionamiento del Comité para la Diversidad y la Igualdad de Género estará a cargo de la Gerencia Nacional de Talento Humano (GNTH). Entre sus atribuciones, el Comité deberá hacer seguimiento a la aplicación de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de ONU Mujeres y las contribuciones institucionales al logro del ODS 5 del Pacto Global de Naciones Unidas.



1 Igualdad de género es el quinto ODS de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible del Pacto Global de Naciones Unidas. Pretende lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a las mujeres y las niñas.

9.4 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, INTEGRACIÓN Y ACCESO

ACCIÓN

Es responsabilidad de la GNTH promover la generación de una cultura que favorece la diversidad, la igualdad de género, la apertura de espacios de crecimiento para las mujeres y un entorno libre de todo tipo de violencia.

En el marco de desarrollo de cultura, se implementarán conversatorios, como una iniciativa de empoderamiento en el que mujeres y hombres aporten desde sus experiencias, sin censuras ni restricciones y sin consideraciones jerárquicas.

La GNTH garantiza la equidad salarial entre hombres y mujeres, estableciendo igual nivel salarial para puestos de similar responsabilidad sin distinción de ningún tipo, en función a la valoración de cargos.

La GNTH asegura que en los procesos de selección de personal no prevalecen estigmas de género subjetivos y no funcionales al cargo, asegurando total transparencia, oportunidad y acceso a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.

Así también, en los procesos de contratación, la GNTH es responsable, de considerar la situación de segregación laboral del cargo y/o nivel, para determinar la aplicación de prácticas de equidad, promoviendo un nivel de equilibrio en la diversidad de género.

De la misma forma, la GNTH aplica medidas para impulsar la no prevalencia de techos de cristal, asegurando condiciones de igualdad en el acceso a oportunidades laborales, de desarrollo y a los ascensos.

En el establecimiento de beneficios, la GNTH incluye la perspectiva de género bajo el enfoque de equidad, promoviendo que tanto mujeres como hombres procuren asumir de forma equilibrada las tareas de cuidado y sus expectativas familiares, personales y laborales.

Paralelamente, la Gerencia de División de Negocios (GDN) y la Gerencia Nacional de Operaciones (GNO) deben aplicar las herramientas necesarias para conocer y considerar en las estrategias de marketing y servicio al cliente aspectos que puedan favorecer el acceso a los servicios financieros a las mujeres, en un entorno de equidad, facilitando la ruptura de las barreras que puedan existir en los diferentes mercados.

Finalmente, todas las Gerencias Nacionales, Gerencias Regionales y las posiciones de liderazgo, deben considerar, desde sus ámbitos específicos de acción, la aplicación de estrategias, acciones e iniciativas orientadas a promover la diversidad e igualdad de género, considerando principalmente (pero no exclusivamente) los grupos de interés priorizados.

9.5 EMPODERAMIENTO DE GÉNERO Y GESTIÓN DEL LIDERAZGO

ACCIÓN

9.5.1 Educación y Formación

La GNTH debe implementar programas de capacitación para promover el enfoque de género en la organización, incluyendo este aspecto también en la formación del liderazgo organizacional y en los procesos de inducción.

Con el propósito de eliminar prácticas naturalizadas de exclusión como el micromachismo y estigmas asociados a mujeres y hombres por construcciones culturales tóxicas, la GNTH debe implementar acciones de formación para una cultura libre de violencia, basada en el respeto a los derechos humanos, buscando generar un entorno favorable para el desarrollo de las personas.

9.5.2 Desarrollo Empresarial, Cadena de Suministros y Prácticas de Marketing

Asumiendo una posición institucional no sexista, las áreas organizacionales que gestionan la comunicación en sus diferentes niveles deben considerar los siguientes aspectos en el desarrollo de estrategias, campañas y piezas de comunicación:

- Ruptura de estereotipos y moldes asociados al sexo o género

- Consideración de los conceptos de nuevas masculinidades al representar al género masculino
- Ninguna representación de relaciones tradicionales de poder y/o subordinación
- Rechazo a los estigmas que cosifican a las personas. Por ejemplo, la exposición de personas como modelos utilizadas como adornos, seleccionadas únicamente por su aspecto físico.
- Lenguaje incluyente
- Representaciones de personas reales, alcanzables y cotidianas en el entorno del Banco.

Para ello, la GNDRS deberá proponer los lineamientos básicos de comunicación incluyente con enfoque de género, que establecerá los lineamientos de comunicación a aplicarse en la documentación formal y representativa de la organización, en manuales, nomenclaturas de cargo, entre otros.

Los cambios de lenguaje y su aplicación en documentos formales como manuales y normas se realizarán de forma paulatina, estableciendo que de forma independiente a la denominación formal del cargo, las expresiones comunicacionales del mismo, como requerimientos de personal, credenciales, tarjetas de identificación, gafetes, etc., pueden incluir las variaciones requeridas (referencia a ambos sexos o a uno solo dependiendo del sexo que ocupa el cargo), cumpliendo el principio de no discriminación y respeto a la identidad de género establecidos en la Constitución Política del Estado.

La Subgerencia Nacional de Administración (SNAD) debe realizar un seguimiento a su cadena de suministro para conocer la proporción de proveedores mujeres que presta sus servicios al Banco, promover su participación en los procesos de selección, establecer iniciativas para divulgar su postura de género y asegurar el respeto a los derechos humanos por parte de los y las proveedores seleccionadas/os.

9.5.3 Liderazgo Comunitario

Con el propósito de contribuir a la comunidad en la construcción de una sociedad libre de violencia, la Gerencia Nacional de Marketing Estratégico (GNME) y la GNDRS deben implementar iniciativas de comunicación externas que consideren la perspectiva de género de forma específica, como parte de su estrategia de posicionamiento y reputación corporativa.

Así también, la GNDRS establecerá programas específicos que fomenten el desarrollo de las mujeres, mejorando sus capacidades de gestión y promoviendo su empoderamiento, incluyendo estrategias de educación financiera.

A través de las instancias delegadas para vocería, Banco FIE participa activamente en plataformas, foros, iniciativas públicas y privadas para defender la igualdad de género, promover la inclusión e integración social de las mujeres y hombres en equidad y erradicar la violencia de género. En esta línea la Alta Gerencia y la GNDRS promoverán alianzas y trabajo cooperativo que permita contribuir al logro del ODS 5 del Pacto Global de Naciones Unidas.

9.6 ESPACIOS LIBRE DE VIOLENCIA

ACCIÓN

La GNTH deberá implementar iniciativas permanentes de formación para la prevención de todo tipo de violencia en la organización, incluyendo el acceso a información y recursos de apoyo, para fomentar una cultura libre de violencia y deberá establecer la ruta crítica para tratar situaciones de violencia, incluyendo medidas de prevención, atención y sanción, de acuerdo a normativa y legislación vigente.

9.7 TRANSPARENCIA, EVALUACIÓN E INFORMACIÓN

VALIDACIÓN



**POLÍTICAS Y NORMAS DE DIVERSIDAD E IGUALDAD
DE GÉNERO**

Código: 0739

Versión: v01

Página 9 de 13

En el marco de la práctica de relacionamiento con los grupos de interés, la GNDRS gestiona el tema material “diversidad e igualdad de género” bajo un enfoque transversal de RSE.

Anexo 1 – Definiciones

<p>El género constituye una construcción cultural, y por lo tanto un aspecto modificable, a través del cual se transmiten las creencias y valores sociales vinculados con ser hombre o mujer, es decir, se describe y ejemplifica lo masculino y femenino en forma de estereotipos, mensajes y creencias que interiorizamos a lo largo del proceso de socialización. Aquellas creencias limitantes van a determinar un grado de toxicidad en dicho proceso.</p>	1. Construcción cultura tóxica
<p>Reunión en que un grupo de personas tienen intereses y/o propósitos comunes, concertada para establecer un diálogo abierto. Su desarrollo no obedece a un esquema jerárquico y rígido, pero requiere una estructura y a una persona que lo lidere.</p>	2. Conversatorio
<p>Convertir a una persona activa en objeto pasivo, colocándole en una situación vulnerable con respecto a otras personas, anulando su humanidad.</p>	3. Cosificar
<p>Noción que se refiere a la diferencia o distinción entre las personas, a la heterogeneidad, pluralidad y abundancia de variedades. La diversidad hace referencia a todas las posibles formas y definiciones de identidad de las personas.</p>	4. Diversidad
<p>Proceso mediante el cual las personas asumen el control sobre sus vidas, establecen sus propias agendas, adquieren habilidades o son reconocidas por sus propias habilidades y conocimientos, aumentando su autoestima, solucionando problemas y desarrollando la autogestión.</p>	5. Empoderamiento
<p>La equidad se basa en el trato igualitario de las personas, pero tiene en cuenta sus particularidades y a partir de éstas les ofrece posibilidades de desarrollo específicas. El objetivo de la equidad es una distribución equivalente para cada persona según sus necesidades, habilidades y posibilidades.</p>	6. Equidad de género
<p>Los s son prejuicios que la sociedad establece conforme su ideología de “modelo de seguir”. Son percepciones sobre una persona o grupo de personas que comparten ciertas características, cualidades y habilidades, que busca justificar una cierta conducta en relación a ellas</p>	7. Estereotipo
<p>Es la construcción de categorías sociales vinculadas a creencias estereotipadas que originan discriminación. Se basa en prejuicios y en la idea de que las características de una persona no satisfacen las expectativas, basando esta afirmación en su condición de género.</p>	8. Estigma de Género
<p>Se refiere a la gama de roles, comportamientos, actitudes, características de la personalidad, valores, atributos, relaciones y poder relativo e influencia que una sociedad asigna y considera apropiados para hombres y mujeres de manera diferenciada. Estos atributos dados al género son adquiridos y aprendidos socialmente y cambian con el paso del tiempo. El género determina qué se espera, qué se permite y qué se valora en una mujer o en un hombre en un contexto determinado.</p>	9. Género

<p>Es un recurso que forma parte del capital social de la organización. Forma parte indivisible de la cultura, y en muchos casos se los consideran sinónimos. En el ámbito comunicacional la identidad refleja dos cosas: la constitución de una organización con todos los rasgos que le dan carácter y la manera en que ella se concibe a sí misma y desea ser percibida por sus distintas audiencias.</p>	10. Identidad Corporativa
<p>La igualdad de género es el principio legal universal que establece que todos los seres humanos somos iguales con los mismos derechos, las mismas oportunidades y las mismas obligaciones. La igualdad implica recibir el mismo trato sin considerar las diferencias.</p>	11. Igualdad de género
<p>Implica un proceso dinámico y multifactorial que posibilita a las personas participar plenamente del nivel de bienestar social alcanzado en un país determinado. Hace referencia a la manera en que las instituciones de orden público y privado deben dar respuesta a la diversidad.</p>	12. Inclusión
<p>Es visibilizar a las mujeres en el lenguaje, comunicarse con igualdad y por lo tanto, contribuir a hacerla posible. Hacer notar la presencia de las mujeres y lo que aportan a la sociedad.</p>	13. Lenguaje Incluyente
<p>Son sutiles e imperceptibles maniobras y estrategias de ejercicio del poder de dominio masculino en lo cotidiano (chistes, comentarios, comparaciones) que atentan en distintos grados contra la autonomía femenina. Generan un entorno favorable para la violencia de género.</p>	14. Micromachismos
<p>Se trata de un nuevo planteamiento que promueve romper con el esquema de la masculinidad “tradicional” o “hegemónica”. Supone la construcción de nuevos patrones que definen al hombre como un ser humano integral, autosuficiente, no limitado por valores subjetivos, y capaz de asumir roles que históricamente les fueron negados.</p>	15. Nuevas masculinidades
<p>Hace referencia a la representación de mujeres y hombres en los diferentes cargos y niveles de una organización.</p>	16. Segregación Laboral
<p>Características biológicas que definen a las personas como mujeres y hombres. Los conjuntos de características biológicas no son mutuamente excluyentes, pero estas características tienden a una clasificación binaria, es decir, como hombres y mujeres.</p>	17. Sexo
<p>Los techos de cristal son limitaciones para el ascenso laboral de las mujeres al interior de las organizaciones. Se trata de un techo que limita sus carreras profesionales, difícil de traspasar y que les impide seguir avanzando. Es invisible porque no existen leyes o disposiciones oficiales que impongan limitaciones explícitas.</p>	18. Techos de cristal
<p>La violencia de género es un tipo de violencia física o psicológica ejercida contra cualquier persona o grupo de personas sobre la base de su orientación o identidad sexual, sexo o género que impacta de manera negativa en su identidad y bienestar social, físico, psicológico o económico.</p>	19. Violencia Género

Anexo 2 – Esquema de Políticas y Normas de Diversidad e Igualdad de Género

POLÍTICAS	DECLARACIÓN DE COMPROMISO CON LA IGUALDAD DE GÉNERO	PILAR DE IDENTIDAD CORPORATIVA	COMITÉ PARA LA DIVERSIDAD Y LA IGUALDAD DE GÉNERO	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, INTEGRACIÓN Y ACCESO	EMPODERAMIENTO DE GÉNERO Y GESTIÓN DEL LIDERAZGO	ESPACIOS LIBRES DE VIOLENCIA	TRANSPARENCIA, EVALUACIÓN E INFORMACIÓN
NORMAS	COMPROMISO				ACCIÓN		VALIDACIÓN
	DECLARACIÓN DE COMPROMISO CON LA IGUALDAD DE GÉNERO	PILAR DE IDENTIDAD CORPORATIVA	COMITÉ PARA LA DIVERSIDAD Y LA IGUALDAD DE GÉNERO	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, INTEGRACIÓN Y ACCESO	EMPODERAMIENTO DE GÉNERO Y GESTIÓN DEL LIDERAZGO	ESPACIOS LIBRES DE VIOLENCIA	TRANSPARENCIA, EVALUACIÓN E INFORMACIÓN

Anexo 3 – Matriz de Control, Seguimiento y Cumplimiento de las Políticas y Normas**Matriz de Control Interno**

Descripción del Control	Tipo de Control	Grado de Automatización	Responsable de Control	Frecuencia de Control
Seguimiento a Marca Magenta	Concurrente	Manual	GNDRS	Ocasional

Matriz de Indicadores de Seguimiento

Descripción del indicador	Cálculo del indicador	Fórmula del indicador	Responsable de la medición
Porcentaje de avance en el programa Marca Magenta	% de cumplimiento de los compromisos establecidos	$\frac{\text{Actividades o iniciativas realizadas por gestión}}{\text{actividades o iniciativa planificadas por gestión}} \times 100$	GNDRS GNTH