



ESTRATEGIA DE GÉNERO

Enero 2020



ESTRATEGIA DE GÉNERO DE FUNDACIÓN PROMOCIÓN SOCIAL

INTRODUCCIÓN

La misión de Promoción Social es asegurar que todas las personas puedan vivir de acuerdo a su dignidad humana siendo protagonistas de sus vidas y motor de su propio desarrollo. Su visión es construir una cultura de la solidaridad centrada en la persona y en la necesidad de lograr mejores y más dignas condiciones de vida, de trabajo, de libertad y de participación social para todos.

La Fundación Promoción Social de la Cultura, asume el derecho a la igualdad a la no discriminación por razón de sexo proclamado por el artículo 14 de la Constitución Española y el artículo 2 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. De este modo, **las políticas de personal contratado y voluntario de la Fundación recogida en su Misión, visión y valores** “se formulan de acuerdo con la legislación vigente en cada caso, los principios de igualdad y no discriminación y conciliación de la vida familiar y laboral”.

Entre los valores que configuran la misión institucional de la Fundación, uno de los más importantes es el de “favorecer la promoción de la mujer en todos los sectores y actividades, para incrementar su participación social e incentivar su acceso a la toma de decisiones”, objetivo que sólo se puede lograr desde una efectiva igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, combatiendo cualquier asomo de discriminación por el hecho de ser mujer.

Esta premisa cumple también con el principio de igualdad de trato entre hombres y mujeres recogido en el Artículo 3 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (LOIEMH) que expone que el principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres supone la ausencia de toda discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo, y, especialmente, las derivadas de la maternidad, la asunción de obligaciones familiares y el estado civil y el principio de Igualdad de trato y de oportunidades en el acceso al empleo, en la formación y en la promoción profesionales, y en las condiciones de trabajo, recogido en el artículo 5. Desde la Fundación Promoción Social de la Cultura se garantiza que el criterio de igualdad sea el de aplicación a todo el personal contratado y voluntariado, sin excepción del departamento o cargo de responsabilidad laboral que se desempeñe, favoreciendo en igualdad de condiciones el desarrollo de la carrera profesional y aplicando la misma retribución salarial conforme a las tablas salariales de la entidad o aprobando jornadas laborales que permitan la conciliación laboral.

CONTEXTUALIZACIÓN

Entre los valores que configuran la misión institucional de la Fundación, uno de los más importantes es el de “favorecer la promoción de la mujer en todos los sectores y actividades, para incrementar su participación social e incentivar su acceso a la toma de decisiones”, objetivo que sólo se puede lograr desde una efectiva igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, combatiendo cualquier asomo de discriminación por el hecho de ser mujer.

La labor de **Promoción Social** se caracteriza por la puesta en práctica de la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres. En este sentido, la igualdad de género ha sido desde los comienzos un eje transversal en todas las acciones emprendidas por **Promoción Social**, y un objetivo concreto en muchas de ellas. De acuerdo con nuestra misión, una de las bases de nuestro trabajo es la igualdad entre hombres y mujeres. Y esta idea ha sido una constante en la formulación y ejecución de todos nuestros proyectos.

En 1992, **Promoción Social** comienza a implementar proyectos cuyo principal objetivo es la equidad de género y la prevención de cualquier tipo de discriminación y violencia. Tradicionalmente, el aspecto más analizado en la discriminación de las mujeres ha sido el trabajo ligado a la producción, que proporciona salarios o excedentes de producción, lo que consideramos es un reduccionismo que distorsiona la compleja problemática que ofrece la realidad. Por lo general, se ha considerado a las mujeres más bien como meras receptoras –más o menos pasivas- de ayuda, o como un recurso no explotado de la fuerza de trabajo, siendo en muchos casos el resultado un uso equivocado de los recursos y mayores cargas de trabajo para las mujeres, así como un debilitamiento de su posición en la sociedad.

Dado que el papel desempeñado por hombres y mujeres ha sido en general diferente –dependiendo de la ideología, historia, religión, economía, cultura, etc.-, también sus necesidades serán diferentes en función de esos contextos, por lo que es necesario hacer una distinción entre necesidades prácticas y estratégicas.

Promoción Social desarrolla numerosos proyectos en Territorios Palestinos, Siria, Líbano, Jordania, Etiopía, Perú, Paraguay y Bolivia cuyo objetivo ha sido y sigue siendo el **empoderamiento social y económico de la mujer**, así como fomentar **la justicia de género**, sobre todo a través de su presencia en sectores en los que **Promoción Social** tiene sobrada experiencia y cuenta con la aceptación (basada en el éxito de las intervenciones) de los Titulares de Derechos, como el Desarrollo Agrario y el Fortalecimiento Institucional, la Sensibilización en DDHH y el Apoyo Psicosocial, y en los que la mujer desempeña tradicionalmente, o pensamos que puede desempeñar, un papel determinante.

Así mismo, **Promoción Social** efectúa acciones para prevenir la discriminación y la violencia hacia mujeres y niñas, por ejemplo:

- En Líbano, Siria y Jordania trabajamos para evitar el matrimonio infantil y para el empoderamiento de las mujeres;
- En Palestina se trabaja con niñas y adolescentes en un contexto de cultura de la paz, asegurando su acceso al sistema educativo y ofreciendo un espacio seguro. Se trabaja con mujeres rurales, agricultoras y productoras, desde un enfoque de derechos, analizando las situaciones de discriminación y desequilibrios de poder, situando el foco en actuaciones específicas con mujeres, contribuyendo a su empoderamiento económico (a través del apoyo a microemprendimientos y asesoría legal), social (apoyando a mujeres lideresas de clubs y cooperativas) y comunitario (con sesiones de sensibilización dirigidas a mujeres y hombres)

- En Líbano hemos trabajado para promover los derechos de las trabajadoras domésticas y de las mujeres refugiadas;
- En Guatemala y Nicaragua se ha apoyado el empoderamiento de la mujer a través del Fortalecimiento Institucional, los micro-emprendimientos y la potenciación de organizaciones femeninas.
- En Perú, se trabaja con hombres y mujeres productores dentro del ámbito familiar y comunitario, bajo un enfoque inclusivo en el que todos los actores tienen voz en los procesos de toma de decisiones. Se incide en la sensibilización y la capacitación en materia de derechos.
- En Etiopía trabajamos para promover los derechos de las niñas y adolescentes, así como el empoderamiento de las mujeres rurales mediante la sensibilización y asesoramiento en materia de derechos y para la prevención de la mutilación genital femenina y el matrimonio infantil y la promoción de su participación en la comunidad.
- **Promoción Social** ha trabajado y trabaja para transversalizar el enfoque de género en políticas públicas del sector salud y educación especialmente, estando en permanente contacto con los Ministerios implicados.



Promoción Social cree que los proyectos de cooperación, como toda intervención social, nunca son neutros, por esta razón es fundamental realizar un proceso de análisis de género e identificar intervenciones que puedan -con la participación activa de mujeres y hombres- contribuir a la creación de relaciones más justas y menos discriminatorias, con una total inclusión del sector poblacional femenino, potenciando su rol protagónico.

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

La promoción de la Equidad de Género desde **Promoción Social** está basada en 5 ELEMENTOS ESTRATÉGICOS COMPLEMENTARIOS:

- ① **VOLUNTAD POLÍTICA y RENDICIÓN DE CUENTAS**: La forma en que los directivos y directivas ponen en claro su apoyo al tema de la Equidad de Género y aseguran el seguimiento de la aplicación de la Estrategia.
- ② **CULTURA ORGANIZACIONAL**: Hábitos y Códigos de conducta dentro de la ONG que promueven la Equidad de Género.
- ③ **IGUALDAD DE GÉNERO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN**: Sinónimo de una cooperación equitativa de hombres y mujeres y el equilibrio de Género en las distintas funciones y tareas de la Organización.
- ④ **COMPETENCIA EN MATERIA DE GÉNERO**: Conocimiento de los colaboradores sobre los desequilibrios de Género y los enfoques que se aplican para superarlos.
- ⑤ **ADAPTACIÓN DE LOS PROCESOS**: Configuración sensible al Género de todos los procedimientos e instrumentos de la estructura interna y externa, en particular de la gestión de contratos y de cooperación, así como de la gestión de la calidad.

LÍNEAS DE INTERVENCIÓN

El plan estratégico tiene como objetivo clave establecer una hoja de ruta para la transversalización del enfoque de género en la organización y para identificar medidas concretas para promover la igualdad entre mujeres y hombres dentro de 3 líneas de intervención identificadas:

L1. Desarrollo Institucional.

L2. Cooperación al Desarrollo y Ayuda Humanitaria.

L3. Educación para la Ciudadanía Global, Sensibilización y Acción Social.

En cada línea de intervención se identifican objetivos estratégicos y se priorizan acciones concretas que se implementarán en el marco del plan estratégico.

L1 Desarrollo institucional

OE 1.1 Promover la igualdad formal y real entre mujeres y hombres en todos los ámbitos organizativos y promover el fortalecimiento de capacidades.

Acciones:

- 1.1.1 Integrar el enfoque de equidad de género en las políticas y procedimientos de Recursos Humanos;
- 1.1.2 Apoyar la formación del personal contratado y voluntario en aspectos de género;
- 1.1.3 Establecer el criterio de sensibilización en género como aspecto prioritario en los procesos de selección y promoción de personal;
- 1.1.4 Incorporar el enfoque de género en los procesos de evaluación de desempeño;
- 1.1.5 Incorporar el enfoque de género en los espacios de toma de decisiones;
- 1.1.6 Implementar una política de “Tolerancia Cero” hacia el acoso sexual y la violencia de género, se sufra ésta en el contexto que sea;
- 1.1.7 Fomentar la Igualdad de Género en la cultura organizativa y en los espacios de trabajo y voluntariado.

OE 1.2 Incorporar el enfoque de género en las iniciativas de comunicación y difusión para promover la equidad de género.

Acciones:

- 1.2.1 Incorporar el enfoque de género en todas las publicaciones de **Promoción Social**;
- 1.2.2 Presentar, siempre que sea posible, los datos desagregados por sexo.
- 1.2.2. Seleccionar y publicar imágenes que reflejen y promuevan la equidad entre hombres y mujeres y niños y niñas;
- 1.2.3 Dar prioridad a imágenes que den visibilidad a mujeres en proceso de toma de decisiones y en roles que se consideran no tradicionales; y visibilizar los papeles de los hombres como cuidadores y en espacios privados;
- 1.2.4 Dar voz a mujeres y hombres que promuevan la equidad de género y condenen cualquier violencia de género;
- 1.2.5 Partiendo del lenguaje como base de construcción del pensamiento, hacer un uso consciente del mismo promoviendo el uso de un lenguaje no sexista;



L.2 Cooperación al desarrollo y Ayuda Humanitaria

OE2.1 Asegurar una efectiva transversalización del enfoque de género en todas las etapas del ciclo del proyecto.

Acciones:

- 2.1.1 Incorporar un proceso de análisis de género en todos los procesos de identificación de proyectos;
- 2.1.2. Incorporar datos desagregados e indicadores de género en la formulación, y seguimiento de proyectos;
- 2.1.3 Asegurar incluir en cada proyecto el presupuesto necesario para implementar actividades de género;
- 2.1.4 Incluir la sensibilización en aspectos de género entre los criterios de selección de los socios locales y diseñar un plan de formación y sensibilización en temas de género de acuerdo con las necesidades de cada socio local;
- 2.1.5 Incluir la sensibilización en aspectos de género entre los criterios de selección del personal local, incluir siempre que sea posible personal especialista en género y diseñar un plan de formación y sensibilización en temas de géneros de acuerdos con las necesidades de cada socio local;
- 2.1.6 Asegurar la incorporación del enfoque de género en la implementación de todos los proyectos: a) garantizando la equidad entre hombres y mujeres en el acceso a recursos y beneficios del proyecto, y priorizando el acceso a recursos por partes de colectivos más discriminados; b) garantizando la plena participación de mujeres y hombres en los espacios de toma de decisiones de los proyectos, c) identificando las necesidades prácticas y estratégicas de las mujeres en el ámbito del proyecto y diseñando acciones para cubrirlas;
- 2.1.7 Promover acciones de sensibilización sobre aspectos de género relacionados con el proyecto dirigidas a la población local, incluyendo especialmente a hombres, líderes locales y organismos públicos;
- 2.1.8 Incluir la incorporación del enfoque de género como requisito para la contratación de evaluaciones externas;
- 2.1.9 Sistematizar las experiencias y las lecciones aprendidas sobre la incorporación del enfoque de género y compartirlas durante las jornadas para su réplica en otros países;
- 2.1.10 Armonizar todas las intervenciones con las Políticas, Normativas, Protocolos, Estrategias, Resoluciones, Marcos de Actuación y/o Leyes que al respecto sean aplicables en el Contexto Meta de implementación, teniendo siempre presentes las directrices supranacionales (Naciones Unidas, Unión Europea...) y las marcadas por la Cooperación Española. En este sentido, se tendrán en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en especial el ODS 5, así como las siguientes resoluciones del Consejo de Seguridad: Resolución 1325 (2000).

Resolución 1820 (2008).
Resolución 1888 (2009).
Resolución 1889 (2009).
Resolución 1960 (2010).
Resolución 2106 (2013).
Resolución 2122 (2013).
Resolución 2242 (2015).

OE.2.2 Implementar acciones específicas para promover la equidad de género y los derechos de mujeres y niñas y prevenir cualquier tipo de violencia de género.

Acciones:

2.2.1 Apoyar a las mujeres y a las niñas para que conozcan sus derechos y asegurar que se respeten sus derechos humanos, desde un enfoque de empoderamiento;

2.2.2. Promover el acceso de las mujeres a la titularidad de las tierras y otros recursos estratégicos y apoyar iniciativas que contribuyan al pleno ejercicio de los derechos económicos de las mujeres;



2.2.3 Promover la participación real de las mujeres en los espacios de toma de decisiones y en los cargos políticos, fortaleciendo el liderazgo activo y las capacidades de las mujeres que ocupan cargos de poder.

2.2.4 Promover el acceso a la salud de mujeres y niñas;

2.2.5 Prevenir el matrimonio infantil y promover la educación de las niñas;

2.2.6 Prevenir y condenar cualquier tipo de abuso y violencia de género, incluyendo la mutilación genital femenina;

2.2.7 Promover espacios de asociacionismo, redes e intercambio de experiencias entre mujeres, incluyendo intercambio de experiencias con mujeres de otros países;

2.2.8 Implementar actividades cuyo objetivo sea dar voz a las mujeres de los países donde PROMOCIÓN SOCIAL trabaja, promoviendo la creatividad, y fomentando el reconocimiento de las capacidades de las mujeres;

L3 Educación para la Ciudadanía Global, Sensibilización y Acción Social

OE 3.1 Asegurar una efectiva transversalización del enfoque de género en todas las intervenciones de educación para la ciudadanía global y sensibilización.

Acciones:

3.1.1 Formar a aquellas personas del equipo y tengan entre sus tareas la coordinación las actividades de sensibilización para que sean capaces de introducir el enfoque de género;

3.1.2 Incluir el enfoque de género en la selección de actividades propuestas y coordinadas por personas o entidades externas a la organización;

3.1.2 Visibilizar el papel de las mujeres como agentes de desarrollo y las desigualdades de género en las actividades implementadas por **Promoción Social**;

- 3.1.3 Introducir el género en todos los proyectos y acciones de sensibilización y educación para la ciudadanía global desde la formulación de sus objetivos hasta su evaluación;
- 3.1.4 Elaborar una “Lista de Comprobación” que asegure que todas las actividades planteadas incluyen un enfoque de Género en mensajes, portavoces, testimonios, protagonistas, participantes y el medio seleccionado (espacio y tiempo);
- 3.1.5 Apoyar las iniciativas de otros colectivos y el trabajo en red en materia de sensibilización sobre Igualdad de Género.

OE 3.2 Asegurar una efectiva transversalización del Enfoque de Género en todas las intervenciones de Acción Social.

Acciones:

- 3.2.1 Incorporar el Análisis de Género en la identificación de iniciativas de Acción Social;
- 3.2.2 Asegurar la Igualdad de Género en la selección de beneficiarios/as de proyectos de acción social;
- 3.2.3 Identificar y ejecutar proyectos destinados a fomentar la Igualdad de Género, los derechos y el empoderamiento de las mujeres.

APLICACIÓN

Para que la estrategia de Género pueda llevarse a la práctica con éxito, el personal responsable, tanto en Sede como en el terreno, está obligado a recalcar en sus interlocutores –tanto Titulares de Derechos, como Titulares de Responsabilidades y/u Obligaciones- la implementación de actividades orientadas POR y PARA la Equidad de Género.

Todos los Departamentos de **Promoción Social** son responsables de la aplicación y el seguimiento de la Estrategia de Género en sus ámbitos de trabajo respectivos. Cada interlocutor en materia de Género de la ONG compilará los resultados obtenidos en toda la Organización, vigilando el seguimiento del presupuesto, examinando el grado de aplicación de la Estrategia de Género y presentando anualmente un Informe sobre su aplicación. El seguimiento de la Igualdad de Género dentro de PROMOCIÓN SOCIAL está a cargo del Departamento de Personal y Recursos Humanos.



DIFUSIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN



El presente Plan Estratégico constituye el documento de referencia para la incorporación del enfoque de género en todas las intervenciones (Proyectos, Programas o Convenios) de **Promoción Social**. Del mismo se hará máxima difusión tanto internamente como externamente.

❶ Difusión

- Entrega del plan estratégico a todo el personal de **Promoción Social**;
- Incluir el plan estratégico entre los documentos que se entregan al personal que se incorpora en la organización;
- Traducir el plan estratégico a los idiomas de comunicación con los socios locales y entregar una copia a cada socio local;
- Incluir en el MOU con los socios locales los objetivos estratégicos (OE 2.1 y OE 2.3) y las acciones correspondientes;

La implementación del plan estratégico será revisada y actualizada al fin de su vigencia (5 años) y se podrá revisar objetivos estratégicos y acciones clave.

❷ Implementación

Ya que el plan estratégico de género afecta a todo el conjunto de la organización, todas las personas que componen **Promoción Social** – tanto en sede como en el terreno– serán responsables de su implementación, de acuerdo con las responsabilidades y tareas que desempeñan en la organización. Se incluirán las acciones correspondientes en los planes operativos anuales y en los manuales de procedimientos de la organización.



❸ Evaluación

Al final del periodo se evaluará la implementación de las acciones del Plan y el alcance de los objetivos estratégicos para cada línea de intervención. Se podrán realizar evaluaciones intermedias con la participación activa de todo el equipo.

El periodo de vigencia de este documento es de 5 años.