

Poniendo la Igualdad de Género en la Agenda de la Industria Pesquera

Resultados de una Encuesta Global
Septiembre 2018

Autoras

Natalia Briceño-Lagos

Marie Christine Monfort



La Organización Internacional por las Mujeres en la Industria Pesquera (WSI por sus siglas en inglés)

Los objetivos de WSI son destacar la contribución de las mujeres en la industria pesquera y crear conciencia sobre los problemas de género presentes en esta industria.

Sobre las autoras

Natalia Briceño-Lagos

Natalia Briceño Lagos es consultora para WSI. Es candidata a doctora de la École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS) en Francia. Forma parte del Equipo de Investigación sobre las Desigualdades Sociales del Centro Maurice Halbwachs en París. Desde 2011, ha estado estudiando los impactos sociales de la industria salmonera en la isla de Chiloé, en Chile. Su tesis doctoral es una investigación monográfica que se centra en cómo la vida laboral y la vida familiar logran ser articuladas por mujeres y hombres trabajadores de la industria de procesamiento de salmón. En el contexto de reiterados vaivenes económicos de la industria salmonera chilena, este terreno de investigación constituye una descripción única sobre cómo opera la modernización económica en este territorio, y, a su vez, cuenta con condiciones locales excepcionales para estudiar las familias, las mujeres y sus formas de lidiar con el empleo y los cambios laborales.

Marie Christine Monfort

Marie Christine Monfort (MSc en Economía NHH, Noruega) es analista de mercados internacionales pesqueros con una vasta experiencia en esta industria. En los últimos años, centró su atención en la dimensión social de las relaciones de género en su industria. Es autora del informe de la FAO "El rol de las mujeres en la industria de productos del mar" (2015). En 2016, cofundó la Organización Internacional de Mujeres en la Industria Pesquera (WSI), abierta a todos los actores que deseen participar en la modernización social de la industria a través de la promoción de la igualdad de género.

Este informe está disponible para Ud. gracias a los donantes
y simpatizantes de WSI



MIGROS



Los patrocinadores apoyan el trabajo de WSI en su esfuerzo por crear conciencia sobre cuestiones de género en la industria pesquera, pero no se responsabilizan por el contenido de este documento.

Tabla de contenidos

Prefacio	5
Resumen	6
Conceptos Claves.....	8
1. Las Mujeres en el Mundo Pesquero: una Intensa y Gran Contribución	10
1.1. Una industria mayoritariamente femenina	10
1.2. Una industria "dominada por hombres"	11
1.3. ¿Tiene un género la industria pesquera?	12
2. Poniendo el Género en la Agenda de la Industria Pesquera.....	13
2.1. La encuesta.....	13
2.2. Características de los encuestados:.....	16
3. La Industria Pesquera: una Realidad Desigual en un Clima de Diversidad	19
3.1. Diversidad de género, un hecho compartido por los actores del mundo pesquero.....	19
3.2. Desigualdad de género, una realidad extendida en la industria pesquera	19
4. Barreras para la Igualdad de Género	29
4.1. Falta de reconocimiento.....	29
4.2. Barreras para posicionar la igualdad de género como un problema existente.....	31
4.3. Obstáculos que reproducen un ambiente desigual para las mujeres	33
5. Iniciativas Positivas en el Camino Hacia la Igualdad de Género.....	40
5.1. Tomar consciencia: el primer paso para generar cambios	40
5.2. Iniciativas que derriban el mito de los oficios exclusivamente masculinos	42
5.3. Equilibrio Trabajo - Vida Personal.....	45
5.4. Estrategias para abrir más puertas a las mujeres	47
5.5. En nombre de la igualdad: lo que las compañías ya están haciendo por la igualdad de género.....	49
6. El Camino a Seguir: Impulsar Diálogos sobre la Igualdad de Género en la Industria Pesquera.....	57
6.1. Generar consciencia.....	58
6.2. Involucrar a los hombres en el camino hacia la igualdad de género.....	59
6.3. Estimular el diálogo sobre la igualdad de género en la industria pesquera	60
7. Fuentes	61
Próximamente en 2018.....	63

Prefacio

Estudios cuantitativos han mostrado que las mujeres en todo el mundo representan el 50% de todos los trabajadores del sector pesquero y que están constantemente sobrerrepresentadas en puestos poco calificados, mal pagados y de bajo valor, permaneciendo mayormente ausentes en el otro extremo de la cadena de valor. Resultados de investigaciones nos dicen también que las posiciones de alto poder están en gran medida ocupadas por hombres. La división de género del trabajo en esta industria está muy desequilibrada, lo cual es un problema crítico y un desafío importante para la industria.

Este problema ha ganado gradualmente visibilidad en los últimos dos años, aunque aún no ha encontrado el modo de convertirse en prioridad en la agenda de las empresas pesqueras y acuícolas. Sobre la base de esta observación, la Asociación Internacional de Mujeres en la Industria Pesquera (WSI) se fundó en 2016 para llevar la discusión de igualdad de género a los actores del mundo pesquero.

En la encuesta solicitamos a mujeres y hombres profesionales del mundo pesquero que expresen sus puntos de vista, hablen sobre sus experiencias desde un punto de vista de género, y nos cuenten si existen cambios posibles de ser llevados a cabo. El principal objetivo de esta encuesta es ayudar y apoyar a que estos cambios ocurran.

Recordemos que hace unos 20 años, investigaciones mostraron que los recursos marinos a nivel mundial se encontraban en un estado crítico. Los científicos marinos y algunas personas de la industria de la pesca advirtieron a las comunidades pesqueras sobre esta situación alarmante, sin embargo, la mayoría de los actores prefirieron hacer oídos sordos. Hoy, ignorar la sostenibilidad ambiental ya no es una opción para los actores responsables.

Al igual que sucedió con los problemas ambientales en la última década, creemos que la superación de las desigualdades de género ocupará pronto un capítulo completo en los informes de responsabilidad social empresarial realizados por quienes operan en este negocio, y que estos serán tomados en cuenta por las asociaciones profesionales del sector. También creemos que esto ya no continuará siendo ignorado.

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a los 700 encuestados que se tomaron el tiempo para responder al cuestionario y nos permitieron conocer sus experiencias mediante comentarios detallados, observaciones precisas y comentarios alentadores. Esperamos que este informe nos ayude a todas y todos a continuar con el trabajo necesario para que la industria pesquera sea un lugar inclusivo y equitativo para ambos géneros.

Marie Christine Monfort
Cofundadora y presidenta WSI

Resumen

Durante el otoño del 2017, 700 profesionales del mundo pesquero compartieron su percepción sobre la situación de las mujeres en sus lugares de trabajo y en la industria en general. Sus respuestas precisas y comentarios esclarecedores fueron analizados para producir este informe exploratorio que busca aportar nuevos conocimientos, alimentar el debate sobre la igualdad de género e identificar nuevas vías para abordar el desafío.

Globalmente, una industria sin equidad de género

Uno de dos trabajadores de la industria pesquera (56%) percibe esta industria como no igualmente atractiva y equitativa para ambos sexos. El porcentaje de mujeres que declaran percibir una situación de desigualdad alcanza un 61%, siendo este mucho mayor al declarado por los hombres, el cual alcanza un 38%. De acuerdo a los sectores de actividad, esta percepción de desigualdad llega a un 50% entre las ONGs, elevándose a un 64% entre las pesqueras. Las diferencias por continente son más amplias, con una diferencia de 24 puntos entre América del Sur (64%) y Escandinavia (40%), siendo esta última la única región donde se percibe menos desigualdad, es decir donde las opiniones positivas superan a las negativas.

Los resultados de nuestra encuesta evidencian fenómenos tales como discriminación laboral basada en el género, desfavorables condiciones de trabajo, fuertes prejuicios y oportunidades desiguales para las mujeres. Estas barreras no operan por separado la una de la otra. Más bien se estimulan entre sí, creando un círculo vicioso que configura relaciones de género desiguales que caracterizan las interacciones entre los profesionales de la industria. Así, tal como lo informó la mayoría de los encuestados, estos obstáculos hacen que esta industria sea poco atractiva para las mujeres, principalmente para aquellas que se desempeñan en puestos de responsabilidad y que pueden elegir entre diferentes entornos profesionales para desarrollar sus carreras.

Queda aún mucho por hacer ...

Este panorama del 2018 sobre igualdad de género en la industria pesquera es a la vez sombrío y prometedor. Las respuestas a nuestra encuesta confirman lo que se ha evidenciado ya en otras instancias: ninguna actividad está libre de discriminaciones de género, estereotipos y desequilibrios en las oportunidades de trabajo. La desigualdad de género es generalizada y aún no se encuentra en la agenda de la gran mayoría de los líderes de esta industria, lo que ofrecería per se una oportunidad para avanzar.

... y estamos en el contexto correcto para empezar

La desigualdad de género es un fenómeno injusto. Sin embargo, es algo que no podrá resistirse a la aplicación de leyes progresistas, ni a programas dedicados a la promoción de las mujeres llevados a cabo tanto en el sector público como privado, y a un proceso de evolución de las mentalidades de los líderes en la industria pesquera. Bajo la presión combinada de los llamados al progreso por parte de las instituciones intergubernamentales, peticiones legítimas por parte de un número creciente de mujeres, la presión de ONGs dedicadas al tema y, por último pero no menos importante, la influencia positiva de empresas responsables y sensibles a la problemática del género, esta industria ya no puede ignorar este problema.

Basándonos en las respuestas recibidas, este estudio identificó tres pasos que podrían funcionar de manera eficiente para romper el círculo vicioso de la desigualdad de género en la industria pesquera: generar conciencia en los actores sobre lo que está en juego; involucrar a los hombres en esta conversación progresista; y crear oportunidades para que el diálogo sobre la igualdad de género se genere entre los actores. Los lectores de este informe pueden considerar la implementación de acciones específicas para abordar el problema en su institución, empresa o asociación.

- Ya que los cambios no ocurren por accidente, y como no existen soluciones mágicas, **hacer que este problema surja con el fin de crear conciencia** es un paso indispensable para estimular la conciencia sobre los problemas de género. Esto puede tomar múltiples formas. Y, a este respecto, los medios de comunicación, los organizadores de eventos y otras partes interesadas influyentes en el negocio pueden contribuir poniendo su granito de arena.
- Como **actualmente los hombres se encuentran en una mejor posición para influir** en el entorno empresarial, es esencial que participen de esta conversación. Curiosamente, cuando hablamos de este tema con ejecutivos hombres, notamos una clara diferencia en su reacción, dependiendo de su situación personal. Por ejemplo, si tienen familiares cercanos en la industria, como una hija, es más probable que estén abiertos a la discusión. Pero el tema necesita definitivamente ir más allá de la esfera personal. Ya sean padres o no, los líderes masculinos deben comprender los beneficios de cambiar el paradigma. El desafío de la igualdad de género no debe verse como un problema propio de las mujeres sino como un problema de género donde se juegan relaciones equilibradas entre los dos géneros.
- **La desigualdad no es una maldición irremediable:** para generar cambios, se deben estimular los diálogos sobre igualdad de género en la industria pesquera para así crear conciencia, traer información, compartir buenas prácticas y estimular iniciativas progresivas. Todas las partes interesadas, incluidas las organizaciones internacionales, las instituciones nacionales, las empresas privadas, las asociaciones profesionales, los sindicatos y las ONGs, deben estar presentes y abordar el problema de la igualdad de género de forma pragmática y constructiva. A través de la realización de estas iniciativas de gran escala, se podrán construir puentes con industrias más avanzadas.

Conceptos Claves

GÉNERO

Concepto relacional que refiere a una construcción social basada en la relación entre mujeres y hombres. Por lo tanto, el género se expresa en comportamientos, roles, estatus social y derechos (legales y reales) de mujeres y hombres como algo organizado y justificado por la sociedad sobre la base de las diferencias biológicas entre los sexos. Esta arbitrariedad es a menudo desfavorable para las mujeres y produce discriminaciones y desigualdades basadas en el género. Se trata igualmente de una herramienta para analizar la división sexual de la sociedad y para identificar los factores que influyen, a menudo de manera diferente, en las condiciones de acceso de las mujeres y los hombres a diferentes tipos de recursos (ingresos, empleo, espacio público, gobierno, etc.) en un contexto determinado.

IGUALDAD DE GÉNERO EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Este concepto se refiere a las situaciones en las que hombres y mujeres gozan de los mismos derechos y oportunidades en el entorno laboral. La igualdad de género contempla tener derechos y responsabilidades que no se definen por el sexo de una persona.

EQUITATIVO

Se trata de un principio que asegura el mismo trato, oportunidades y avances para todas las personas a través de la eliminación de barreras. Hacer frente a los problemas de equidad requiere conciencia de la discriminación y la comprensión de sus causas.

DIVERSIDAD

El concepto de diversidad en el ámbito profesional se refiere a la integración de personas mediante procesos de contratación positivos que buscan evitar un riesgo de sesgo de discriminación basada en el origen, la orientación sexual, el género o la discapacidad.

DIVERSIDAD DE GÉNERO

También se habla de diversidad de género en sectores predominantemente masculinos o femeninos. Con iguales proporciones de hombres y mujeres, se puede decir que la industria pesquera es diversa en cuanto al género.

INCLUSIÓN

La inclusión es lograr que la diversidad funcione bien en conjunto. La inclusión es cuando las personas que tienen características diferentes reciben el mismo trato. Crear un entorno inclusivo en cuanto al género es un desafío considerable para la mayoría de las empresas de la industria pesquera.

PATRIARCADO

Sistema social donde los hombres tienen poder sobre las mujeres. Este tipo generalizado de organización social contempla una dominación tácita de los hombres en todas las esferas culturales, sociales y económicas de la sociedad.

SEXO

Se refiere a las diferencias biológicas entre hombres y mujeres

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Ideas fuertemente arraigadas sobre los atributos y capacidades de hombres y mujeres, generalmente acompañadas de varias suposiciones preconcebidas.

SOSTENIBILIDAD

probablemente el concepto más citado por los actores del mundo de la pesca. Es usualmente entendido como “sostenibilidad ambiental” ya que aboga por una gestión cuidadosa de los recursos marinos. Esto va en la línea de lo establecido por Naciones Unidas en el ODS 14. Sin embargo, el desarrollo sostenible incluye tres dominios interconectados: el medio ambiente, lo económico y lo social.

El pilar social de la sostenibilidad, el cual ha recibido menos atención que el ambiental y el económico, contempla la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres (ODS 5 de la ONU).

1. Las Mujeres en el Mundo Pesquero¹: una Intensa y Gran Contribución

1.1. Una industria mayoritariamente femenina

A nivel mundial, se estima que el sector de la pesca y la acuicultura proporciona empleo directo e ingresos a 200 millones de personas [Banco Mundial 2012]. Si consideramos toda la industria y todos los trabajadores a lo largo de la cadena de valor de esta, las cifras globales desagregadas confirman que uno de cada dos trabajadores pesqueros es mujer [Banco Mundial, 2012]. Si se examina esta distribución a través de los distintos segmentos de la cadena de valor, se encontrarán situaciones muy diversas.

En 2012, las mujeres representaban más del 15 % de todos los trabajadores ocupados directamente en el sector primario de la pesca, y un porcentaje superior al 20 % en la pesca en aguas continentales [FAO 2014]. Estas cifras probablemente no incluyen a las mujeres ocupadas en la recolección de moluscos, crustáceos, peces pequeños, algas en la zona intermareal, en aguas poco profundas y en arrecifes. Su número, actividad y esfuerzo pesquero siguen siendo ignorados en gran medida. Las mujeres predominan en la industria de procesamiento, la cual necesita de abundante mano de obra, y representan entre el 85% y el 90% de la fuerza laboral mundial [Banco Mundial 2010, FAO 2012]. La tasa de participación femenina varía según el país, alcanzando por ejemplo un 56% en Europa [CCTEP 2012] y un 90% en la industria de procesamiento camaronera en la India [Dhanya 2013].

Las mujeres también desempeñan un papel crucial en la acuicultura, ya que representan alrededor del 70% del total del trabajo acuícola en todo el mundo. La tasa oscila entre el 17% en la cría de truchas y salmones en Noruega [Statistics Norway 2016], el 20% en Europa y África, el 30% en la cría de salmones en Chile, el 50% en Zambia y el 72% en Asia [FAO 2014].

Las mujeres se encuentran presentes en todas estas áreas pero están "ausentes de los procesos de toma de decisiones" [Monfort 2015]. Harper califica de "mínima" la participación de las mujeres en la toma de decisiones en la pesca en cuatro de cinco países estudiados (Perú, México, Sudáfrica y Vietnam) [Harper et A. 2017]. Baelde llegó a la misma conclusión para Francia en 2017 [Baelde 2017]. Describiendo la situación de la acuicultura, Williams y Brugere explican: *En la acuicultura de escala media e industrial, las mujeres se encuentran en el extremo inferior de la escala salarial o no son remuneradas. A medida que se intensifica la producción, disminuye el compromiso de las mujeres. Rara vez se convierten en gerentes.* [Williams, Brugere 2017].

¹ En la versión en español de este informe, el término general "seafood" ha sido traducido como "pesquero/a" o "de la pesca".

1.2. Una industria "dominada por hombres"

La industria pesquera frecuentemente descrita por sus propios actores como "dominada por hombres", muestra como la construcción jerárquica de las organizaciones se encuentra basada en el género, con una fuerte mayoría de las posiciones de toma de decisiones ocupadas por hombres. En otras palabras, una industria dominada por hombres significa que está dirigida principalmente por hombres. Según el cálculo de WSI basado en sitios web corporativos y en el banco de datos de Bloomberger, más de la mitad (54%) de las 67 compañías principales de pescados y mariscos están dirigidas exclusivamente por hombres, sin ninguna mujer como directora o miembro de la junta directiva. En la misma muestra los hombres ocupan el 90% de todos los cargos directivos [WSI 2017]. Que una mujer ocupe un puesto como Directora General es un hecho muy raro. En 2015, solo una de las 100 compañías pesqueras más grandes del mundo estaba dirigida por una directora general [WSI 2016].

En las conferencias internacionales, donde se ofrece a los profesionales del mundo pesquero la oportunidad de acreditar sus experiencias, la proporción de hombres y mujeres que realizan presentaciones es muy desbalanceada. En los últimos 12 meses, de acuerdo a las 20 conferencias analizadas para el informe de WSI, sólo el 20% de un total de 820 exponentes eran mujeres [WSI 2018].

Cuando en 2015 Intrafish International Seafoodwebzine empezó a reunir una colección especial de entrevistas a mujeres, fue claramente en un esfuerzo por centrar la atención en profesionales cualificadas desconocidas a nivel directivo. Del mismo modo, a finales del 2017, thefishsite.com comenzó a entrevistar a mujeres en acuicultura. En ambos casos se les hicieron estas preguntas a las mujeres: *¿Has enfrentado algún reto en particular como mujer en acuicultura?* [Thefishsite.com 2018] o *Si hubiera algo que pudieras cambiar para hacer de la industria un lugar mejor para las trabajadoras, ¿qué sería? ¿Cuál fue el consejo más tonto que un hombre de esta industria te haya dado?* [Intrafish 2015]. Es interesante observar que a un hombre nunca se le ha preguntado cómo es para un hombre trabajar en el ambiente del rubro pesquero. Impulsadas por dos medios de comunicación especializados, estas iniciativas corroboran implícitamente que no sólo las mujeres han permanecido invisibles, sino que se enfrentan y soportan situaciones diferentes a las de los hombres. A nivel mundial, cuando la FAO -una agencia especializada de las Naciones Unidas- hizo un llamado a "potenciar el rol de la mujer y distribuir beneficios a lo largo de la cadena de valor de la acuicultura" [FAO 2018], la organización confirma explícitamente que la realidad de la distribución de beneficios es desigual en función del género.

Sin duda, hombres y mujeres ocupan roles distintos a lo largo de la cadena de valor del rubro pesquero, por lo que se les presentan además diferentes oportunidades. Independientemente de la ubicación o el nivel de desarrollo de la industria o del país, la distribución de roles, poder y ganancias entre los dos sexos es dramáticamente desigual.

1.3. ¿Tiene un género la industria pesquera?

Los directores generales, pescadores y miembros de la juntas directivas son en su mayoría hombres, pero existen excepciones. Los operarios en las plantas de procesamiento, en oficios tales como peladores de gambas, corresponden a mujeres en su gran mayoría. Es pertinente por lo tanto preguntarse, ¿por qué las posiciones de la parte superior de la jerarquía en todos los sectores de actividad (pesca, piscicultura, gestión de pesqueras, investigación, ONGs) están siendo ocupadas por hombres? ¿Significa que estos trabajos requieren capacidades "naturales" que el otro sexo no tiene, o es el resultado de una construcción social forjada en ciertos contextos culturales?

La industria pesquera, que se caracteriza por una alta presencia de mujeres, muestra una fuerte división vertical del trabajo basada en el género: la mayoría de las mujeres ocupan empleos de bajos ingresos, mientras que los hombres se ubican en los puestos de mayor valoración y responsabilidad. La encuesta de WSI pretende cuestionar a los profesionales del mundo pesquero sobre cómo perciben esta tendencia, la cual resulta ser universal.



Where Are Women in the Seafood Industry?



2. Poniendo el Género en la Agenda de la Industria Pesquera

2.1. La encuesta

¿Por qué esta encuesta?

Estudios antropológicos y sociológicos realizados alrededor del mundo han evidenciado el nivel de complejidad de las relaciones de género en las industrias relacionadas con los productos del mar; la distribución polifacética de los roles, el poder, el acceso a los recursos y los beneficios entre hombres y mujeres. Las monografías existentes que describen toda la cadena de valor de los productos del mar han arrojado luz sobre los desequilibrios, las discriminaciones y las desigualdades basadas en el sexo. Lamentablemente, este corpus académico de conocimientos es rara vez socializado con los responsables políticos y mucho menos con los líderes empresariales. Esto llevó a la FAO a encargar un estudio sobre "el rol de la mujer en la industria pesquera" para compartirlo con los actores del mundo empresarial.

Uno de los principales resultados de este estudio fue que a nivel mundial los datos cuantitativos y cualitativos sobre la participación de las mujeres son escasos, que la comprensión de los roles de distribución por sexo es incompleta y que la calidad de los datos no está vinculada al nivel de desarrollo económico de un país. "Países en vías de desarrollo como Senegal y la India ofrecen informaciones completas porque estos países han recibido la atención de organismos de ayuda al desarrollo sensibles a las cuestiones de género. En contraste, la participación de las mujeres en la industria todavía está mal documentada e investigada en la mayoría de los países desarrollados" [Monfort 2015].

Para continuar con este esfuerzo, la encuesta "Poniendo el género en la agenda de la Industria Pesquera" fue diseñada por WSI para interrogar a los participantes profesionales, tanto hombres como mujeres, de pequeñas y grandes empresas de todo el mundo, y recoger sus percepciones sobre la (des)igualdad de género, las relaciones de género en la industria, su comprensión de las barreras específicas a las que pueden enfrentarse las mujeres y las iniciativas positivas que se han desarrollado o que se podrían desarrollar para fomentar la igualdad de género.

Esperamos que este estudio de carácter exploratorio contribuya a enmendar en parte la falta de conocimientos en este campo, que estimule el debate y abra vías para nuevas investigaciones.

Metodología

La encuesta fue creada durante la Exposición de Pesca de Islandia en septiembre del 2017, donde fueron respondidos 30 cuestionarios cara a cara gracias a Carmen González García, Sofía Lorenzo y Mariana Toussaint de la Universidad de Vigo, España. Lo que se pretendía que fuera una herramienta pedagógica de alcance limitado recibió una muy buena respuesta por parte de los primeros encuestados y se convirtió más tarde en una encuesta global. Siguiendo esta rica pero aún incipiente experiencia y con el fin de continuar explorando esta pregunta, WSI lanzó una encuesta en línea que permaneció abierta entre octubre y diciembre del 2017. El cuestionario se tradujo posteriormente al español y al francés, y fue difundido a través de la red de WSI con el apoyo de revistas web internacionales: Noticias de fondo, Intrafish, Aqua Chile, World Pesca, Seafood Source, Industrias Pesqueras, FIS, Alaska Fish Radio, The Fish Site, Skipsrevyen y Kyst.no.

A todos los encuestados se les aseguró el anonimato en su participación.

Dado que el cuestionario fue difundido a través de Internet y se publicitó tanto en el mundo de la pesca como en las redes sociales como twitter, es muy probable que éste haya alcanzado el público que tiene acceso a dispositivos electrónicos. Por lo mismo, llegar a los grupos operarios, o incluso a aquellos que participan en actividades como la acuicultura familiar y la pesca a pequeña escala, resultó muy difícil. Es por esto que pensamos que la mayoría de los encuestados se desempeñan en trabajos de oficina.

El objetivo de esta investigación es contribuir al conocimiento y ofrecer una comprensión básica del tema. Sus objetivos son tres:

- Recoger las percepciones de los profesionales del rubro pesquero sobre la división del trabajo en función del género en la industria;
- Detectar barreras para la igualdad de género;
- Identificar una gama de buenas prácticas que apoyen la igualdad de género y ayudar a los líderes a generar cambios para promover más inclusión de género en la industria.

La encuesta contemplaba tres dimensiones principales. Al principio los encuestados fueron invitados a describir el sector de la industria en el que se desempeñan, el tamaño de su organización, el departamento y la posición que ocupa. En una segunda parte, los encuestados comparten sus puntos de vista sobre cómo su industria considera las mujeres y las cuestiones de género. Por último, la tercera parte se centra en la empresa del encuestado y en cómo ésta aborda o no la igualdad de género.

Se consideró importante no sólo recoger las voces de las mujeres, sino también las opiniones de los hombres ya que ellos también son parte de la industria pesquera. Esta elección metodológica puede parecer obvia, sin embargo, creemos que es importante subrayarla porque otros esfuerzos por recopilar datos sobre este tema han sido dirigidos sólo a mujeres. Esto significa que sólo la mitad de las preocupaciones fueron tomadas en cuenta.

Además, como los hombres ocupan mayoritariamente puestos de toma de decisiones, ellos son igualmente claves en el proceso de cambio. Sin embargo, conseguir su atención no fue fácil. Después de dos meses y un bajo porcentaje de encuestados varones, WSI dirigió la difusión del cuestionario específicamente entre los hombres. Al final, se obtuvieron 203 respuestas de hombres, es decir, un 29%.

¿Por qué una encuesta global?

Nos sorprende la similitud de experiencias en las historias de mujeres pescadoras de países tan diferentes como Senegal, Palestina, India, Canadá, Francia y Australia. En todos los casos, aunque diferentes en muchos aspectos, estas mujeres tuvieron que luchar contra la discriminación de género, romper con los estereotipos y luchar para imponer su presencia [WSI WATCH 2017].

Las investigaciones han demostrado que "las diferencias salariales, la precariedad, el desempleo femenino, la segregación de la ocupación y la división sexual del trabajo adoptan formas diferentes según los países, pero se encuentran en todas partes. De hecho, existe un cierto número de núcleos duros de discriminación en todas las latitudes, aunque en formas muy diversas." [Maruani 2014]

En otras palabras, los estudios académicos, incluidos los relacionados con la pesca y la acuicultura, nos enseñan que los patrones en las jerarquías y los valores patriarcales son muy similares alrededor del mundo entero.

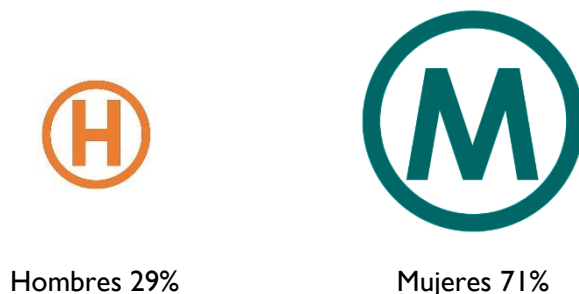
Límites del ejercicio

Al igual que con cualquier dispositivo de recolección de información, la metodología y las herramientas de investigación elegidas para llevar a cabo este estudio tienen necesariamente sus límites. Las encuestas sólo pueden recoger información "proporcionada sólo en respuesta a las preguntas inicialmente previstas [...] Las elecciones hechas durante la redacción del cuestionario determinan así qué aspectos de los objetivos del estudio serán analizados, así como la manera en que serán esclarecidos. Estas elecciones, por lo tanto, inducen la naturaleza de los resultados obtenidos" [Parizot, 2010].

La igualdad de género es un concepto muy complejo y globalmente la industria pesquera contiene una gama infinita de ocupaciones. Las áreas profesionales cubiertas por esta encuesta son vastas, diversas, donde las actividades son numerosas y las especificidades regionales abundan. A pesar de lo arriesgado que resulta el desafío de abordar esta cuestión multifacética en un entorno tan heterogéneo, el gran número de respuestas al cuestionario nos permite considerar que procesar esta encuesta resulta pertinente. El método cuantitativo permite objetivar las respuestas y - después de asegurar algunas condiciones - permite realizar comparaciones con los resultados de otros estudios. Esto permite dar más peso a las conclusiones de la encuesta de WSI (alta diversidad de género y gran desigualdad, falta de conciencia, barreras específicas tal como una cultura misógina) y sugerir nuevas formas de avanzar hacia una mayor inclusión de género.

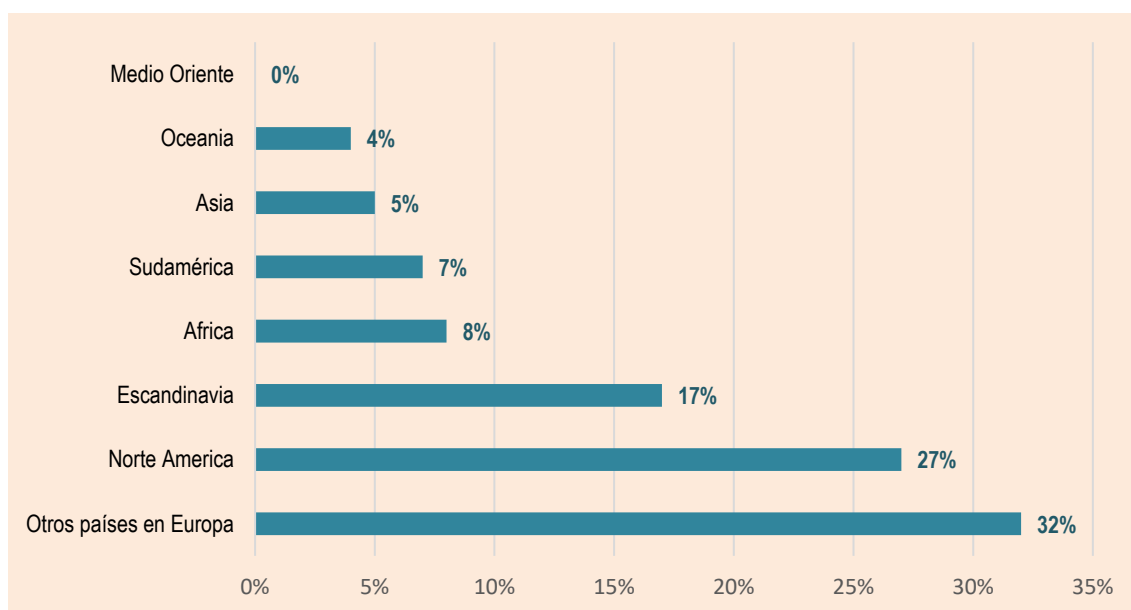
2.2. Características de los encuestados:

De un total de 695 respuestas recibidas, un 71% corresponden a mujeres y un 29% a hombres.



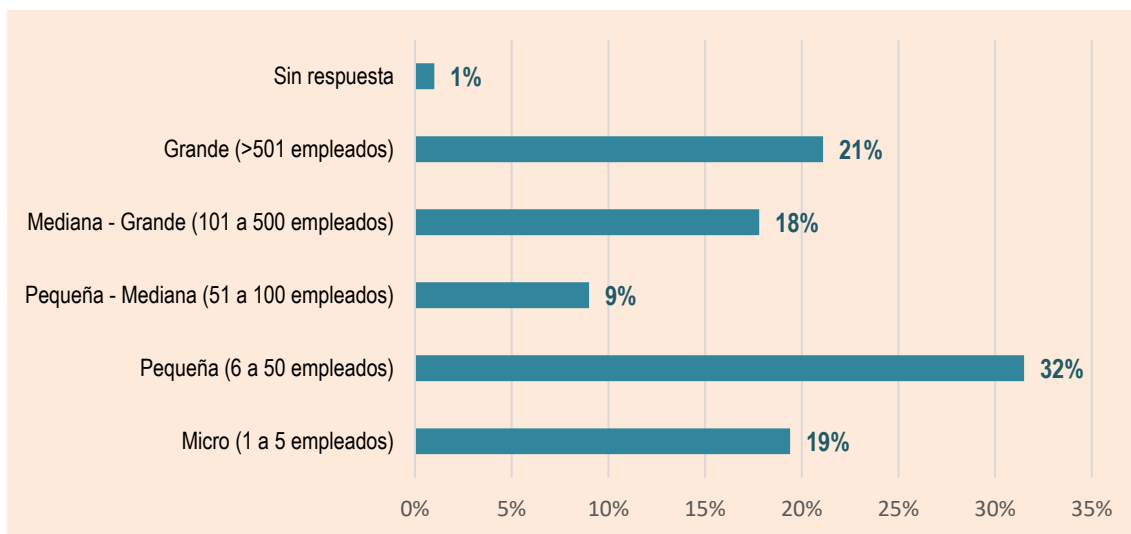
Se obtuvieron respuestas de todos los continentes, sin embargo, casi el 50% de éstas provienen de Europa. Esta distribución de las respuestas podría explicarse por la red de contactos de WSI donde la encuesta fue mayoritariamente difundida.

Fig.1 Ubicación geográfica de la compañía



Se obtuvieron respuestas de profesionales de organizaciones de distintos tamaños, siendo las pequeñas empresas mayormente representadas con un total de 219 respuestas, seguido por las grandes empresas con 147 respuestas. No obstante, la cantidad de respuestas correspondientes a microempresas es bastante baja si se considera la prominencia de este tipo de organizaciones en los sectores de pesca y acuicultura.

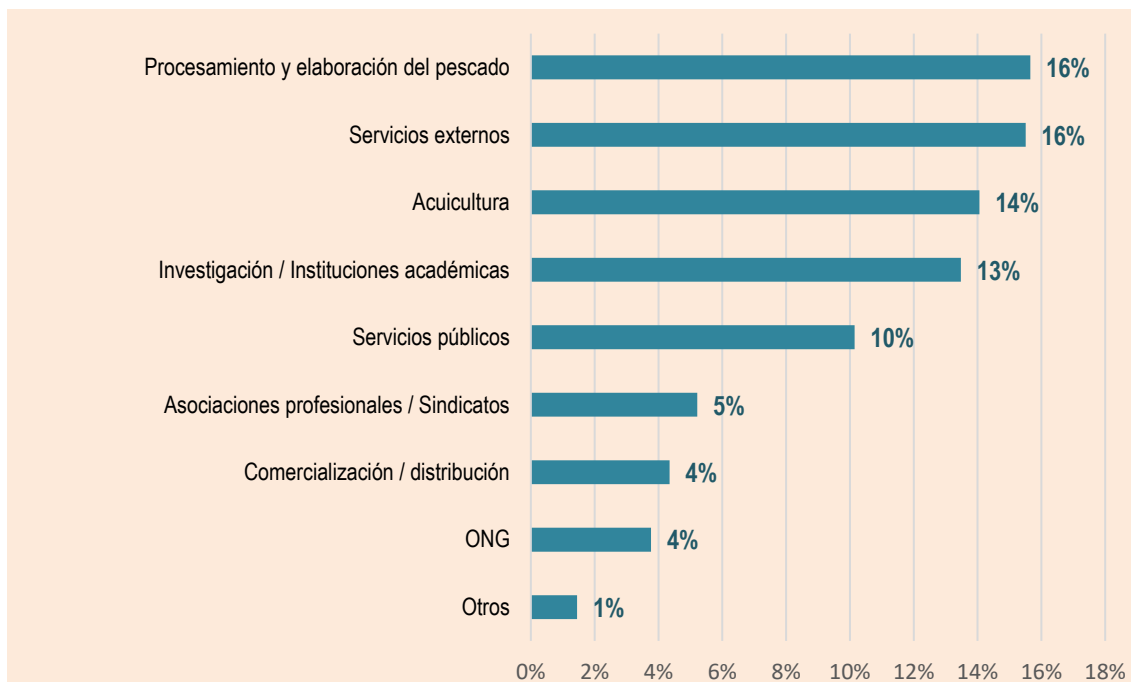
Fig.2 Tamaño de las compañías



La industria pesquera incluye una amplia gama de sectores de actividad y negocios, desde productores de pescado, moluscos, crustáceos y algas marinas, hasta industrias de procesamiento, organizaciones profesionales, administración pública y ONGs.

El 50% de los encuestados se desempeña en actividades que agregan valor físico al producto (pesca, acuicultura, industria de procesamiento, comercialización / distribución), mientras que la otra mitad lo hace en áreas administrativas (gestión de recursos, formulación de políticas, fomento, etc.) de empresas en los sectores públicos o privados..

Fig.3 % de encuestados por tipo de actividad en la industria



NOTA AL LECTOR

A lo largo de este informe, algunos datos cualitativos fueron utilizados para complementar nuestros resultados cuantitativos. Los encuestados tuvieron el espacio de poder expresar abierta y anónimamente sus percepciones, opiniones o conocimiento sobre la temática del género en su entorno profesional. Esta iniciativa era de carácter voluntaria ya que agregar este tipo de comentarios no era un requisito para validar la encuesta.

Los lectores de este informe encontrarán comentarios de nuestros encuestados presentados en cursiva seguidos por el sexo, el sector de actividad donde se desempeñan y la ubicación geográfica de su compañía (la cual puede corresponder o no al mismo lugar de origen del encuestado). Resaltar la ubicación geográfica ilustra no solo la gran variedad de respuestas que fueron obtenidas, sino también la variedad de percepciones sobre este tema y las diversas realidades sociales.

Teniendo en cuenta que el género es una construcción social que puede variar según los países, las opiniones sobre este tema en particular estarán influenciadas por los contextos económicos, sociales y culturales de quienes las emiten. En otras palabras, no todos los países se encuentran en la misma etapa en el camino hacia la igualdad de género. Por eso y para una comprensión más precisa, no podemos aislar los comentarios presentados aquí de su contexto cultural o nacional. Por ejemplo, los comentarios provenientes de Noruega, líder mundial en igualdad de género, no pueden ser comparados con aquellos emitidos desde Chile, donde las cuestiones de género son abordadas en menor medida. Para entender mejor esas diferencias entre países, el siguiente cuadro muestra el Índice de Desigualdad de Género elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, para una lista de países donde la presencia de la industria pesquera es importante.

Ranking IDH	País	Índice Desigualdad de Género	Población con al menos alguna educación secundaria		Tasa de participación de la fuerza laboral	
			Femenina	Masculina	Femenina	Masculina
		2015	2005–2015	2005–2015	2015	2015
1	Noruega	0.053	96.1	94.6	61.2	68.5
10	Estados Unidos	0.203	95.4	95.1	56.0	68.4
21	Francia	0.102	79.7	85.5	50.7	60.1
38	Chile	0.322	76.1	76.9	50.7	74.6
90	China	0.164	69.8	79.4	63.6	77.9
119	Sudafrica	0.394	73.7	76.2	46.2	60.2
131	India	0.530	35.3	61.4	26.8	79.1
162	Senegal	0.521	10.2	19.2	45.0	70.2

Fuente: <http://hdr.undp.org/en/composite/GII>

El Índice de Desigualdad de Género (GII por sus siglas en inglés) es un coeficiente del Índice de Desarrollo Humano (IDH) calculado por separado para mujeres y hombres utilizando la misma metodología que en el IDH. Es una medida directa de la brecha de género que muestra el IDH femenino como un porcentaje del IDH masculino. El GII es un índice de desigualdad. Este muestra la pérdida de potencial de desarrollo humano causado por la disparidad entre los logros de mujeres y hombres en dos áreas, empoderamiento y estatus económico, y refleja la posición de un país relativa a los ideales para las áreas claves de la salud de la mujer. En general, el GII refleja cómo las mujeres se encuentran en desventaja en estas áreas.

3. La Industria Pesquera: una Realidad Desigual en un Clima de Diversidad

3.1. Diversidad de género, un hecho compartido por los actores del mundo pesquero

Casi el 40% de los encuestados cree que las mujeres representan más de la mitad de la fuerza laboral en sus compañías. Como fue mencionado más arriba, a nivel mundial la industria se caracteriza por una diversidad de género, donde uno de cada dos trabajadores es mujer. Un 62.4% estima que las mujeres constituyen entre un 25% y un 80% de la fuerza laboral en sus lugares de trabajo. Tal como se ha evocado, es un hecho bien conocido el que las mujeres están presentes de manera importante en toda la cadena de valor del negocio de productos del mar.

Fig 4. ¿Cuál diría Ud. que es el % de mujeres empleadas en su compañía?

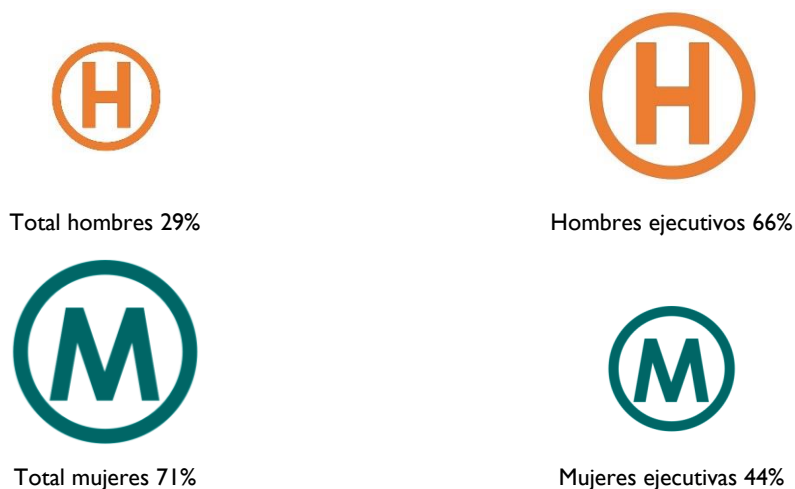
Cantidad de mujeres	%
<25%	26%
25% a 50%	36%
50% a 80%	26%
>80%	8%
No lo sé	3%
No Responde	1%

3.2. Desigualdad de género, una realidad extendida en la industria pesquera

Del total de encuestados, un 50% declaró que cumplía funciones desde una posición ejecutiva². De todas las mujeres encuestadas, un 44% tiene un puesto ejecutivo mientras que el 66% de los hombres ocupan esta posición. Los hombres se encuentran más a menudo en posiciones de poder en comparación con sus contrapartes femeninas.

² La encuesta no incluyó una definición precisa de "ejecutivo", por lo que cada encuestado evaluó su propia posición y nivel de poder en su compañía.

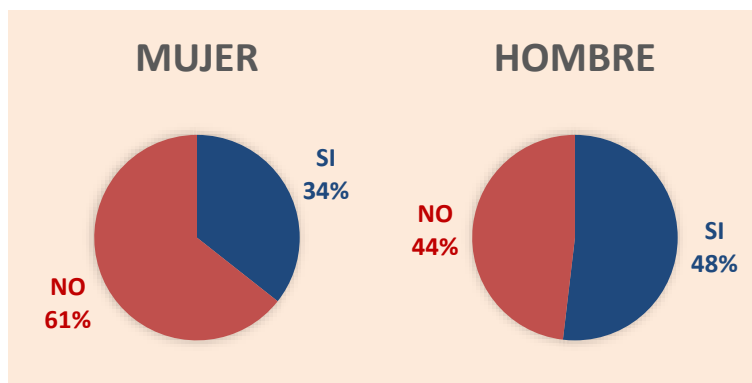
Fig 5. % de encuestados ejerciendo una posición ejecutiva



Una industria que no es igualmente atractiva y ni equitativa para ambos sexos

Más de la mitad de los encuestados (56%) cree que la industria no es igualmente atractiva y equitativa para ambos sexos. Sin embargo, el 38% considera que la industria si es igualmente atractiva y equitativa para hombres y mujeres. Un marginal 6% declare no saber cómo calificar la realidad de la industria en esta material.

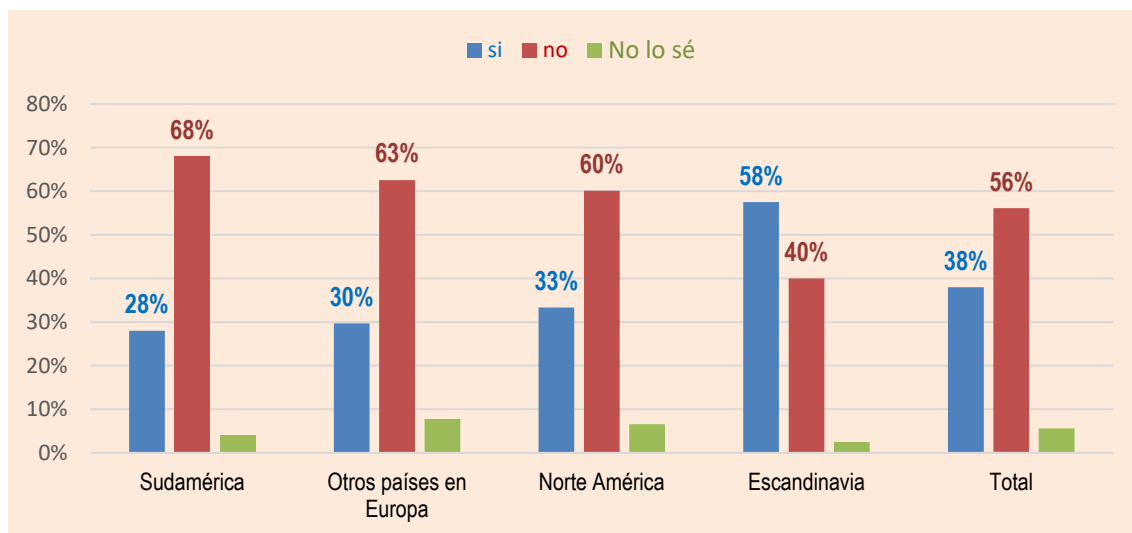
Fig 6. ¿Es la industria pesquera igualmente atractiva y equitativa? Según sexo



Escandinavia es la región donde los profesionales tienen la mayor percepción de igualdad y equidad de género, algo totalmente coherente con el ranking del Índice de Desigualdad de Género (cf. página 18) que ubica a Dinamarca, Islandia y Noruega en la cima de los países más avanzados en materia de igualdad de género. Esta situación contrasta con la percepción en el resto de Europa y América del norte. Las respuestas de Asia y Oceanía fueron bastante positivas, pero el bajo número de casos de estos continentes no permite poder sacar conclusiones. Lo mismo sucede para el caso de Medio Oriente donde la falta de un número más elevado de respuestas impide realizar una interpretación seria.

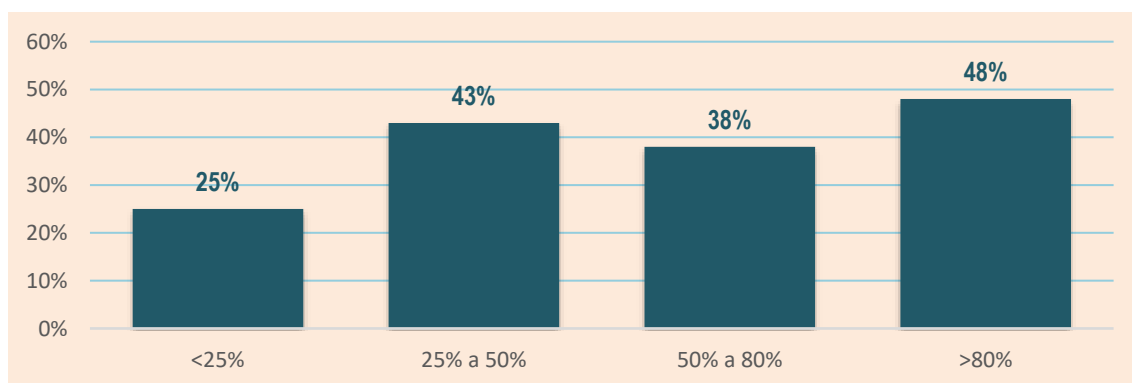
Podemos decir más sobre los países desarrollados. Primero, que estas son áreas culturales con relativamente pocos estudios sobre el tema que nos concierne; en segundo lugar, que las diferencias entre regiones son claras. Por ejemplo, Escandinavia ocupa una posición particular contando con percepciones positivas más altas que las negativas, mientras que las opiniones de otros países europeos y de América del Norte no son tan positivas.

Fig 7. ¿Diría Ud. que su industria es igualmente atractiva y equitativa para mujeres y hombres?



Si observamos estas percepciones de tendencias opuestas según el tamaño de las compañías, el cruce de variables muestra que la tendencia se repite, lo que confirma que la percepción de desigualdad en este negocio es generalizada.

Fig 8. “Los temas de género son una cuestión abordada en su compañía” según el % de mujeres no ejecutivas



Este interesante resultado muestra que el nivel de intensidad del debate sobre el género no sería directamente proporcional a un porcentaje cada vez mayor de mujeres en una compañía. El tema sería más abordado en los casos donde existe más diversidad de género en el ambiente laboral. En sectores de actividad manejados mayoritariamente por hombres, tal como la pesca, las cuestiones de género no son realmente un tema (solo en un 25% de las empresas).

Por el contrario, en las empresas donde las mujeres representan entre el 25% y el 50% o incluso más de la fuerza laboral total, este tema es abordado en un 40% a 50% de las empresas. Por lo tanto, podríamos decir que se habla de los temas de género cuando existe diversidad de género: cuanto mayor sea la diversidad de género, mayores serán las oportunidades para debatir sobre este tema.

% de mujeres en la compañía	% de mujeres	
	No ejecutivas	Ejecutivas
<25%	25%	64%
25% a 50%	37%	18%
50% a 80%	26%	9%
>80%	8%	5%
No lo sé	4%	4%

La figura 10 indica que la intensidad del debate sobre la igualdad de género no se encuentra realmente relacionada al número de mujeres ejecutivas dentro de las empresas.

Fig 9. Número de compañías donde >80% de los ejecutivos son mujeres

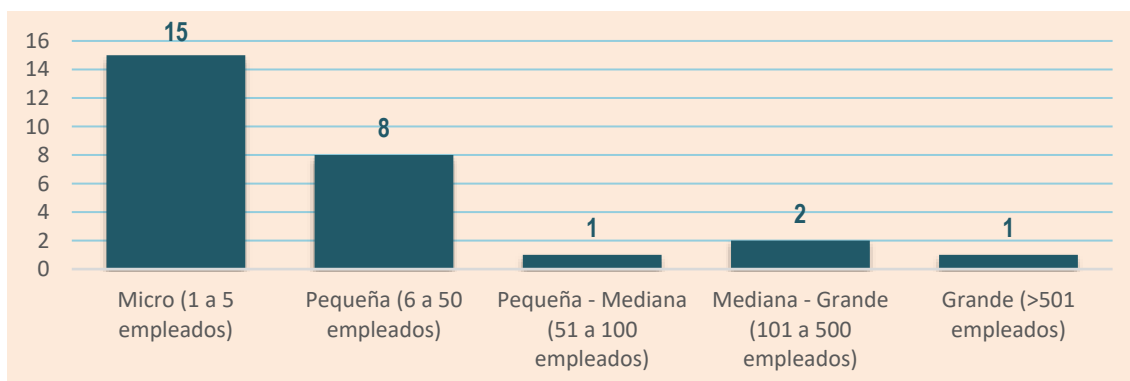
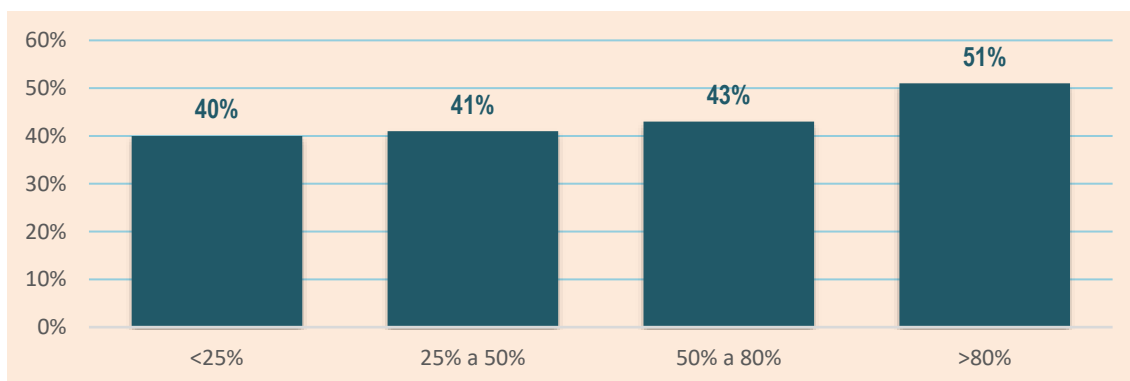


Fig 10. Cuando los temas de género son un sujeto abordado en su compañía según el % de mujeres ejecutivas



La barra >80% refleja la situación de tan solo un <5% de los encuestados.

Sabemos que, en algunos casos, las mujeres de alto perfil ejecutivo pueden adoptar una actitud protectora y no prefieren no abordar estos problemas, eligiendo así asimilarse a la cultura masculina dominante: «[...] aquellos que nunca mencionan la naturaleza masculina de su universo de trabajo han adoptado una obvia estrategia de asimilación (ya sea a nivel de código de vestimenta o actitudes y lenguaje) que los coloca claramente del lado de la cultura dominante, incluso si eso significa desasociarse de la categoría a la que pertenecen. La experiencia de la minoría en la gestión técnica tiende progresivamente hacia la invisibilidad del género y más hacia la de una mujer que no piensa en sí misma como mujer y "no hace preguntas". [...] El peso de la aceptación por parte de los compañeros es tal que deben mostrar una prueba de lealtad sin eclipsar a sus colegas, a riesgo de verse degradadas de un día para otro » [Guillaume, Pochic 2007].

En otra serie de consultas, preguntamos por qué las empresas no se estarían abriendo a discutir sobre este tema. Para el 39% del total de encuestados, la falta de discusión se explicaría por una ausencia de desigualdad de género en sus ambientes laborales. Este problema estaría resuelto según el 55% de los hombres y según el 34% de las mujeres. De estos encuestados, el 75% proviene de países desarrollados (Europa incluyendo Escandinavia y América del norte), lugares donde las leyes, las solicitudes sociales y la justicia son más sensibles a la perspectiva de género (véase el Índice de Desigualdad de Género página 18). Podríamos considerar que esta opción de respuesta fue mayoritariamente elegida por mujeres ya que si se producen cambios en esta material en los lugares de trabajo, muy probablemente serán ellas quienes experimenten antes y directamente sus efectos.

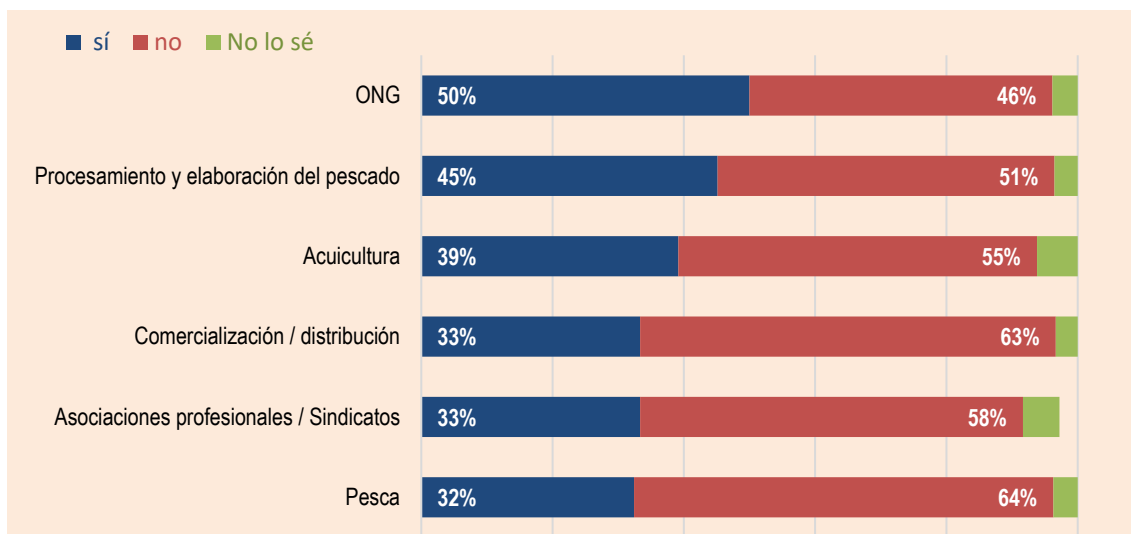
Para el 60% de todos los encuestados, la desigualdad de género no sería algo reconocido en las compañías, no sería visto como una prioridad o se trataría de un tema demasiado sensible como para abordarlo.

Globalmente, los resultados de la encuesta nos dicen que una gran mayoría de las mujeres y una mayoría de los hombres consideran que la industria no es equitativa para ambos sexos.

Esto se condice exactamente con lo encontrado por Pews Research en un estudio sobre el mundo de la política en Estados Unidos: una mayoría de mujeres (63%) cree que aun existen importantes obstáculos haciendo el camino de las mujeres mucho más difícil que el de los hombres. Solo un 34% piensa que esos obstáculos han mayormente desaparecido. Entre los hombres, el 56% estima que esos desafíos han sido ya eliminados en su mayoría. [Fingerhut 2016]

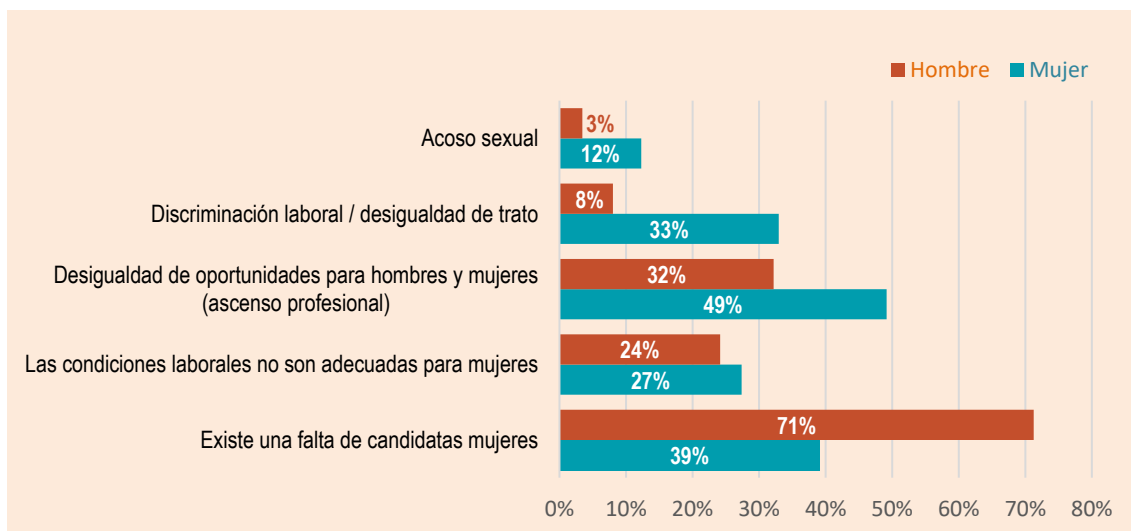
Si miramos que nos dice la encuesta sobre esta situación según los sectores de actividad en la industria, vemos que en todos ellos, excepto en el sector de las ONGs, la percepción sobre la industria siendo desigualmente equitativa e injusta para las mujeres es más grande que de la una más cercana a la igualdad. Existe una diferencia de 10 puntos entre el sector pesca (inequitativa para el 64%) y el de acuicultura (inequitativa para el 55%).

Fig 11. ¿Diría Ud. que su industria es igualmente atractiva y equitativa para mujeres y hombres? Según sector de actividad



Los encuestados confirmando que los asuntos relativos al género si han sido discutidos en sus compañías, señalaron además de qué se tratan los temas que se han o que están siendo abordados. Veremos a continuación que el tipo de temas tratados varía significativamente según el sexo del encuestado.

Fig 12. ¿Cuáles son los temas de género abordados en su compañía?



Trato desigual y abusivo hacia las mujeres: discriminación y acoso sexual

Discriminaciones

De acuerdo a los diferentes temas que abordan en alguna medida la discusión sobre la (des)igualdad del género en las compañías, las discriminaciones laborales fueron mencionadas por un tercio (33%) de las mujeres y solo por un 8% de los hombres. Exponemos aquí algunos testimonios de mujeres encuestadas sobre sus propias experiencias de lidiar con la discriminación. Esto ayuda a demostrar cómo ha estado operando en la práctica este principio injusto para las mujeres de diferentes sectores y ocupaciones.

- *Históricamente han habido pocas mujeres en la industria [pesquera], por lo que muchas de nosotras entrando en ella somos más jóvenes. Esto a menudo es usado como una excusa para posicionarnos en roles menos calificados y para no tener ejecutar acciones que aborden la discriminación sexista en el trabajo. Mujer, ONG, Otros países en Europa.*
- *Cuando gestiono el personal, a menudo me llaman la atención por parecer **una perra**, lo cual nunca ha sido mi tono ni la forma en que me acerco a nuestro equipo. Pero si otra persona gestiona personal en situaciones similares, se les permite ser firmes y severos y no hay problema con ello. Mujer, Pesca, América del Norte.*
- *En mi lugar de trabajo son muy inclusivos en cuanto al género y rara vez esto es un problema. Pero en mi posición como Directora de proyectos especiales, trabajo con muchas compañías externas en la industria y, a menudo, experimento prejuicios de género cuando participo en convenciones e incluso en reuniones presenciales. A menudo me perciben como **menos inteligente**, teniendo una **falta de comprensión** sobre el tema, o incluso me perciben como si fuera simplemente un atractivo visual, lo que sería algo opuesto a ocupar algún puesto de autoridad. La idea de tantos hombres en la industria de que supuestamente una mujer joven que cuida su apariencia es poco más que una cabeza hueca que se ve bien, es frecuente en muchas ferias comerciales a las que he asistido. Creo firmemente que hacer un mejor trabajo destacando a las mujeres fuertes, inteligentes y prometedoras de la industria contribuiría en gran medida a transformar esa mentalidad en una mayor aceptación. **Es mucho más difícil para una mujer salir adelante cuando también debe luchar contra esas ideas.** Si representamos una presencia más fuerte y nos manifestamos más a menudo, aquellos que piensan que las mujeres no son tan importantes se darían cuenta de que están equivocados. Pero esto tomará mucho trabajo. Existe una **represión cultural** entorno a que las mujeres "no serían aptas" para trabajar en la posición de autoridad de un "hombre" (en general en la industria, no específicamente de una oficina en particular). Mujer, Comercialización/ Distribución, América del Norte.*

Acoso sexual

El 12% de las mujeres que declararon que los temas de género son discutidos en sus compañías, se refirieron al delito de acoso sexual.

- *En realidad estoy presentando una queja ante la Oficina del Procurador General debido a una falta de capacidad para manejar mis reclamos de acoso sexual de manera apropiada durante mi último mandato. El **acoso sexual** aún es generalizado en los entornos laborales de esta industria.* Mujer, Servicios, América del Norte.
- *Existe un comité de **acoso laboral** y sexual pero eso en verdad no logra resolver el tema.* Mujer, Acuicultura, América del Sur.
- *Existe una necesidad de hacer **formaciones sobre el acoso sexual** en mi compañía.* Mujer, Comercialización/ Distribución, América del Norte
- ***El acoso sexual es algo aun generalizado** en los ambientes de trabajo de esta industria.* Mujer, Servicios, América del Norte
- *Recientemente se instituyó un requerimiento en **formación sobre acoso** (cursos en línea).* Mujer, ONG, América del Norte.

Vemos que la mayoría de los encuestados que se refirieron al acoso sexual como un tema abordado en su lugar de trabajo provienen de países desarrollados. Queremos recalcar que el hecho de que el acoso sexual no sea declarado con más fuerza en esta encuesta, no quiere decir que se trate de una realidad que no exista.

Por el contrario, el abuso sexual en la industria pesquera ha sido denunciado regularmente por organizaciones de Derechos Humanos como la National Guestworker Alliance y por investigadores, acusando que se trata de un tipo de violencia presente en todos los países, independientemente de su nivel de desarrollo económico. Cuando las trabajadoras se vuelven vulnerables por la falta de contratos de trabajo que las protejan, o cuando el acceso de las mujeres al comercio de pescado está sujeto a la buena voluntad de un oficial o un pescador, el abuso de poder y la explotación adoptan la forma de una conducta sexual inapropiada y violenta. Como dice Meryl Williams: "Ha llegado el momento de abordar abiertamente la explotación y la violencia contra las mujeres en el sector pesquero" [Williams, M 2017].

Oportunidades desiguales para desarrollar una carrera profesional

Aproximadamente una de cada dos (46%) mujeres encuestadas declara que la razón principal por la que su compañía aborda este tema es la desigualdad de oportunidades que existen entre hombres y mujeres para desarrollar una carrera profesional. Solo un tercio de los hombres encuestados declara lo mismo.

- *Al menos en las pesqueras del Pacífico norte de Estados Unidos,, las mujeres han destacado por su participación en áreas como liderazgo de asociaciones de pescadores y como consultoras en logística, provisión de observadores de la pesca y análisis de datos. Sin embargo, todavía están subrepresentados en los consejos de administración y en los grupos de asesores científicos e industriales. Hombre, Investigación/academia, América del Norte.*
- *Los servicios prestados por mujeres no son reconocidos por sus contrapartes masculinos en mi lugar de trabajo. Esto nos pone bajo mucha presión mental y nos conduce a la decepción. La mano de obra aquí está dominada por hombres, nuestros problemas se resuelven menos y pasan desapercibidos. Deseo que el sector reconozca nuestro papel y nos trate de la misma manera. Mujer, Servicios, Asia*

Techo de cristal

¡Marilyn Loeden! Puede que este nombre no suene familiar, pero muchos habrán oído hablar del "techo de cristal", la expresión que Loeden utilizó por primera vez a finales de los 70 para referirse a la barrera invisible que impide a las mujeres escalar en las jerarquías y tener éxito. La introducción de este concepto ayudó a entender que la ausencia de mujeres en puestos de alta dirección no se debía a sus supuestas carencias o falta de habilidades sino a razones de tipo culturales y no personales.

Numerosas investigaciones permitieron saber más sobre el "techo de cristal": es la expresión del peso de las normas y prácticas organizacionales en las que se configura el ejercicio de las profesiones, generando un ambiente donde las mujeres deben arreglarselas frente a verdaderos "bastiones masculinos". Así, el conocimiento producido acerca de la situación de las mujeres en el management, [...] nos muestra que en vez de encontrarse confrontadas a procesos formalmente "neutrales" (contratación en base al mérito, diplomas o concursos; criterios de promoción y desempeño, demandas de movilidad), en realidad deben aceptar "normas de trabajo" basadas en la cultura de lo masculino (disponibilidad total, modelo ideal de gerente, [...]) y / o "prácticas informales" de reclutamiento y promoción (proceso de cooptación, pertenencia a redes, apoyo de mentores) que tienden en la mayoría de los casos a favorecer a los hombres. Los pocos casos de "mujeres excepcionales" son visibilizados y presentados por las organizaciones como prueba de una feminización del ambiente y como fuente de orgullo para ellos. Esto lo hacen sin poner en riesgo el "equilibrio" masculino de la organización. » [Laufer 2013].

4. Barreras para la Igualdad de Género

Hasta ahora hemos podido mostrar los matices en las percepciones sobre las desigualdades de género en la industria e identificado las áreas en que este desequilibrio ha sido expresado con mayor ímpetu por los encuestados. Para poder avanzar hacia una realidad más justa e igualitaria entre los sexos, aún es necesario mirar y comprender otros aspectos que igualmente se encuentran fomentando un mecanismo perverso que actúa como barreras. En primer lugar, tanto las respuestas al cuestionario como los comentarios abiertos de los encuestados, nos dicen que la falta de conocimiento o de comprensión de los líderes empresariales hacen que este tema no sea visto como un problema, es decir invisibilizado para quienes toman las decisiones. En segundo lugar, muestran que varios sesgos a nivel de la gestión están impidiendo avanzar hacia la igualdad de género.

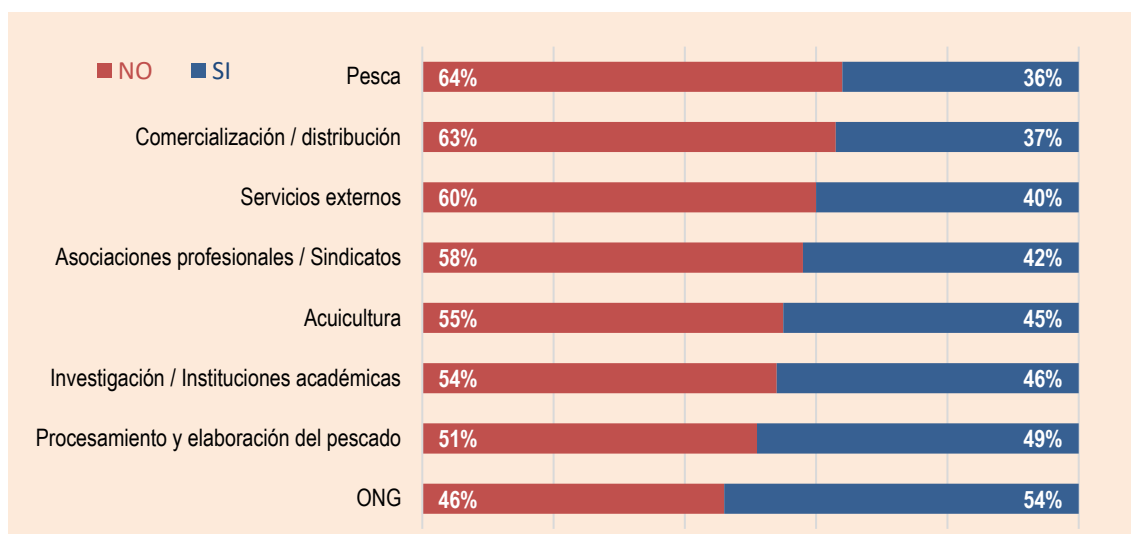
4.1. Falta de reconocimiento

Los resultados de la encuesta muestran que una gran presencia de mujeres, lo que genera un ambiente de trabajo más diverso, no necesariamente implica una mayor discusión sobre el género dentro de las empresas. Específicamente, les preguntamos a los profesionales de esta industria si las cuestiones de género son habladas en sus organizaciones. Lo que los encuestados entendiesen or "hablar" podría implicar una gran variedad de situaciones: desde discusiones informales entre colegas hasta las políticas de recursos humanos (RR.HH.)

En total, el 58% de los encuestados (61% de mujeres y 51% de hombres) declara que los problemas de género no son un tema abordado en sus organizaciones.

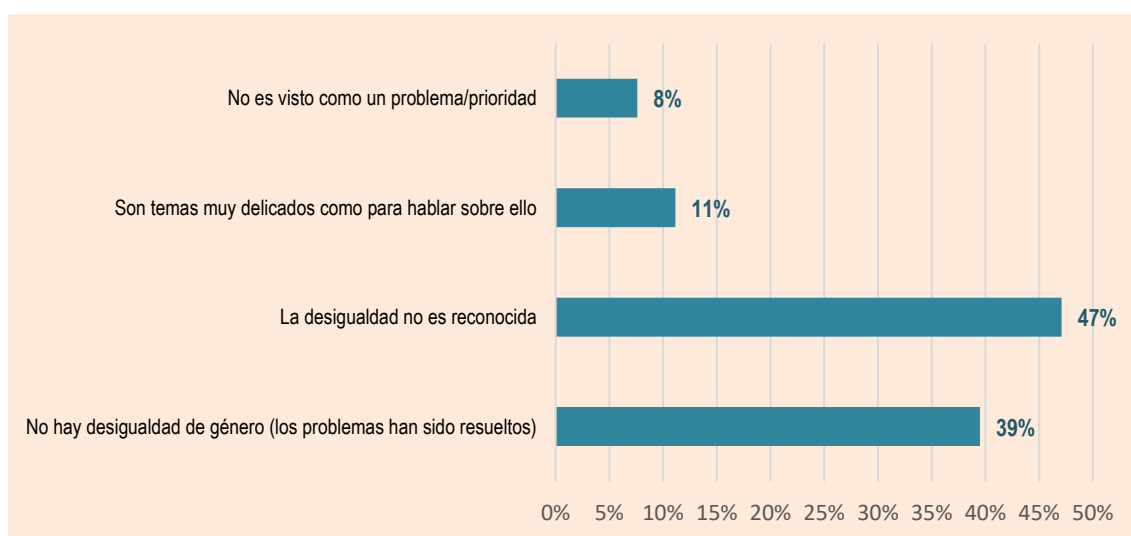
De acuerdo a los sectores de actividad, esta problemática no sería tratada en el 64% de los casos correspondientes a las compañías pesqueras, 55% de las acuícolas, 54% de las instituciones académicas y alrededor del 46% en el sector de las ONGs.

Fig 13. De acuerdo a su conocimiento, ¿los temas de género son discutidos en su empresa?



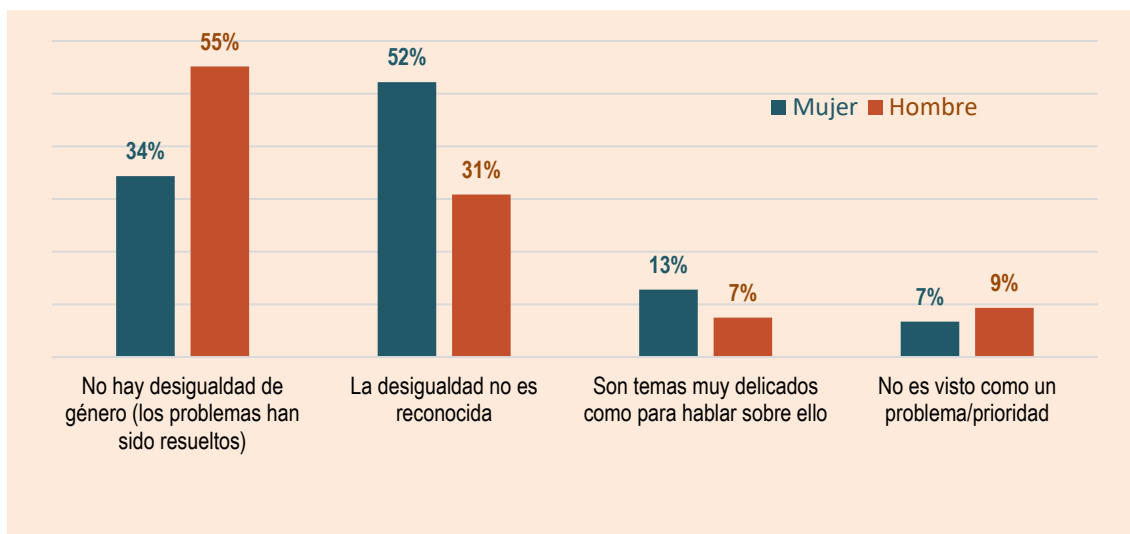
Esto es más un tema problemático para las grandes empresas (54%) que para las pequeñas (30%).

Fig 14. Según Ud, ¿por qué los temas de género no son abordados en su compañía?



Para el 39% de los encuestados, esto no sería un problema porque no habría desigualdad de género. Esto podría significar que si el problema hubiera existido, se habría ya resuelto. Esta visión es compartida por la mayoría de los hombres (55%), y por solo una minoría de mujeres (34%). Sin embargo, la respuesta más frecuente (47%) para explicar la inexistencia de este problema en las empresas fue que la desigualdad de género no es reconocida. La mitad de las mujeres encuestadas (52%) cree que esta falta de reconocimiento podría explicar el silencio de las empresas frente a este asunto. Estimamos que esta invisibilización constituye una barrera importante para posicionar este asunto en el sector pesquero.

Fig 15. ¿Por qué los temas de género no son abordados en su compañía? Según sexo



4.2. Barreras para posicionar la igualdad de género como un problema existente

No es visto como una prioridad

Para algunos encuestados, la desigualdad de género no sería vista como algo prioritario. Esto, entre otras cosas, por los esfuerzos específicos que hay que aplicar para hacerle frente (personal dedicado, formaciones, planificación de programas y proyecciones). Según sus comentarios, los compromisos sociales que las empresas deciden adoptar son elegidos en detrimento de otros principios de justicia. Así, no es de extrañar que países como Estados Unidos y Sudáfrica estén prestando más atención a la cuestión de la diversidad racial. Esto se explica por las características y preocupaciones de una población que varían entre las naciones:

- *La desigualdad de género no es algo reconocido, hay más interés en la diversidad racial, Mujer, Servicio público, América del Norte.*
- *El contexto de equidad en el campo de la investigación marina en Sudáfrica se centra más en la raza que en el género, aunque el género es parte de ella. Como resultado, las iniciativas de cambio en esta área se centran más en el perfil demográfico de la cohorte científica antes del perfil de género solamente. Lo mejor en este sentido es la identificación y visibilización de las mujeres negras en las ciencias marinas a nivel de posgrado y de un número cada vez mayor de estudiantes negras que participen en nuestras iniciativas de cambio. Mujer, Institución académica, África.*

Particularmente en la industria pesquera, existen temas abordados con más énfasis tal como las consecuencias medioambientales generadas por este rubro. Hoy en día es inusual encontrar una compañía pesquera que no cuente con una política de Responsabilidad Social Empresarial donde se aborde la protección del medio marino a través de una serie de medidas precautorias o compensatorias. Sin embargo, en la práctica se podría decir que de cierto modo esta justa preocupación ambiental ha sido posicionada como prioridad eclipsando así algunos problemas sociales como la desigualdad de género.

Entre otros elementos que podrían explicar por qué esto no ha avanzado igualmente como una prioridad, identificamos también una relativa percepción sobre una supuesta incompatibilidad entre obtener ganancias y perseguir la igualdad de género. Los siguientes comentarios refutan la idea generalizada y multi-evidenciada de que la diversidad de género aumenta las ganancias de las compañías [Catalyst 2007, Mc Kinsey 2010].

- *Estamos muy ocupados preocupados de las ganancias.* Hombre, Equipamiento de pesca, Escandinavia.
- *La gente está demasiado ocupada como para reconocer este tipo de problemas.* Mujer, Servicio público, América del Norte.
- *Se supone que el objetivo de la empresa es obtener ganancias, no corregir la desigualdad.* Hombre, Acuicultura, América del Norte.

Además, varios encuestados estiman que una atención particular al género iría en contra del principio de la meritocracia, según el cual las decisiones de los empleadores serían objetivas y se regirían únicamente por el valor del candidato, independientemente de su sexo. En otras palabras, la discriminación positiva de género, especialmente la que se aplica en los procesos de contratación para respetar políticas de cuotas, no es necesariamente una iniciativa bien percibida.

- *Nuestra cultura corporativa no favorece a los hombres por ser hombres, sino a hombres y mujeres por sus cualificaciones, no creo que enfocarse en el género sea positivo.* Mujer, Acuicultura, Escandinavia.
- *Nos enfocamos en las competencias y habilidades personales más que en el género.* Mujer, Acuicultura, Escandinavia.
- *El problema es atraer a las personas a la industria per se, no de un tema de género.* Mujer, Servicio público, Otros países en Europa.

Los principios meritocráticos se basan en la suposición de que las evaluaciones objetivas son posibles. Esta suposición es altamente cuestionable. Numerosos estudios han demostrado que las prácticas meritocráticas no logran hacer evaluaciones objetivas y que las normas de género influyen en la decisión de determinar quien es merecedor y quien no. [Powell 2016].

Visto como un problema de y sobre mujeres

Otro elemento que alimenta la falta de comprensión sobre este tema en la industria es la amplia y errónea creencia de que la discusión sobre el género es un problema que concierne únicamente a las mujeres. Esto quiere decir que los hombres no serían parte de esta discusión y que solo las mujeres estarían interesadas en mejorar las condiciones de igualdad. Este desentendimiento por parte de los hombres se traduce en una falta de atención y en un desconocimiento sobre su rol en este tema. El comentario de este encuestado ejemplifica claramente esta falta de interés:

- *¿Por qué perseguir esto (la igualdad de género) si las mujeres no están interesadas? Hombre, Acuicultura, América del Sur.*

En el mundo académico, las investigaciones relacionadas al género en la industria pesquera son lideradas principalmente por mujeres provenientes de las ciencias sociales. Durante las grandes conferencias del rubro pesquero, se han realizado encuentros donde se discute la situación de las mujeres, sin embargo, se tratan más bien de reuniones de tipo complementarias que atraen principalmente a mujeres. Por ejemplo, el seminario Women in Seafood organizado por Intrafish en Seattle en junio del 2017 reunió a 100 mujeres de alto perfil ejecutivo y solo a un puñado de hombres. Lo mismo sucedió en Bergen en marzo de 2018. La encuesta de Intrafish-Seafish realizada en 2017 estuvo dirigida exclusivamente a mujeres [WSI WATCH 2017]. De los 90 especialistas que asistieron al seminario-web organizado por Seafood Source en junio del 2018, solo el 10% fueron hombres.

Si consideramos el aspecto relacional del concepto de género, es necesario involucrar a los hombres en esta discusión y establecer relaciones de género dentro de un marco de igualdad. Además, dado que en el entorno empresarial son los hombres quienes en su mayoría encabezan las organizaciones, esto los convierte en agentes clave para generar cambios. La desigualdad de género no debe seguir siendo una lucha "de mujeres para mujeres", tal como la ONU lo aboga ferozmente en su campaña "HeForShe".

Una encuestada subraya precisamente esta preocupación:

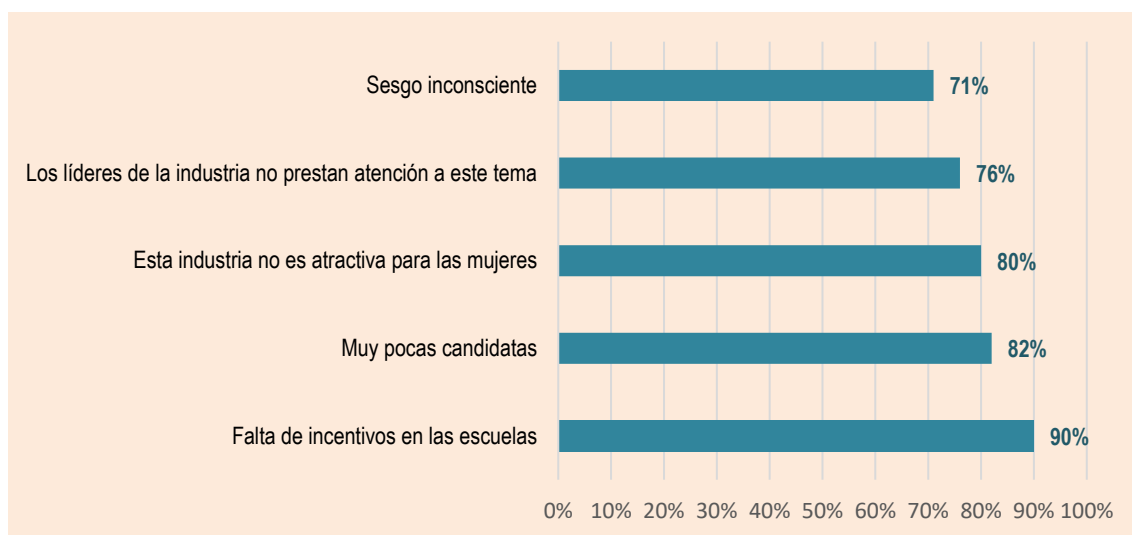
- *Tenemos una red de mujeres donde estos problemas son abordados, también tenemos un comité que discute este tema. El problema es que los hombres no están involucrados en esta discusión y que los problemas subyacentes no están siendo resueltos ni solucionados. Mujer, Servicios, Escandinavia.*

4.3. Obstáculos que reproducen un ambiente desigual para las mujeres

Según los resultados arrojados por la encuesta, no solo existen elementos que impiden la entrada y posicionamiento de la (des)igualdad de género como un problema dentro de la industria, sino que también barreras que reproducen un ya existente medio desigual para las mujeres.

Las principales barreras para la igualdad de género serían que la industria pesquera es percibida como "no atractiva para las mujeres" (80% de los encuestados); y que hay "muy pocas candidatas" (82%) para ocupar sus posiciones. La barrera citada más frecuentemente es "la falta de incentivos a nivel escolar" (90%) para integrarse a este rubro.

Fig 14. ¿Entre los siguientes elementos hay alguno(s) que actúe(n) como barrera(s) para la igualdad de género en la industria?



Falta de incentivos a nivel escolar

¿Por qué acaso una mujer no trabajaría en la industria de la pesca? ¿Qué haría que una mujer joven no estuviese interesada en desarrollar una carrera en la pesca, el cultivo o la ingeniería en el ambiente marítimo?

Las normas y estereotipos de género tan arraigados impiden que los consejeros pedagógicos orienten a las mujeres a dirigirse hacia el mundo de la pesca, la piscicultura y/o la ingeniería. Estos prejuicios también hacen que los directores de escuelas, a menudo inconscientemente, propongan información sesgada sobre los cursos, lo que impide atraer ambos sexos. A las finales, muchas mujeres no se atreven o no se sienten concernidas a postular a ciertos cursos de capacitación especializada, principalmente a aquellos que apuntan regularmente a un público masculino.

En 2012, de los 180 estudiantes matriculados en la Escuela de Ingeniería Marina de Islandia, solo ocho eran mujeres comenzando el programa y solo cinco se encontraban cursando el nivel más alto [Willson 2015]. En Tasmania, las mujeres representan el 6% de 6431 personas inscritas para seguir cursos de formación en pesca [Consejo de la Industria Pesquera de Tasmania, 2017]. De acuerdo a la Dirección de Educación de Noruega, en 2017 60 de los 208 estudiantes en la categoría de piscicultura eran mujeres jóvenes. Para el mismo año en Noruega, la pesca submarina atrae incluso a menos mujeres, siendo solo 8 de 114 candidatos [WSI SEAFOOD

WATCH 2017]. En Chile, de 31.196 mujeres que siguieron una educación técnica en el año 2016, solamente 273 se graduaron de un oficio marítimo (buques mercantes, pesca, acuicultura, operaciones portuarias, tripulante de buques mercantes), lo que representa sólo el 0,9% del número total de estudiantes de educación técnica. Las mujeres representan el 38% de los alumnos de todos los oficios marítimos en Chile, lo que significa que este campo sigue efectivamente atrayendo a más hombres (Centro de Estudios MINEDUC 2016).

Falta de interés de los líderes empresariales

El 76% de los encuestados (85% hombres y 73% mujeres) considera que existe una falta de interés por parte de los líderes para tratar la desigualdad de género. Este desinterés dificulta cualquier tipo de progreso, reforzando así el status quo. Hasta cierto punto, esta observación es alentadora ya que sugiere que si los líderes de esta industria prestaran atención a este problema, éste podría ser resuelto o al menos podría ser abordado.

Sesgo inconsciente / proceso de entrevista sesgado

Una gran mayoría de los encuestados considera que el proceso de reclutamiento está influenciado por un sesgo inconsciente. El sesgo de género inconsciente refleja la diferencia en las percepciones y cualificaciones de hombres y mujeres que poseen las mismas cualidades (Cf. Howard y Heidi cuadro 2). Múltiples estudios han evidenciado la existencia de un sesgo negativo hacia las mujeres a la hora de ser evaluadas para posiciones tradicionalmente ocupadas por hombres. Esta distorsión no surge de la nada y, sobre todo, está lejos de ser normal; de hecho este sesgo está profundamente arraigado "en nuestro contexto, entorno cultural y experiencias personales. Puede que ni siquiera estemos al tanto de estos puntos de vista y opiniones, ni que seamos conscientes de su impacto e implicaciones" [Equality Challenge Unit 2016].

Volviendo a nuestra encuesta y la industria pesquera, un porcentaje significativo de encuestados (71%) reconoció la existencia de un sesgo inconsciente que funciona efectivamente como una barrera para la igualdad de género. Es importante tener en cuenta que, dado que esto se trata precisamente de un sesgo inconsciente, podría esperarse que los encuestados, especialmente los hombres, no estén al tanto de este problema. Esto podría tener como conssecuencia una subdeclaración de esta barrera entre las otras propuestas en el cuestionario.

- *Los líderes masculinos eligen a otros líderes masculinos en vez de mujeres igual o incluso más calificadas.* Mujer, Organización profesional/sindicato, América del Norte.
- *Creo que mi organización corresponde muy bien a la categoría de sesgo inconsciente.* Mujer, Investigación/academia, América del Norte.
- *(Deberíamos hacer) un workshop sobre el sesgo inconsciente.* Mujer, Servicio público, América del Norte.

Cuando Howard es contratado y Heidi no

En el capítulo "El sesgo inconsciente está por doquier" del fascinante libro "What works: gender equality by design" (Lo que funciona: diseñando la igualdad de género), Iris Bohnet, economista, profesora de la Universidad de Harvard y autora de numerosos artículos y libros nos presenta a Howard y Heidi. Estos dos empresarios capitalistas con idénticas competencias y experiencias fueron presentados a estudiantes de MBA y de Escuelas de Negocios para realizar un ejercicio en el que se les pidió una evaluación de los dos candidatos. Howard, el candidato masculino, siempre fue elegido por ser más competente y agradable que su colega femenina. Esto reveló que el "líder prototípico en las mentes de los estudiantes es masculino". Si las mujeres como Heidi demuestran que pueden hacer un "trabajo de hombres", ya no se ajustan al modelo mental de las "mujeres ideales". Este "sesgo de género" no solo ocurre cuando se reclutan altos directivos, sino que está "en todas partes" [Bohnet 2016].

La icónica historia de la Boston Symphonic Orchestra ofrece otra ilustración reveladora de la existencia de un sesgo entre los reclutadores. En un intento por superar este sesgo de género en el proceso de contratación, a finales de los años 50 esta orquesta pidió a los músicos que audicionaran detrás de un telón para evitar que el jurado votara según el sexo. En los años 70 y 80, la mayoría de las orquestas siguieron este procedimiento en la selección y este simple cambio contribuyó a un aumento significativo de la tasa de mujeres reclutadas. "Entre estos dos procesos reconocemos una conciencia, un telón y una decisión basada en el talento, no en el sexo" [Goldin, Rouse 2000].

Condiciones laborales

Las opciones de respuesta "*Condiciones laborales no adaptadas a las mujeres*" y "*Desigualdad de oportunidades entre hombres y mujeres*" fueron algunos de los principales factores citados para explicar la segregación de género. Estos dos puntos requieren ser desarrollados. De acuerdo con los encuestados que hacen referencia a estas dos respuestas, encontramos repetidamente la cuestión de la distribución tradicional del tiempo entre hombres y mujeres y, entre trabajo asalariado y trabajo doméstico. Como la familia y los niños siguen siendo más asociados a las mujeres que a los hombres, esto se convierte en un tema crítico de género. De hecho, las investigaciones han demostrado que "cuanto más aumenta el número de hijos, más disminuye la tasa de actividad de las mujeres a tiempo completo. El modelo de trabajo a tiempo completo sigue siendo estrictamente masculino." [De Singly, 2013].

Varios encuestados mencionaron que los trabajos pesqueros realizados en el exterior no cuentan con "condiciones laborales adaptadas a las mujeres". El ejemplo más recurrente de un trabajo caracterizado por no ser "adaptado a las mujeres" es el de pescadora. Como veremos más adelante, estos prejuicios profundamente arraigados en la mayoría de los países, siendo incluso un tabú en varios, son invalidados por numerosas experiencias.

Falta de mujeres candidatas para ocupar puestos en la industria

Para el 83 % de los encuestados, el sector pesquero se caracteriza por una falta de mujeres candidatas, lo que explicaría en parte el desequilibrio entre hombres y mujeres. A primera vista, esto podría ser percibido como contradictorio dadas las cifras presentadas en este informe sobre la alta participación de mujeres en la industria pesquera. Si las mujeres representan alrededor del 50% de la fuerza laboral, ¿cómo podemos explicar esta percepción compartida sobre una falta de candidatas? Como ha sido demostrado por investigaciones, las mujeres se encuentran en su mayoría en la parte inferior de las organizaciones, ocupando puestos de trabajo mal remunerados y poco calificados. Por lo tanto, intuimos que los encuestados se referían a que existe un número insuficiente de mujeres candidatas a puestos ejecutivos o de alto nivel. Si es así, ¿por qué las mujeres ejecutivas no elegirían la industria pesquera para desarrollar sus carreras? Es posible identificar distintas hipótesis propuestas por los mismos encuestados: generalmente las mujeres más formadas o educadas tienen el poder de decidir en qué ámbito empresarial desean construir sus carreras, y puede que no lo hagan necesariamente en una "industria predominantemente masculina"; existen penalizaciones reales y simbólicas a la maternidad y graves dificultades para conciliar el trabajo y la vida familiar; hay sexismo o una especie de segregación silenciosa por parte de un "club de hombres" que toman las decisiones.

- *La gran mayoría del equipo ejecutivo y la mayor parte del personal siguen siendo hombres. No tenemos una política de maternidad, lo que casi me disuade de aceptar el trabajo. Mujer, Industria de procesamiento, América del Norte.*

- *Hasta los últimos meses trabajé en la industria de procesamiento de pescados y mariscos en una posición ejecutiva [...] Conocí a muchas personas que me parecieron más receptivas y reconocieron [la desigualdad de género] y me apoyaron a mí y a mi posición. Sin embargo, también conocí a otros que eran **condescendientes** y **se negaron a dejarme hablar** o a tomar la palabra, incluso cuando mi rol era relevante. Mujer, ONG, América del Norte.*

"Esta industria no es atractiva para las mujeres"

Tratando de explicar la desigualdad de género, el 80% de todos los encuestados (83% hombres, 79% mujeres) declara que esta "industria no es atractiva para las mujeres".

Pero, ¿de dónde proviene esta opinión tan generalizada? ¿Se trata de una especificidad de la industria pesquera? ¿Refleja un prejuicio o una realidad? ¿Difundida por quién? ¿Por los líderes de la industria, por las mujeres? Los comentarios dejados por los encuestados no se refieren explícitamente a esta idea, pero podemos relacionarla con otras percepciones que han formado parte de los resultados de esta encuesta: esta industria no ofrece igualdad de oportunidades a ambos sexos, y su imagen es la de un entorno masculino anticuado, con pocos incentivos a nivel escolar.

Es importante precisar que cuando los encuestados dicen esto, se refieren principalmente a mujeres que tienen las oportunidades de elegir esta industria entre otras y que pueden aspirar a posiciones directivas de nivel medio o superior³. Si esto constituye una realidad, estamos frente a un problema agudo de recursos humanos.

- *La mayoría de las mujeres no están familiarizadas con las oportunidades disponibles, por lo que no consideran la pesca o el mundo pesquero como una ocupación viable. Hombre, Servicios, América del Norte.*
- *Mi opinión: Este no es un trabajo muy atractivo para las mujeres islandesas. Mujer, Acuicultura, Escandinavia.*
- *Las mujeres en puestos profesionales no son remuneradas ni valoradas tanto como los hombres. Mujer, Pesca, América del Norte.*

La pregunta "¿Alguno de los siguientes aspectos actúa como barrera a la igualdad de género?" señalaba varias opciones de respuestas, obteniendo todas altos puntajes. Además, se invitó a los encuestados a proponer otros posibles obstáculos. El 24% de ellos mencionó así una **falta de modelos a seguir**.

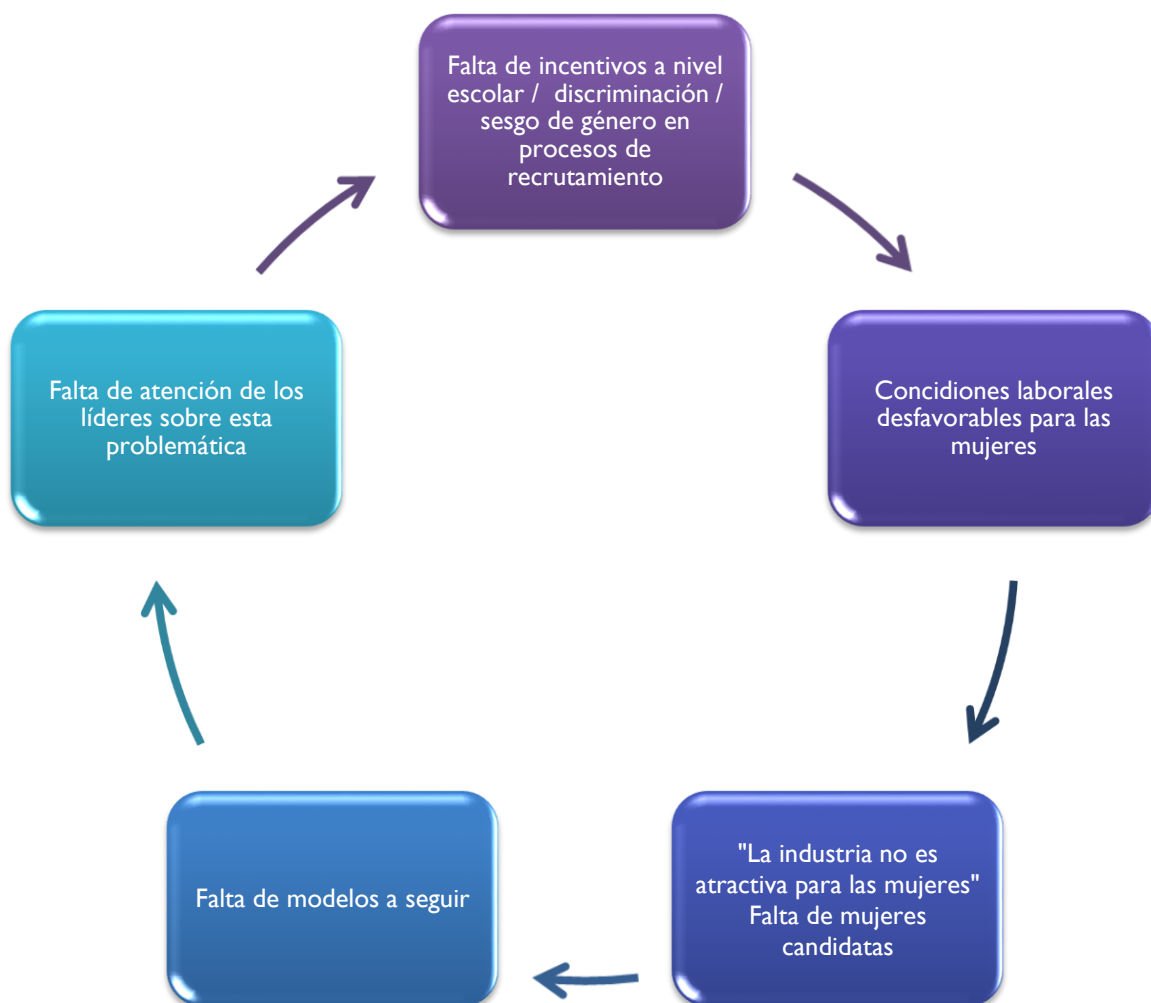
³ Un gran número de puestos de trabajo en la acuicultura, la pesca o la transformación están ocupados por mujeres con bajas cualificaciones y sin otras reales alternativas laborales. Otra gran proporción de integración a esta industria se refiere a la endogamia, ya que las familias representan un importante canal de reclutamiento. Una tercera categoría se refiere a las mujeres que están en mejores condiciones para ejercer y elegir la industria en la que desarrollarán sus carreras.

En realidad no es tan sorprendente que haya una falta de candidatas y de modelos de conducta femeninos habiendo tanta discriminación en el trabajo, condiciones laborales desfavorables, fuertes prejuicios y desigualdad de oportunidades. Estas barreras no funcionan por separado, sino que se retroalimentan mutuamente creando una especie de círculo vicioso que da forma a las características de género de las relaciones sociales entre los profesionales de la industria pesquera.

El círculo vicioso de la reproducción de las desigualdades de género en la industria pesquera

La cadena de causas y consecuencias simplificada aquí aparece claramente en las respuestas recogidas a lo largo de la encuesta. Los vínculos entre causas y consecuencias son aún más complejos en la realidad.

Fig 16. El círculo vicioso de la reproducción de las desigualdades de género



5. Iniciativas Positivas en el Camino Hacia la Igualdad de Género

En el último capítulo revisamos lo que los encuestados perciben como los principales obstáculos para establecer la igualdad de género como política de la empresa. En este capítulo se examinan las iniciativas sugeridas por los encuestados que tendrían mayor impacto en el fomento de la igualdad de género. Los invitamos a clasificar las estrategias más efectivas para abrir puertas y proporcionar garantías a las mujeres en la industria. Además de evaluar varias opciones, los encuestados compartieron sus propios conocimientos y experiencias sobre este tipo de iniciativas aplicadas dentro de sus compañías, es decir medidas que buscan mejorar la condición de la mujer y fomentar la igualdad de género.

5.1. Tomar conciencia: el primer paso para generar cambios

Aunque casi la mitad de los encuestados reconocieron la desigualdad de género como un problema existente, acabamos de ver que en algunas empresas esto es algo de lo que ni siquiera se ha hablado. Aún así, las cuestiones de género existen y son abordadas en el 41% de las empresas de profesionales del rubro pesquero. Esto es crucial ya que el primer paso para hacer cambios es reconocer este tema para que exista entre las organizaciones. Podría asumirse que el hecho de que los encuestados hayan respondido a nuestras preguntas sobre las barreras que obstaculizan el camino hacia la igualdad de género ya es una forma de reconocimiento de que esto es un problema.

¿Qué hace que un entorno profesional sea favorable a la igualdad de género? Según las percepciones de los encuestados, se considera que los soportes legales desempeñan un papel positivo. También se reconoce que las políticas y programas aplicados de manera “voluntaria” por RRHH (establecidos internamente por empresas privadas) tienen un efecto favorable.

Los compromisos institucionales aseguran un piso mínimo de garantías

Los compromisos institucionales en materia de igualdad de género a nivel nacional o internacional pueden incluir estrategias políticas, programas de sensibilización y leyes.

Durante las últimas décadas, la aprobación de las leyes (a escala nacional) ha ido sentando las bases de la igualdad, de diferentes maneras y a diferentes velocidades según los países. Estas iniciativas garantizan el respeto de la igualdad y sensibilizan a los trabajadores y a los ciudadanos. Las políticas de familia y el código laboral -no hace falta decir que con variaciones entre países- garantizan beneficios y derechos mínimos que deben ser aplicados y respetados por las organizaciones. A pesar de ello, en muchos países todavía queda un largo camino por recorrer para garantizar los derechos básicos de las mujeres como ciudadanas y trabajadoras.

- *Las mujeres trabajadoras son la columna vertebral de la industria de procesamiento en Papua Nueva Guinea. La política laboral del país es bastante fuerte en términos de igualdad en el empleo. Sin embargo, (...) todavía queda mucho trabajo por hacer para proteger los derechos de las mujeres en Papúa Nueva Guinea.* Hombre, Pescador, Asia.

Los encuestados que participaron en la encuesta son conscientes del impacto de la protección legal y entienden que estas medidas de carácter obligatorio están jugando un papel en el avance hacia la igualdad de género.

- *Recientemente, pasó una iniciativa del gobierno a través de la promulgación de la Ley de Igualdad de Género (203) que hace un llamado a la igualdad entre hombres y mujeres en puestos de trabajo y de toma de decisiones.* Mujer, Servicio público, África.
- *Existe un instrument de medición que está siendo implementado para evaluar el clima laboral (SUCESO, Chile).* Mujer, Servicio público, América del Sur.

Algunas empresas podrían inspirarse de las garantías estatales obligatorias para ir más allá y proponer un mejor entorno profesional para las mujeres.

- *Cumplimos plenamente con las políticas gubernamentales en materia de empleo, incluidas la licencia de maternidad, el salario mínimo, etc., y vamos más allá alentando el empleo femenino en todos los puestos.* Hombre, Acuicultura, Asia.

Además, "tener leyes en los libros no es lo único que importa. En muchas economías pueden coexistir una base legislativa más equitativa desde el punto de vista del género con grandes desigualdades entre los géneros, como resultado de una aplicación deficiente de las leyes, ya sea debido a una aplicación deficiente, un diseño deficiente o una capacidad insuficiente. Por lo tanto, para las mujeres, las leyes sobre el papel no reflejan necesariamente las realidades legales". [FSC, 2016]. Aunque Islandia aprobó por primera vez la legislación sobre igualdad de remuneración en 1961, esto fue insuficiente para erradicar el desfase salarial entre hombres y mujeres: en 2015, las mujeres ganaban entre un 14 y un 20% menos que los hombres, según la Oficina de Estadística de Islandia. En Francia, la primera ley que se refiere a "mismo trabajo, salario equivalente" data de 1972, no obstante, en enero de 2018, la diferencia salarial entre hombres y mujeres para un trabajo equivalente seguía siendo del 9%.

Compañías progresistas

Las empresas que han venido desempeñando un rol como actores estratégicos en ámbitos como la conciliación vida familiar y laboral podrían también ocupar un papel en materia de igualdad de género. Las investigaciones han demostrado que en países como EE.UU., los empleadores se dedican explícitamente a la gestión de "la vida fuera del trabajo" de sus empleados, en particular a la conciliación de la vida laboral y familiar, con el objetivo de mejorar la imagen y la rentabilidad económica de su empresa [Ollier-Malaterre, 2007 y 2008, en Lefèvre et al, 2009].

Una forma útil de evaluar el "desempeño" de las propias empresas de los encuestados en materia de igualdad de género es a través de la comparación con otras organizaciones del rubro pesquero. A través de diversas formas, tales como hacer negocios con otras empresas o asistir a reuniones en conferencias internacionales, los profesionales tienen la oportunidad de conocer a otros gerentes y aprender acerca de cómo otros manejan sus negocios. Los encuestados de WSI fueron bastante positivos en la evaluación de sus propias compañías, percibidas como más progresistas en estos asuntos, mientras que fueron muy críticos con la industria pesquera en su conjunto, descrita mayoritariamente como un "club de chicos" anticuado.

- *Nuestra empresa es muy progresista en términos de contratación y promoción de mujeres. La industria en su conjunto no lo es.* Mujer, Pesca, América del Norte.
- *Dentro de nuestra empresa damos muy buenas oportunidades a las mujeres, pero la industria en general sigue siendo un club de hombres.* Mujer, Servicios, América del Norte.
- *La mayoría de las personas con las que trabajo en la industria pesquera son hombres, pero si bien mi lugar de trabajo es igualitario, trabajar con organizaciones externas significa trabajar con el "club de chicos" en la gestión y promoción de la pesca.* Mujer, Academia, América del Norte.
- *En los lugares donde trabajo son muy inclusivos en cuanto al género y rara vez es un problema. Pero en mi posición como Director de Proyectos Especiales trabajo con muchas compañías externas en la industria y a menudo experimento prejuicios de género cuando estoy en convenciones e incluso en reuniones cara a cara.* Mujer, Comercialización, América del Norte.

A partir de estos testimonios, observamos que la conciencia de (des)igualdad de género podría desarrollarse a través del ejercicio de comparación con realidades de otras empresas. Esto es lo que queremos llamar "reconocimiento por contraste", es decir evaluar el entorno empresarial a través de un método comparativo que proviene más de la subjetividad de los profesionales que de formas de comparación más institucionalizadas como las clasificaciones. Esto podría mostrar que algunas empresas están más avanzadas que otras en el camino hacia la igualdad de género y estas diferencias podrían ser una oportunidad para que las empresas más progresistas se conviertan en "modelos" para otras en términos de acciones de responsabilidad social.

5.2. Iniciativas que derriban el mito de los oficios exclusivamente masculinos

Llamamos aquí el mito de los oficios masculinos a la idea según la cual existirían trabajos que sólo los hombres pueden realizar. Esta justificación se basaría en ciertas cualidades que se supone sólo tienen los hombres, como la fuerza física, la resistencia y el coraje. Esta idea sigue siendo muy extendida en muchas comunidades costeras de todo el mundo. La imagen epítomica y discriminatoria del pescador, que requiere de una fuerza física y robustez mental que las mujeres no poseerían, sigue siendo de actualidad. En pocas palabras, en la industria pesquera perdura la idea de que algunos trabajos son para hombres y otros para mujeres. Frecuentemente esta

división de género en el trabajo se expresa abiertamente cuando la discusión se refiere a trabajos en el extremo inferior de la jerarquía pesquera o en las industrias de procesamiento. Algunas de las respuestas que recogimos hacen eco de esta creencia:

- *Las embarcaciones pesqueras no están hechas para los dos géneros. Mujer, Pesca, Otros países en Europa.*
- *Nuestra producción no está orientada a las mujeres. Es físicamente muy duro y no está adaptado para las mujeres. Mujer, Industria de procesamiento, Escandinavia.*
- *Hay más puestos de trabajo en tierra para las mujeres ya que las embarcaciones pesqueras no están adaptadas para las mujeres. Mujer, Pesca, Africa.*

Como hemos visto, una gran presencia de mujeres en las empresas hace que el entorno profesional sea más diverso. Sin embargo, esta diversidad de género puede basarse simplemente en la presencia de hombres y mujeres que coexisten en el mismo lugar de trabajo, donde las ocupaciones, funciones y tareas pueden ser específicas para cada género. Esta división sexual del trabajo no es neutral y va en detrimento de las mujeres que podrían verse marginadas de los trabajos mejor remunerados.

- *En nuestra empresa, las mujeres cumplen principalmente funciones en oficinas y en actividades de producción ligera. El plan de pago es diferente ya que ambos géneros no están involucrados en los mismos trabajos. Los procesos requieren levantar objetos pesados, para esos casos los hombres son más adecuados. Hombre, Industria de procesamiento, Escandinavia*

Progresar hacia la igualdad significa que las oportunidades, responsabilidades y derechos de las mujeres y de los hombres se otorguen independientemente de su sexo. Las experiencias que contestan esta idea de segregación de género fueron evocadas por los encuestados de WSI. A través de sus testimonios, ellos nos revelaron cómo este argumento resulta ser sólo un mito.

En la industria de procesamiento, con frecuencia los empleos se asignan en función del género de los trabajadores. Por ejemplo, en Chile, en la industria de procesamiento de salmón, los hombres están frecuentemente asignados a ciertas tareas (matanza, corte) y las mujeres a otras (despinadora de peces). Es posible de constatar esta distribución de puestos de trabajo por sexo incluso en los anuncios de empleo. Sin embargo, los gerentes a menudo hacen caso omiso al género del trabajador cuando necesitan sacar rápidamente la producción o simplemente cuando existen necesidades de la empresa, demostrando así que la asignación según el sexo es un hábito más que una norma.

- *Trabajé durante seis años para una importante empresa salmonera en Aysén (Chile), en la que se abrieron espacios de oportunidad para las mujeres y les fue muy bien, igual que a los hombres o incluso mejor que a ellos en algunos oficios. Estoy hablando de trabajar en turnos (0 x 5), en centros de cultivo, lejos del centro urbano. Hombre, Industria de procesamiento, América del Sur.*

- *Los puestos que normalmente se reconocían como puestos de trabajo masculinos son ahora también para las mujeres. Hombre, Industria de procesamiento, América del Sur.*
- *La compañía está tratando activamente de promover la igualdad de género tanto en tierra como en mar. Hombre, Industria de procesamiento, Escandinavia.*

Aplicando algunos avances técnicos, oficios que siempre se creyeron ser exclusivamente para hombres, pueden ser perfectamente realizados por mujeres.

- *Necesitamos asistencia para adaptar las embarcaciones para que puedan convenir mejor a las mujeres. Mujer, Pesca, Oceanía.*
- *Montar herramientas o mecanismos que ayuden a la manipulación para que el trabajo sea menos difícil físicamente (especialmente para cargas pesadas). Mujer, Industria de procesamiento, Otros países en Europa.*

El mensaje entregado por varios de nuestros encuestados es fuerte y claro: las mujeres pueden hacer el trabajo.

- *Siendo una mujer joven en la industria de la pesca siento que tengo modelos a seguir, tanto hombres como mujeres. También hay gente a la que puedo admirar, pero cuando se trata de eso siempre soy la única mujer en el barco (pero así pasa para una tripulación de 2 o 3 hombres), soy la única mujer (entre los capitanes y la tripulación) en mi grupo de pesca, así como la más joven entre el pequeño número de mujeres que asisten a las reuniones de la industria (donde voy de observadora / oyente acompañando a mi padre). A menos que tengan una conexión familiar como yo, **hay una barrera seria para las mujeres que se unen a la industria pesquera y que quieran ser contratadas como miembros de la tripulación.** Promover a las mujeres que trabajan actualmente y que tienen éxito les dará a más niñas y mujeres la confianza que necesitan para buscar un trabajo en la pesca, y eso puede ayudar a cambiar la actitud de los hombres hacia una consideración igualitaria entre los miembros potenciales de la tripulación masculina y femenina. No es que el rubro pesquero sea poco atractivo para las mujeres sino que el ambiente de trabajo sería incómodo por culpa de las actitudes de muchos capitanes/tripulaciones con respecto a las mujeres en el barco. Es difícil tener una oportunidad a menos que seas de la familia. Y no hay ejecutivo que establezca un cambio de política, ya que cada buque es esencialmente su propia pequeña empresa. No importa el hecho de que muchos hombres no crean que las mujeres puedan hacer el trabajo físicamente o que mentalmente no puedan soportar las condiciones. También es intimidante para las mujeres ponerse en la posición vulnerable de vivir con una tripulación (probablemente masculina) si no confían en esas personas. Y, en mi experiencia, a algunos hombres les molesta sentirse presionados a estar atentos a sí mismos o a modificar su comportamiento (sexista) cuando una mujer se une a la tripulación. Los barcos de pesca no funcionan igual que las grandes empresas. No se puede establecer una*

política que requiera igualdad de oportunidades, porque cada capitán o propietario es su propio CEO. Para que las mujeres y los hombres estén representados más equitativamente en el agua, el cambio tiene que ser cultural. No trabajo en una empresa. Dirijo un barco, y es algo que funciona para mi padre. Hablamos de mi experiencia porque soy la única mujer en redes de enmalle en los dos barcos que posee. Pero en sus empresas que poseen/operan embarcaciones de pesca y cangrejos tiene dos capitanas. Mujer, Pesca, América del Norte.

- *Un factor clave a tener en cuenta es que las mujeres PUEDEN hacer el trabajo - no era bien conocido, especialmente en el pasado, sin embargo, hay algunos cambios que están empezando a suceder. Mujer, Academia, Africa.*
- *No piensen en las mujeres como seres delicados. Denle a cualquiera una oportunidad justa, sin importar su género. Hombres y mujeres pueden trabajar igual de duro en cualquier ambiente. Se debe animar a las mujeres a que postulen a trabajos que se pensaba sólo los hombres podían realizar. Mujer, Acuicultura, Africa.*

5.3. Equilibrio Trabajo - Vida Personal

Hemos visto que el equilibrio entre el trabajo y la familia es mencionado como uno de los principales obstáculos a la igualdad de género en el trabajo. No es de extrañar, por lo tanto, que ocupe el primer lugar en la lista de medidas correctivas positivas sugeridas por los encuestados (47% de mujeres, 35% de hombres). No es inusual que los encuestados hayan indicado esta preocupación ya que en muchas empresas la maternidad todavía es considerada un problema que supuestamente conlleva pérdidas económicas para las empresas. Esta visión sobre el embarazo y la maternidad (re)produce los mecanismos de discriminación que terminan penalizando a las mujeres.

- *Dificultades para retomar la carrera después de una pausa, falta de apoyo para el cuidado de los niños. Mujer, Investigación/academia, Otros países en Europa.*
- *Problemas con la maternidad, las trabajadoras temporales son discriminadas si quedan embarazadas; sólo si tienen contratos a plazo fijo no pierden su trabajo. Hombre, Industria de procesamiento, América del Sur.*
- *Tienen que dejar de ver el embarazo como si fuera una enfermedad, y entender la conciliación de la vida personal y laboral como algo natural. Tener hijos es algo de a dos, no sólo de mujeres. Mujer, Servicio público, Otros países en Europa.*

En el año 2000, Aslin, Webb & Fischer ya hicieron recomendaciones a la industria pesquera en un informe encabezado por la Red Australiana de Mujeres en la Industria (WIN por sus siglas en inglés). Ahí recomendaron "*desarrollar lugares de trabajo "más favorables a las mujeres" y "favorables a la familia", tener en cuenta el equilibrio de género en los entornos de trabajo y fomentar la flexibilidad en el lugar de trabajo*".

Para lograr una conciliación eficaz entre la vida laboral y la vida privada es necesario adoptar una serie de medidas (guardería o guardería en el lugar de trabajo, permiso parental, horarios flexibles, pausas en la carrera profesional, trabajo a domicilio, etc.) que deben incluir a los hombres.

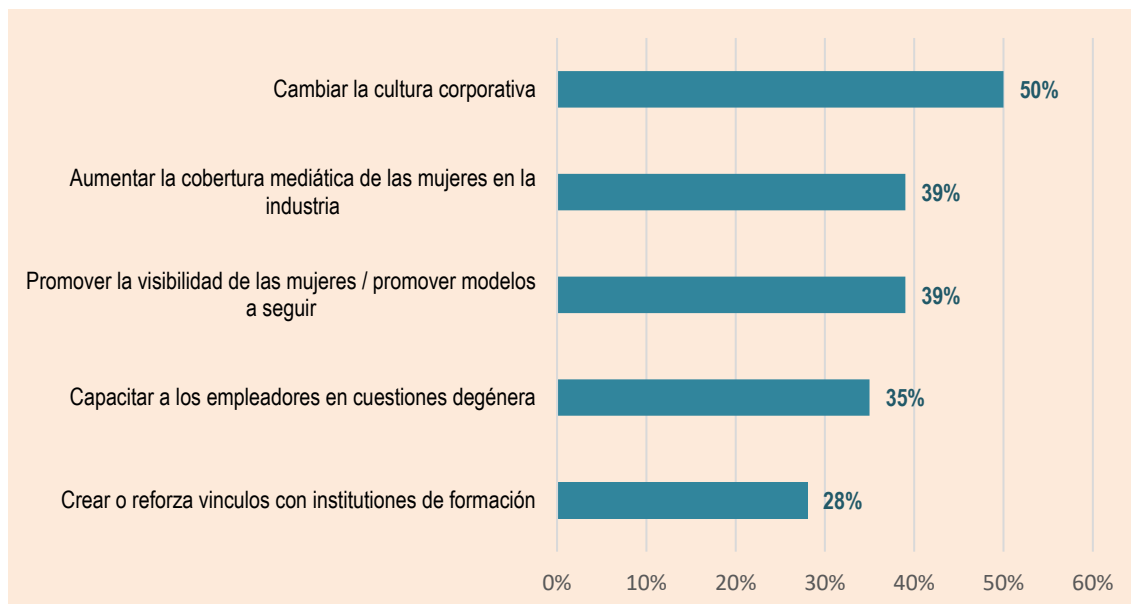
En la mayoría de los comentarios se destacó que esto se trata sin duda de una preocupación de la mujer, y que por lo tanto, la política debe diseñarse de manera que se adapte al horario de trabajo de ella. Sin embargo, algunos de los encuestados proponen la adopción de políticas parentales igualitarias o neutrales con respecto al género, en las que el padre también es considerado como responsable de los hijos, por ende debe igualmente acceder a beneficios específicos.

- *Dar los mismos beneficios a los hombres en caso de tener niños como pre y postnatal. Esta es una de las muchas razones por las que los hombres son más propensos a ser contratados que las mujeres. Hombre, Industria de procesamiento, América del Sur.*
- *Dar oportunidades justas de crianza tanto para hombres como para mujeres. También flexibilidad de horarios y la capacidad de trabajar desde casa ya que permite a los padres (normalmente la madre) de recoger a los niños de la escuela y retomar el trabajo más tarde. Mujer, Servicios, Otros países en Europa.*
- *La misma cantidad de tiempo de permiso de maternidad para ambos padres. Mujer, Servicios, Otros países en Europa.*
- *Se debe motivar a las personas a tomar la licencia completa cuando tienen un bebé, tanto hombres como mujeres por igual. Mujer, Servicios, Otros países en Europa.*

Al prestar atención a las necesidades particulares de los padres trabajadores y, al establecer acuerdos con ellos, contribuiría a reducir los obstáculos que impiden un acceso pleno de las mujeres a las oportunidades de trabajo.

5.4. Estrategias para abrir más puertas a las mujeres

Fig 17. ¿Cuál sería la estrategia más efectiva para incrementar el % de mujeres?



Cambiar la cultura corporativa

La percepción de que la industria es anticuada y dominada por hombres es compartida por hombres y mujeres de todo el mundo. Cambiar la cultura corporativa fue la estrategia número uno citada por los encuestados para atraer a más mujeres a la industria.

- *No se trata de condiciones de trabajo, sino de patriarcado, mentalidad y prejuicios.* Mujer, Servicio público, Otros países en Europa.
- *La industria pesquera está atascada en el estilo antiguo de hacer las cosas.* Mujer, Pesca, América del Norte.
- *La igualdad entre hombres y mujeres son palabras vacías, en los puestos de dirección de nivel medio sigue existiendo una mentalidad anticuada.* Mujer, Institución de investigación, Otros países en Europa.
- *Prestar más atención a lo que los trabajadores tienen que decir [sobre este tema], terminar con la mentalidad anticuada en las formas de gestión y crear una mentalidad renovada, nueva, otras ideas.* Hombre, Industria de procesamiento, América del Sur.
- *Trabajar con organizaciones externas significa trabajar con el "club de hombres" en la gestión y promoción de la pesca.* Mujer, Academia, América del Norte.

- *Mi observación es que los estándares de gestión en la industria pesquera son muy antiguas y se centran en los hombres, creo que promover nuevas prácticas de gestión contribuiría a que el estándar de la industria apunte en gran medida a enmendar la desigualdad de género.* Mujer, Servicios, América del Norte.

Incrementar la visibilidad de las mujeres o su cobertura a través de los medios

Quebrar el círculo de invisibilidad fue la segunda estrategia más sugerida para atraer a más mujeres a la industria. La ausencia de mujeres visibles, especialmente las que ocupan puestos ejecutivos, hace más difícil que otras puedan identificarse como capaces de ocupar un lugar en esa industria. Como se mencionó más arriba, desde el año 2015, un par de medios de comunicación han decidido abordar este tema y han lanzado una serie de entrevistas con mujeres que trabajan en diferentes sectores de actividad de la industria pesquera.

Construir redes de mujeres

La creación de una red de mujeres se percibe igualmente como un paso importante para promover la toma de conciencia, compartir visiones y experiencias entre colegas y aumentar la confianza entre las candidatas a puestos directivos o de alta dirección.

La creación de un lugar donde las mujeres puedan apoyarse unas a otras se considera una herramienta potencialmente útil para las mujeres dentro de una empresa privada, institución o asociación profesional.

- *Creo que tendría que haber una red de mujeres que se unan en todo el mundo para apoyarse unas a otras y también para crear y ejecutar soluciones a los problemas a los que se enfrentan las mujeres en la industria.* Mujer, Industria de procesamiento, América del Norte.
- *Utilizar las redes para apuntar directamente a la contratación de mujeres fuertes y capaces.* Mujer, Pesca, América del Norte.

Algunas redes de mujeres ya establecidas fueron citadas por los encuestados. Desafortunadamente, no fueron proporcionados más detalles sobre sus formas de organización, agenda y eficiencia a la hora de plantear y resolver problemas.

- *We Tenemos una red de mujeres donde los problemas son abordados, también tenemos un comité que discute este tema.* Mujer, Servicios, Escandinavia.
- *Women Red de mujeres "Women Leading the Way" (Mujeres a la Vanguardia).* Mujer, Acuicultura, América del Norte.

Red de mujeres

La red es un concepto múltiple, cuenta con una agenda diversa, reglas de membresía y calendario de reuniones. Entendemos que la mayoría de los que respondieron a la encuesta se refieren a sus experiencias sobre lo que han observado dentro de sus empresas o instituciones. Además de estos programas internos, cabe mencionar la plétora de redes o plataformas que reúnen a mujeres siempre del rubro pesquero pero según distintos objetivos o temáticas, operando dentro de un área geográfica definida: existen por ejemplo la Women's Fisheries Network (WFN) USA, la Women's Industry Network Seafood Community (WINSOC) Australia, Aktea Europe, Women in Fisheries Network Fiji y varias de organizaciones locales en España⁴.

Crear vínculos con las instituciones de formación

Lamentablemente, no recibimos comentarios específicos para explicar la necesidad de crear vínculos con las instituciones de formación para atraer más mujeres. Sin embargo, como vimos más arriba, sabemos que las cifras de admisión desagregadas por sexo indican que las escuelas de oficios marítimos forman a muchos más hombres que mujeres. Como Elisabeth Aspaker, ex ministra noruega de Pesca, declaró una vez durante su mandato (2 de julio del 2015): "Animaría a la industria a fomentar una estrecha relación con el entorno académico".

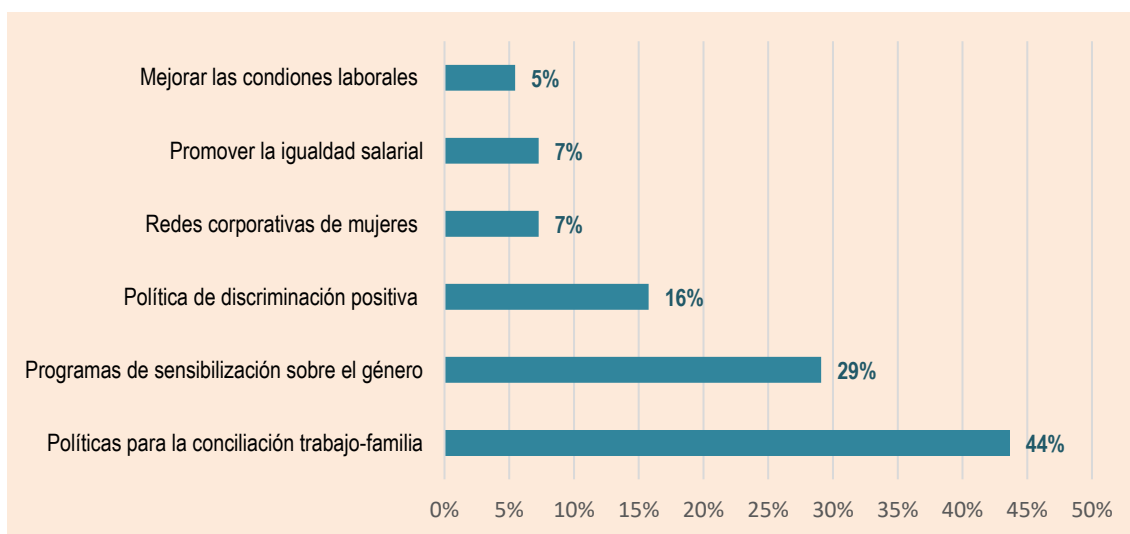
5.5. En nombre de la igualdad: lo que las compañías ya están haciendo por la igualdad de género

La buena noticia es que algunas compañías han estado implementando acciones específicas en favor de la igualdad de género, las cuales son vistas positivamente por sus empleados.

Entre las iniciativas más citadas se encuentran las medidas para un equilibrio entre el trabajo y la vida privada, las formaciones para empleadores y empleados en igualdad de género, y la aplicación de enfoque de discriminación positiva en los procesos de contratación.

⁴ Boletín informativo Red Española de Mujeres en el Sector Pesquero Juli 2017 Mujer en la industria pesquera

Fig 18. ¿Conoce Ud alguna iniciativa positiva que haya sido implementada en su compañía que busque mejorar la igualdad de género?



Propuestas para un equilibrio entre trabajo y vida personal

La introducción de políticas para la conciliación trabajo-vida personal fue la iniciativa positiva más citada (44%) por mujeres y hombres. Entre los encuestados que subrayan esta medida, el 76% son mujeres y el 24% son hombres.

- *Una **clínica en el lugar** de trabajo ha facilitado mucho la vida de las empleadas con respecto a tener acceso a medicamentos para ellas y sus hijos. Esto las mantiene en el lugar de trabajo en vez de tener que ir a las clínicas públicas (horas de espera múltiples), lo que implica un costo para ellas y otro para los empleadores por las valiosas horas de trabajo. Mujer, Acuicultura, África.*
- *Nuestra planta de procesamiento creó un **horario de trabajo para padres** con hijos pequeños, esto les permite llevar a los niños al colegio, trabajar y regresar a casa justo a tiempo para pasarlos a buscar al colegio. Se le llama comunmente “Turno de mamá”. Mujer, Acuicultura, América del Norte.*
- *Nosotros les permitimos **trabajar desde casa, tener horarios flexible**, trabajar a medio tiempo. Pienso que eso es clave para crear un ambiente de trabajo atractivo para las madres trabajadoras. Mujer, Servicios, América del Norte.*
- ***Horarios de trabajo adaptados para mamás solteras**. Hombre, Pesca, Escandinavia.*
- *3 meses de permiso de maternidad. Mujer, Academia, Asia.*
- *Ofreciendo cargos de medio tiempo para mantener a las mujeres en el ritmo durante las edades fértiles. Mujer, Pesca, América del Norte.*

- *Hablamos de maneras para ayudar a las mamás a regresar al trabajo en la oficina; hablamos sobre problemas de horarios/turnos y de desplazamiento que afectan a nuestros trabajadores que trabajan por hora; hablamos sobre temas de la industria y de la vida laboral que afectan a las mujeres y tratamos de crear un ambiente de trabajo que permita satisfacer sus necesidades. Mujer, Industria de procesamiento, América del Norte.*

Cuadro 4

Plan de Igualdad aplicado por Anfaco - España

La Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescados y Mariscos-Centro Técnico Nacional de Conservación de Productos de la Pesca (ANFACO-CECOPECA), organización española que representa los intereses del sector transformador de productos de la pesca y la acuicultura, se encuentra actualmente aplicando un segundo plan de Igualdad por el periodo 2017-2020. Con el objetivo de favorecer la sostenibilidad empresarial, ANFACO-CECOPECA busca cumplir con el principio de abolición de prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. Esto significa integrar la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, siendo esto el principio transversal para las políticas y procesos de esta organización.

La evaluación del primer plan de Igualdad que se ejecutó entre 2010 y 2012, permitió dar cuenta de la situación entre mujeres y hombres en términos de diversidad, paridad, condiciones del empleo e igualdad de oportunidades. Este último aspecto es el principio estratégico de la Política Corporativa y de Recursos Humanos de ANFACO-CECOPECA.

Los objetivos principales de este Plan de Igualdad son: igualdad en el acceso al empleo y en las condiciones de contratación; promoción interna y formación en criterios de igualdad; conciliación vida familiar y laboral a través de medidas de flexibilidad; prevención de riesgos laborales con perspectiva de género; prevención del acoso sexual y por razón de género (a través de la aplicación de un protocolo); sensibilización y comunicación de las políticas de igualdad; y aplicación de medidas de gestión de la diversidad para el respeto de las características individuales..

Sensibilización en perspectiva de género

La igualdad de género es un concepto nuevo, su comprensión sigue siendo limitada. Hemos visto que algunos consideran que esto es una cuestión de baja prioridad, mientras que para otros es algo puesto en competencia con otras responsabilidades. La integración práctica de la igualdad de género dentro de las empresas privadas requerirá programas dedicados para ayudar a los empleados a participar del cambio.

- *Establecimiento de una oficina de género y asociarle un presupuesto.* Mujer, Investigación/academia, Asia
- *Promocionando la igualdad y participando en proyectos de igualdad de género en el sector de mujeres.* Mujer, Organización profesional/sindicato, Otros países en Europa.
- *Se que se formó un grupo, y que están tratando de monitorear la situación de las mujeres en la compañía para trabajar hacia un cambio positivo.* Mujer, Industria de procesamiento, América del Norte.

Reglas para la igualdad entre hombres y mujeres

Las direcciones de las compañías pueden proponer un Plan de Igualdad donde se incorporen medidas obligatorias en favor de la igualdad de género. Pueden ser incorporados algunos elementos teóricos sobre la igualdad y mencionar la importancia de la igualdad de trato hacia y entre los empleados independientemente de su género, religión, orientación sexual y origen étnico. Si bien muchas veces estos principios quedan enunciados en un documento sin ser realmente puestos en práctica, hay otras compañías que si ejecutan acciones específicas dirigidas a áreas definidas o a pequeños grupos de empleados. En los planes más completos, donde existen acciones concretas y evaluaciones periódicas, la igualdad entre hombres y mujeres es integrada en la cultura de la empresa y los indicadores de igualdad pueden ser compartidos con actores externos [Eurofond 2004].

- *La compañía trata activamente de promover la igualdad de género tanto en la tierra como en el mar.* Hombre, Industria de procesamiento, Escandinavia.
- *Hay una lista mail llamada Mujeres Líderes donde compartimos historias, artículos e información. La licencia por paternidad ha contribuido a que tanto las colegas mujeres como los colegas hombres tomen licencias por maternidad/paternidad más largas. Siempre que tenemos un retiro hablamos de mujeres en el liderazgo; siempre estamos mejorando, por eso es que hablamos de ello, se trata de una organización muy justa.* Mujer, ONG, América del Norte.

Política de contratación a favor de las mujeres

Una política de reclutamiento con perspectiva de género puede establecer un proceso de reclutamiento y selección transparente e imparcial, o se puede igualmente aplicar una política discriminación positiva sensible al género.

- *(Nuestra compañía) trata de contratar mujeres para los cargos de venta. Hombre, Servicios, Escandinavia.*
- *A nivel corporativo (de la organización matriz), existen iniciativas para la paridad de género en todos los niveles con objetivos establecidos para 2020 e información sobre el desempeño actual de cada una de las organizaciones bajo la égida de la organización matriz. Mujer, Academia, Otros países en Europa.*
- *Ha habido un enfoque en el aumento del número de mujeres ejecutivas en los últimos años. En los departamentos con un número desigual de hombres o mujeres, la atención se centra en la búsqueda de nuevas personas del sexo opuesto. Mujer, Acuicultura, Escandinavia.*

Esto es lo que Hilde Waage, directora de RRHH de Ewos, declaró (Intrafish 2015): "Hay que estar atentos en el proceso de reclutamiento. Se debe exigir que haya al menos una candidata mujer entre los candidatos finales".

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y cuestiones de género

La sostenibilidad ambiental se ha convertido en un elemento integral de los planes de negocios y es abordada en los informes de sostenibilidad de muchas empresas. Bajo la presión de accionistas, consumidores y clientes, ignorar el estado del medio ambiente marino es un riesgo empresarial que ninguna empresa pesquera responsable está dispuesta a asumir. Como Rachel Mutter, editora de Intrafish, defendió en el evento de liderazgo de las mujeres en el sector pesquero en marzo del 2018: "Es irónico que esta industria preocupada por la sostenibilidad a menudo parezca perderse el tema de sostenibilidad más apremiante que tiene, que es su propia fuerza laboral".

A nivel global, dentro de este rubro "las empresas capaces de competir en el mercado global están abordando cada vez más la agenda de la igualdad de género y la están incluyendo dentro de sus estrategias de RSE" [Gazzola 2016]. Sin embargo, las empresas pesqueras que han hecho un cambio en favour de la igualdad de género y del empoderamiento de la mujer son pocas.

De un total de 3.000 empresas, la ONG Equileap retuvo una lista de 200 compañías que demostraron algún tipo de compromiso con la igualdad de género. 9 de ellas están en el rubro de la alimentación y ninguna en el sector pesquero (Equileap 2017). Haciendo una revisión general sobre los compromisos sociales de 250 empresas pesqueras (50 de España, 50 de Noruega, 50 de Perú, 50 de EE.UU. y 50 de Tailandia) a través de sus informes de RSE o de información expuesta en sus páginas web, sólo dos empresas* implementaron un proyecto para poner en avance a las mujeres, mientras que menos de 10 se refirieron específicamente –pero sin detalles– a la igualdad de género, a los derechos de las mujeres o a la conciliación de la vida laboral y familiar. Algunos se refieren de manera superficial (o solo en el papel) a una promesa de "no discriminación por motivos de religión, color, género, orientación sexual, edad, nacionalidad, raza o discapacidad", lo que no es más que repetir lo que la ley ya dicta. La ausencia de esfuerzos por la igualdad de género no significa necesariamente que no existan, pero sin duda refleja que no son percibidos como un valor positivo digno de mención.

*Highiner Foods, una empresa procesadora del rubro pesquero ubicada en América del Norte, ha establecido medidas de discriminación positiva y de igualdad de oportunidades para aumentar el número de mujeres en puestos de responsabilidad (proyecto Women Leading the Way). TASA, una productora peruana de harina y aceite de pescado, dirige un proyecto que capacita a mujeres líderes de Huanta (Ayacucho) para convertirse en empresarias y productoras de alimentos nutritivos.

Con la ayuda de Mariana Toussaint, consultora FAO

Focus en las áreas culturales: principales prioridades según ubicación geográfica

Al inicio de este estudio se manejó la hipótesis de que este tema podría presentarse de manera diferente entre distintos tipos de organizaciones y en diferentes partes del mundo. En el siguiente cuadro, se exponen las que serían las acciones positivas para la igualdad de género declaradas espontáneamente por los encuestados según sus ubicaciones geográficas.

Fig 19. Iniciativas positivas para mejorar la igualdad de género en su compañía según ubicación geográfica?

	Escandinavia	Otros países en Europa	América del norte	América del sur	Asia	Africa	Oceanía
Política de contratación a favor de mujeres	1				2	2a	
Equilibrio trabajo-familia	2	1	1	1		1	
Mejoramiento de las condiciones de trabajo							2
Programas para la conciencia de género		2	2	2	1	2b	1

El equilibrio trabajo-familia, los programas para generar conciencia de género y la política de contratación a favor de la inclusión de mujeres se perciben como las iniciativas con más impacto.

Cuadro 6

Los beneficios de la igualdad de género en el ambiente profesional

Documentada en una abundante literatura sobre economía y gestión, presentamos aquí una breve revisión de los posibles beneficios para las empresas que adoptan la igualdad de género.

Esta lista no es exhaustiva. La igualdad de género en el ambiente profesional brinda oportunidades a un mayor grupo de candidatos, atrae mejores candidatos, aumenta el rendimiento comercial, mejora el margen operativo y la creación de valor a largo plazo, ofrece una mejor distribución de beneficios, crea mayor bienestar en el trabajo para todos los empleados, aumenta la satisfacción laboral, reduce el ausentismo y la rotación de empleados, termina con posibles situaciones de abuso y de malas conductas, reduce la pobreza.

6. El Camino a Seguir: Impulsar Diálogos sobre la Igualdad de Género en la Industria Pesquera

En este informe hemos querido hacer visibles a las mujeres y referirnos a su situación desde la perspectiva del estudio del género. Esto implica profundizar una mirada sobre las diferencias sociales entre hombres y mujeres, particularmente en el sector de la pesca. En otras palabras, hemos buscado estudiar el estado de las relaciones de género, entendiendo que la situación de las mujeres se construye, en parte, por un tipo recurrente de relación desigual con los hombres, una situación respaldada en y por las sociedades patriarcales.

Al abogar por romper el ciclo de desigualdades de género que identificamos en este estudio, estamos entendiendo este proceso como la división de varias formas de discriminación que se acumulan como el género, la "raza" y la etnia, la clase social, las formas de discapacidad, la orientación sexual, etc. Invitamos a los actores de la industria pesquera a comprender las desigualdades y las diferentes formas de discriminación como parte de un mismo proceso y no como fenómenos aislados. Este trabajo reveló que en varias compañías, los factores de desigualdad suelen clasificarse uno sobre otro según la prioridad que convenga a cada organización. Para asegurar procesos sostenibles y operaciones responsables, la industria debe agregar a este deber interno de igualdad uno externo, la preocupación por el medio ambiente y por las comunidades aledañas afectadas por el asentamiento de grandes industrias.

La encuesta de WSI ha entregado evidencia sobre la generalización de las desigualdades de género, pero también sobre la existencia de avances en esta materia impulsados por empresas progresivas y responsables, y por un creciente interés en estos asuntos por parte de la sociedad civil y las instituciones públicas. De todos modos, todavía queda mucho por hacer en el camino hacia la igualdad de género.

Siguiendo el análisis realizado a lo largo de este informe, nos gustaría proponer tres pasos a seguir, los cuales han surgido como herramientas claramente eficientes para romper el círculo vicioso de la desigualdad de género: sensibilizar a los actores de esta industria en la temática del género para que entiendan lo que está en juego; involucrar a los hombres en esta conversación; y alentar acciones progresivas en los lugares de trabajo. Lo que sugerimos aquí son pistas de reflexión y acción que los actores pesqueros deben considerar en cada contexto, teniendo en cuenta su entorno de trabajo específico. A fin de comprender mejor este problema y poder progresar, se requerirá en un futuro cercano de análisis más profundos y en menor escala, como, por ejemplo, según las diversas áreas de las organizaciones (públicas, privadas); por sector de producción; tamaño de producción (pequeña o gran escala); pesquerías industriales o artesanales; territorio (urbano, rural), etc. Estas especificidades demuestran que no existe una fórmula única para avanzar hacia la igualdad de género, aunque existen experiencias (incluso fuera de la industria pesquera) de las cuales otras compañías pueden inspirarse. La encuesta de WSI confirma lo expresado previamente por investigaciones y otras entidades: los problemas relacionados con la situación de las mujeres (tales como brecha de género, sesgo de género, falta de oportunidades, acoso sexual, entre otros) existen en el mundo entero.

6.1. Generar consciencia

Tal como dice el sociólogo estadounidense Mickael Kimmel: *"Cuando se trata de promover a las mujeres en el lugar de trabajo, uno de los mayores obstáculos es la falta de interés de los hombres. [...] Los hombres no pueden ver cuál es el problema. El privilegio es invisible para quienes lo tienen"* (Kimmel 2018). Y resulta que quienes lo tienen son quienes toman las decisiones. Por lo tanto, es indispensable generar consciencia y estimular su sensibilidad a los problemas de género..

- Para generar consciencia, el tema (i) debe ser reconocido y (ii) las responsabilidades deben ser asumidas por los actores, es decir, por las naciones a nivel macro y por las empresas a nivel micro. Hemos visto que los soportes legales nacionales han ayudado a crear consciencia sobre la (des)igualdad y reducirla. Las medidas transnacionales, como los criterios de incorporación de la perspectiva de género de la Unión Europea para acceder al Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP), están ahí para obligar a los actores privados a cuestionar sus prácticas y, en última instancia, a cambiarlas.
- Para comprender a cabalidad este tema y todas sus implicancias, entre las medidas concretas y pragmáticas se podrían incluir programas de consciencia de género desarrollados por actores privados. Previo a la asignación de recursos públicos, las exigencias en material de formación específica de género deben establecerse a nivel nacional o internacional. Una fase explicativa dirigida a los solicitantes de fondos públicos sería útil para la comprensión de dichos esquemas.
- Conocer el estado de las relaciones de género dentro de una organización y ser plenamente consciente del desequilibrio de género puede conducir a un diagnóstico objetivo. Las empresas pueden recurrir a una auditoría externa o certificaciones con el objetivo de obtener una etiqueta de igualdad de género como la EDGE (certificación de igualdad de género) o la GEEIS (igualdad de género para estándares europeos e internacionales).

Resaltar la brecha de género, hacer visible lo invisible, generar consciencia en los líderes de la industria de que su negocio se basa en desigualdades de género es el primer paso para abordar el desafío y hacer que los cambios sucedan.

6.2. Involucrar a los hombres en el camino hacia la igualdad de género

Los hombres son parte de este problema social y tienen un poder mayoritario en las tomas de decisiones, sin embargo, tienen una percepción muy diferente de la situación en comparación con las mujeres.

Una encuestada de América del Norte explicó: *"Tenemos una red de mujeres, y se tratan los problemas, también tenemos un comité que debate sobre este tema. El problema es que los hombres no participan en la conversación y que los problemas subyacentes no se resuelven ni solucionan"*. Esto va en la misma línea de lo expuesto por Torunn Knoph Halhjem, directora senior de Trident Seafoods, durante la cumbre de Mujeres en el mundo pesquero, celebrada en Bergen en marzo de 2018: *"Podemos sentarnos todo el día y hablar sobre el valor de la importancia de traer mujeres a la industria, pero nos guste o no, es más importante que los CEOs como Joe Bundrand⁵ hablen entre sí"*. Ambas mujeres expresan claramente que incluir a los hombres en la discusión es un requisito previo para que los cambios sucedan.

No se trata de un problema exclusivamente de mujeres, sino de una preocupación social compartida, donde está en juego el equilibrio de las relaciones entre los dos géneros.

Curiosamente, cuando hablamos de este tema con hombres en posiciones ejecutivas, notamos una clara diferencia en su reacción en función de su situación personal: si tienen familiares cercanos en la industria pesquera, como hijas, es más probable que estén abiertos a esta discusión. Sin embargo, el tema definitivamente debe ir más allá y salir de la esfera personal, porque estamos hablando de aplicar un principio de justicia como la igualdad en el entorno laboral.

La encuesta reveló una gran brecha en la percepción entre hombres y mujeres, entre quienes se encuentran directamente afectados y quienes lo están menos. Existe una necesidad urgente de que logremos un diagnóstico compartido en esta materia, el cual debería también involucrar a las organizaciones profesionales (cooperativas de pescadores, sindicatos, organizaciones profesionales) que en la mayoría de los países son administradas por hombres.

Además, la evidencia sobre los beneficios que los líderes y las comunidades obtendrían debe ser evocada y resaltada para que los decisores ligados a la industria tomen medidas.

⁵ Director ejecutivo Trident Seafoods

6.3. Estimular el diálogo sobre la igualdad de género en la industria pesquera

Este estudio mostró que existe una percepción sobre las desigualdades de género extendida entre los profesionales del mundo pesquero, aunque en un grado variable. Existen grandes variaciones en todos los continentes y en todos los sectores. Los resultados de este trabajo revelaron también los mecanismos sobre los que un círculo vicioso de desigualdades se encuentra operando. Aún así, y como se ha ya evidenciado⁶, existe aún una falta de comprensión general del problema y de lo que está en juego.

A lo largo de la encuesta, fueron destacados algunos empleadores por la aplicación de políticas sensibles a la perspectiva de género, medidas que la industria en su conjunto no practica. Esto nos dice que hay posibilidades para avanzar, que es algo que puede organizarse de manera progresiva.

WSI cree que ha llegado el momento de comenzar un diálogo entre los actores del mundo de la pesca sobre este elemento clave para la sostenibilidad social. Este diálogo debe basarse en la comprensión y el conocimiento común, facilitando así una identificación de las necesidades para poder mejorar las prácticas e inspirar avances positivos. Estos diálogos podrían inspirarse en los Diálogos de Acuicultura, creados por la WWF, y podrían organizarse regionalmente. Puede que el objetivo final de estos encuentros no sea desarrollar normas per se, sino inspirar acciones positivas.

WSI hace un llamado a la responsabilidad a organizaciones internacionales e instituciones nacionales, asociaciones profesionales, sindicatos, empresas privadas y ONGs para alentar y facilitar la organización de un Diálogo de Igualdad de Género en la Industria Pesquera.

WSI está convencida de que el diálogo entre estos múltiples actores ayudaría a la industria pesquera y a muchos de sus sectores a avanzar hacia una mayor inclusión e igualdad de género.

⁶ Esta fue la conclusión más compartida en el workshop “Gender in CSR” que se llevó a cabo el 19 de junio 2018 en el Seaweb Summit.

7. Fuentes

Aslin, H.J., Webb, T. and Fisher, M. 2000. *Fishing for women: understanding women's roles in the fishing industry*. Bureau of Rural Sciences, Canberra, Australia

Baelde, P. Monfort, MC. Vouhe, C. 2017: La place des femmes dans les secteurs pêche et aquaculture en France, FranceAgriMer 141p.

Bohnet, I. 2016. *What works: Gender equality by design*, The Belknap Press of Harvard University Press

Brugere, C. Williams, M. 2017. *Women in Aquaculture* GenderAquaFish.org

Catalyst 2007. The Bottom Line: Corporate Performance and Women's Representation on Boards. [on line] http://catalyst.org/system/files/The_Bottom_Line_Corporate_Performance_and_Womens_Representation_on_Boards.pdf

Dhanya, G. 2013. Status of women employed in seafood pre-processing units of Alapuzha, Kerala, *Fishing Chimes*, Vol 33 N°7, Oct 2013.

De Singly, F. 2013. *L'enfant comme obstacle à l'égalité professionnelle*, dans Margaret Maruani (dir.), *Travail et genre dans le monde, l'état de savoirs*, La découverte, Paris, 2013, p. 81.

Equality Challenge Unit 2016.

Equileap 2017. *Gender Equality Global Report & Ranking* 24p

FAO 2014. *The State of World Fisheries and Aquaculture: Challenges and opportunities*, FAO, Rome, 243p

Fingerhut, A. 2016. *In both parties, men and women differ over whether women still face obstacles to progress*, Pew research

Gazzola, P. Sepashvili, E., Pezzett, R. 2016. *CSR as a mean to promote gender equality* Vol. 7 - N. 1/2016 *Economia Aziendale Online* pp95-99 Working Paper

Goldin, C. and Rouse, C. 2000. *Orchestrating Impartiality: The Impact of "Blind" Auditions on Female Musicians*. *The American Economic Review* 90.4 (2000): 715-741.

Guillaume, C. Pochic, S. 2007. *La fabrication organisationnelle des dirigeants. Un regard sur le plafond de verre*, *Travail, genre et sociétés* 2007/1 (N° 17), p. 79-103. DOI 10.3917/tgs.017.0079, p. 92.

Harper, S. et Al. 2017. *Contributions by Women to Fisheries Economies: Insights from Five Maritime Countries*, *Coastal Management* 2017, VOL. 45, NO. 2, 1-16

Intrafish 2015: October the 9th, 2015.

<http://www.intrafish.com/topic/womeninseafood/648168/women-in-seafood-ewos-hilde-waage>

Kimmel, M. 2016. *Privilege is invisible to those who have it: engaging men in workplace equality* The Guardian, Interview by Fiona Smith, April 2016.

Kruijssen, F., McDougall, C., Van Asseldonk, J.M. 2017. *Gender and aquaculture value chains: A review of key issues and implications for research* <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2017.12.038>

Laufer, J. 2013. *Le plafond de verre : un regard franco-américain*, dans Margaret Maruani (dir.), *Travail et genre dans le monde, l'état de savoirs*, La découverte, Paris, 2013, p. 301.

Lefèvre, C et al., 2009. « 12. Les employeurs, un autre acteur de la politique familiale ? », in Ariane Pailhé et al., *Entre famille et travail*, La Découverte « Recherches » 2009, p. 287-306.

Maruani, M. 2013. *Travail et genre dans le monde, l'état de savoirs*, La découverte, Paris, 2013, p.9.

Mc Kinsey 2010. *Women at the top of corporations: Making it happen*. 28p. [on line] http://www.mckinsey.com/features/women_matter

Monfort, M.C. 2015. *The Role of Women in the Seafood Industry*. GLOBEFISH Research Programme, Vol. 119. FAO, Rome (67pp).

Parizot, I. 2010. "L'enquête par questionnaire", in Paugam, S. (dir.): *L'enquête sociologique*. Quadrige/PUF, Paris.

Pettersen, L.T. Alsos G.A. (2007): *Change and stability: The Role of Women in Norwegian Fish Farming*. MAST 2007, 5(2):93-121

Powell, S. 2016. *Gender Equality and Meritocracy Contradictory discourses in the Academy* Doctoral Thesis Swedish University of Agricultural Sciences Uppsala 2016

Statistics Norway 2016. *Akvakultur. Oppdrett av laks og regnbueørret. Personer i arbeid, etter region, produksjonstype, kjønn, statistikkvariabel og år*

STECF. 2012. *Economic Performance of the EU Fish Processing Industry Sector (STECF-OWP-12-01)*, Scientific, Technical and Economic Committee for Fisheries. Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Williams, M. 2017. *What are the challenges in the path of achieving gender equality in fisheries and what should our priorities be?* Yemaya, Issue N°54 ICSF [on line]

Willson, M. 2016. *Seawomen of Iceland: Survival on the Edge*. Seattle: University of Washington Press, 2016. Project MUSE.

World Bank. 2012. *Hidden Harvest: The Global Contribution of Capture Fisheries*. The World Bank, FAO, World Fish Center.

WSI 2016. *Few women at the Top*, November 2016

WSI 2017 Watch Review. Annual Report 70p.

WSI 2018. *Why are there so few women speakers at seafood conferences?* January 2018 In Undercurrents news.

Próximamente en 2018

Concurso de video WSI

Con el apoyo de MATIS y la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD), WSI lanza por segundo año consecutivo un concurso de video sobre “la mujer en el mundo de la pesca”. Más detalles aquí:

womeninseafood@wsi-asso.org

WSI en conferencia española

El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (Secretaría General de Pesca) se complace en anunciar que la I Conferencia Internacional de Mujeres de la Pesca tendrá lugar los días 5, 6 y 7 de noviembre de 2018 en la ciudad de Santiago de Compostela, España.

Si quiere recibir la newsletter de WSI de forma regular, escribanos a

womeninseafood@wsi-asso.org

Este informe ha llegado hasta usted gracias a las donaciones que WSI ha recibido. Si este tema es de su interés, puede ayudarnos a producir, editar y distribuir este trabajo haciendo una donación aquí:

<https://wsi-asso.org/join-wsi/>

Este documento ha sido traducido meticulosamente por Natalia Briceño y fue editado con talento por Véronique Dupont.

www.wsi-asso.org

Síguenos en twitter: [@SeafoodWomen](https://twitter.com/SeafoodWomen)

Contáctenos: womeninseafood@wsi-asso.org