

La igualdad de oportunidades, concienciar a la sociedad para que las mujeres sean valoradas en función de su capacidad y no del sexo, es uno de los objetivos de Madrid Woman's Week, que ha conseguido en dos ediciones atraer la atención de expertos, empresas de diferentes

ámbitos y organismos públicos. Su fundadora y directora general cree que con la crisis, al contrario de lo que pueda pensarse, las compañías verdaderamente responsables deberían invertir más en RSC. Madrid Woman's Week planea convertirse en fundación.

Carmen M. García, fundadora y directora general de Madrid Woman's Week

“La crisis está haciendo retroceder el papel de la mujer directiva”

■ **Marce Redondo**

– ¿Por qué surgió Madrid Woman's Week y qué objetivos persigue?

– Nuestro objetivo es la sensibilización, construir un foro de debate y reflexión. Partimos de la Asociación de Profesionales de la Comunicación (ProCom) donde yo era responsable de temas relacionados con la mujer. Analizando nuestro trabajo, la prensa y, en general, los medios de comunicación vimos que, efectivamente, había un desagravio frente a la mujer: la cabeza visible siempre es el hombre, las noticias van enfocadas a los hombres...

Pensamos que había que hacer algo, pero no festivo, no queríamos competir con nadie ni quitarle a las administraciones públicas protagonismo porque nuestra idea es unar porque solo así se puede conseguir algo. Nos preguntamos qué era lo que necesitábamos para sensibilizar a la sociedad y en qué ámbitos, y vimos que era necesario más de un día, por lo menos una semana para dar cabida a expertos, debatir propuestas en el ámbito de la igualdad de oportunidades y difundirlas para mejorarlas. De ahí surgió la Semana Internacional de la Mujer.

– ¿Qué balance hace después de haber celebrado este año la segunda edición?

– Es curioso porque el balance que tenemos de estas dos ediciones es, desgraciadamente, muy positivo. Y digo desgraciadamente porque todavía necesitamos de ello. Es una pena celebrar una semana internacional de la mujer, que tengamos que reivindicarla. El lado positivo es que hemos tenido un gran éxito en la convocatoria; mucha gente que apoya nuestra iniciativa, muchas empresas que creen necesario un mundo laboral más justo con las que ya estamos trabajando y otras muchas que quieren participar. Esto nos ha permitido llevar esa sensibilización a la empresa. Necesitamos empresas responsables que se lo crean de verdad, con principios, que no sea simplemente una RSC comunicada y nada más.

– ¿Qué repercusión ha tenido?

– Ha sido muy amplia tanto a nivel nacional como internacional. Desde el extranjero se ha puesto en contacto con nosotros gente que quiere participar para dar su testimonio, explicar sus necesidades e incluso experiencias que han tenido en distintas empresas. También hemos tenido contacto con otros países a través de las embajadas, que han participado en la semana de este año con expertos en políticas de igualdad. De esta manera, hemos podido contrastar qué es lo que pasa en otros países y qué es lo que pasa aquí. Incluso estamos intentando cuadrar agenda para poder celebrar una semana de la mujer en Panamá, en Chile y en México.

Aquí en España ha tenido muchí-

sima repercusión, hemos celebrado no solo Madrid Woman's Week sino también las semanas de Aragón y Marbella y hace poco hemos constituido el Consejo Asesor de Cantabria Woman's Week en el cual se han brindado a colaborar políticos, empresarios, artistas... Nosotros pretendemos hacerlo desde aquí pero no solo aquí, hacerlo desde Madrid hacia España y desde España hacia fuera. Queremos organizar una red para sensibilizar en todos los sectores.

– La colaboración de las empresas es muy importante, pero con la crisis ¿dónde queda la responsabilidad social empresarial?

– Creo que con la crisis las empresas verdaderamente responsables tendrán que invertir en RSC, van a tener que definir su ADN para saber lo que es prioritario para ellas; y yo creo que este es un tema prioritario. Lo que está retrocediendo mucho con la crisis es el papel de la mujer directiva, aquello en lo que habíamos avanzado de manera más fluida y normalizada. No sé si la crisis es una excusa, puede ser que, aprovechando la situación actual, se tomen medidas que nos hacen retroceder.

– ¿Cómo implican a las empresas en su proyecto?

– Hacemos todo lo posible para que las empresas nos acompañen, que crean que lo que estamos haciendo llega adonde tiene que llegar. Porque una cosa es querer llegar a la gente y otra poder. Actuamos en

“Hay muchas compañías que buscan un mundo laboral más justo”

“Con la crisis, las empresas responsables de verdad tendrán que invertir en RSC”

todos los ámbitos, por ejemplo, hacemos talleres de prevención para el cáncer de mama, cada mes organizamos uno o dos desayunos con temática diversa, nutrición, retribución económica mujer y hombre... Siempre desde el punto de vista de la igualdad de oportunidades, no solo somos mujeres, somos hombre y mujeres, sin el hombre esto no sería nada, pero tenemos que concienciar a los hombres porque nosotras ya lo estamos. Entonces, las empresas nos plantean temas que consideran relevantes en su sector para sensibilizar sobre ellos. Nosotros convocamos una mesa de debate, extrapolamos las conclusiones y sacamos hacia adelante esa iniciativa.

– ¿Dónde sitúa a las mujeres españolas respecto a otros países europeos en el ámbito de la empresa?

– Estamos más o menos igual, tenemos que luchar tanto como las demás. Es verdad que hay países,



FERNANDO MORENO

AL TIMÓN

Carmen M. García es la fundadora de Madrid Woman's Week, un lobby integrado por hombres y mujeres que busca la igualdad de oportunidades. Periodista de

profesión, antes de embarcarse en este proyecto colaboraba en distintos medios y dirigía una agencia de comunicación que dejó para dedicarse de lleno a esta nueva aventura. Tiene tres hijas de

10, 16 y 18 años que la apoyan firmemente, de lo cual se siente muy orgullosa. Dedicar su tiempo libre a estar con ellas, a pasear, a ir al cine... También le gusta mucho leer.

como por ejemplo Noruega, donde la Administración está más implicada, con lo cual hay directivas que obligan a que la mujer esté presente en los consejos de administración o en la alta dirección. Por tanto, tienen que luchar menos para demostrar su capacidad, no estamos hablando de cuotas sino del valor de la persona, independientemente de su sexo. Pero, en general, estamos a la par con otros paí-

ses occidentales, que también están luchando para solucionar muchos problemas que tiene la mujer. En otras zonas, como por ejemplo Latinoamérica, es diferente, ahí la lucha no es por la integración de la mujer en la dirección sino por su integración social.

– ¿Qué apoyo reciben de las administraciones públicas?

– En general, tenemos el respaldo

de las administraciones públicas. Les hemos contado el proyecto y, por ejemplo, tenemos el apoyo de la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid y del Gobierno central. No es solo un respaldo económico, el fundamental es que crean en nosotros, nos apoyen y nos ayuden a celebrar la semana internacional de la mujer. El respaldo económico procede básicamente de las empresas privadas, de fundaciones... De hecho, una de las iniciativas que tenemos en marcha es dar el paso hacia la constitución de una fundación.

– ¿Qué finalidad tiene y quienes van a formar parte de la fundación?

– Madrid Woman's Week ya tiene entidad propia y queremos que las empresas participen en la toma de decisiones; serán los patronos los que tomarán decisiones. La estamos perfilando y queremos contar con empresas que crean en la responsabilidad social corporativa, que tengan valores. De momento, no puede decir con qué empresas contamos porque todavía estamos trabajando en ello, pero hay varias de distintos sectores que nos han dicho que sí. Hay compañías que tienen la RSC muy interiorizada y que la valoran mucho, pero es verdad que estamos en tiempos difíciles en los que se analiza mucho más en qué invertir y dónde.

– Las mujeres es uno de los colectivos más afectados por el paro ¿Están poniendo en marcha alguna iniciativa de apoyo?

– Las mujeres tenemos una empresa familiar. En casa desarrollamos todo tipo de funciones, somos directoras de marketing, de compras, de logística, somos conciliadoras en situaciones de crisis, Y, efectivamente, somos de las más afectadas por el paro. Estamos poniendo en marcha un programa para estas mujeres, que se llama El despertador, que consiste en unas jornadas en las cuales queremos mostrar cómo ser emprendedora, qué ayudas hay, etc. Habrá sesiones de networking amparadas por los ayuntamientos para que las mujeres de un mismo municipio se conozcan, entren en contacto. Por ejemplo, puede haber una mujer que cose muy bien y que podría vender en internet y a lo mejor tiene una vecina que es especialista en redes sociales, con lo cual si se suman tienen una empresa, con menos gastos y quizás posibilidades de éxito. Lo cierto es que somos mayoría en universidades y en escuelas de negocios; hemos roto la baraja. Antes se podía decir que la mujer no estaba preparada, ahora no. Sin embargo, no llegan adonde llega el hombre porque no hay igualdad de oportunidades ni de salarios, todavía se considera que es el hombre el que tiene que salir a trabajar y la mujer quedarse en casa. Es un problema de educación, de adulto es muy difícil romper esquemas. La educación es la base; somos iguales y debemos tener las mismas oportunidades.

– ¿Trabajan con mujeres que se encuentran en situación de marginación?

– Trabajamos con empresas que tocan ese tema, nosotros no lo hacemos directamente, nos llegan peticiones en ese sentido y las canalizamos a las empresas con las que tenemos un convenio. Por eso, la constitución de la fundación es muy importante porque, a través de los patronos, vamos a poder trabajar más y mejor con esas empresas que de verdad tienen la RSC como su propio ADN. Estamos intentando que la voz de la mujer se oiga, que sea visible, queremos tener las mismas oportunidades que los hombres.