

imece

Fark Et • Katıl • Çözüm Üret

Tema:
Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

**Toplumsal Cinsiyet Lensinden
Yatırımcılık**

R
A
P
O
R

Bu çalışma, **imece**'nin sosyal girişimcilik yoluyla çözüm aramayı hedeflediği ikinci konu olan toplumsal cinsiyet eşitliği lensinden kadınların ve kız çocuklarının güçlenmesi başlığı için hazırlanmıştır. Araştırma, sosyal girişimcilik alanında dünyada önem kazanan ve **imece**'nin bu mesele sürecine entegre etmeyi hedeflediği toplumsal cinsiyet lensinden yatırımcılık (gender lens investing) yaklaşımını inceleyerek imece kapsamında ortaya çıkacak girişimler için bir rehber geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Buradan yola çıkarak, bu raporda "toplumsal cinsiyet lensinden yatırımcılık" kavramı detaylı olarak incelendi ve öncelikli konu başlıkları, bu yatırımcılık alanında göz önünde bulundurulması gereken faktörler ve bu yaklaşımla hayata geçirilen yatırımların yaratabileceği ekonomik ve sosyal etki üzerine bir derleme sunuldu.

Toplumsal cinsiyet lensinden yatırımcılık (gender lens investing) nedir?

Toplumsal cinsiyet lensinden yatırımcılık yaklaşımını daha iyi anlayabilmek için "gender lens" yani "toplumsal cinsiyet lensi"nin ne anlama geldiğine odaklanmak gerekiyor. Toplumsal cinsiyet lensi, toplumsal cinsiyet rollerinin, sosyal ve ekonomik faktörlerin ve demografik farklılıkların kadın ve erkekler üzerinde yarattığı kısıtlamaları ve fırsatları göz önünde bulundurmaya olanak sağlayan bir lens anlamına gelmektedir. Bu lensten bakmak, yalnızca yatırımcılık alanında değil, geliştirilen tüm projeler, politikalar, programlar ve faaliyetlerden kadınların ve erkeklerin nasıl etkilendiğinin anlaşılmasını sağlar.¹

Toplumsal cinsiyet lensi, kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütlerinin olduğu kadar

kurumsal şirketler ve kişisel varlıkların da toplumsal cinsiyet eşitliği sağlamalarında yeni çözüm olanakları sunar. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet lensinden yatırımcılık ise yatırımcıların hem finansal getiri hem de kadınların hayatına olumlu bir etki sağlamayı amaçladığı bir yatırım biçimidir.² Bu lensten bakmak, yatırımcıların dünyayı farklı bir perspektiften görebilmesine olanak tanır, kadın ve erkek arasında olan eşitsizliklerin kökenine odaklanmalarına yardımcı olur ve yeni fırsatları görebilmesini sağlar.

Peki neden "kadın lensi" değil de "toplumsal cinsiyet lensi"? Çünkü bu yaklaşım, daha çok kadın ve kız çocuklarına odaklanmakla beraber, aslında toplumda yerleşik olan cinsiyet rollerine, sosyal, kültürel, ekonomik ve politik ilişkilere bütüncül olarak bakmamız gerektiğini vurgular.³ Bu nedenle toplumun tamamını kapsamayı amaçlar.

Etki yatırımcılığı ise, dünyada hızla yükselen bir trend. Yatırımların finansal getirisi kadar yarattığı sosyal etki de yatırımcıların önem verdiği bir konu olarak karşımıza çıkıyor. Yüksek gelir grubunda yer alan bireylerin %58'i, yatırımların çevresel ve sosyal etkilerinin önemli olduğunu belirtiyor.⁴ Toplumsal cinsiyet lensi, bu bağlamda daha sağlıklı bir etki yatırımcılığı yapılabilmesi için oldukça faydalı bir yaklaşım.

Toplumsal cinsiyet lensinin farklı bir perspektif olarak kullanılması, kadınları olumsuz yönde etkileyen ön yargıları ortaya koyarak, yatırımcıların fırsatları görmesini sağlıyor. Bu sayede çok daha etkili yatırım karar mekanizmaları geliyor, yatırımcılar yeni fırsatlar ve yeni bir pazar yaratma imkanı bulurken aynı zamanda toplumsal

cinsiyet eşitsizliklerine de çözümler üretmiş oluyor.

Toplumsal cinsiyet lensi, cinsiyet ayrımcılığını ve karar verme mekanizmalarındaki üstü kapalı ön yargıları ortadan kaldırmaya ve mevcut yatırım kararlarının zaten erkeklerin lehine olduğu sistemlerin değişmesi için bir adım atmaya teşvik ediyor. Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet lensinin en yaygın olarak aşağıdaki üç temel alanda uygulandığını söylemek mümkün:

Kadınların finansal kaynaklara erişimi:

Kadın girişimcilerin ve kadın işletme sahiplerinin finansal kaynağa ve teknik desteğe erişimi ve toprak mülkiyeti gibi konular.

İş ortamında eşitlik:

Üst düzey kadın yönetici ve kadın uzmanlar, eşit ücret, annelik/babalık izni, kadın istihdamı, iş ortamının güvenliği gibi konular.

Kadınlar için ürün ve hizmetler:

Kadının, cinsel sağlık da dahil olmak üzere, sağlığını ve refahını ilgilendiren tüm konularda geliştirilen ürün ve hizmetler, çocuk ve yaşlı bakım hizmetleri gibi konular.

Toplumsal cinsiyet lensi, yatırımcıların sadece kadın girişimcileri desteklemekle sınırlı kalmayıp, bütün sektörleri yatay olarak kesen bir alana yatırım yapmalarını öne çıkaran bir yaklaşım. Değer zincirinin farklı halkalarını oluşturan müşteri, çalışan, yönetici ve yatırımcı gibi farklı konumlardaki kadınların hedef kitle olarak belirlenmesi cinsiyet lensi yelpazesinin

genişliğini vurguluyor. Bu geniş yelpazede toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması, kadınların hayat kalitesini ve iyi olma halini de artırarak güçlenmelerini sağlıyor.

Toplumsal cinsiyet lensi iş modeline nasıl entegre edilebilir?

Sosyal bir girişimin iş modeline toplumsal cinsiyet lensinden bakmak, hem girişimlerin ekonomik getirisini artıran, hem de faydalanıcılar için olumlu sosyal etki yaratan ürün ve hizmetlerin ortaya çıkmasına olanak sağlıyor. Bununla birlikte eşitlikçi ve kapsayıcı şirketler, geliştirdikleri uygulamalar ile çalışanları, tedarikçileri ve toplumun farklı kesimleri için de kurumsal bir dönüşüm yaratıyor.

Bir girişimin toplumsal cinsiyet lensini iş modeline entegre edebilmesi için aşağıdaki beş etkene odaklanması gerekiyor:⁵

1 Tasarım: Kadınlar tarafından ve/veya kadınlar için sunulan ürün ve hizmetler kadınların istek ve ihtiyaçlarını ne kadar göz önünde tutuyor? Ürün/hizmetin tasarım sürecine (tüketici ya da tasarımcı olarak) kadınlar ne kadar dahil olabiliyor? Tasarım sürecine toplumsal cinsiyet lensini entegre edebilmek için sosyal girişimcilerin kadın ve kız çocuklarının ihtiyaçlarını ve karşılıklarına çıkan engelleri doğru analiz edebilecek ve buna uygun ürün ve hizmetleri geliştirebilecek becerilere sahip olmaları gerekiyor.

2 Üretim: Üretim sürecinin her aşamasında kadın istihdamını destekleyecek neler yapılıyor?

Üretim sürecine kadınları erkeklerle eşit olarak dahil edebilmek için işe alım, eğitim, mentorluk ve profesyonel gelişim konularında

program ve hizmetler geliştirilmesi gerekiyor.

3 Pazarlama: Kadın ve erkeklerin sunulan ürün ve hizmetleri daha iyi kullanabilmesi için neler yapılabilir? Pazarlama stratejilerinde toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizlikler ne kadar göz önünde bulunduruluyor? Pazarlama stratejilerine toplumsal cinsiyet lensinden bakabilmek için, kadın müşterilere ulaşmada en etkin pazarlama metotlarını incelemek gerekiyor.

4 Satış: Ürün ve hizmetlerin kadın müşterilere erişilebilir ve uygun maliyetli olması için kullanılan finansal mekanizmalar ve satış prensipleri neler? Kadınların erkeklerle eşit derecede satış sürecine dahil olabilmesi için kadınların katılımını arttıracak teknik ve iletişim eğitimleri verilmesi gerekiyor.

5 Adil sistem ve yapılar: Şirket, kadın ve erkek çalışanlarının etkili tasarım, üretim, pazarlama ve satış yapabilmesi için eşitlikçi bir ortam sağlıyor mu? Girişimler, çalışma koşullarının adil ve kapsayıcı olabilmesi için eşit işe eşit ücret, annelik/babalık izni, esnek saatler gibi belli politika ve uygulamalar geliştirmeli. Bununla birlikte kadınların karar alma mekanizmalarında daha etkin olabilmesi için kadınların yüksek kademeli pozisyonlarda yer almaları önem taşıyor. Kadın ve erkek çalışanlar şirketin her kademesinde dengeli olarak dağıldığında finansal performans da daha yüksek oluyor.⁶

Yukarıda değinilen bu beş etkene, toplumsal cinsiyet lensinin uygulanabileceği alanların çeşitliliği ve kapsamı konusunda bize ışık

tutuyor. Girişimcilerin bu kapsamlı lensden geçmesi, kadınların yaşam standartlarını yükselten ya da toplumsal cinsiyet uçurumunu azaltmaya yönelik ürün ve hizmetler ortaya çıkararak faydalanıcılar üzerinde olumlu bir sosyal etki yaratıyor. Bununla birlikte, geliştirilen iş modeline toplumsal cinsiyet lensinin entegre edilmesi, hem şirketin hem de çalışan ve tedarikçilerin ekonomik getirisini arttıran bir etken olarak karşımıza çıkıyor. (Bkz: Tablo 1)

Toplumsal cinsiyet lensinden yatırımcılık ne değildir?

Toplumsal cinsiyet lensinden etki yatırımcılığı, dünyada da oldukça yeni bir kavram. Bu sebeple konu hakkında bazı yanlış algılar ve bilgiler bulunduğundan söz edebiliriz. Bu lensle ortaya çıkan yatırımların "yumuşak, küçük ve pembe" olarak algılanması en büyük yanlışlardan biri. Bu algı, yatırımların sosyal etkisinin boyutlarının hafife alınmasına ve yaratılacak finansal fırsatların göz ardı edilmesine neden oluyor. Yatırımların "yumuşak" sayılması araştırmalara bağlı kalınmadan yapıldığı algısını, "küçük" olarak tanımlanması, bu yatırımların sadece iş kurmak veya girişimci olmak isteyen kadınlara verilen az miktardaki kredilerden ibaret olduğunun sanılmasından, "pembe" yatırımlar algısı ise yatırımların sadece kadınlar için olduğu varsayımlarından doğmaktadır.

Toplumsal cinsiyet lensinden yatırımcılık, yukarıda bahsettiğimiz yanlış algıları ve kalıplaşmış ön yargıları kırmayı hedefliyor. Yatırımlarda bu bakış açısının benimsenmesi hem toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dayalı sorunları, hem de yatırım uzmanlığının birleştirilmesini gerektiriyor.

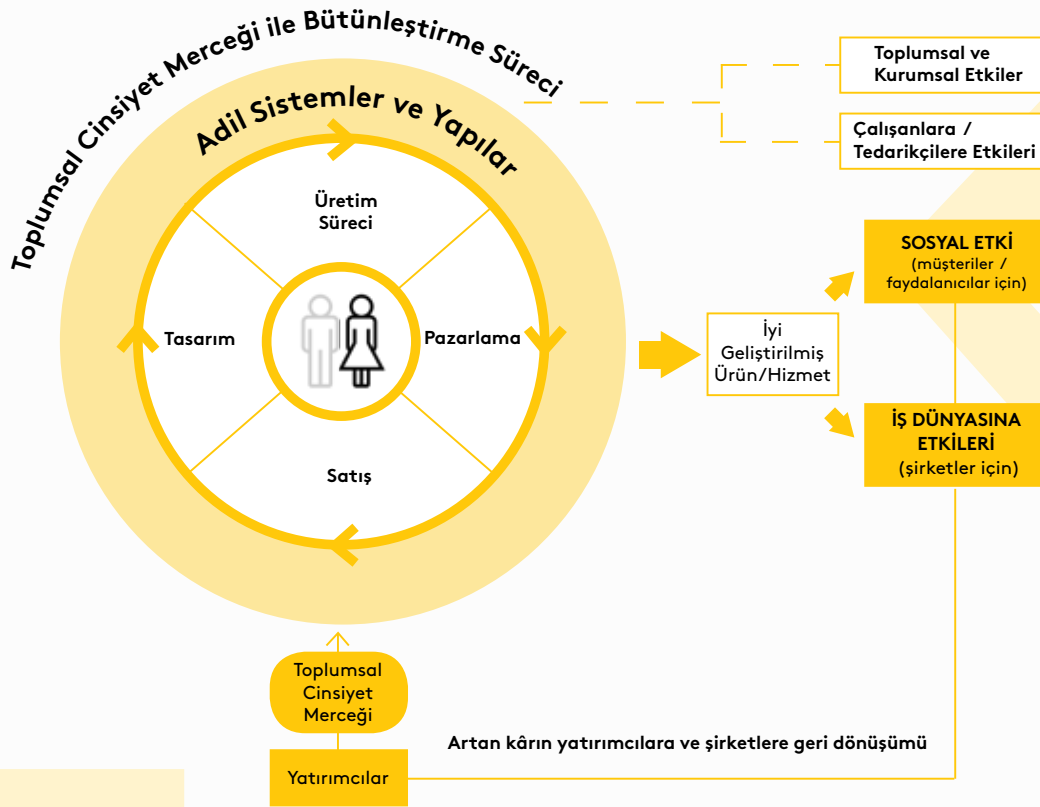
Yatırımcıların ve girişimcilerin dikkat etmesi gereken noktalar neler?⁷

Konu ile ilgili yapılmış araştırmaları inceleyin. Etki yatırımcılığı alanı günümüzde yapılan bir çok araştırmanın konu edildiği bir alan. Bu alanda yapılmış araştırmaları incelemek ihtiyaçları ve fırsatları anlamakta oldukça önemli.

Toplumsal cinsiyeti bir sektör olarak düşünmeyin. Kadınlara yatırım yapmak ekonomik kalkınma ve büyüme için küresel bir zorunluluk. Ancak kadınlar başlı başına bir sektör olarak düşünülmemeli. Toplumsal cinsiyet eşitliği, finanstan

enerjiye, sağlıktan eğitime bütün sektörleri yatay kesen çok daha kapsamlı bir konu. Bu sebeple, seçilecek her sektörde toplumsal cinsiyet dinamiklerini incelemek ve kadın ve kız çocuklarının güçlenmesi için yapılması gerekenlere odaklanmak gerekiyor.

Girişimin hem sosyal hem de finansal getirisi ile ilgili veri toplayın. Birçok sosyal girişimci, yaratacağı sosyal etkiye odaklanırken bunun finansal getirisini göz ardı edebiliyor. Bunun önüne geçebilmek için yatırımın hem sosyal hem de finansal getirisi ile ilgili veri toplamak gerekiyor.



Tablo 1: Toplumsal Cinsiyet Entegrasyon Süreci

Kaynak: Acumen, ICRW. (2017). Women and Social Enterprises: How Gender Integration Can Boost Entrepreneurial Solutions to Poverty

Kaynaklar

- ¹ UN Women (2017). Kadının Güçlenmesi Prensipleri (WEPs) Uygulama Rehberi. 20 Temmuz 2017 tarihinde http://www.globalcompactturkiye.org/wp-content/uploads/2017/01/WEPs_Rehber.pdf adresinden erişildi.
- ² Gender Lens Investing 101: Introductions and resources. (2017). The Wharton School: The University of Pennsylvania. 19 Temmuz tarihinde <https://socialimpact.wharton.upenn.edu/genderlensinvesting/gender-101/> sitesinden erişildi.
- ³ Kaplan, Sarah and VanderBrug, Jackie. (2014). The Rise of Gender Capitalism. Stanford Social Innovation Review.
- ⁴ Gender Lens Investing 101: Introductions and resources. (2017). The Wharton School: The University of Pennsylvania. 19 Temmuz tarihinde <https://socialimpact.wharton.upenn.edu/genderlensinvesting/gender-101/> sitesinden erişildi.
- ⁵ UBS. (2017). Gender-Lens Wealth: Women in Focus, 25 Temmuz 2017 tarihinde <https://www.ubs.com/global/en/wealth-management/chief-investment-office/features/gender-lens-wealth.html> sitesinden erişildi.
- ⁶ Acumen, ICRW. (2017). Women and Social Enterprises: How Gender Integration Can Boost Entrepreneurial Solutions to Poverty. 25 Temmuz 2017 tarihinde http://acumen.org/wp-content/uploads/2015/10/Women_And_Social_Enterprises_Report_Acumen_ICRW_2015.pdf sitesinden erişildi.
- ⁷ Kumbuli, Najada. (2015). 10 Do's and Don'ts of Gender Lens Investing. Calvert Foundation. 28 Temmuz 2017 tarihinde <http://www.calvertfoundation.org/blog/536-gender-lens-investing-advice> sitesinden erişildi.