

Hoja 1 de 2

Women in Business 2025 de Grant Thornton, en las empresas medianas, el 47,6% de los puestos de RRHH, y el 33,3% de Marketing (CMO) están ocupados por mujeres, lo cual los convierte en los cargos con mayor representación femenina. En contraposición, el mismo estudio refleja qu [...]

A pesar de los importantes avances en la promoción de la igualdad de género a nivel mundial, cerrar las brechas de género en la participación y las oportunidades económicas llevará más tiempo si persisten las tendencias actuales. Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) son el motor económico de América Latina. Según el informe Índice de Políticas para PyMEs: América Latina y el Caribe 2024, representan el 99% de la totalidad de los negocios y generan cerca del 60% del empleo formal

En ese contexto, las mujeres realizan un aporte fundamental para el fortalecimiento de las pymes y su impulso al crecimiento económico y social del territorio en el que se desempeñan. Sin embargo, las mujeres aún enfrentan barreras estructurales y culturales que limitan su participación en la toma de decisiones. Según el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM), solamente el 38% de los emprendimientos en Argentina están liderados por mujeres. Por otro lado, el mismo informe asegura que una de cada tres mujeres en Latinoamérica desea emprender, pero además se choca con una serie de barreras invisibles.

Los estereotipos de género son ideas preconcebidas sobre las capacidades, comportamientos y roles de hombres y mujeres en el ámbito laboral. Estos preconceptos pueden influir en diversas áreas y volverse determinantes en la contratación, la promoción, la asignación de tareas y la percepción del desempeño de una persona.

El sesgo y las limitaciones son compartidas -por mujeres y hombres-; y difíciles de derribar porque son inherentes a nuestra sociedad y cultura, y mucho tiene que ver la educación que recibimos. Casi nueve de cada diez hombres y mujeres de todo el mundo mantienen prejuicios contra las mujeres, según estadísticas de las Naciones Unidas.. Además, la mitad de la población mundial sigue creyendo que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres, y más del 40% considera que los hombres son mejores ejecutivos que las mujeres, según el Índice de Normas Sociales de Género, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD-. Queda claro que los prejuicios de género son un problema verdaderamente global. Está comprobado que estos sesgos comienzan entre los 3 y 5 años”.

Estereotipos de género impuestos por terceros. Todas las mujeres -seamos profesionales independientes; trabajemos en una multinacional; estemos al frente de una empresa familiar; o emprendiendo nuestro propio negocio- sufrimos muchos sesgos de género socialmente aceptados; y en varias ocasiones, autoimpuestos por nosotras mismas.

Existen sesgos relacionados con la maternidad y con los espacios de cuidado. Se nos dice que podemos realizar todo lo que deseemos y queramos, mientras primero cumplamos con nuestro rol: ‘deber’ de madre y esposa. Y que, además, lo debemos hacer a cierta edad y no en cualquier momento de nuestra vida (ni muy joven, ni muy grande); y todo lo debemos hacer perfecto, porque madre hay una sola ¿verdad?

A pesar de los avances en la inclusión, el progreso sigue siendo desigual en diversos sectores clave. Según el informe Women in Business 2025 de Grant Thornton, en las empresas medianas, el 47,6% de los puestos de RRHH, y el 33,3% de Marketing (CMO) están ocupados por mujeres, lo cual los convierte en los cargos con mayor representación femenina. En contraposición, el mismo estudio refleja que la proporción de directoras ejecutivas (CEO) ha crecido sólo 2,6 puntos durante 2024, alcanzando el 21,7%, en comparación con el 28,4% registrado en 2023.

En las empresas familiares, en general, los espacios de dirección estratégica son delegados a los hombres de la familia empresaria. La mujer suele estar destinada a asumir la dirección de áreas como RRHH, Marketing, RSE, o una fundación.

Otro de los grandes estereotipos es que las mujeres trabajamos en el negocio de nuestro esposo, de nuestro padre, o de la familia. Es habitual escuchar que solamente estamos para acompañar'. Ese estereotipo queda refutado por el Informe Global sobre la Brecha de Género 2024 del Foro Económico Mundial, según el cual la paridad de género en el sector empresarial y del emprendimiento sería un impulsor clave en el crecimiento económico regional y global. Al mismo tiempo, el Banco Mundial sostiene que cerrar la brecha de género en el emprendimiento podría aumentar el PBI mundial en un 20%.

Estereotipos de género autoimpuestos. Los estereotipos de género no solo provienen de terceros, también se hace alusión a los frenos autoimpuestos por las propias mujeres. Barreras socioculturales que conforman los principales obstáculos en el desarrollo del talento femenino, crecimiento profesional, o carrera de cargo dentro de sus propias empresas. Los estereotipos más perjudiciales son aquellos que surgen desde nuestro interior. Esas limitaciones como el síndrome del impostor o la exigencia de hacerlo todo, y todo perfecto. Es importante reconocer que no sólo los obstáculos provienen del afuera, de lo que dicen los otros; sino que también influyen nuestras propias limitaciones.

A pesar de los importantes avances en la promoción de la igualdad de género a nivel mundial, según el mencionado Informe Global sobre la Brecha de Género 2024, del Foro Económico Mundial, cerrar las brechas de género en la participación y las oportunidades económicas llevará más de 134 años si persisten las tendencias actuales.

Las barreras invisibles provienen de los espacios de poder y decisión que, en la cadena de valor de una empresa, continúan siendo liderados por hombres. Esto lo notamos todo el tiempo: al articular la gestión público-privada; al acercarnos a la banca en busca de financiamiento; al tratar con quienes toman decisiones; en el intercambio diario con los grandes proveedores y clientes..., la mayoría de esas situaciones implican un intercambio con hombres. Esas interacciones están condicionadas por los estereotipos de género y se evidencia en factores como el tono, los modos, la sintaxis, los tiempos, todo se construye de una manera diferente. La consecuencia es que la mujer sigue quedando fuera de juego.

Todo gran cambio comienza por casa. Reducir estas marcadas diferencias entre hombres y mujeres en los espacios de negocios, en los puestos decisores, y en los roles de poder, es esencial para fomentar economías inclusivas a escala mundial.

Se está haciendo mucho. Y si bien queda mucho más por hacer para erradicar las barreras invisibles que nos inhabilitan a crecer, estoy convencida de que la mejor acción que podemos llevar adelante es cambiar nuestro metro cuadrado, empezar por reconvertir nuestros espacios -hogares, empresas, y a nosotras mismas-. En mi caso, comencé este cambio involucrándome en ámbitos donde no sólo adquiero herramientas para profesionalizar mi negocio y mi liderazgo personal, sino que también encuentro fuentes para generar una importante red de contactos.

Cada pequeña acción que hagamos en nuestras empresas y negocios nos permitirá palpar y experimentar cambios en primera persona, transformaciones reales que, verdaderamente, se convierten en un dominó de impacto positivo.

*Natalia Facciolo es cofundadora de LUDMARC.

por Natalia Facciolo

En esta Nota

El Coaching Empresarial: la herramienta que es tendencia mundial para el éxito de las organizaciones | Foto:CEDOC