

2060, ¿el año de la paridad?

Argentina - 14/08/2017 - Clarín - Pág. 71/Spot

#iniciativas

2060, ¿el año de la paridad?



Carola Sainz
csainz@clarin.com

2060. Si la tendencia de ascensos se mantiene, recién en ese año alcanzaremos la paridad de género. Faltan 33 años, toda una generación, de acuerdo al reporte *Mujeres Líderes, Panorama actual y desafíos del liderazgo femenino en el ámbito laboral y empresarial*, realizado por la auditoría Grant Thornton entre más de 10.000 empresas y 5.500 directivos en 36 economías. Algunos resultados (des)alentadores:

-A nivel global, las mujeres ocupan el 25% de los puestos ejecutivos. Esa proporción aumentó 1% desde 2016, pero sólo 6% desde que comenzaron con la encuesta hace 13 años. El avance es lento. A este ritmo, recién en 2060 se lograría la igualdad.

-Paralelamente, el número de organizaciones sin participación femenina en los puestos directivos creció mundialmente: pasó del 33% en 2016 al 34% en 2017. "Esta es una debilidad grave", apunta Francesca Logerberg, sponsor de mujeres directivas de Grant Thornton, una de las organizaciones líderes de firmas de auditoría y consultoría. Según el informe, también resulta preocupante que la lucha por la igualdad pierda fuerza.

La llamada *fatiga de la diversidad* implica un estancamiento. Ya no es una prioridad. "Como hay una percepción de que algo se avanzó, se cree que ya se ha hecho bastante y se pasa a otro tema. La incertidumbre política y económica lleva a otras prioridades, que se alejan de la agenda de género", apunta Carolina Salamanca, gerente de Marketing, Comunicaciones y Desarrollo de Negocios para América Latina y el Caribe.

-En la Argentina, aunque las damas protagonizaron ayer las PASO, la proporción de empresas con mujeres en la alta dirección dio un paso atrás: cayó del 18 al 15% en un año. Además, a nivel "liderazgo" alcanzamos un nuevo récord: el 53% de las empresas no tienen mujeres en sus puestos jerárquicos. El país figura entre las naciones con menor proporción femenina en la alta dirección empresarial, junto a Japón (7%), India (18%), Alemania (18%), Brasil (19%) y Reino Unido (19%).

-¿Los peores países para vivir, por las enormes brechas de género? Costa del Marfil, Pakistán, Jordania, Mali, Marruecos, Siria, Irán, Chad, Líbano y Yemen, según *World Economic Forum*.

-Las naciones con mayor proporción femenina son Rusia (47%), Indonesia (46%), Estonia (40%), Polonia (40%) y Filipinas (40%). ¿A qué se dedi-

A nivel global, las mujeres hoy ocupan el 25% de los puestos ejecutivos. Se avanza muy lentamente.

can las que llegan más alto? Son directoras de Recursos Humanos (23% en 2017), directoras financieras (19%) y directoras generales (pasaron de 9% en 2016 a 12%).

Más allá de estas cifras, las ventajas económicas de tener mujeres en puestos directivos están probadas. Los equipos diversos tienen más perspectiva a la hora de tomar decisiones y cuentan con una concepción más amplia y representativa de la sociedad. Hombres y mujeres consideran los riesgos de manera diferente. "Por eso, el mayor riesgo que enfrenta una empresa es no tener mujeres en su conducción. La diversidad es un factor fundamental para alcanzar el éxito", resume Matiana Behrends, ejecutiva de la firma.

Para adelantar la paridad y no esperar a 2060, recomiendan incentivar a los niveles intermedios. Ahí es donde se produce la deserción de las que buscan un ascenso y eligen otras alternativas. Tratar de combatir prejuicios en cuanto a asumir riesgos, promover el liderazgo, derribar barreras y fomentar distintos tipos de conducción, es clave. "Si se promueve un estilo de liderazgo masculino, vamos a perder talentos. La carrera corporativa no va a ser una opción para algunas empleadas/profesionales. Todas las que comentaron que tenían problemas, eran mal miradas por sus jefes o enfrentaban trabas por estar embarazadas o ascender, tenían jefas mujeres", ejemplifica Behrends.

A las empresas, les sugieren empezar a incorporar jóvenes desde las bases, para que sean protagonistas, lideren un proyecto, tomen decisiones, negocien y se vayan animando para cuando llegue el momento de acceder a la dirección. Flextime, sponsors, mentores y lactarios también están recomendados. "Hay que trabajar en el interior de las organizaciones para fomentar su participación, valorar su tarea con dinero, poner un precio a la calidad del liderazgo femenino. Si no lo hacemos, las mujeres no se sentirán recompensadas y buscarán otras alternativas de vida. O intentarán asimilarse a aquello que se recompensa, que es el estilo de liderazgo masculino".

Al final de la presentación en un bar de Palermo, las ejecutivas hablaron de dinero y se permitieron un poco de humor. "Si buscamos en *Google Mujeres y dinero*, aparecen imágenes de chicas semidesnudas. Si hacemos la misma búsqueda con varones, vemos a señores formales, de traje. El hombre + dinero es profesional. La mujer + dinero es sexo", dicen. Estereotipos vigentes en 2017.