

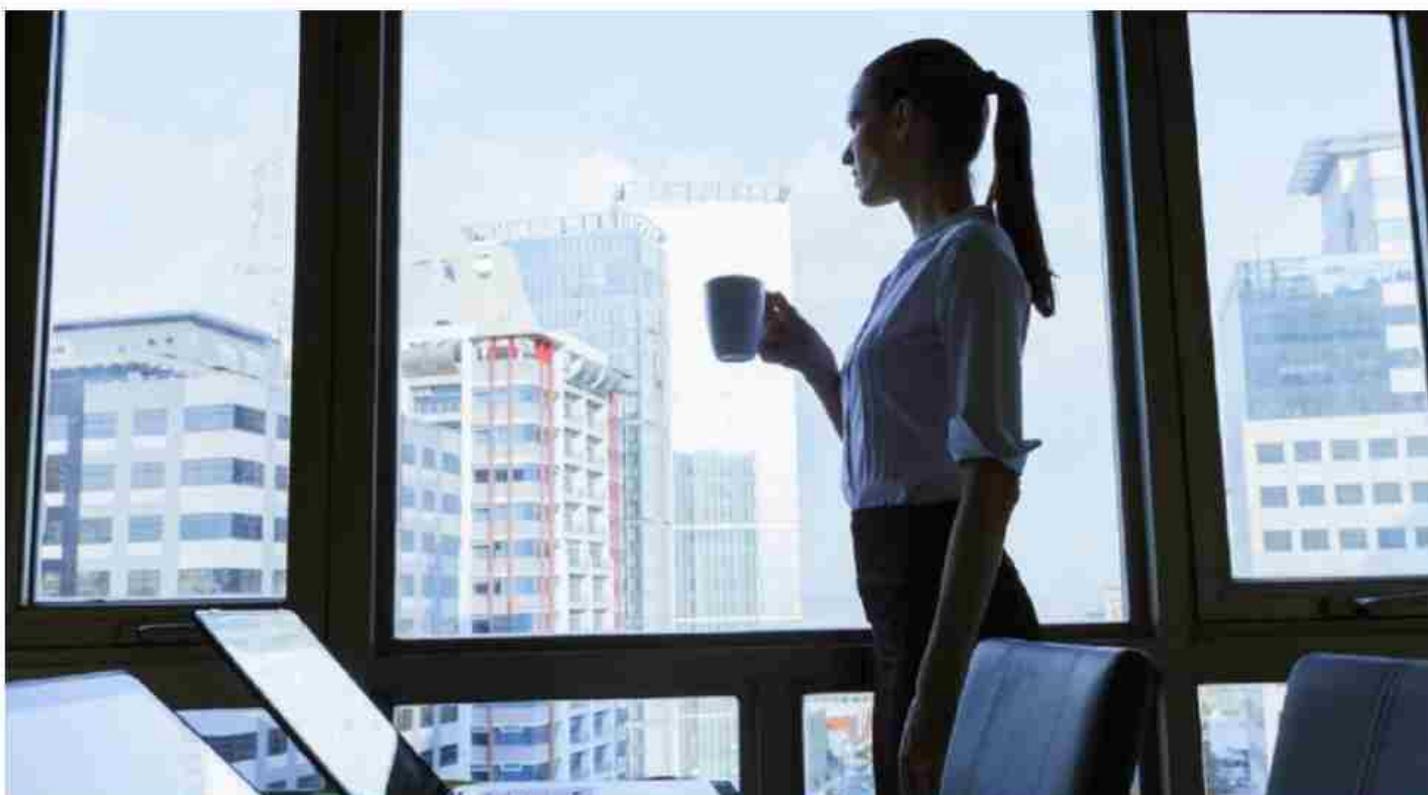
## ECONOMIA

EMPRESAS  
TENDENCIAS

## Menos mujeres en puestos directivos: ¿por qué sucede?

En medio de la lucha por la igualdad de género, la participación femenina en los directorios de las empresas argentinas bajó un 3%. Sin embargo, empresarios creen que las culturas de las organizaciones deberán tener en cuenta a las nuevas generaciones, que no negocian la inclusión, la diversidad y el equilibrio entre vida personal y laboral.

Jueves 22 de febrero de 2018



Una encuesta anual de la consultora Grant Thornton en la Argentina reveló que la participación de las mujeres en los directorios bajó de 18 % a 15% en el último año.

Además, afirma que se ubica por debajo de la media en América latina donde el 20% de las mujeres accede a cargos directivos, y 10 puntos por debajo de la media global que se encuentra en el orden del 25%.

Al respecto, Daniel Iriarte, socio de la consultora Glue Executive Search, afirmó que "a las mujeres les está costando llegar porque el paradigma de trabajo presente hoy en las empresas es más masculino y la forma en la que se le exige trabajar a un alto directivo, indistintamente del género, es muy difícil de compatibilizar con otros roles. Si bien en muchas compañías esto está cambiando, hay muchas que siguen pidiendo ciertas cosas que tienen que ver no con el resultado, sino con las formas como estar presentes físicamente en la oficina, viajar constantemente, tener reuniones hasta altas horas, y que hacen que la mujer no pueda conciliar la función con su vida personal o bien elija no hacerlo".



Por su parte, Ezequiel Palacios, headhunter y también socio de la consultora, afirmó que "no está bien resuelto el desarrollo de carrera de las mujeres ligado a la maternidad y eso tarde o temprano termina impactando en su proyección. La mujer tiene un crecimiento muy acelerado en su carrera hasta que ocupa posiciones gerenciales, la caída abrupta se ve cuando en las direcciones, ya que ese momento por lo general coincide con la maternidad. Hay factores culturales externos a las compañías que inciden en esto: la mujer sigue siendo quien más se ocupa de los hijos y muchas veces deja de lado o posterga su crecimiento para abocarse a su rol de madre".

En medio de esta encuesta, estos especialistas destacan que en la actualidad hay cada vez más compañías que requieren que en el short list de postulantes haya un 50% de mujeres para cumplir con las políticas internas de cupo, que están adoptando principalmente las multinacionales, siguiendo los lineamientos de sus casas matrices.

"En el contexto actual donde la diferencia de representatividad es tan marcada, todas las medidas que apunten a generar inclusión son válidas, sin embargo si la política de cupo termina siendo una medida cosmética y no se modifica la base de la cultura corporativa, puede ser perjudicial. Si una empresa tiene políticas y formas de trabajar que coartan la posibilidad de ascenso de las mujeres, tienen que cambiarlas porque si no lo hicieran y forzaran un cupo, terminarían teniendo 'mujeres que hacen vida de hombres', que para ascender no pueden desarrollarse como madres, por ejemplo, y eso no es diversidad genuina", afirma Iriarte.

Se sabe que para modificar estos hábitos implícitos se requiere tiempo. ¿Por qué? Debido a que son creencias y valores profundamente arraigados en la cultura de las organizaciones. Al respecto, ambos especialistas confían en que los cambios se cristalizarán en el mediano plazo porque en algunos años las nuevas generaciones (para quienes la inclusión, la diversidad y el equilibrio entre vida personal y laboral no son negociables) representarán más del 50% de la fuerza laboral. Y entonces llegará otro dilema: ¿los hábitos empresariales tendrán que adaptarse a las necesidades humanas o viceversa?



Mujeres ejecutivas



Empresas

Mujeres

Empresarios

[...] nuevas generaciones, que no negocian la inclusión, la diversidad y el equilibrio entre vida personal y laboral. Una encuesta anual de la consultora Grant Thornton en la Argentina reveló que la participación de las mujeres en los directorios bajó de 18 % a 15% en el último año. Además, afirma que se ubica por [...]

En medio de la lucha por la igualdad de género, la participación femenina en los directorios de las empresas argentinas bajó un 3%. Sin embargo, empresarios creen que las culturas de las organizaciones deberán tener en cuenta a las nuevas generaciones, que no negocian la inclusión, la diversidad y el equilibrio entre vida personal y laboral. Una encuesta anual de la consultora Grant Thornton en la Argentina reveló que la participación de las mujeres en los directorios bajó de 18 % a 15% en el último año. Además, afirma que se ubica por debajo de la media en América latina donde el 20% de las mujeres accede a cargos directivos, y 10 puntos por debajo de la media global que se encuentra en el orden del 25%. Al respecto, Daniel Iriarte, socio de la consultora Glue Executive Search, afirmó que "a las mujeres les está costando llegar porque el paradigma de trabajo presente hoy en las empresas es más masculino y la forma en la que se le exige trabajar a un alto directivo, indistintamente del género, es muy difícil de compatibilizar con otros roles. Si bien en muchas compañías esto está cambiando, hay muchas que siguen pidiendo ciertas cosas que tienen que ver no con el resultado, sino con las formas como estar presentes físicamente en la oficina, viajar constantemente, tener reuniones hasta altas horas, y que hacen que la mujer no pueda conciliar la función con su vida personal o bien elija no hacerlo". Por su parte, Ezequiel Palacios, headhunter y también socio de la consultora, afirmó que "no está bien resuelto el desarrollo de carrera de las mujeres ligado a la maternidad y eso tarde o temprano termina impactando en su proyección. La mujer tiene un crecimiento muy acelerado en su carrera hasta que ocupa posiciones gerenciales, la caída abrupta se ve cuando en las direcciones, ya que ese momento por lo general coincide con la maternidad. Hay factores culturales externos a las compañías que inciden en esto: la mujer sigue siendo quien más se ocupa de los hijos y muchas veces deja de lado o posterga su crecimiento para abocarse a su rol de madre". En medio de esta encuesta, estos especialistas destacan que en la actualidad hay cada vez más compañías que requieren que en el short list de postulantes haya un 50% de mujeres para cumplir con las políticas internas de cupo, que están adoptando principalmente las multinacionales, siguiendo los lineamientos de sus casas matrices. "En el contexto actual donde la diferencia de representatividad es tan marcada, todas las medidas que apunten a generar inclusión son válidas, sin embargo si la política de cupo termina siendo una medida cosmética y no se modifica la base de la cultura corporativa, puede ser perjudicial. Si una empresa tiene políticas y formas de trabajar que coartan la posibilidad de ascenso de las mujeres, tienen que cambiarlas porque si no lo hicieran y forzaran un cupo, terminarían teniendo 'mujeres que hacen vida de hombres', que para ascender no pueden desarrollarse como madres, por ejemplo, y eso no es diversidad genuina", afirma Iriarte. Se sabe que para modificar estos hábitos implícitos se requiere tiempo. ¿Por qué? Debido a que son creencias y valores profundamente arraigados en la cultura de las organizaciones. Al respecto, ambos especialistas confían en que los cambios se cristalizarán en el mediano plazo porque en algunos años las nuevas generaciones (para quienes la inclusión, la diversidad y el equilibrio entre vida personal y laboral no son negociables) representarán más del 50% de la fuerza laboral. Y entonces llegará otro dilema: ¿los hábitos empresariales tendrán que adaptarse a las necesidades humanas o viceversa?