

[...] Un informe realizado por Grant Thornton presenta cifras que demuestran que la implementación de políticas de género en las empresas no es suficiente para garantizar la equidad. En los [...]

Un informe realizado por Grant Thornton presenta cifras que demuestran que la implementación de políticas de género en las empresas no es suficiente para garantizar la equidad. En los últimos años, las cuestiones de género se han posicionado en agenda local e internacional logrando avances históricos. Gobiernos y empresas comienzan a entender la necesidad de que existan igualdad de oportunidades y derechos entre hombres y mujeres y el Día de la Mujer se transformó en una oportunidad anual para hacer foco en lo que aún queda por hacer. Uno de los grandes desafíos es la presencia de las mujeres en el mercado laboral, espacio al que si bien accedieron desde hace varias décadas, conlleva varios puntos a conquistar, entre ellos la brecha salarial, los estereotipos de género y la falta de mujeres en puestos de liderazgo. Mujeres Directivas realizado por Grant Thornton International. Mas allá de las políticas para lograr el progreso Grant Thornton Argentina "Si bien es muy positivo que haya más empresas con mujeres en cargos directivos, es decepcionante que el ritmo sea tan lento. Esto sugiere que las empresas se están concentrando en cumplir con las expectativas a expensas de un progreso significativo, lo que hace que no se beneficien realmente con las ventajas de la verdadera diversidad de género, explicó Francesca Lagerberg, líder mundial de capacidades de la red y patrocinadora de mujeres en liderazgo en Grant Thornton International. El informe destaca que las políticas de igualdad de género en las empresas son abundantes y generalizadas: el 81% adopta igualdad de sueldos para hombres y mujeres que desempeñan las mismas funciones y el 71% implementa políticas de no discriminación para la contratación. Las medidas que apoyan a las madres que trabajan también son populares entre las empresas, incluyendo la licencia de maternidad remunerada (59%), horario flexible (57%) y trabajo a tiempo parcial (54%). Sin embargo, no parecería ser suficiente para lograr paridad de género dentro de las empresas. ¿Por qué? La respuesta parecería hallarse en cómo las empresas implementan estas políticas. Entre los motivos para adoptar políticas de género que expresaron las empresas que participaron del informe, se destaca atraer y mantener empleados (65%) y estar a la altura de los valores organizacionales (65%). Las cifras demuestran que el reclutamiento y la retención son prioridades estratégicas y que la igualdad de género en el liderazgo se convirtió en un elemento central de branding corporativo, pero esto no implica necesariamente que se traduzca en la cultura de la empresa. Podés tener todas las políticas escritas en un libro pero si nadie toma ese el libro del estante y lo usa, las políticas quedan solo en las palabras. Las políticas de género pueden establecer parámetros, contextos y una dirección a seguir pero no logran nada si la cultura de la empresa no cambia. Cómo la gente es tratada, cómo los líderes viven y se comportan en cuanto a temas de género es mucho más importante que las políticas específicas, apunta Lagerberg. Según el estudio, en donde mejor se puede ver el progreso en el número de empresas con mujeres en la alta dirección es en las economías emergentes como África (donde el 89% de las empresas tienen al menos una mujer en la alta dirección) y Europa Oriental (87%), mientras que América Latina vio el mayor aumento (de 52% a 65%). En el caso de Argentina, el incremento fue de un 5%: el porcentaje de puestos directivos ocupados por mujeres pasó del 18% en 2016 a 23% en 2017, mientras que el porcentaje de empresas con mujeres en alta dirección ascendió de un 53% a un 58%. La diversidad como estrategia de negocios Hay evidencia convincente del vínculo entre la diversidad de género en el liderazgo y el éxito comercial. La volatilidad actual en la economía global, la innovación tecnológica en curso y la disrupción, hacen que el tema sea más importante que nunca", destaca Lagerberg. Sin embargo, aunque son numerosos los informes que demuestran que el rendimiento empresarial mejora a medida que los equipos se vuelven más diversos, según el estudio de Grant Throton Perspectivas de Diversidad, en promedio, sólo el 40% de las empresas creen que la diversidad es clave para el éxito, y solamente un 14% actúan para promover la diversidad en sus equipos gerenciales. Para las empresas es más importante la diversidad de edad que la diversidad de género o étnica. Cuando se les preguntó a los líderes de las empresas si creían que existían barreras a la hora de introducir políticas de género en las empresas, un 37% contestó que no había barreras, un 22% que se tornaba complejo llevar las buenas intenciones a la práctica y un 21% puso como barrera los estereotipos de género que aún persisten. Lagerberg concluye: "Está claro que la simple introducción de políticas no es suficiente para impulsar un progreso real en la diversidad de género. Las empresas que están teniendo éxito son aquellas cuyas políticas y prácticas están arraigadas en una convicción genuina del beneficio de la diversidad. Los líderes deben defender la causa y crear culturas inclusivas en las que se escuche una amplia gama de voces y donde cada individuo pueda florecer si queremos ver un cambio real. Los líderes son los únicos que realmente pueden impulsar el progreso". Más notas de tu interés No hay comentarios. Se el primero en comentar