

Título



El Cronista 2022-08-06 09:25:30

Las mujeres son mayoría en recursos humanos: por qué no es del todo una buena noticia

Según un muestreo de El Cronista, ocupan el 60% de las gerencias en las áreas de Capital Humano. El condicionamiento social que las impulsa a elegir formación en habilidades blandas funciona como su carta fuerte en este tipo de espacios y al mismo tiempo como una traba para acceder a otras posiciones

LEER NOTICIA COMPLETA

Compartilo en tus redes.



FACEBOOK



TWITTER



WHATSAPP

Noticia completa de El Cronista

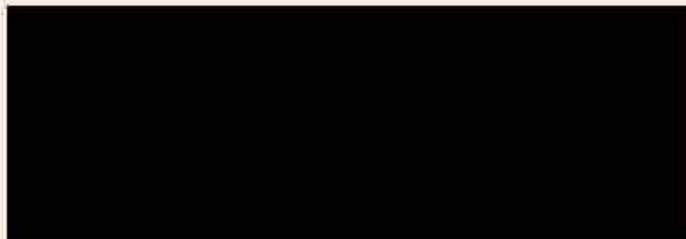
EMPRENDEDORES · INVERSIONES · REAL ESTATE · COLUMNISTAS · EMPRESAS

CRONISTA · APERTURA · EMPRESAS · RECURSOS HUMANOS

Jóvenes Profesionales & RR.HH.

Las mujeres son mayoría en recursos humanos: por qué no es del todo una buena noticia

Según un muestreo de El Cronista, ocupan el 60% de las gerencias en las áreas de Capital Humano. El condicionamiento social que las impulsa a elegir formación en habilidades blandas funciona como su carta fuerte en este tipo de espacios y al mismo tiempo como una traba para acceder a otras posiciones



Las más leídas de Apertura

Ver más

1 El trabajo soñado existe

Lo que está pasando

AMBULANCIA

MOTOCICLISTA

PALERMO

MATÓ

SEMANA

AÑOS

CHOQUE

MURIÓ

MASSA

IBA

COLOMBIA

LUEGO

ARGENTINA



Las mujeres son mayoría en recursos humanos: por qué no es del todo una buena noticia

06/08/2022

Argentina - Títulos.com.ar (Online) [Online]

Tier:N/D Circulación: 295 Audiencia 295

 P. --  0 cm²  13645 cc  N/D N/D  Sergio Lanzafame

Ref.: 383807647

Según un muestreo de El Cronista, ocupan el 60% de las gerencias en las áreas de Capital Humano. El condicionamiento social que las impulsa a elegir formación en habilidades blandas funciona como su carta fuerte en este tipo de espacios y al mismo tiempo como una traba para acceder a otras posiciones. Aunque hubo avances en términos de paridad de género en los últimos años, la realidad es que las mujeres son franca minoría en los puestos de dirección de las empresas. Eso sucede en todo el mundo y, lamentablemente, también en la Argentina.

Según la encuesta anual de Grant Thornton, el porcentaje de mujeres en puestos directivos en el país bajo del 31 al 30% entre 2020 y 2021, producto de la pandemia. Y, si se miden solo los puestos de primacía en las empresas, la relación es aún menos paritaria: apenas 50 de las más de 530 organizaciones que participaron este año del ya tradicional Quién es Quién de El Cronista tienen el puesto de presidente o CEO en manos femeninas.

Sin embargo, hay un cargo donde las cosas son distintas. Los puestos de responsables del área de Recursos Humanos -que según la impronta que le imprima la empresa puede tener otras denominaciones como Capital Humano, Talento y Cultura, Personas-, son ocupados en su mayoría por mujeres.

De un total de 217 respuestas específicas sobre ese cargo jerárquico, 122 las ocupan mujeres y 95 varones, un 57 y 43% respectivamente, es decir, una distancia muy importante respecto de los números del puesto de máxima jerarquía.

"Esto es producto de los estereotipos de género y un síntoma de lo que se llaman sectores feminizados de la industria", señala Cintia González Oviedo, docente y coordinadora académica Executive Programme Diversidad & Inclusion de la Universidad de San Andrés y CEO de Bridge The Gap, una empresa que trabaja con las empresas en la implementación de distintas estrategias de inclusión.

"No es un proceso consciente, pero en general al género femenino se lo asocia con las tareas soft, sobre todo a las tareas de gestión en los rubros de soporte, que no están vinculadas directamente al negocio, la producción del capital específico", continúa.

Respecto del área de Recursos Humanos, un área vinculada a la gestión de las personas, la especialista plantea que esto no es casualidad. "Se debe a la socialización de las personas", al lugar que se les asigna a las mujeres en función de una supuesta naturaleza femenina vinculada con la empatía, el amor y el cuidado de los demás.

Semillero

Para Luciana De Gennaro, gerente de Gestión de Talento y Relaciones Laborales de Vittal, uno de los focos del problema está en el semillero.

En las carreras humanísticas la matrícula es predominantemente femenina, y en el área de Recursos Humanos en el 95% de los casos se buscan cubrir posiciones con perfiles de ese tipo de carreras, sea de Recursos Humanos, Psicología o Sociología.

El problema, señala la entrevistada, viene desde la base. "Desde muy pequeñas no se promueve que las mujeres nos metamos en ciencias exactas o carreras que están más asociadas con lo masculino. Entonces nos volcamos a carreras más humanísticas y así alimentamos estos sectores que se supone que deben tener una mirada más social y más blanda".

Hay, sin embargo, un costado positivo en esta realidad. Porque si bien las mujeres desde hace mucho son mayoría en las áreas de RR.HH., no siempre fue así en los puestos de liderazgo del área. "Fuimos creciendo en puestos de mando porque comenzamos a involucrarnos en la estrategia del negocio. Antes, esos puestos, estaban ocupados por hombres que habían estudiado otras carreras, como abogacía, contabilidad o administración de empresas".

Mercedes de Beláustegui, VP Recursos Humanos, The Walt Disney Company Latin America, plantea en el mismo sentido: "Hay un factor determinante que es la cantidad de personas que inician y finalmente egresan de una carrera en particular, en este caso Recursos Humanos o Psicología. Creo que una cultura organizacional con perspectiva de género como la que buscamos en Disney es aquella que trabaja por reducir sesgos, fomentar la diversidad, escuchar las realidades de las personas para promover políticas que impacten en sus necesidades, pero también reconocer las problemáticas y ocuparse de ellas: como, por ejemplo, la brecha de género en carreras de tecnología que hoy en la Argentina son estructurales y que necesitan de nuestro compromiso para revertir".

Al respecto, Teresa Ares, HRBP de Medife, puntualiza los cambios que sucedieron en el área con el paso del tiempo. "Tenemos un grupo de RR.HH. dividido en seis áreas, de las que cinco son lideradas por mujeres. Solo el área de obras y mantenimiento está liderada por un varón. Pero esto no fue siempre así. Veníamos de una cultura donde los recursos humanos representaban la liquidación de sueldos y las disputas con los gremios. Ahora trabajamos con habilidades blandas y ponemos el foco en las personas. Por ello comenzamos a incorporar una mirada sin tanto sesgo, de mayor empatía. Y entendemos que eso mejora el desempeño, nos ayuda a retener el talento".

En tanto, para Érica Reynoso, Chief People Officer de Naranja X, las cosas van a cambiar con el tiempo. "Las que estamos en puestos directivos actualmente tenemos que haber comenzado la carrera al menos hace 20 años. En ese entonces la realidad social y los condicionamientos eran otros, había mucho más sesgos que vinculaban lo femenino con cuestiones más soft y de ahí la elección de carreras. Había menos ingresos de mujeres en Ingeniería y más en Psicología. Hoy eso está cambiando y la base para el futuro pueden cambiar", dice.

Además, destaca que más allá de las cuestiones relacionadas con condicionamientos sociales de las mujeres, que son preparadas desde pequeñas para tener mayor capacidad en temas de comunicación, empatía, influencia o mapas de poder, "en el futuro, el área de People requerirá otros perfiles, ya que va a estar menos enfocada en las relaciones y más en la experiencia del colaborador".

Marcela Beverstein, Gerente de Capital Humano de Grupo CETA, pone de relieve el tema en el mismo sentido: "Estos últimos años se ha incrementado la participación de hombres en estas áreas y de hecho, cada vez más varones estudian carreras o especializaciones relacionadas con RR.HH."

Universos masculinos

Hay dos espacios laborales en los que, no obstante, las empresas prefieren evitar contratar mujeres, incluso en el área de Recursos Humanos.

Se trata de empresas con una fuerte impronta técnica, como las tecnológicas, y otras en las que deben lidiar con sindicatos duros, con perfiles muy masculinizados.

"En algunas industrias la presencia femenina es mucho más predominante, sobre todo en algunas de servicios. Al contrario en las empresas de tecnología y en las empresas que tienen plantas productivas hay casi nula presencia. Una de las cosas que se le exige al área de RR.HH. es la relación con el gremio. Y el sindicalismo es un área marcadamente masculinizada. Entiendo que donde hay gremios más agresivos o tienen una posición más dura, las empresas prefieren tener hombres para llevar adelante esas discusiones", aporta De Gennaro.

Sin embargo, apunta que saber rodearse puede garantizar el éxito. En su caso cuenta con varones en mandos medios que la ayudan en las negociaciones con el sindicato.

Hacia la paridad de género

La paridad de género es un objetivo que hoy se trazan muchas empresas . Pero lograrlo es un proceso que lleva tiempo y que precisa de un esfuerzo consciente en ese sentido.

Para Andrea Ávila, CEO de Randstad para la Argentina y Uruguay y especialista en Recursos Humanos, se pueden tener dos miradas sobre la preminencia de mujeres en áreas de responsabilidad en RR.HH. Una es positiva y tiene que ver con las habilidades relacionadas con la empatía, con ponerse en el lugar del otro, con el engagement y el compromiso con las personas que tienen las mujeres tienen. Eso, dice, lejos de ser un problema, es una ventaja.

Pero hay una mirada negativa. "Hay un sesgo inconsciente que tiene que ver con la no participación de la mujer de la misma manera en otras áreas de las compañías, justamente porque se las asocia a esas habilidades blandas. Son las cuestiones culturales y sociales y conductas repetitivas que se ven en empresas pequeñas y grandes, en la Argentina y fuera de nuestro país. Lo que hay que hacer es reconocer este sesgo inconsciente y dar lugar a nuevas posibilidades ", agrega.

Para la ejecutiva es muy positivo que las mujeres tengan áreas de desarrollo específicas, como en servicios comerciales, ventas, marketing o comunicación. Sin embargo, sostiene que las empresas deben empezar a invitarlas a pensar en la inclusión de mujeres en otro tipo de cargos , más relacionados con las ciencias duras, matemática, ciencia y tecnología.

La tarea es tomar medidas efectivas dentro de las organizaciones, promover a mujeres en diferentes cargos e impulsar políticas públicas focalizadas en el cuidado de los niños y adultos mayores que den lugar a ese desarrollo de la mujer. " Las organizaciones debemos poner el tema arriba de la mesa, tratarlo y acelerar el proceso de cambio ", enfatiza Ávila.

En el caso de Kimberly-Clark, la meta es muy clara. "Queremos alcanzar la paridad de género hacia 2031. Actualmente el 38% de los puestos de liderazgo para la operación en América latina, son ocupados por mujeres . Si bien es cierto que aún tenemos oportunidades, estamos trabajando para lograr el cambio", señala Florencia Tristán, Manager de Recursos Humanos para Cono Sur de Kimberly-Clark. Y plantea que uno de los aspectos positivos de contar con liderazgo femenino en el área de Recursos Humanos es, justamente, una de las claves para poder llevarlo a cabo.

Tenemos programas e iniciativas que buscan empoderar a las mujeres para lograr esa paridad que estamos buscando . El resultado es un mayor acompañamiento y motivación a las mujeres en el mundo corporativo que buscan alcanzar los puestos que merecen", apunta Tristán.

En Disney la premisa es la diversidad. "Trabajamos diariamente de forma transversal para promover la inclusión y la diversidad tanto dentro de la compañía como fuera de ella. Desde mi rol como líder de Recursos Humanos, me aseguro de que nuestro talento interno esté compuesto por personas con historias, formaciones, puntos de vista y habilidades que sean únicas y que apoyen nuestra premisa de la diversidad, equidad e inclusión, que es la columna vertebral de nuestra organización. La compañía la hacen personas que tienen su propia mirada y que viven distintas realidades así que nuestra búsqueda es primero escucharlas y encontrar mecanismos para incorporarlas en acciones concretas que fomenten en una cultura corporativa diversa", señala Beláustegui.

Acciones

El trabajo para lograr esta paridad va de la mano en acciones concretas. Algunas de ellas las cuentan quienes están a cargo de impulsarlas. Por caso, De Gennaro cuenta que una de las primeras que realizó cuando llegó a Vittal fue la de homogeneizar la estructura de compensaciones: " A un mismo puesto, misma remuneración. Antes era menos transparente, sucedía, pero no había ninguna explicación racional . La nuestra es una empresa que promueve el desarrollo profesional de las mujeres. Y el género no forma parte de las condiciones a la hora de analizar una promoción".

Desde Randstad, Ávila remarca que si bien en la empresa hay mayoría mujeres, la paridad llega solo hasta mandos medios y que aún queda por recorrer. Una de las acciones para lograr avanzar es trabajar con las cadenas de valor . "Nos fijamos en el objetivo de incrementar la participación de mujeres en la cantidad de personas que tenemos contratadas", dice.

Ares señala que en Medifé cuentan con nuevos protocolos de licencias más inclusivos y que intentan comenzar a hablar de cuidadores primarios y secundarios , de personas gestantes y que favorecen a que la mujer pueda insertarse de la mejor manera en la dinámica laboral. Por su parte, Reynoso, de Naranja X, reconoce que aunque en la compañía hay un 59% de mujeres, eso no se expresa en las posiciones de liderazgo

Entre sus acciones principales destaca las licencias extendidas de maternidad y paternidad, incluso para personas no gestantes, la promoción de la inclusión financiera de mujeres y un trabajo para lograr eliminar el pay gap . "Se trata de que no solo haya igual remuneración por igual trabajo, sino que las áreas mejor remuneradas no estén tomadas mayormente por hombres", cuenta.

En Kimberly-Clark, en tanto, destacan el programa interno #SheCan, que busca potenciar el desarrollo de las mujeres y del liderazgo femenino por medio de debates, mentoreo y charlas inspiradoras con expertos y el programa Working Moms, que tiene por objetivo brindar la oportunidad a mujeres que fueron madres a reinsertarse en el mercado laboral.

Desde Disney destacan el relanzamiento de sus Consejos de Diversidad, Equidad e Inclusión , con más de 160 empleados en la región divididos en las temáticas de Igualdad de género: Mujer, Comunidad LGBTQ+, Discapacidad y Multiculturalidad.

Además de los módulos de capacitación para líderes, para todos los colaboradores y por línea de negocio y las campañas internas ancladas en fechas relevantes para informar, sensibilizar y darle voz al testimonio de empleados , como la campaña #SomosLasProtagonistas y #YoCreoEquidad para el Mes de la Mujer.

Compartí tus comentarios

Formá parte de El Cronista Member y sumate al debate en nuestros comentarios