

titulares.ar

Cultura

Deportes

Economía

Policiales

Política

Tecnología

Clasificados

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

📰 TITULARES - PUBLICADO EL 📅 6 DE AGOSTO DE 2022 - 📁 PUBLICADO EN NEGOCIOS - ETIQUETADO CON ADMINISTRACIÓN, APERTURA, RECURSOS HUMANOS



Si bien ha habido avances en términos de paridad de género en los últimos años, la realidad es que las mujeres son una clara minoría en los puestos directivos de las empresas. Eso pasa en todo el mundo y, lamentablemente, también en Argentina.

Según la encuesta anual de Grant Thornton, el porcentaje de mujeres en cargos directivos en el país bajó del 31 al 30% entre 2020 y 2021, a raíz de la pandemia. Y, si sólo se miden los puestos de primacía en las empresas, la relación no es menos igualitaria: apenas 50 de las más de 530 organizaciones que participaron este año en el ya tradicional Who's Who de El Cronista tienen el cargo de presidente o director ejecutivo en manos de mujeres.

Sin embargo, hay un cargo donde las cosas son diferentes. Los cargos de los responsables del área

de Recursos Humanos -que, dependiendo de la impronta que le dé la compañía, puede tener otros nombres como Capital Humano, Talento y Cultura, Personas-, están mayoritariamente ocupadas por mujeres.

De un total de 217 respuestas específicas sobre este cargo jerárquico, 122 son ocupadas por mujeres y 95 hombres, es decir 57 y 43% respectivamente, es decir una distancia muy importante respecto a los números del puesto de máxima jerarquía.

«Este es producto de estereotipos de género y síntoma de lo que se denominan sectores feminizados de la industria», dice Cintía González Oviedo, profesora y coordinadora académica del Programa Ejecutivo de Diversidad e Inclusión de la Universidad de San Andrés y directora ejecutiva de Bridge The Gap, una empresa que trabaja con empresas para implementar diferentes estrategias de inclusión.

«No es un proceso consciente, pero en general el género femenino se asocia con tareas suaves especialmente a tareas de dirección en áreas de apoyo, que no están directamente ligadas al negocio, a la producción de capital específico», continúa.

Respecto al área de Recursos Humanos, un área ligada a la gestión de personas, la especialista afirma que no es casualidad. «Se debe a la socialización de las personas», al lugar que se le asigna a la mujer en función de una supuesta naturaleza femenina ligada a la empatía, el amor y el cuidado por los demás.

Semillero

Para Luciana De Gennaro, gerente de Gestión del Talento y Relaciones Laborales de Vittal, una de las fuentes del problema está en el semillero.

«En los cursos humanísticos, la matrícula es predominantemente femenina y en el área de Recursos Humanos, en el 95% de los casos, buscan cubrir puestos con perfiles de este tipo de carrera, ya sea Recursos Humanos, Psicología o Sociología».

El problema, dice el entrevistado, viene de base. «Desde muy pequeñas no se anima a las mujeres a meterse en ciencias exactas o carreras más asociadas a lo masculino. recurrimos a carreras más humanísticas y así alimentar a estos sectores que se supone que tienen una mirada más social y más suave».

Hay, sin embargo, un lado positivo de esta realidad. Porque si bien las mujeres han sido durante mucho tiempo mayoría en el área de RRHH, no siempre fue así en los puestos de liderazgo del área. «Crecimos en puestos de mando porque empezamos a involucrarnos en la estrategia del negocio.

Antes estos cargos eran ocupados por hombres que habían estudiado otras carreras, como derecho, contabilidad o administración de empresas”.

Otros Titulares recientes: [Apple ya vendió a todos un iPhone. ¿Ahora que?](#)

Mercedes de Belustegui, VP Human Resources, The Walt Disney Company Latin America, hace el mismo punto: «Hay un factor determinante que es la cantidad de personas que inician y finalmente se gradúan de una determinada carrera, en este caso Recursos Humanos o Psicología.. Considero que una cultura organizacional con perspectiva de género como la que buscamos en Disney es aquella que trabaja para reducir los sesgos, fomentar la diversidad, escuchar las realidades de las personas para promover políticas que impacten en sus necesidades, pero también reconocer los problemas y enfrentarlos. a ellos. ellas: como, por ejemplo, la brecha de género en las carreras tecnológicas que hoy en Argentina son estructurales y que necesitan de nuestro compromiso para revertirse”.

Al respecto, Teresa Ares, HRBP de Medife, señala los cambios que se han producido en la zona a lo largo del tiempo. “Tenemos un grupo de RRHH dividido en seis áreas, cinco de las cuales son lideradas por mujeres. Solo el área de obras y mantenimiento es liderada por un hombre. Pero no siempre fue así. Veníamos de una cultura donde los recursos humanos representaban la liquidación de salarios y las disputas con los sindicatos. Ahora trabajamos con habilidades blandas y nos enfocamos en las personas. Por eso empezamos a incorporar un look sin tanto sesgo, con mayor empatía. Y entendemos que esto mejora el rendimiento, nos ayuda a retener el talento”.

Mientras tanto, para Rica Reynoso, Chief People Officer de Orange X, las cosas cambiarán con el tiempo. «Quienes actualmente ocupamos puestos directivos debemos haber iniciado nuestra carrera hace al menos 20 años.. En ese momento la realidad social y los condicionamientos eran diferentes, había muchos más sesgos que vinculaban lo femenino con más suave y de ahí la elección de razas. Hubo menos admisiones de mujeres en Ingeniería y más en Psicología. Hoy eso está cambiando y la base para el futuro puede cambiar», dice.

Además, destaca que más allá de los temas relacionados con el condicionamiento social de la mujer, a quien se prepara desde pequeña para tener mayor capacidad en materia de comunicación, empatía, influencia o mapas de poder”,En el futuro, el área de Personas requerirá de otros perfiles, ya que estará menos enfocado a las relaciones y más a la experiencia del colaborador.«.

Marcela Beverstein, Gerente de Capital Humano de Grupo CETA, destaca el tema en el mismo sentido: “En los últimos años ha aumentado la participación de los hombres en estas áreas y de hecho, Cada vez son más los hombres que estudian carreras o especializaciones relacionadas con

los RRHH.»

universos masculinos

Existen dos espacios de trabajo en los que, sin embargo, las empresas prefieren evitar la contratación de mujeres incluso en el área de Recursos Humanos.

Se trata de empresas con una fuerte impronta técnica, como los tecnológicos, y otros en los que deben lidiar con duros sindicatos con perfiles muy masculinizados.

Otros Titulares recientes: [cómo se venden propiedades en Argentina](#)



"En algunas industrias la presencia de la mujer es mucho más predominante, sobre todo en algunos de los servicios. Por el contrario, en las empresas tecnológicas y en las empresas que tienen plantas productivas casi no hay presencia. Una de las cosas que se les exige el área de RRHH es la relación con el sindicato, y el sindicalismo es un área marcadamente masculinizada, yo entiendo que donde hay sindicatos que son más agresivos o tienen una posición más dura, las empresas prefieren tener hombres para llevar a cabo estas discusiones.", añade De Gennaro.

Sin embargo, señala que saber rodearse puede garantizar el éxito. En su caso, cuenta con hombres 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 marcan muchas empresas. Pero lograrlo es un proceso que toma tiempo y requiere un esfuerzo consciente en esa dirección.

Para Andrea Villa, directora general de Randstad para Argentina y Uruguay y especialista en Recursos Humanos, pueden existir dos visiones sobre la preeminencia de la mujer en áreas de responsabilidad en RRHH. Una es positiva y tiene que ver con las habilidades relacionadas con la empatía, con ponerse en el lugar del otro, con la confianza y compromiso con las personas que tienen las mujeres. 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 empresas, precisamente porque están asociadas a estas habilidades blandas. Son las cuestiones culturales, sociales y las conductas repetitivas que son visto en pequeñas y grandes empresas, en Argentina y fuera de nuestro país. Lo

que hay que hacer es reconocer este sesgo inconsciente y dar cabida a nuevas posibilidades.», él añade.

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

La tarea es tomar medidas efectivas al interior de las organizaciones, promover a la mujer en los diferentes cargos e impulsar políticas públicas enfocadas en el cuidado de la niñez y la vejez que den lugar al desarrollo de la mujer. «Las organizaciones deben poner el tema sobre la mesa, tratarlo y acelerar el proceso de cambio», enfatiza Vila.

En el caso de Kimberly-Clark, el objetivo es muy claro. "Queremos lograr la paridad de género para 2031. Actualmente el 38% de los puestos de liderazgo de la operación en Latinoamérica están ocupados por mujeres. Si bien es cierto que aún tenemos oportunidades, estamos trabajando para lograr el cambio", dice Florencia Tristán, Gerente de Recursos Humanos para el Cono Sur de Kimberly-Clark. También sugiere que uno de los aspectos positivos de tener liderazgo femenino en el área de Recursos Humanos es, precisamente, una de las claves para poder llevarlo a cabo.

Otros Titulares recientes: Llegó desde Prusia y su apellido se convirtió en cerveza en Santa Fe, pero las deudas lo obligaron a vender todo



«Contamos con programas e iniciativas que buscan empoderar a las mujeres para lograr esa paridad que buscamos. El resultado es un mayor acompañamiento y motivación para las mujeres del mundo empresarial que buscan alcanzar los puestos que se merecen», afirma Tristán.

En Disney la premisa es la diversidad. "Trabajamos a diario de manera transversal para promover la inclusión y la diversidad tanto dentro como fuera de la empresa. Desde mi rol como líder de Recursos Humanos, me aseguro de que nuestro talento interno esté formado por personas con historias, antecedentes, puntos de vista y habilidades que son únicos y respaldan nuestra premisa de diversidad, equidad e inclusión, que es la columna vertebral de nuestra organización. La empresa está formada por personas que tienen una visión propia y que viven realidades diferentes, por lo que nuestra búsqueda es primero escucharlos y encontrar mecanismos para incorporarlos a acciones concretas que fomentan una cultura corporativa diversa», dice Belustegui.

Comportamiento

El trabajo para lograr esta paridad va de la mano de acciones concretas. Algunas de ellas son

contadas por quienes se encargan de promocionarlas. Por ejemplo, De Gennaro dice que una de las primeras cosas que hizo cuando llegó a Vittal fue estandarizar la estructura de compensación: «Mismo trabajo, mismo salario. Antes era menos transparente, pasaba, pero no había una explicación racional. La nuestra es una empresa que promueve el desarrollo profesional de la mujer. Y el género no forma parte de las condiciones a la hora de analizar una promoción».

Desde Randstad, Vila señala que aunque hay una mayoría de mujeres en la empresa, la paridad solo llega a los mandos intermedios y que aún queda mucho camino por recorrer. Una de las acciones para lograr avances es trabajar con cadenas de valor. "Nos fijamos como meta aumentar la participación de la mujer en el número de personas que contratamos", dice.

Ares señala que en Medif tienen nuevos protocolos de licenciamiento más inclusivos que intentan comenzar a hablar de cuidadores primarios y secundarios de las personas embarazadas y que favorezcan que la mujer se inserte de la mejor manera en la dinámica laboral.

Por su parte, Reynoso, de Naranja X, reconoce que aunque la empresa ha 59% de mujeres, eso no se expresa en puestos de liderazgo.

Sus principales acciones incluyen la extensión de la licencia de maternidad y paternidad, incluso para personas no embarazadas, la promoción de la inclusión financiera de las mujeres y trabajar para eliminar la brecha salarial. "Se trata no solo de tener igual salario por igual trabajo, sino también que las áreas mejor pagadas no sean ocupadas mayoritariamente por hombres", dice.

En Kimberly-Clark, por su parte, destacan el programa...

Palabras clave de esta nota:

#Las #mujeres #son #mayoría #recursos #humanos #por #del #todo #una #buena #noticia

Fuente: cronista.com



Acerca de Titulares

Este es el perfil del editor general de titulares.ar si quieres contactarte con él puedes hacerlo desde este formulario.

« Se detecta un promedio de 10 certificados médicos falsos al año en CGE / Titulares de Misiones

Diputados de JxC piden explicaciones sobre deuda de Batakis con China »

Buscar aquí ...

ENTRADAS RECIENTES

- Así será la nueva generación del Volkswagen Amarok «Base» / Titulares de Autos
- Desafíos para Massa: qué le preocupa a la sociedad, qué espera de la economía y cómo ve al Gobierno
- VW T-Cross 2024 aparece en acto y revela pequeños cambios / Titulares de Noticias de Brasil
- VW T-Cross 2024 aparece en acto y revela pequeños cambios / Titulares de Noticias de Brasil
- las incógnitas que rodean su muerte 60 años después
- Cómo un excéntrico candidato presidencial causó controversia en Kenia con su idea de legalizar la marihuana – Mundo
- POCO Watch, análisis y opinión | Tecnología
- Quién es el diseñador detrás del nuevo y excéntrico Brad Pitt – Titulares
- “Los anuncios de Massa quedaron muy por debajo de las expectativas”
- Las preguntas que debe hacer antes de decidir la vivienda a comprar | TU-DINERO – Perú
- Cuál es la medida más rechazada del ‘plan Massa’, según una encuesta / Titulares de Economía
- cuanto ganas con \$50000 / Titulares de Finanzas
- Coca-Cola firma acuerdo para impulsar el empleo juvenil en TI / Titulares de Tecnología
- La policía de Nebraska acusa a un hombre vinculado a 4 muertes en los incendios de la casa de Laurel
- La policía de Nebraska acusa a un hombre vinculado a 4 muertes en los incendios de la casa de Laurel

ARCHIVOS

- agosto 2022
- julio 2022
- junio 2022

mayo 2022

abril 2022

marzo 2022

febrero 2022

enero 2022

diciembre 2021

noviembre 2021

octubre 2021

septiembre 2021

agosto 2021

julio 2021

junio 2021

mayo 2021

abril 2021

marzo 2021

septiembre 2019

COMENTARIOS RECIENTES

[Santa Fe](#) [Córdoba](#) [Mendoza](#) [San Luis](#) [Entre Ríos](#) [Formosa](#) [Misiones](#) [Río Negro](#) [Corrientes](#)

© 2022 Responsive. All Rights Reserved | Funciona con Tema Responsive

Si bien ha habido avances en términos de paridad de género en los últimos años, la realidad es que las mujeres son una clara minoría en los puestos directivos de las empresas. Eso pasa en todo el mundo y, lamentablemente, también en Argentina. Según la encuesta anual de Grant Thornton, el porcentaje de mujeres en cargos directivos en el país bajó del 31 al 30% entre 2020 y 2021, a raíz de la pandemia. Y, si sólo se miden los puestos de primacía en las empresas, la relación no es menos igualitaria: apenas 50 de las más de 530 organizaciones que participaron este año en el ya tradicional Who's Who de la cronista tienen el cargo de presidente o director ejecutivo en manos de mujeres.

Sin embargo, hay un cargo donde las cosas son diferentes. Los cargos de los responsables del área de Recursos Humanos -que, dependiendo de la impronta que le dé la compañía, puede tener otros nombres como Capital Humano, Talento y Cultura, Personas-, están mayoritariamente ocupados por mujeres.

De un total de 217 respuestas específicas sobre este cargo jerárquico, 122 son ocupadas por mujeres y 95 hombres, es decir 57 y 43% respectivamente, es decir una distancia muy importante respecto a los números del puesto de máxima jerarquía.

«Este es producto de estereotipos de género y síntoma de lo que se denominan sectores feminizados de la industria. A», dice Cintia González Oviedo, profesora y coordinadora académica del Programa Ejecutivo de Diversidad e Inclusión de la Universidad de San Andrés y directora ejecutiva de Bridge The Gap, una empresa que trabaja con empresas para implementar diferentes estrategias de inclusión.

«No es un proceso consciente, pero en general el género femenino se asocia con tareas suaves especialmente a tareas de dirección en áreas de apoyo, que no están directamente ligadas al negocio, a la producción de capital específico», continúa.

Respecto al área de Recursos Humanos, un área ligada a la gestión de personas, la especialista afirma que no es casualidad. «Se debe a la socialización de las personas», al lugar que se le asigna a la mujer en función de una supuesta naturaleza femenina ligada a la empatía, el amor y el cuidado por los demás.

Semillero

Para Luciana De Gennaro, gerente de Gestión del Talento y Relaciones Laborales de Vittal, una de las fuentes del problema está en el semillero.

«En los cursos humanísticos, la matrícula es predominantemente femenina. y en el área de Recursos Humanos, en el 95% de los casos, buscan cubrir puestos con perfiles de este tipo de carrera, ya sea Recursos Humanos, Psicología o Sociología».

El problema, dice el entrevistado, viene de base. «Desde muy pequeñas no se anima a las mujeres a meterse en ciencias exactas o carreras más asociadas a lo masculino. recurrimos a carreras más humanísticas y así alimentar a estos sectores que se supone que tienen una mirada más social y más suave».

Hay, sin embargo, un lado positivo de esta realidad. Porque si bien las mujeres han sido durante mucho tiempo mayoría en el área de RRHH, no siempre fue así en los puestos de liderazgo del área. «Crecimos en puestos de mando porque empezamos a involucrarnos en la estrategia del negocio. Antes estos cargos eran ocupados por hombres que habían estudiado otras carreras, como derecho, contabilidad o administración de empresas».

Mercedes de Belustegui, VP Human Resources, The Walt Disney Company Latin America, hace el mismo punto: «Hay un factor determinante que es la cantidad de personas que inician y finalmente se gradúan de una determinada carrera, en este caso Recursos Humanos o Psicología. Considero que una cultura organizacional con perspectiva de género como la que buscamos en Disney es aquella que trabaja para reducir los sesgos, fomentar la diversidad, escuchar las realidades de las personas para promover políticas que impacten en sus necesidades, pero también reconocer los problemas y enfrentarlos. a ellos. ellas: como, por ejemplo, la brecha de género en las carreras tecnológicas que hoy en Argentina son estructurales y que necesitan de nuestro compromiso para revertirse».

Al respecto, Teresa Ares, HRBP de Medife, señala los cambios que se han producido en la zona a lo largo del tiempo. «Tenemos un grupo de RRHH dividido en seis áreas, cinco de las cuales son lideradas por mujeres. Solo el área de obras y mantenimiento es liderada por un hombre. Pero no siempre fue así. Veníamos de una cultura donde los recursos humanos representaban la liquidación de salarios y las disputas con los sindicatos. Ahora trabajamos con habilidades blandas y nos enfocamos en las personas. Por eso empezamos a incorporar un look sin tanto sesgo, con mayor empatía. Y entendemos que esto mejora el rendimiento, nos ayuda a retener el talento».

Mientras tanto, para Rica Reynoso, Chief People Officer de Orange X, las cosas cambiarán con el tiempo. «Quiénes actualmente ocupamos puestos directivos debemos haber iniciado nuestra carrera hace al menos 20 años. En ese momento la realidad social y los condicionamientos eran diferentes, había muchos más sesgos que vinculaban lo femenino con más suave y de ahí la elección de razas. Hubo menos admisiones de mujeres en Ingeniería y más en Psicología. Hoy eso está cambiando y la base para el futuro puede cambiar», dice.

Además, destaca que más allá de los temas relacionados con el condicionamiento social de la mujer, a quien se prepara desde pequeña para tener mayor capacidad en materia de comunicación, empatía, influencia o mapas de poder, en el futuro, el área de Personas requerirá de otros perfiles, ya que estará menos enfocado a las relaciones y más a la experiencia del colaborador. «.

Marcela Beverstein, Gerente de Capital Humano de Grupo CETA, destaca el tema en el mismo sentido: «En los últimos años ha aumentado la participación de los hombres en estas áreas y de hecho, Cada vez son más los hombres que estudian carreras o especializaciones relacionadas con los RRHH. «.

universos masculinos

Existen dos espacios de trabajo en los que, sin embargo, las empresas prefieren evitar la contratación de mujeres incluso en el área de Recursos Humanos.

Se trata de empresas con una fuerte impronta técnica, como los tecnológicos, y otros en los que deben lidiar con duros sindicatos con perfiles muy masculinizados.

«En algunas industrias la presencia de la mujer es mucho más predominante, sobre todo en algunos de los servicios. Por el contrario, en las empresas tecnológicas y en las empresas que tienen plantas productivas casi no hay presencia. Una de las cosas que se les exige el área de RRHH es la relación con el sindicato, y el sindicalismo es un área marcadamente masculinizada, yo entiendo que donde hay sindicatos que son más agresivos o tienen una posición más dura, las empresas prefieren tener hombres para llevar a cabo estas discusiones. «, añade De Gennaro.

Sin embargo, señala que saber rodearse puede garantizar el éxito. En su caso, cuenta con hombres 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 marcan muchas empresas. Pero lograrlo es un proceso que toma tiempo y requiere un esfuerzo consciente en esa dirección.

Para Andrea Vila, directora general de Randstad para Argentina y Uruguay y especialista en Recursos Humanos, pueden existir dos visiones sobre la preeminencia de la mujer en áreas de responsabilidad en RRHH. Una es positiva y tiene que ver con las habilidades relacionadas con la empatía, con ponerse en el lugar del otro, con el compromiso y compromiso con las personas que tienen las mujeres. 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 empresas, precisamente porque están asociadas a estas habilidades blandas. Son las cuestiones culturales, sociales y las conductas repetitivas que son visto en pequeñas y grandes empresas, en Argentina y fuera de nuestro país. Lo que hay que hacer es reconocer este sesgo inconsciente y dar cabida a nuevas posibilidades. «, él añade.

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

La tarea es tomar medidas efectivas al interior de las organizaciones, promover a la mujer en los diferentes cargos e impulsar políticas públicas enfocadas en el cuidado de la niñez y la vejez que den lugar al desarrollo de la mujer. « Las organizaciones deben poner el tema sobre la mesa, tratarlo y acelerar el proceso de cambio enfatiza Vila.

En el caso de Kimberly-Clark, el objetivo es muy claro. "Queremos lograr la paridad de género para 2031. Actualmente El 38% de los puestos de liderazgo de la operación en Latinoamérica están ocupados por mujeres . Si bien es cierto que aún tenemos oportunidades, estamos trabajando para lograr el cambio", dice Florencia Tristán, Gerente de Recursos Humanos para el Cono Sur de Kimberly-Clark.

También sugiere que uno de los aspectos positivos de tener liderazgo femenino en el área de Recursos Humanos es, precisamente, una de las claves para poder llevarlo a cabo.

« Contamos con programas e iniciativas que buscan empoderar a las mujeres para lograr esa paridad que buscamos . El resultado es un mayor acompañamiento y motivación para las mujeres del mundo empresarial que buscan alcanzar los puestos que se merecen", afirma Tristán.

En Disney la premisa es la diversidad. "Trabajamos a diario de manera transversal para promover la inclusión y la diversidad tanto dentro como fuera de la empresa. Desde mi rol como líder de Recursos Humanos, me aseguro de que nuestro talento interno esté formado por personas con historias, antecedentes, puntos de vista y habilidades que son únicos y respaldan nuestra premisa de diversidad, equidad e inclusión, que es la columna vertebral de nuestra organización. La empresa está formada por personas que tienen una visión propia y que viven realidades diferentes, por lo que nuestra búsqueda es primero escucharlos y encontrar mecanismos para incorporarlos a acciones concretas. que fomentan una cultura corporativa diversa», dice Belustegui.

Comportamiento

El trabajo para lograr esta paridad va de la mano de acciones concretas. Algunas de ellas son contadas por quienes se encargan de promocionarlas. Por ejemplo, De Gennaro dice que una de las primeras cosas que hizo cuando llegó a Vittal fue estandarizar la estructura de compensación: « Mismo trabajo, mismo salario. Antes era menos transparente, pasaba, pero no había una explicación racional . La nuestra es una empresa que promueve el desarrollo profesional de la mujer. Y el género no forma parte de las condiciones a la hora de analizar una promoción».

Desde Randstad, Vila señala que aunque hay una mayoría de mujeres en la empresa, la paridad solo llega a los mandos intermedios y que aún queda mucho camino por recorrer. Una de las acciones para lograr avances es trabajar con cadenas de valor . "Nos fijamos como meta aumentar la participación de la mujer en el número de personas que contratamos", dice.

Ares señala que en Medif tienen nuevos protocolos de licenciamiento más inclusivos que intentan comenzar a hablar de cuidadores primarios y secundarios de las personas embarazadas y que favorezcan que la mujer se inserte de la mejor manera en la dinámica laboral.

Por su parte, Reynoso, de Naranja X, reconoce que aunque la empresa ha 59% de mujeres, eso no se expresa en puestos de liderazgo. Sus principales acciones incluyen la extensión de la licencia de maternidad y paternidad, incluso para personas no embarazadas, la promoción de la inclusión financiera de las mujeres y trabajar para eliminar la brecha salarial . "Se trata no solo de tener igual salario por igual trabajo, sino también que las áreas mejor pagadas no sean ocupadas mayoritariamente por hombres", dice.

En Kimberly-Clark, por su parte, destacan el programa...

Palabras clave de esta nota:

#Las #mujeres #son #mayoría #recursos #humanos #por #del #todo #una #buena #noticia

Fuente: cronista.com

Titulares

Este es el perfil del editor general de titulares.ar si quieres contactarte con el puedes hacerlo desde este formulario.