

En busca de la igualdad • Un cambio cultural que se demora

Techo de cristal

A pesar del avance de género, menos mujeres llegan a altos mandos

Un estudio reveló que en el país sólo uno de cada cinco cargos ejecutivos es ocupado por una mujer. Y la estadística retrocede: mientras que el año pasado eran el 23% del total, en 2019 son el 20%.

Inés Pizzo

Especial para Clarín

En el mundo empresarial, como en muchos otros ámbitos, las mujeres todavía deben enfrentar obstáculos para acceder a puestos decisivos. El liderazgo femenino en los equipos directivos es escaso y la mayor parte de las decisiones corporativas continúan tomándolas los varones. Pese a los avances en la equidad de género, quedan cuentas pendientes. "El techo de cristal no es un concepto abstracto, es una realidad. En general, las mujeres hoy ocupan cargos administrativos, tal vez hasta en mayor proporción que los hombres. Sin embargo, acceder a puestos ejecutivos es ínfimamente más difícil", reconoce Alexandra Manera, directora de Recursos Humanos del Grupo Adecco Argentina y Uruguay. Los números son contundentes: un estudio realizado por la consultora Grant Thornton reveló que en la Argentina sólo uno de cada cinco puestos directivos está en manos de mujeres. En 2019 llega al 20%, mientras que el año pasado llegó al 23%.

"Hay un tema cultural y social don-

de el hombre sigue apareciendo como el proveedor y el que puede dedicarle tiempo a su carrera. Esto se traslada a algunas empresas, generando el impacto que vemos: posicionando al hombre como el único capaz de ocupar un puesto directivo, dejándonos relegadas en cargos intermedios como máxima aspiración", expresa Lorena Zicker, gerente general de Intel Argentina.

Si bien hay avances en busca de paridad, el tablero no está equilibrado. "Toda la comunidad de negocios tiene un trabajo por delante para que los números se modifiquen. A medida de que la carrera profesional de una mujer se acerca a los cargos más altos, son más las dificultades y los desafíos a enfrentar -dice Tamara Vinitzky, socia de KPMG Argentina, Head of Clients & Markets, responsable del área de Diversidad de la firma-. Las sociedades del mundo están presionando por un cambio en las corporaciones y la Argentina está transitando ese camino".

Las compañías reconocen que para ser productivas e innovadoras, deben tener mujeres en la mesa de las decisiones. "Las organizaciones que



hoy tienen una marcada minoría femenina se están viendo privadas de una importante fuente de talento", sostiene Paula Altavilla, directora de Whirlpool Latin America.

"En LATAM Airlines Argentina las mujeres están representadas en un 45% en los mandos medios y en un 26% en el rol ejecutivo. El Comité de Dirección está constituido en un 30% por mujeres. Los CEOs tenemos la responsabilidad de instalar en la agenda y concretar con acciones la intervención de las mujeres a fin de que formemos parte de procesos objetivos. Es que los grupos de personas con diversa experiencia y habilidades aportan diferente perspectiva a un mismo problema, lo que puede derivar en mejores formas de resolverlos. Por eso las compañías con liderazgo diverso son más exitosas e innovadoras", dice Rosario Altgelt, gerente general de LATAM.

Silvina Ruiz, directora de la consultora Concept Media, es optimista sobre el futuro. "Lentamente las cifras van mejorando. Tenemos que imaginar que la velocidad de este proceso depende, básicamente, de confianza y pautas culturales. ¿Por qué somos

tan pocas? Si de algo estoy segura es de que no se debe a una cuestión de capacidad. Me arriesgaría a decir que es escasa visión de negocio, agregados al 'arrastre' cultural".

"Es un trabajo que hay que abordar seriamente y con compromiso, no alcanza con declamaciones. Hay que actuar. Requiere de hombres y mujeres generosos para que -con esfuerzo- se generen espacios de desarrollo para mujeres con talento. Y es necesario que los hombres asuman este objetivo como propio", declara Lorena Sánchez, directora de YPF.

Si bien los avances son lentos, hay empresas que trabajan en desarrollo femenino en puestos de dirección. Una de ellas es Carrefour, que en 2012 inició el programa Mujeres Líderes. "En sus inicios tuvo como objetivo impulsar el cambio cultural puertas adentro, para generar prácticas que posibiliten el desarrollo de las mujeres profesional y personal. En 2010 el 19% de los puestos directivos eran ocupados por mujeres, hoy representan el 30%", dice Leonardo Scarone, director de Carrefour Argentina.

Otro ejemplo es tarjeta Naranja. María Eugenia Patiño, directora de

Relaciones Humanas de la compañía, dice que las decisiones de la selección y promoción de colaboradores se basan en la calificación del candidato para el puesto y que esta práctica de igualdad se aplica también en la motivación, remuneración y capacitación. "Todos tenemos las mismas posibilidades, de hecho, el 65% de los colaboradores son mujeres. Del total de puestos con toma de decisiones casi la mitad es ocupado por el universo femenino", afirma Patiño.

En el caso de KPMG, el 56% de los cargos gerenciales están ocupados por el universo femenino y el 33% de los socios son mujeres. "En octubre me incorporaron al comité ejecutivo, sin embargo, cuando ingresé a la firma -hace 20 años- había una sola socia", admite Vinitzky.

Más allá de detectar las situaciones que existen, desde las diferentes empresas admiten que hay acciones que se pueden llevar a cabo para reducir las brechas. Un punto clave es el nacimiento de un hijo. Muchas, durante los primeros años de maternidad se debaten entre el equilibrio de la vida personal y laboral, y claudican al no encontrarlo. Prácticas co-

mo la flexibilidad horaria, licencias extendidas, el home office y la reincorporación gradual son algunas de las solicitadas. "Si existieran mecanismos para acompañarnos y que no dependieran sólo del programa de beneficios, sino de algo más global como la intervención del Estado, seguramente muchas podrían lograr esa estabilidad en los primeros años de sus hijos", dice Adecco, directora de Recursos Humanos.

Quiénes desarrollan tareas en áreas de RRHH y buscan la diversidad, aseguran que falta un cambio de conciencia. "Tenemos que animarnos y decir lo que queremos hacer. No hay techos, se puede ser madre y profesional a la vez", opina Altavilla.

Los vínculos son esenciales en los negocios. A la hora de avanzar, para Zicker, es fundamental armar una red de contactos, el llamado networking. "Las mujeres tendemos a desarrollarlo y explotarlo menos que los hombres. Esto a veces nos deja fuera de exposición cuando alguien está pensando en sus líneas de sucesión y hasta nos reduce el acceso a información clave que nos ayudaría en nuestro desarrollo de carrera". ■

CIFRAS

30%

De los cargos ejecutivos de Carrefour están ocupados por mujeres. En 2010, eran el 19%, según datos de la empresa.

65%

De los colaboradores en la empresa Naranja son mujeres. Y en los puestos de toma de decisiones llegan al 50%

56%

De los cargos gerenciales de KPMG están ocupados por mujeres, según informó la empresa.



“ Hay un tema cultural. Acceder a puestos ejecutivos es difícil”.

Alexandra Manera, Directora RR.HH. de Adecco



“ Es necesario que los hombres también asuman este objetivo”.

Lorena Sánchez, Directora de YPF



“ ¿Por qué somos pocas? Seguro que no es por incapacidad”.

Silvina Ruiz, Directora consultora Concept Media



“ Todos deberíamos tener las mismas posibilidades”.

Eugenia Patiño, Relaciones Humanas, Naranja



“ La comunidad de negocios debe trabajar para que los números se modifiquen”.

Tamara Vinitzky, Socia de KPMG.

En busca de la igualdad Un cambio cultural que se demora

Un estudio reveló que en el país sólo uno de cada cinco cargos ejecutivos es ocupado por una mujer. Y la estadística retrocede: mientras que el año pasado eran el 23% del total, en 2019 son el 20%.

Inés Pizzo

Especial para Clarín En el mundo empresarial, como en muchos otros ámbitos, las mujeres todavía deben enfrentar obstáculos para acceder a puestos decisivos. El liderazgo femenino en los equipos directivos es escaso y la mayor parte de las decisiones corporativas continúan tomándolas los varones. Pese a los avances en la equidad de género, quedan cuentas pendientes. `El techo de cristal no es un concepto abstracto, es una realidad. En general, las mujeres hoy ocupan cargos administrativos, tal vez hasta en mayor proporción que los hombres. Sin embargo, acceder a puestos ejecutivos es ínfimamente más difícil`, reconoce Alexandra Manera, directora de Recursos Humanos del Grupo Adecco Argentina y Uruguay. Los números son contundentes: un estudio realizado por la consultora Grant Thornton reveló que en la Argentina sólo uno de cada cinco puestos directivos está en manos de mujeres. En 2019 llega al 20%, mientras que el año pasado llegó al 23%. `Hay un tema cultural y social donde el hombre sigue apareciendo como el proveedor y el que puede dedicarle tiempo a su carrera. Esto se traslada a algunas empresas, generando el impacto que vemos: posicionando al hombre como el único capaz de ocupar un puesto directivo, dejándonos relegadas en cargos intermedios como máxima aspiración`, expresa Lorena Zicker, gerente general de Intel Argentina.

Si bien hay avances en busca de paridad, el tablero no está equilibrado. `Toda la comunidad de negocios tiene un trabajo por delante para que los números se modifiquen. A medida de que la carrera profesional de una mujer se acerca a los cargos más altos, son más las dificultades y los desafíos a enfrentar -dice Tamara Vinitzky, socia de KPMG Argentina, Head of Clients & Markets, responsable del área de Diversidad de la firma-. Las sociedades del mundo están presionando por un cambio en las corporaciones y la Argentina está transitando ese camino`.

Las compañías reconocen que para ser productivas e innovadoras, deben tener mujeres en la mesa de las decisiones. `Las organizaciones que hoy tienen una marcada minoría femenina se están viendo privadas de una importante fuente de talento`, sostiene Paula Alta villa, directora de Whirlpool Latin America.

`En LATAM Airlines Argentina las mujeres están representadas en un 45% en los mandos medios y en un 26% en el rol ejecutivo. El Comité de Dirección está constituido en un 30% por mujeres. Los CEOs tenemos la responsabilidad de instalar en la agenda y concretar con acciones la intervención de las mujeres a fin de que formemos parte de procesos objetivos. Es que los grupos de personas con diversa experiencia y habilidades aportan diferente perspectiva a un mismo problema, lo que puede derivar en mejores formas de resolverlos. Por eso las compañías con liderazgo diverso son más exitosas e innovadoras`, dice Rosario Altgelt, gerente general de LATAM.

Silvina Ruíz, directora de la consultora Concept Media, es optimista sobre el futuro. `Lentamente las cifras van mejorando. Tenemos que imaginar que la velocidad de este proceso depende, básicamente, de confianza y pautas culturales. ¿Por qué somos tan pocas? Si de algo estoy segura es de que no se debe a una cuestión de capacidad. Me arriesgaría a decir que es escasa visión de negocio, agregados al ´arrastre´ cultural`.

`Es un trabajo que hay que abordar seriamente y con compromiso, no alcanza con declamaciones. Hay que actuar. Requiere de hombres y mujeres generosos para que -con esfuerzo- se generen espacios de desarrollo para mujeres con talento. Y es necesario que los hombres asuman este objetivo como propio`, declara Lorena Sánchez, directora de YPF.

Si bien los avances son lentos, hay empresas que trabajan en desarrollo femenino en puestos de dirección. Una de ellas es Carrefour, que en 2012 inició el programa Mujeres Líderes. `En sus inicios tuvo como objetivo impulsar el cambio cultural puertas adentro, para generar prácticas que posibiliten el desarrollo de las mujeres profesional y personal. En 2010 el 19% de los puestos directivos eran ocupados por mujeres, hoy representan el 30%`, dice Leonardo Scarone, director de Carrefour Argentina.

Otro ejemplo es tarjeta Naranja. María Eugenia Patiño, directora de Relaciones Humanas de la compañía, dice que las decisiones de la selección y promoción de colaboradores se basan en la calificación del candidato para el puesto y que esta práctica de igualdad se aplica también en la motivación, remuneración y capacitación. `Todos tenemos las mismas posibilidades, de hecho, el 65% de los colaboradores son mujeres. Del total de puestos con toma de decisiones casi la mitad es ocupado por el universo femenino`, afirma Patiño.

En el caso de KPMG, el 56% de los cargos gerenciales están ocupados por el universo femenino y el 33% de los socios son mujeres. `En octubre me incorporaron al comité ejecutivo, sin embargo, cuando ingresé a la firma -hace 20 años- había una sola socia`, admite Vinitzky.

Más allá de detectar las situaciones que existen, desde las diferentes empresas admiten que hay acciones que se pueden llevar a cabo para reducir las brechas. Un punto clave es el nacimiento de un hijo. Muchas, durante los primeros años de maternidad se debaten entre el equilibrio de la vida personal y laboral, y claudican al no encontrarlo. Prácticas como la flexibilidad horaria, licencias extendidas, el home office y la reincorporación gradual son algunas de las solicitadas. `Si existieran mecanismos para acompañarnos y que no dependieran sólo del programa de beneficios, sino de algo más global como la intervención del Estado, seguramente muchas podrían lograr esa estabilidad en los primeros años de sus hijos`, dice Adecco, directora de Recursos Humanos.

Quienes desarrollan tareas en áreas de RRHH y buscan la diversidad, aseguran que falta un cambio de conciencia. `Tenemos que animarnos y decir lo que queremos hacer. No hay techos, se puede ser madre y profesional a la vez`, opina Altavilla.

Los vínculos son esenciales en los negocios. A la hora de avanzar, para Zicker, es fundamental armar una red de contactos, el llamado

networking. `Las mujeres tendemos a desarrollarlo y explotarlo menos que los hombres. Esto a veces nos deja fuera de exposición cuando alguien está pensando en sus líneas de sucesión y hasta nos reduce el acceso a información clave que nos ayudaría en nuestro desarrollo de carrera`. | CIFRAS

De los cargos ejecutivos de Carrefour están ocupados por mujeres. En 2010, eran el 19%, según datos de la empresa.

De los colaboradores en la empresa Naranja son mujeres. Y en los puestos de toma de decisiones llegan al 50%

De los cargos gerenciales de KPMG están ocupados por mujeres, según informó la empresa.

Hay un tema cultural. Acceder a puestos ejecutivos es difícil`. AlexandraManera. Directora RR.HH. de Adecco

Eugenia Patiño. Relaciones Humanas, Naranja