



Headhunting El sector empezó el año con menos movimiento que el habitual

© El Cronista

Alimentos
Publicidad, Bebidas, Tecnología, Finanzas, Industria automotriz, Indumentaria

Electrónica
Cosmética, Salud, Seguros, Seguridad, Comunicación

Quiénes Quiénes

infraestructura
Consultoría, Minería, Energía, Servicios, Marketing

Mercado de capitales, Mercado inmobiliario, Construcción, Eventos y exposiciones, Electrodomésticos, Consumo masivo, Medios de comunicación, Estudios jurídicos, Química y petroquímica, Pinturas, Laboratorios y biotecnología, Retail y marketplaces, Tabacaleras, Siderurgia y metalurgia

EDICIÓN ESPECIAL. Esta publicación forma parte de la edición N°34379. Prohibida su venta por separado. Señal opcional a partir de la próxima edición del diario a \$2600.

En el mercado argentino 2024

Quiénes son los ejecutivos de las 500 empresas más importantes del país.



De las casi 500 empresas que participaron este año del Quién es quién, apenas 56 (11,2%) tienen una mujer como número uno. Este número se mantiene casi inalterado con respecto a la edición 2023, cuando el 10,7% de las compañías –las más importantes de la argentina– estaban bajo mando femenino. El techo de cristal sigue existiendo y pese a todos los esfuerzos por romperlo, parece más fuerte que nunca.

La Argentina está por detrás del promedio regional de mujeres en puestos de alta dirección. El reporte Women in Business (WIB) 2024 realizado por la consultora Grant Thornton indica que en el país solo 31% de los cargos de altos mandos están ocupados por mujeres. El número es cinco puntos menos que el promedio regional y dos puntos que la media global. A pesar de los números poco auspiciosos, el Informe destaca que si se mira la evolución en los últimos 10 años, se puede ver que las tendencias en todos los índices han ido en ascenso. Sin embargo, el camino está plagado de avances y retrocesos que hacen que aunque la tendencia sea creciente, la progresión se vuelva lenta e incierta. Además, el WIB 2024 compara la presencia de hombres y mujeres en puestos directivos por área. La conclusión es que, con excepción de Finanzas, TIC, RRHH, Marketing y Diversidad, en Argentina hay menos pre-

sencia de mujeres que hombres en todas las áreas claves de las organizaciones.

Otro estudio realizado por el Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA) indica que 8 de cada 10 mujeres argentinas consideran que los hombres tienen más oportunidades en el mundo laboral. Sin embargo, solo 4 de cada 10 hombres perciben esa desigualdad.

Al cierre de este número, la Inspección General de Justicia publicaba en el Boletín una resolución que daba marcha atrás con la obligación de incorporar mujeres en los órganos de dirección y de fiscalización de las sociedades argentinas. La

A paso lento

Apenas el 11,2% de las empresas que integran esta edición tienen una mujer como número uno.

En los últimos años se avanzó en paridad de género, pero todavía falta mucho por hacer

Por Ricardo Quesada
 ✉ rquesada@cronista.com



elcronista#julianwitenas@gmail.com

norma derogada, incorporada en 2020, establecía que en los directorios de las compañías debía haber paridad entre hombres y mujeres.

En el momento de publicarse la resolución, solo eran 10,3% de los miembros de directorio de las 1000 empresas más grandes de la Argentina son mujeres, según un estudio de KPMG. Tres años más tarde, la consultora revelaba que el porcentaje había llegado a 17,5%.

“Cuando tomás la decisión de eliminar el cupo, probablemente la consecuencia más natural que tengas es que se vuelva más lento el proceso de incorporación de las mujeres

en los directorios. Por ejemplo, si existe una ley que obliga contemplar un tercio de mujeres en el board, cuando hagas el screening de posibles directores, uno deberá necesariamente mapear mujeres que podrían ocupar ese rol. En cambio si esa ley no existiese, puede disminuir el incentivo para que, si todos los candidatos que te llegan son hombres, proactivamente se busquen candidatas mujeres”, explica Ivana Thornton, presidenta de Mercer Argentina.

La especialista destaca que lo ideal es seleccionar a la persona que tenga las mejores habilidades para el rol que se que-

re cubrir, independientemente de su género. Sin embargo, en muchas ocasiones, las mujeres no llegan a los espacios de mayor decisión de las empresas incluso cuando tengan la experiencia y el conocimiento suficiente.

“Se ha demostrado el cupo es que es un gran acelerador de cualquier minoría en términos de representatividad en las empresas”, agrega.

En ese sentido, destaca que las compañías que han establecido políticas de cupo avanzaron más rápidamente en la agenda de equidad de género: “Pero esto por sí solo no alcanza. También hay que trabajar en brindar más oportunidades equitativas de carrera, de pago, de experiencia y de cultura”.

¿Cómo lograrlo? Grant Thornton identifica tres ejes claves para que las empresas aceleren el progreso hacia la paridad de género en la alta dirección. En primer lugar, que la compañía cuente con una persona encargada de diversidad, equidad e inclusión y que cuente con el apoyo de la dirección. Luego, se debe establecer una estrategia clara y contar con objetivos específicos que permitan medir periódicamente el éxito alcanzado. Por último, se debe ofrecer flexibilidad en el trabajo. Está probado que las empresas que brindan mayor ductilidad muestran un porcentaje más alto de mujeres en altos cargos directivos •