[...] El informe Women in Business 2025 de Grant Thornton revela una tendencia preocupante: sin medidas inmediatas, la paridad de género en los puestos de alta dirección, en empresas del mercado medio, no se alcanzará hasta 2051. Este hallazgo resalta la urgencia de acelerar la inclusión de las mujeres en los niveles más altos de liderazgo empresarial.A pesar de los avances en los últimos años, las mujeres ocupan solo el 34% de los puestos de liderazgo senior a nivel mundial. Este aumento de apenas 0 [...]

El informe Women in Business 2025 de Grant Thornton revela una tendencia preocupante: sin medidas inmediatas, la paridad de género en los puestos de alta dirección, en empresas del mercado medio, no se alcanzará hasta 2051. Este hallazgo resalta la urgencia de acelerar la inclusión de las mujeres en los niveles más altos de liderazgo empresarial.A pesar de los avances en los últimos años, las mujeres ocupan solo el 34% de los puestos de liderazgo senior a nivel mundial. Este aumento de apenas 0,5 puntos porcentuales -con respecto al año pasado- pone en evidencia la lentitud del progreso. De continuar esta disposición, una mujer que hoy inicie su carrera podría esperar más de 25 años antes de ver una representación equitativa en los niveles más altos de las organizaciones.“Celebramos a las empresas del mercado medio por su agilidad e innovación. Sus decisiones pueden ser un catalizador del cambio. Si aceleramos la paridad de género, veremos beneficios como economías más fuertes, empresas con mejor rendimiento y culturas más inclusivas. Hay una presión creciente para actuar, pero también una oportunidad que no debemos desaprovechar”, afirma Karitha Ericson, Líder Global de Capacidad de Red, Cultura y Sostenibilidad Corporativa de Grant Thornton International Limited (GTIL).Liderazgo femenino: avances y retos persistentes. A pesar de los avances en la inclusión, el progreso sigue siendo desigual en diversos sectores clave. En las empresas medianas, el 47,6% de los puestos de RR. HH., el 44,6% de Finanzas (CFO) y el 33,3% de Marketing (CMO) están ocupados por mujeres, siendo estos los tres cargos con mayor representación femenina. Sin embargo, la proporción de directoras ejecutivas (CEO) ha crecido solo 2,6 puntos porcentuales desde 2024, alcanzando el 21,7%, cifra aún por debajo del 28,4% registrado en 2023.El informe Women in Business 2025 también pone de manifiesto la relevancia del mercado medio, que representa el 90% de las empresas globales y genera dos tercios de los empleos a nivel mundial. La falta de acción ante la desigualdad de género tiene un alto costo: según el Fondo Monetario Internacional (FMI), cerrar la brecha de género en los mercados en desarrollo podría incrementar el PIB global en un 23%.Latinoamérica: un ejemplo de progreso, pero aún lejos de la paridad. En América del Sur, las mujeres ocupan el 37,2% de los puestos directivos, lo que representa un aumento de 1,4 puntos porcentuales en comparación con el año pasado. Esta región, Liderada por Argentina y Brasil, continúa siendo pionera en la igualdad de género en el ámbito corporativo.“Sabemos que las empresas logran mejores resultados cuando tienen una mayor diversidad de género en los niveles jerárquicos más altos. Toman mejores decisiones, suelen ser más creativas y también responden mejor ante las crisis lo que es bueno para las mujeres también es bueno para las empresas”, afirma Matiana Behrends, Socia, Responsable de Servicios de Asesoramiento y Consultoría de Capital Humano, Grant Thornton Argentina.En particular, en Argentina, en los últimos años se produjo un intenso debate sobre la igualdad de género y diversos movimientos culturales más amplios han aumentado la visibilidad de los problemas a los que se enfrentan las mujeres. “El movimiento #NiUnaMenos puso la violencia de género en el punto de mira. Aunque no se centró específicamente en la educación y el empleo, sí lo hizo en el papel de la mujer en la sociedad. También hemos visto a muchas dirigentes políticas en los últimos diez años y eso ha animado a las mujeres a creer que pueden asumir puestos de liderazgo”, destaca Behrends.Este impacto social se refleja en el ámbito corporativo, donde la representación femenina en los altos mandos sigue avanzando, aunque de manera insuficiente. Sin medidas concretas y efectivas, la equidad de género en las empresas del mercado medio seguirá siendo un objetivo lejano.Un llamado urgente a la acción. Para cambiar esta situación, Grant Thornton insta a los líderes empresariales a implementar medidas efectivas:Establecer objetivos claros de representación femenina en la alta dirección, ya que el 63,9% de las empresas no cuentan aún con metas claras en este ámbito, lo que obstaculiza el avance hacia la equidad de género.Fomentar redes de mentoría y desarrollo

profesional que promuevan la retención y el crecimiento del talento femenino. Las empresas que adoptaron estrategias de networking vieron un aumento del 61,1% en la participación femenina en posiciones directivas.Exigir diversidad en sus cadenas de suministro. Más del 77,6% de las empresas han recibido solicitudes de inversores, clientes o socios para demostrar su compromiso con la diversidad de género. El 56,3% de quienes respondieron a esta demanda aumentaron la participación femenina en sus altos mandos.“El mercado medio es el motor de la economía global y su éxito depende de un liderazgo diverso. No se trata solo de equidad, sino de impulsar un crecimiento económico sin precedentes. Al acelerar la equidad de género, creamos un entorno empresarial más innovador, resiliente y dinámico para las generaciones futuras”, enfatiza Peter Bodin, Director Ejecutivo de GTIL.El mensaje es claro: la equidad de género en los puestos de liderazgo no solo es una cuestión de justicia, sino un imperativo estratégico para transformar las economías y fortalecer el liderazgo global. La acción es urgente, y la oportunidad es ahora.