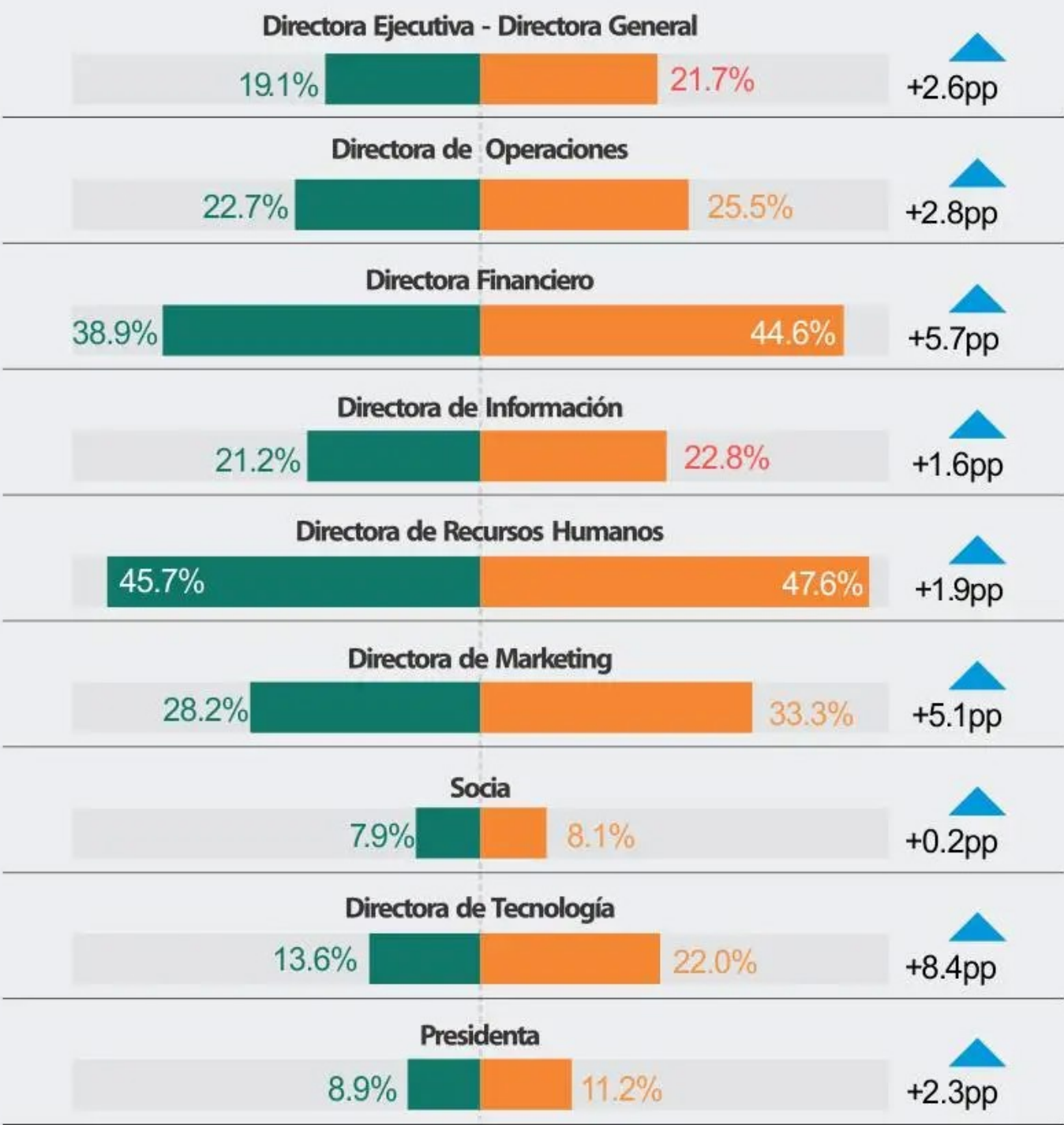
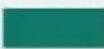


GLOBAL: MUJERES EN PUESTOS EMPRESARIALES



Porcentaje de mujeres en puestos empresariales



2024



2025

Cambios porcentuales (2024 vs 2025)



INCREMENTO



DISMINUCIÓN

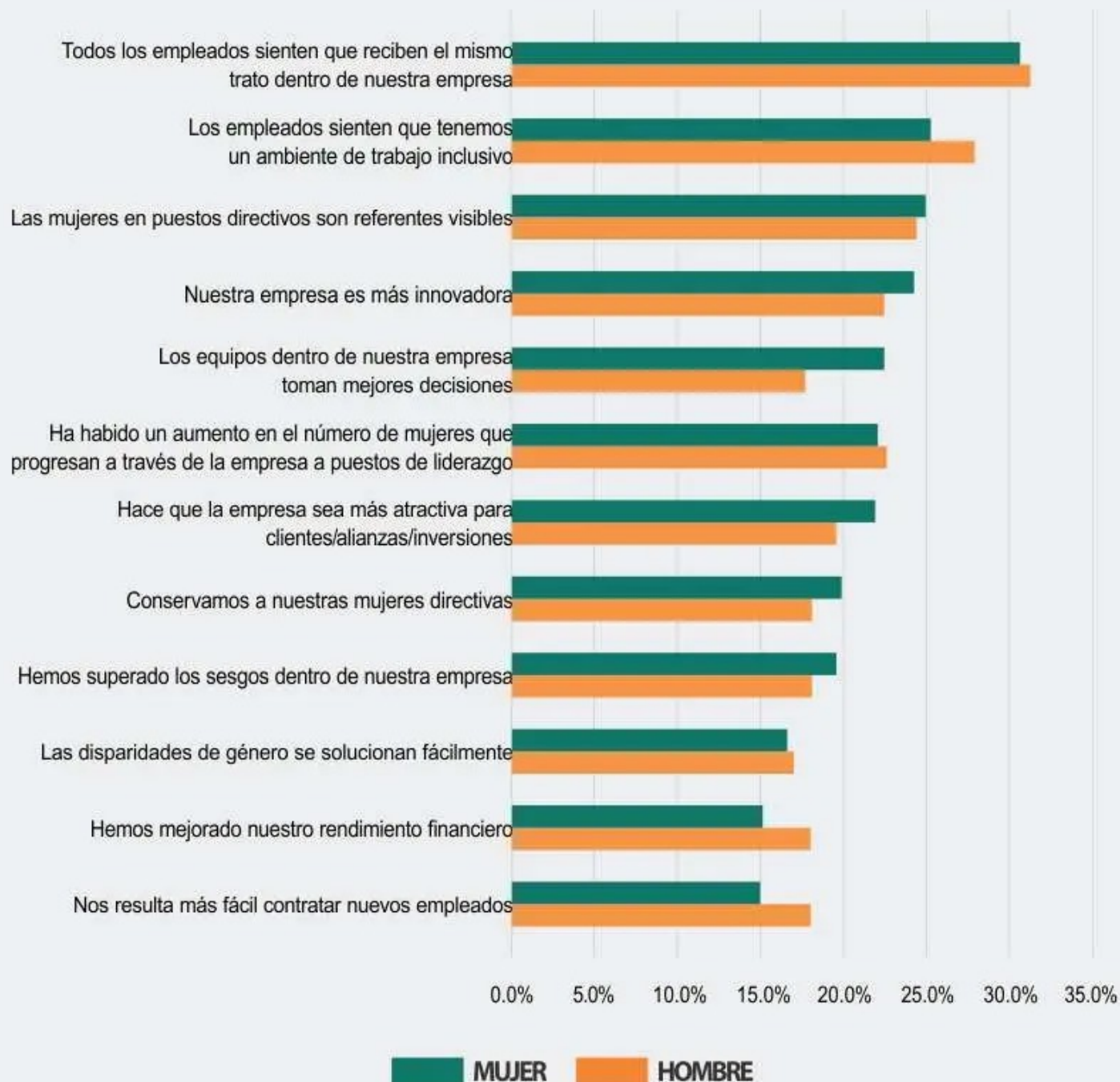
FUENTE: INTERNATIONAL BUSINESS REPORT (IBR) DE GRANT THORNTON

iPROFESIONAL

IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE IGUALDAD DE GÉNERO SEGÚN GÉNERO

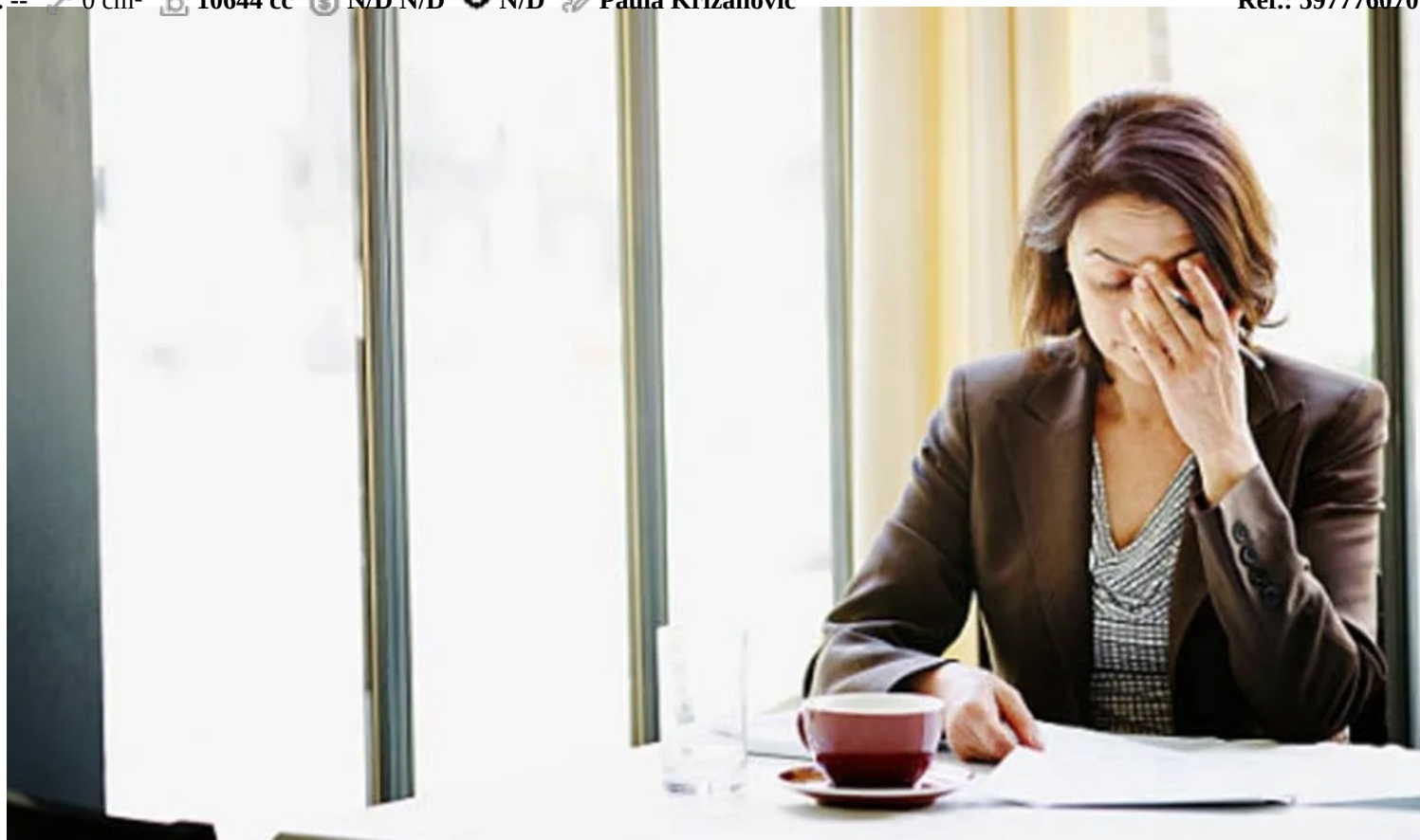
22.5%

de las mujeres afirman que la estrategia de igualdad de género de su empresa ha llevado a los equipos a tomar mejores decisiones.



FUENTE: INTERNATIONAL BUSINESS REPORT (IBR) DE GRANT THORNTON

I PROFESIONA





[...] I mundial, no favorecieron a la lucha por la equidad de género , hubo muy un leve avance en materia de igualdad a nivel profesional y corporativo.

De acuerdo al último Women in Business 2025, el reporte sobre equidad de género que la consultora Grant Thornton elabora desde hace 21 años, la brecha de género en las compañías al ritmo actual se cerraría en 2051, dos años antes que lo pronosticado en 2024.

El reporte consigna que, a pesar de los avances en los últimos años, las mujeres ocu [...]

Se identificaron las presiones que fueron más efectivas para avanzar hacia la equidad de género en las empresas. 3 medidas fáciles de implementar Pese a que en 2024 el discurso social y político, además de las guerras a nivel mundial, no favorecieron a la lucha por la equidad de género , hubo muy un leve avance en materia de igualdad a nivel profesional y corporativo.

De acuerdo al último Women in Business 2025, el reporte sobre equidad de género que la consultora Grant Thornton elabora desde hace 21 años, la brecha de género en las compañías al ritmo actual se cerraría en 2051, dos años antes que lo pronosticado en 2024.

El reporte consigna que, a pesar de los avances en los últimos años, las mujeres ocupan solo el 34% de los puestos de liderazgo senior a nivel mundial (era de solo 19% en 2004, cuando se comenzó a medir). Este aumento interanual de apenas 0,5 puntos porcentuales 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

"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).

¿Sirve seguir hablando de equidad de género?

Más de tres cuartas partes (77,6%) de las medianas empresas relevadas por la consultora en el último año recibieron alguna petición por parte de un cliente, inversor, regulador u otra fuente externa de comprobar el equilibrio de género de su equipo directivo o pruebas que demuestren su compromiso con un programa de diversidad de género.

En su editorial de 2025, Ericson menciona que a la vez, "56,3% de las empresas que se han enfrentado a una presión externa, afirman que el porcentaje de mujeres en puestos directivos ha aumentado en el último año como consecuencia de dicha presión. En este sentido, la presión más importante a favor del cambio la ejerce un asesor o consultor externo, seguido de los inversores, los clientes y los socios.

Se identificó también que la presión externa que resulta más eficaz para instar a las empresas a mejorar su equilibrio entre hombres y mujeres, procede de un asesor o consultor externo . Aunque únicamente el 24,8% de las empresas recibieron presiones de este tipo, más de dos de cada tres de ellas (67,5%) afirmaron haber aumentado el número de mujeres en sus equipos directivos en los últimos doce meses.

Por ota parte, dos de cada tres compañías (65,3%) que recibieron presiones de un posible nuevo cliente , y una proporción similar (61,5%) de las que han recibido presiones de posibles inversores, afirman que han aumentado el número de mujeres en sus equipos de alta dirección. Y finalmente, una de cada cinco empresas (21,4%) ha recibido una solicitud de un banco o prestamista, y de ellas, casi dos terceras partes (64,8%) hicieron los cambios necesarios.

Del mismo modo, del 16% de empresas que afirman que una organización interesada en una fusión o adquisición les había solicitado esta información, el 65,3% refleja un aumento en este mismo parámetro.

"Esta presión está dando sus frutos: al adoptar medidas para aumentar la diversidad de género, las empresas medianas ganan atractivo ante las partes externas de las que dependen para crecer", añadió Ericson.

¿Se da también esta situación en la Argentina? Matiana Behrends, Socia, Responsable de Servicios de Asesoramiento y Consultoría de Capital Humano, Grant Thornton Argentina, confirmó que aquí también muchas empresas apuntaron a una mayor igualdad por presiones de este tipo.

"Las presiones externas principales son el mercado y la cadena de valor. El mercado porque está dispuesto a pagar mas por un producto que fue realizado con prácticas sostenibles, y la diversidad de género es una de ellas. A nivel global, nuestro IBR de sostenibilidad emitido en octubre 2024 muestra un crecimiento más de 30 puntos en cuatro años en la cantidad de consumidores dispuestos a gastar un poco mas en opciones sostenibles", apuntó la ejecutiva de Grant Thornton en el país.

"La otra presión es la cadena de valor, en el sentido que las empresas grandes le van pidiendo a sus proveedores que mejoren sus prácticas y procedimientos y que incluyan más mujeres en la toma de decisiones. Finalmente, otra presión externa que se siente, pero quizás hoy por hoy no es una realidad tan fuerte en Argentina, es el acceso a financiamiento, donde los inversores optan por financiar grupos fundadores que tienen equipos de dirección mixtos y diversos", completó.

Podemos decir entonces que uno de los frutos de la presión ejercida en los últimos años es ese avance de casi 15 puntos en la cantidad de mujeres con cargos de dirección a nivel global. Otro es el hecho de que hoy sean muy pocas las empresas medianas que no cuentan con mujeres en puestos directivos : en el mundo, solo el 4,1% de ellas no lo tiene, 2,6 puntos porcentuales menos que el 6,7% del año pasado.

Sin embargo, en empresas medianas Grant Thornton registra además cierta "feminización" solamente de determinadas áreas : 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.

Como contraparte, 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.

Brecha de género en la región y Argentina

En América del Sur, de acuerdo a Grant Thornton, las perspectivas superan la media global: 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", indican los analistas.

"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", afirmó Matiana Behrends.

Pero esos avances no se generaron espontáneamente sino que existió una presión. "El progreso de la región, por delante de la media mundial, apunta a la presión adicional que obliga a los lugares de trabajo a tomar medidas en materia de género. En Brasil, la Ley de Igualdad Salarial recientemente promulgada tiene por objeto aumentar la transparencia salarial entre hombres y mujeres y ha aumentado el escrutinio externo sobre los factores que propician la diversidad en las empresas", se lee en el reporte.

Y 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", destacó Behrends.

Sin embargo, en el último año tanto esos movimientos feministas como las iniciativas de las empresas para promover la equidad de género vienen recibiendo cierto "backlash" de parte de un sector de la sociedad. "Si bien es cierto que puede haber un cierto retroceso, es sobre todo desde lo discursivo que, de momento, salvo casos resonantes como los de Meta o Silicon Valley , no tiene un correlato muy firme en las empresas de Latinoamérica", mencionó Behrends.

"Nosotros estamos notando de hecho in interés creciente en estos temas y, por otro lado, muchas empresas que están iniciándose en estas prácticas", aclaró la directiva a iProfesional

3 medidas para mejorar la equidad de género

Este impacto social se refleja en el ámbito corporativo, donde la representación femenina en los altos mandos sigue avanzando, aunque de manera insuficiente. Esto se identifica sobre todo en las Pymes, que generan el 90% de los empleos a nivel mundial. Sin medidas concretas y efectivas, la equidad de género en las empresas del mercado medio seguirá siendo un objetivo lejano.

Las siguientes son tres acciones que se pueden llevar a cabo en compañías de cualquier tamaño y que promueven una mayor equidad de género en el ámbito laboral:

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, según la mencionada consultora.

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.

Las motivaciones para implementar medidas corporativas que tiendan a un mejor equilibrio de género en la población interna son variadas, pero a nivel mundial los empresarios Pyme destacaron sobre todo que "todos los empleados sienten que reciben el mismo trato" (31,1%), sienten que están en un ambiente inclusivo (27%), que las mujeres en puestos directivos se convierten en líderes visibles (24,6%) y que la compañía se vuelve más innovadora (23,1%).

Si bien las mujeres y los hombres parecen otorgar más valor a diferentes elementos de sus estrategias de igualdad de género, los beneficios comerciales de la diversidad gozan del reconocimiento de los directivos de ambos sexos. "Para impulsar realmente el progreso, esta opinión debe generalizarse mucho más", sentenció la consultora.

Medición del impacto de las medidas para una mayor equidad de género Progreso de mujeres en puestos de dirección a nivel global