
Nota de Prensa

Fecha
Contacto

Marzo 2014
Marina Chasco, PwC
Tel: 91 568 41 07
marina.chasco.sainz_de_ugarte@es.pwc.com

Páginas

4

Informe sobre la mujer directiva en España, elaborado por PwC

España, entre los países de la OCDE con una peor posición de la mujer en el mercado laboral

- *España ocupa la posición número 23 del ranking de 27 países, solamente por delante de Japón, Italia, Grecia y Corea.*
- *En España, la mujer representa el 60% de los universitarios y el 45% del mercado laboral. Sin embargo, un escaso 5% de los consejeros delegados de empresas son mujeres.*

Madrid, marzo de 2014. España está situada en la parte baja de los países de la OCDE en materia de integración de la mujer en el mundo laboral. Concretamente, España ocupa la vigésima tercera posición de veintisiete en un ranking liderado por los países nórdicos (Noruega, Dinamarca y Suecia) y solamente supera a Japón, Italia, Grecia y Corea, según el **índice PwC Women in Work**, que se ha hecho público hoy con motivo de la celebración mañana del **Día Internacional de la Mujer Trabajadora**.

Este ranking se elabora a partir de cinco indicadores clave: la igualdad con los hombres en su nivel de ingresos, la proporción de mujeres en el mercado laboral, tanto en términos absolutos como en relación con el porcentaje de los hombres, la tasa de desempleo de las mujeres, y la proporción de mujeres empleadas a tiempo completo. De hecho, España empeora su posición en comparación con el año anterior debido al incremento de la brecha salarial y a la tasa de desempleo femenino, provocado, en gran parte, por la difícil situación macroeconómica del último año.

	2000		2007		2011		2012	
	Index	Rank	Index	Rank	Index	Rank	Index	Rank
Noruega	76.3	1	79.2	1	81.4	1	82.9	1
Dinamarca	74.0	3	78.4	2	75.7	2	76.3	2
Suecia	74.5	2	73.7	3	74.3	3	73.8	3
Nueva Zelanda	63.0	6	70.4	4	69.8	4	70.4	4
Finlandia	63.3	5	68.2	5	68.5	5	69.8	5
Canada	55.7	8	64.8	6	65.8	6	66.2	6
Suiza	53.6	9	60.4	12	63.3	7	64.4	7
Alemania	47.4	18	55.6	15	62.3	9	63.0	8
Australia	50.9	13	60.5	11	62.5	8	62.9	9
Bélgica	46.7	19	56.0	14	61.5	11	62.6	10
Austria	48.1	17	54.7	19	60.3	13	61.6	11
Holanda	48.5	15	55.4	16	57.6	17	60.8	12
Francia	51.7	12	60.6	10	61.0	12	60.4	13
Portugal	65.0	4	61.6	8	62.0	10	58.8	14
Polonia	48.1	16	57.3	13	59.1	15	58.6	15
EE.UU	59.5	7	61.0	9	58.5	16	58.3	16
Irlanda	40.1	22	51.0	22	52.4	22	58.0	17
Reino Unido	49.1	14	55.3	17	56.4	19	57.7	18
Israel	45.9	20	51.4	21	56.6	18	57.7	19
República Checa	51.9	11	54.8	18	55.2	20	56.7	20
Hungría	53.1	10	62.5	7	59.5	14	56.6	21
Eslovaquia	44.8	21	49.6	23	50.3	23	49.3	22
España	26.3	26	52.5	20	53.1	21	47.8	23
Japón	27.9	25	35.5	26	39.5	25	42.1	24
Italia	31.8	23	43.9	24	41.4	24	41.5	25
Grecia	28.9	24	41.2	25	37.4	26	33.9	26
Corea	23.9	27	30.2	27	28.1	27	30.5	27
Media OCDE	50.0		57.3		58.3		58.6	

Fuente: Índice PwC Women in Work, basado en datos OCDE y Eurostat

En España, según el informe ***Women as Leader: Inspirando***, elaborado por PwC e Isotes, la mujer representa el 60% de los universitarios y el 45% del mercado laboral. Sin embargo, existe un desequilibrio entre estas cifras y su papel en los cargos directivos. En algunos casos, como por ejemplo la presencia de mujeres en direcciones funcionales (asesoría jurídica, recursos humanos, dirección financiera, etc.), se ha incrementado el porcentaje de un 19% a un 22% en los últimos dos años. También el número de consejeras crece, pasando de un 11% en 2012 al 16% de la actualidad. Sin embargo, con estos ritmos de crecimiento, no se prevé alcanzar el objetivo del 40% establecido por la Ley de Igualdad y por la propuesta de directiva europea.

El informe destaca algunos factores de peso que deberían impulsar fuertemente el avance en materia de diversidad. Se trata de un cambio que es

imparable y que cuando antes se aborde, mejor se podrá aprovechar todo su potencial.

Un primer factor que está impulsando esta transformación son **los cambios normativos**. En este sentido, la propuesta de directiva comunitaria que exige que en 2020 un 40% de los consejeros de las cotizadas sea del género menos represando es un buen ejemplo. En segundo lugar, **los inversores comienzan a cuestionar la falta de diversidad en los consejos** de administración. Por otro lado, **el talento no tiene género**, es decir, si las empresas no permiten el desarrollo del talento femenino corren el peligro de dejarse escapar una parte muy importante de ese talento. Por último, diversos estudios demuestran que **las mujeres compran más del 65% de productos de consumo y cerca del 50% de los productos de inversión**, por lo que las empresas con mujeres en puestos clave estarán mejor preparadas para aprovechar este segmento y aprovechar las múltiples oportunidades en lo relativo a la gestión de clientes.

La respuesta de las empresas

La mayoría de las grandes compañías españolas son conscientes de la necesidad de avanzar por la senda de la diversidad de género, pero queda mucho por hacer. El estudio incluye un capítulo final en el que, además de incluir una veintena de **ejemplos de buenas prácticas en materia de diversidad de empresas como Coca-Cola, Telefónica, BBVA, Banco Santander o Ikea**, entre otras, analiza cómo lograr que las iniciativas de diversidad de género tengan éxito en las empresas. Para alcanzar ese objetivo, es fundamental gestionar el cambio cultural en la organización, posiblemente una de las tareas más difíciles. Hay tres elementos fundamentales para que un proyecto de diversidad de género funcione y consiga realmente sus objetivos.

- Un **business case** claro que ponga de manifiesto por qué la iniciativa es estratégica para la compañía
- **El compromiso de la dirección**. Un equipo directivo comprometido, liderado por el CEO, que entiende, comparte e impulsa sin fisuras la iniciativa.
- **Un proceso planificado y riguroso**. Un plan de acción sólido y asociado tanto a la realidad como a la estrategia de la compañía.

Para Mar Gallardo, socia de PwC, “el tiempo del análisis ya se ha superado y las compañías deben pasar a la acción. Las empresas que quieran competir con éxito en el nuevo entorno, tendrán que ser capaces de atraer y retener el mejor talento y dirigir a la organización a un entorno en el que el talento se distribuya equilibradamente entre hombres y mujeres en todos los niveles directivos”.

Para **Marta Colomina, directora de Marketing Relacional de PwC**, “el mercado, los clientes y los inversores exigen a las compañías un nuevo modelo que incorpore a las mujeres en los todos ámbitos directivos, igual que ya lo están en el mercado de trabajo y en las decisiones de compra de sus productos y servicios”.



Nota:

PwC ayuda a organizaciones y personas a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas presente en 158 países con más de 180.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal y consultoría. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es