

# Solo un 17% de los planes de igualdad logra resultados en las empresas españolas

**McKinsey estima que el PIB español subiría ocho puntos en 2025 si la presencia femenina en las empresas se equiparara al nivel europeo**

CARMEN SÁNCHEZ-SILVA  
15 de diciembre de 2017

Las mujeres tienen una baja representación en todos los escalafones empresariales, sobre todo en los más altos. Y, pese a los avances, en España solo suman el 19% del total en los consejos de administración y el 11% en los comités ejecutivos, muy por debajo de la media de la UE. Son algunas conclusiones del informe presentado ayer por McKinsey. Los planes de igualdad obligatorios para firmas de más de 250 empleados tampoco parecen funcionar. Más del 60% de las compañías invierten en ellos, pero solo el 17% logran progresos, según la consultora.

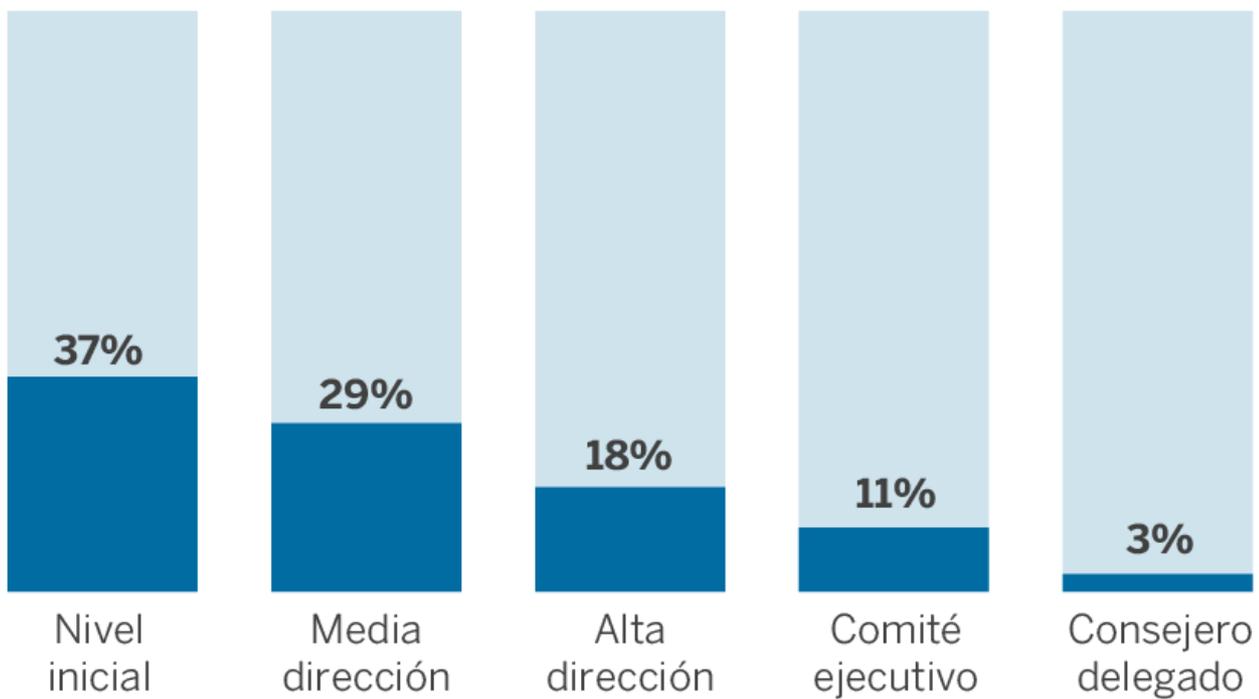
Las mujeres son una fuente de talento crítico y su presencia en la dirección de las empresas no alcanza el peso que debería. Ni en el mundo, ni en Europa ni en España. Con estas palabras de Duarte Braga, director de McKinsey&Company para la Península Ibérica, arrancó la presentación del informe *Women matter: a way forward for Spain*, el primero de la serie que la consultora estratégica hace específicamente para España, donde ha consultado a 47 de las mayores empresas del país, la mitad de ellas en el Ibex 35.

Sus conclusiones son claras: las mujeres tienen una baja representación. Mientras en España solo representan el 19% de los consejos de administración y el 11% en los consejos ejecutivos, en la UE estos porcentajes suben al 28% y al 15% respectivamente. Si su presencia en las compañías se situase en estos niveles europeos, el PIB español ganaría ocho puntos porcentuales en 2025, calcula McKinsey. La consultora también asegura que, al ritmo actual, se tardarán unos 15 años en alcanzar esas ratios.

Para conseguirlo se necesita una fuerte convicción de los líderes empresariales sobre la importancia de la diversidad de género, según opina María del Mar Martínez, socia senior de la consultora y autora del informe. Esto es así por motivos económicos: porque no es rentable prescindir de la mitad del talento, porque las mujeres toman mayoritariamente las decisiones de consumo y porque mejoran los resultados financieros y organizativos de las empresas. Sin embargo, solo el 26% de los consejeros delegados españoles tienen la diversidad de género entre sus 10 prioridades estratégicas.

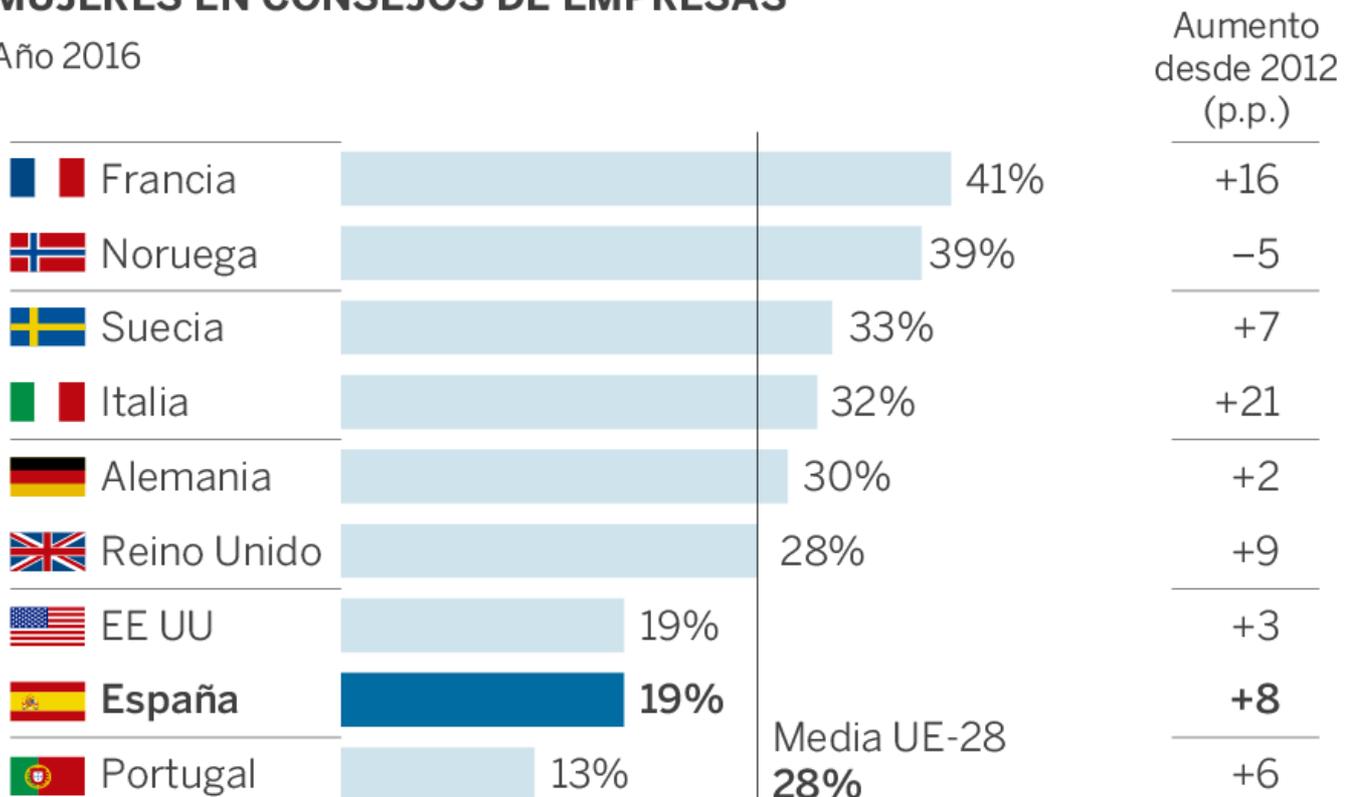
## LA MUJER EN LA EMPRESA

Porcentaje de mujeres en cada nivel de la estructura corporativa. Año 2016



## MUJERES EN CONSEJOS DE EMPRESAS

Año 2016



Fuente: McKinsey & Company. EL PAÍS

Desde la aprobación en 2007 de la Ley de Igualdad, las empresas de más de 250 empleados han puesto en marcha los preceptivos planes de igualdad. El 75% de las 47 compañías consultadas para elaborar el informe *Women matter* cuenta con más de 20 iniciativas en sus programas, lo que las sitúa en los niveles europeos, pero pecan en la puesta en marcha de esas medidas de apoyo a la diversidad de género. De

hecho, aunque más del 60% de las compañías están invirtiendo, “solo el 17% obtienen progresos”, señala María del Mar Martínez. “Y esto frustra”, añade.

## **Falta de seguimiento**

La falta de avances se debe sobre todo a que los planes de igualdad o diversidad existen, se han redactado, pero las medidas de apoyo a las mujeres que recoge no se han arbitrado. “Hay mucho decir *tengo el plan hecho*, pero no hay implantación posterior”, critica la socia de McKinsey. En su opinión, lo que no se mide no se hace y aquí existe una falta clara de seguimiento de estos programas.

Para que esta situación cambie, recomienda Martínez, hace falta el compromiso de la dirección con la igualdad y actuar en los principales puntos de fuga de la tubería, que son diferentes dependiendo de cada sector. En automoción, energía, construcción e ingenierías, los problemas están en el acceso de la mujer a estas actividades; mientras que en salud, consumo, comercio o logística se encuentran en el desarrollo o progreso en la carrera profesional femenina. En finanzas, tecnología, telecomunicaciones y medios de comunicación, los problemas radican en la incorporación a los puestos de dirección. “Cada empresa debe enfocarse donde tenga el problema. Tomar medidas para resolverlo”, aconseja la directiva.

McKinsey&Company cree que hay que mejorar el estilo de vida de hombres y mujeres directivos en España (donde el presencialismo laboral impera y el 75% de los ejecutivos espera disponibilidad absoluta de sus trabajadores) y propiciar movimientos de colaboración entre empresas (*advocacy*) que permitan que los avances de la mujer en la empresa y en la economía sean mucho mayores y más rápidos que hasta ahora.

## **“MUCHAS FUGAS EN LA TUBERÍA”**

Mientras que el 58% de los licenciados universitarios españoles son mujeres, es decir, la mayor cantera de talento es femenina; ellas solo representan el 37% de las nuevas contrataciones de las mayores compañías del país, lo que resulta “alarmante”, según Mckinsey. Además, las trabajadoras también tienen menos posibilidades de ascender en las organizaciones. “Hay muchas fugas en la tubería”, resalta Martínez.

En las etapas iniciales, ellas tienen 1,4 veces menos opciones de promocionar. Y para escalar al puesto de consejero delegado, sus probabilidades son cuatro veces menores, sobre todo porque las mujeres son promovidas en las áreas de apoyo y no tanto a las de gestión de la cuenta de resultados.