

[Anuncios](#)

Un estudio de IBM revela que el avance de la mujer no es una prioridad para el 70% de las organizaciones mundiales encuestadas

• Se requieren acciones con audacia para revertir la reducción de la tendencia hacia un mayor liderazgo femenino

ARMONK, N.Y., 8 de marzo de 2021 / PRNewswire/. Un nuevo estudio del IBM Institute for Business Value (IBV) revela que, a pesar de la mayor concienciación que ha impulsado la pandemia sobre los retos a los que se enfrentan las mujeres en el trabajo, la igualdad de género todavía no está entre las 10 primeras prioridades para el 70% de las empresas a nivel global, según los profesionales encuestados. El estudio también comparte las claves para impulsar un cambio audaz y sostenible en las empresas, basadas en la trayectoria de las compañías que sí consideran la inclusión de género como una de las principales prioridades empresariales.

La segunda edición del estudio global "[Mujer, liderazgo y oportunidades perdidas](#)", publicado por primera vez en 2019, también muestra que la cantera de mujeres líderes se está reduciendo. De entre las mujeres encuestadas para el estudio de 2021 hay un número menor que ocupa puestos de vicepresidenta senior, vicepresidenta, directora y gerente que en 2019.

"Los datos muestran que muchas mujeres líderes están afrontando desafíos extra en este momento. Si estos problemas no se abordan con una mayor profundidad que en años anteriores, se corre el riesgo de que el progreso obtenido retroceda aún más", señala Bridget van Kralingen, vicepresidenta senior de mercados globales de IBM y patrocinadora ejecutiva senior de IBM Women's Community. "Ahora es cuando debemos aprovechar las soluciones creativas y doblar nuestros esfuerzos para lograr un cambio significativo y duradero que ayude a todas las mujeres a alcanzar su máximo potencial".

Además, el estudio indica que hay un cierto cansancio en los empleados cuyo optimismo disminuye al ver la ineficacia de los programas puestos en marcha para abordar la igualdad de género. Sólo el 62% de las mujeres encuestadas (9 puntos porcentuales menos) y el 60% de los hombres encuestados (7 puntos porcentuales menos) espera que su organización mejore significativamente la paridad de género en los próximos cinco años.

Más programas no significa más progreso

En comparación con el estudio realizado en 2019, en esta nueva edición se constata que un mayor número de organizaciones ha puesto en marcha más programas para mejorar la igualdad de género y la inclusión, como puede ser selección "ciega" de perfiles. Sin embargo, eso no se ha traducido en mejores resultados, en parte porque las mentalidades y las culturas no han cambiado lo suficiente.

En comparación con 2019, por ejemplo, hubo menos encuestados que estaban de acuerdo con que los altos ejecutivos desafiaban abiertamente los comportamientos y el lenguaje con sesgos de género.

La ventaja de "ser el primero en llegar"

“ Los datos muestran que muchas mujeres líderes están afrontando desafíos extra en este momento. Si estos problemas no se abordan con una mayor profundidad que en años anteriores, se corre el riesgo de que el progreso obtenido retroceda aún más ”

El estudio identificó un grupo (11%) de encuestados denominados "First Movers" que sí consideran el avance de las mujeres como una prioridad empresarial, ven la inclusión de género como un motor de rendimiento financiero y están muy motivados para llevar a cabo medidas. De hecho, los "First Movers" demostraron tener un mayor rendimiento financiero -un índice de crecimiento de los ingresos hasta un 61% mayor que el de otras organizaciones de nuestro estudio-, así como una mayor innovación y una mayor satisfacción de los clientes y los empleados.

Una hoja de ruta para el progreso sostenible

Según el estudio, hay pasos concretos y audaces que las organizaciones pueden dar, siguiendo el ejemplo de las organizaciones "First Mover", para acelerar el progreso de la igualdad de género en los trabajos.

- **Acompañar un pensamiento atrevido con grandes compromisos** : por ejemplo, hacer que la igualdad de género esté entre las cinco primeras prioridades de la empresa y crear vías para que las mujeres se reincorporen al trabajo. IBM ofrece una "beca de retorno" de seis meses pagada para técnicas que hayan estado fuera de plantilla durante 12 meses, que incluye formación, acceso a herramientas y tecnología, tutoría y asignaciones de trabajo en proyectos técnicos que se ajustan a su experiencia.
- **Aplicar intervenciones específicas relacionadas con la crisis** : por ejemplo, dar prestaciones adicionales, como apoyo para el cuidado de los niños y acceso a recursos de salud mental, pueden ser fundamentales. [Otra investigación](#) reciente de IBM ha revelado que la dirección general de las compañías con mejores resultados dice estar comprometida con el apoyo al bienestar de sus empleados, incluso a costa de la rentabilidad o el presupuesto.
- **Crear una cultura de la intención, e insistir en hacer un hueco** : centrarse en un método de liderazgo empático y permitir que los mandos intermedios sean defensores de un cambio cultural positivo. Las personas que lideran los equipos deben defender intencionadamente las culturas de equipo inclusivas, con flexibilidad alineada con las necesidades personales y profesionales de los individuos, y establecer la responsabilidad en los objetivos empresariales e individuales para promover la cantera de las futuras líderes.
- **Utilizar la tecnología para acelerar el rendimiento** : las empresas pueden utilizar tecnologías como la IA para incorporar la equidad en el proceso de selección de candidatos, proporcionar herramientas digitales basadas en la nube para la comunicación y la retroalimentación para destacar lo que funciona y lo que no a la hora de apoyar a las mujeres en el trabajo, e invertir en herramientas de colaboración y prácticas de trabajo en equipo que permitan a las mujeres y a los hombres participar eficazmente en entornos físicos y remotos, incluso después de que la pandemia disminuya.

Metodología

El [estudio](#) global, realizado por el IBM Institute for Business Value en cooperación con Oxford Economics, encuestó a más de 2.600 ejecutivos, mandos intermedios y profesionales -un número igual de mujeres y hombres- en 10 industrias y nueve regiones geográficas. Es la continuación de [un estudio](#) de 2019 que encuestó a 2.300 personas que representaban el mismo rango de funciones, industrias y regiones para permitir un análisis longitudinal.

*Las organizaciones que repiten se refieren a las organizaciones que respondieron a la encuesta en 2019 y en los estudios de 2021.

Acerca del IBM Institute for Business Value

El IBM Institute for Business Value (IBV) ofrece conocimientos empresariales de confianza desde nuestra posición en la intersección de la tecnología y el negocio, combinando la experiencia de los pensadores de la industria, los principales académicos y los expertos en la materia con la investigación global y los datos de rendimiento. El portafolio de liderazgo de pensamiento del IBV incluye investigaciones profundas, comparaciones de rendimiento y benchmarking, y visualizaciones de datos que apoyan la toma de decisiones de negocios a través de regiones, industrias y tecnologías. Siga a @IBMIBV en Twitter, y para recibir los últimos datos por correo electrónico, visite: www.ibm.com/ibv

For further information: Patricia Núñez IBM Comunicación patricia.nunez@es.ibm.com
