

Desigualdad laboral en Argentina: 8 de cada 10 mujeres consideran que los hombres tienen más oportunidades

08/03/2024



El 63% de los empleados de empresas en Argentina creen que los hombres tienen mayores oportunidades en el ámbito laboral en comparación con las mujeres. Además, 8 de cada 10 mujeres comparten esta percepción, mientras que sólo 4 de cada 10 hombres reconocen esa desigualdad.

Los datos son el resultado de un relevamiento del Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA) entre 1.373 personas que trabajan en sus más de 500 empresas socias.

“La desigualdad laboral entre varones y mujeres es una idea que se mantiene en vigencia para gran parte de los

trabajadores de las organizaciones. Esta mirada se profundiza entre las mujeres y marca una gran diferencia respecto de sus pares varones, cuya mayoría considera que no existe este tipo de inequidades en el mundo del trabajo”, explicó **Daniela Mora Simoes**, líder de la red de Diversidad de IDEA y directora de Personas de Grupo Omint.

“A su vez, también se presenta una diferencia de perspectiva en el plano generacional. En esa línea, la mayor brecha se da entre *millennials* (68% percibe desigualdad) y *baby boomers* (51%)”, agregó.

Ante esta disparidad, **el 90% de los participantes considera necesario o muy necesario implementar políticas y acciones que promuevan la diversidad y la inclusión en el entorno laboral.** Asimismo, el 75% opina que estas medidas son relevantes para el éxito empresarial.

Entre las **iniciativas más frecuentes** se destacan: **capacitaciones** sobre diversidad e inclusión, acciones de concientización, **trabajo con líderes, alianzas con organizaciones, grupos especializados de trabajo, intervención en procesos de selección y licencias especiales.**

El 75% de los encuestados valora la importancia de implementar medidas de diversidad e inclusión para el éxito empresarial. Sin embargo, sostienen que **estas acciones no deben necesariamente ser una prioridad superior a otros aspectos como los resultados económicos, la satisfacción del cliente, la transformación digital, la sostenibilidad y la gestión del talento.**

Respecto de las acciones a favor de la integración y su impacto del negocio desde los puntos de vistas generacionales y de género, se repite la lógica del resto de las preguntas: las mujeres y el segmento etario de 27 a 42 (*millennials*) tienen una valoración más favorable.

El trabajo fue presentado por **Daniela Mora Simoes, Paula**

Altavilla, presidente de IDEA y VP Strategy Europe Operations Schneider Electric, **Gabriela Renaudo**, CEO de Visa Argentina y presidente del 60° Coloquio de IDEA, **Sofía Vago**, CEO de Accenture Argentina y **Daniel González**, director Ejecutivo de IDEA.

Las ejecutivas destacaron que equipos diversos generan un producto más rentable. “Cada vez más compañías entienden la diversidad como un área de negocio”, destacó Simoes.

“Es un día importante para seguir formando conciencia”, dijo Gabriela Renaudo respecto del Día Internacional de la Mujer que se celebra todos los 8 de Marzo.

“Hay que seguir trabajando en esta temática porque de lo contrario se pierde talento e impacta en la sustentabilidad del negocio”, agregó.

Renaudo resaltó que «dos tercios del consumo es definido por mujeres. Una mirada femenina puede hacer más rentable el negocio».

Por su parte Altavilla subrayó que hay buenas intenciones pero que se debe seguir avanzando en estas políticas. Valoró el establecimiento del cupo como un punto de partida para la inclusión pero además llamó a las mujeres a atreverse a presentarse en las búsquedas laborales.

La ejecutiva recordó como ejemplo una búsqueda que hizo la empresa para cubrir puestos de “ingenieros”. “Solo se presentaban hombre, cuando preguntamos a mujeres ingenieras porqué no lo hacían respondieron que el aviso llamaba solo a ingenieros. Desde entonces nuestras búsquedas mencionan ingenieros e ingenieras”.

NA