



Encuesta a mujeres directivas

Global Female Leaders Outlook

Edición España

2019



Contenidos

El impacto económico de la igualdad

Las empresas están cada vez más comprometidas con la adopción de una cultura inclusiva y con el avance en materia de igualdad de género. Con el propósito de mostrar la visión empresarial de las mujeres en cargos de responsabilidad, KPMG ha realizado el informe Global Female Leaders Outlook, basado en una encuesta en la que han participado 1.124 directivas de 52 países, entre ellas 66 españolas cuyas respuestas se recogen en la presente edición.

Las mujeres suponen el 53.3% de la población total mundial con un nivel superior de educación (estudios universitarios y formación profesional), según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de 2019. No obstante, el potencial de este banco de habilidades y talento está a menudo insuficientemente utilizado.

Por otro lado, según datos recogidos por Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2018 el 31,8% de los puestos de alta dirección en España ocupados por mujeres, un máximo histórico que apuntaló la tendencia al alza observada durante la última década (en 2007 el porcentaje de mujeres directivas se situaba en el 26.1%).

Pese a todo, queda todavía un largo recorrido para equilibrar los porcentajes. En empresas medianas y grandes, por ejemplo, un 25% de las posiciones de dirección estaban ocupadas por mujeres en 2018. En el caso de las empresas del Ibex 35, solo cinco de ellas contaron con más de un 40% de mujeres en sus consejos de administración el pasado año, tal como recomienda la Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva entre Hombres y Mujeres aprobada en 2007. En el año 2018, el porcentaje de mujeres en el conjunto de Consejos de Administración de las empresas del Ibex-35 era del 22,2%, ocho puntos más que en 2013.

Junto a esto, la diferencia de remuneración entre hombres y mujeres (brecha salarial) en 2019 se situó en España en el 11,5%, según la OCDE, una cifra menor que la media de la organización (13,8%) y de la Unión Europea (18,1%)¹, aunque evidentemente aún queda trabajo por hacer.

Asimismo, las mujeres graduadas en carreras de Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM en sus siglas en inglés) a nivel mundial apenas alcanzan el 12,4% del total de mujeres con educación universitaria, frente al 37,3% de

¹ Estas cifras se refieren a las diferencias entre las medianas de los salarios de los empleados y de las empleadas a tiempo completo y de los autónomos y autónomas.

hombres. Así lo publicó el Foro Económico Mundial en el *Global Gender Gap Report* de 2020. En España, a pesar de que las mujeres representaron el 59,5% del total de graduados en 2017, el porcentaje de tituladas en carreras STEM, especialmente en Informática, en Ingeniería y Arquitectura fue todavía muy bajo. Del total de mujeres graduadas, 110.922, únicamente el 8,9% lo fueron en estas materias frente al 30,6% de los hombres graduados en ese año (75.617). Estas cifras tienen un impacto también en el empleo y desarrollo profesional de las mujeres. La falta de formación en estos campos puede conllevar la dificultad no solo de acceder a cargos directivos en áreas estratégicas de las empresas, sino simplemente de encontrar un trabajo en un futuro en el que gran parte de los empleos estarán relacionados con la tecnología. Reducir este gap en carreras STEM tendría un impacto positivo en el crecimiento económico, de acuerdo con la Comisión Europea, a través del incremento de la productividad y del mayor dinamismo del mercado laboral.

De hecho, Bruselas estima que mejorar la igualdad de género conduciría en 2050 a un incremento del PIB per cápita en la UE de entre el 6.1% y el 9.6%.

Existe una correlación favorable entre la presencia de mujeres en equipos directivos y los resultados económicos de las compañías. En su informe titulado “Las mujeres en la gestión empresarial: Argumentos para un cambio”, la OIT estimó que las empresas con al menos un 30% de mujeres en puestos directivos tienen un 9% más de probabilidad de mejorar su rendimiento comercial.

Aunque la representación de mujeres en equipos de dirección ha crecido de forma más o menos constante en las economías avanzadas en las últimas décadas es necesario seguir fomentando medidas para alcanzar un entorno laboral plenamente igualitario. Se deberán reforzar las políticas para poder continuar en esta senda y será crucial eliminar los obstáculos que encuentran para acceder a los altos cargos para fomentar un entorno laboral en el que más mujeres puedan prosperar.



Ana Fernández Poderós

Socia de Auditoría,
responsable de Diversidad e
Inclusión de KPMG en España

Principales conclusiones

Nuevas tecnologías

58% planea formarse en análisis de datos en el próximo año

55% planea formarse en Inteligencia Artificial en el próximo año

76% ha confiado en los datos para tomar decisiones aunque contradijesen su intuición

44% de las mujeres que no usa redes sociales lo atribuye al tiempo que requieren

Liderazgo y carrera profesional

50% se identifica con un estilo de liderazgo estratégico (orientado al equipo)

55% tiene un plan para impulsar su carrera profesional

33% espera ser ascendida por su compañía

38% apunta a crear un impacto positivo en el mundo como principal motivación profesional

Hacia la igualdad

62% cree que hay que enfocarse en el factor cultural de las empresas para conseguir la igualdad de género

48% dice no encontrar ningún prejuicio o estereotipo en su trabajo cotidiano

65% destaca la flexibilidad horaria entre las medidas del nuevo entorno laboral que más le interesan

50% declara que no existe transparencia en cuanto a la igualdad de remuneración en su empresa

Las respuestas obtenidas en el Global Female Leaders Outlook reflejan la visión de las mujeres directivas sobre cuestiones relacionadas con la gestión empresarial, las perspectivas económicas, las nuevas tecnologías o el liderazgo y el desarrollo de carrera.

En cuanto a las perspectivas económicas, las directivas españolas confían en el crecimiento de su empresa en los próximos tres años (62%) así como en la buena evolución del sector al que pertenecen (55%). De manera similar opinan las directivas a nivel global: el 60% confía en el crecimiento de su compañía y el 70% lo hace en el de su industria.

Las directivas coinciden a nivel nacional y mundial al señalar el crecimiento orgánico como la estrategia más importante para alcanzar las metas de crecimiento de su organización. Además, también se ponen de acuerdo en situar las alianzas estratégicas con terceros y las fusiones y adquisiciones en segunda y tercera posición, respectivamente.

En referencia a las nuevas tecnologías y, más en concreto, a la Inteligencia Artificial, el 20% de las encuestadas españolas y el 25% de las encuestadas globales declaran que sus empresas ya están implementando proyectos piloto en ciertos procesos de automatización. Respecto al retorno de la inversión en IA realizada por su empresa, el 38% de las encuestadas españolas y el 26% de las encuestadas globales espera que este se produzca en un plazo de uno a tres años.

En cuanto a la formación, 7 de cada 10 directivas españolas tienen planeado formarse en el próximo año en plataformas digitales (73%). También prevén formarse en análisis de datos (58%), Inteligencia Artificial (55%) y redes sociales (53%). Además, casi la mitad de ellas no descarta prepararse en programación y blockchain en los próximos años.



Respecto a su confianza en los datos, un 76% de las directivas españolas dice no haber ignorado las conclusiones aportadas por datos para tomar decisiones críticas, aun cuando contradecían su experiencia o intuición. Un 62% de las directivas a nivel global así lo expresa.

Cuando se les pregunta por su estilo de liderazgo, las mujeres señalan, en primer lugar, un estilo estratégico, orientado al equipo. En consonancia, identifican la colaboración y la adaptabilidad como factores clave en su estilo de liderazgo. Además, y también en esta línea, alrededor del 50% de las directivas españolas cree que crear un clima de equipo positivo es útil para aumentar la satisfacción de los trabajadores.

En relación con el entorno laboral, casi la mitad de las encuestadas, tanto a nivel nacional como global, asegura no encontrar prejuicios o estereotipos en su trabajo cotidiano. Las que lo señalan, los perciben en el comportamiento general de la empresa y, en menor medida, en la comunicación diaria.

Por otra parte, un 50% de las directivas españolas expresa que no existe transparencia en cuanto a la igualdad de remuneración en su compañía, 13 puntos por encima de la media global.

Las mujeres expresaron estar mayoritariamente de acuerdo en que los programas de capacitación son una buena medida para acercar mujeres al mundo empresarial y se mostraron partidarias de involucrarse personalmente en iniciativas que promueven las carreras profesionales femeninas en su empresa. También coinciden 6 de cada 10 en apuntar al cambio cultural como el factor clave para seguir progresando en materia de género, concretamente cuando este se impulsa desde las empresas: revisar la organización de las compañías y el entorno laboral. Las directivas españolas creen que esto y una educación neutra en cuanto a género (65%) son las dos cuestiones más importantes para alcanzar los próximos logros en esta materia.

Perspectivas económicas y empresariales

Las mujeres directivas españolas se muestran confiadas respecto al crecimiento de su empresa en los próximos tres años (62%) y de la industria a la que pertenecen (55%). De manera similar opinan las mujeres a nivel global: el 60% confía en el crecimiento de su compañía y el 70% lo hace en el de su industria. En cuanto a la situación económica de su país, el 35% de las directivas españolas y el 45% de las directivas a nivel global confían en su evolución.

Al ser preguntadas por la evolución de la economía global a tres años vista, un 29% de las encuestadas españolas y un 38% de las encuestadas creen que evolucionará favorablemente.

Figura 1: Perspectivas de crecimiento

En términos de perspectivas de crecimiento, por favor indique su confianza en los siguientes aspectos para los próximos 3 años

Confían en la evolución de:		España	Global
La economía global		29%	38%
Su país		35%	45%
Su sector		55%	60%
Su compañía		62%	70%

En cuanto a la evolución del número de empleados de su organización, el 66% de las mujeres españolas apunta al recorte o estabilidad de la plantilla en los próximos tres años. Este porcentaje se reduce al 49% al ser preguntadas a escala mundial.

Figura 2: Evolución del número de empleados
¿Cómo espera que cambie el número de empleados de su compañía en los próximos 3 años?

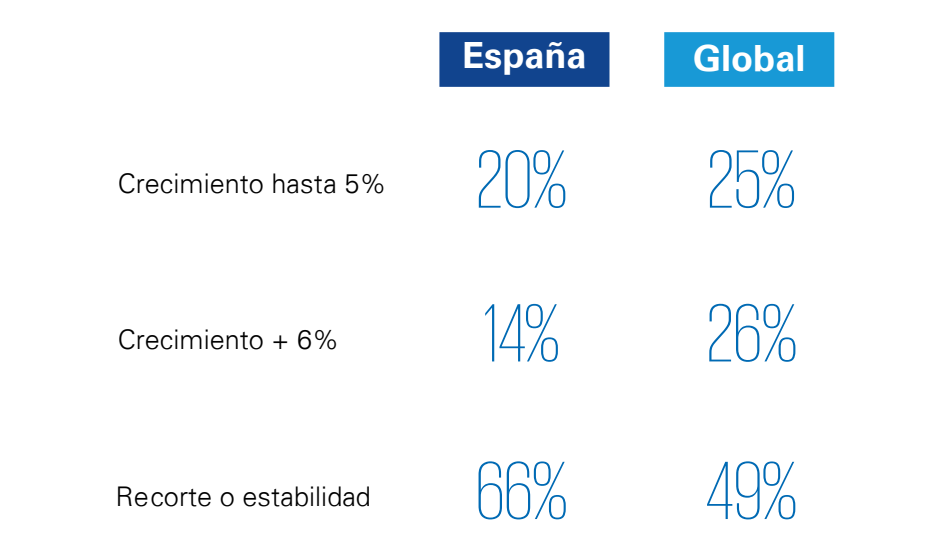


Figura 3: Cinco mayores riesgos

¿Cuál de los siguientes riesgos representa la mayor amenaza al crecimiento de su organización?

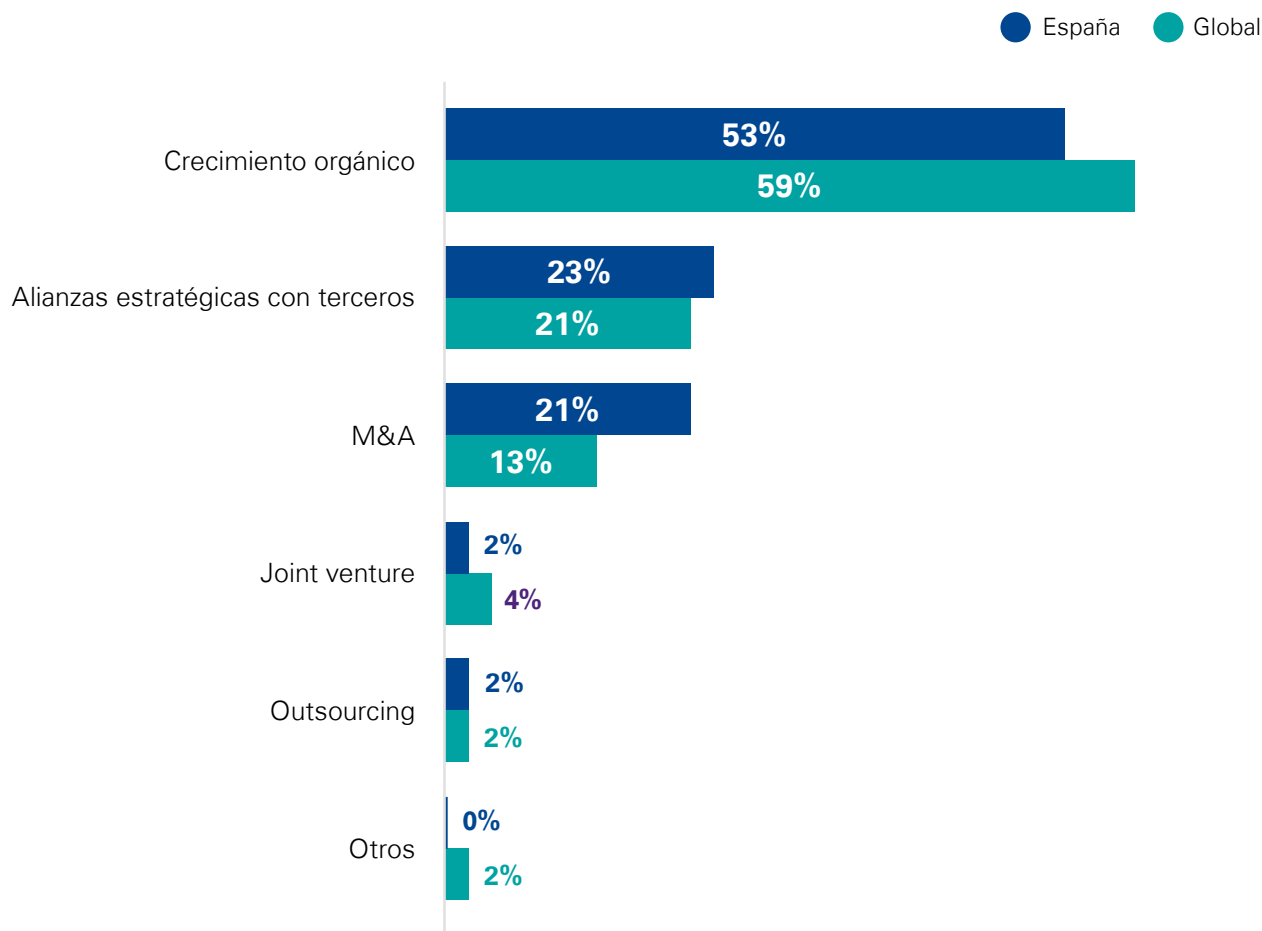


Respecto a los riesgos empresariales, las mujeres encuestadas coinciden en que los riesgos regulatorios y los riesgos resultantes de las tecnologías disruptivas representan la mayor amenaza para el crecimiento de su compañía. Las directivas también coinciden al mencionar el riesgo de

ciberseguridad, que se sitúa en tercer y quinto puesto para los rankings español y mundial, respectivamente. Otra inquietud compartida por las encuestadas es el riesgo de talento, el cual figura en quinto y cuarto lugar para España y Global, correspondientemente.

Figura 4: Estrategias de crecimiento

¿Cuál de las siguientes estrategias será más importante para alcanzar los objetivos de crecimiento de su compañía en los próximos 3 años?



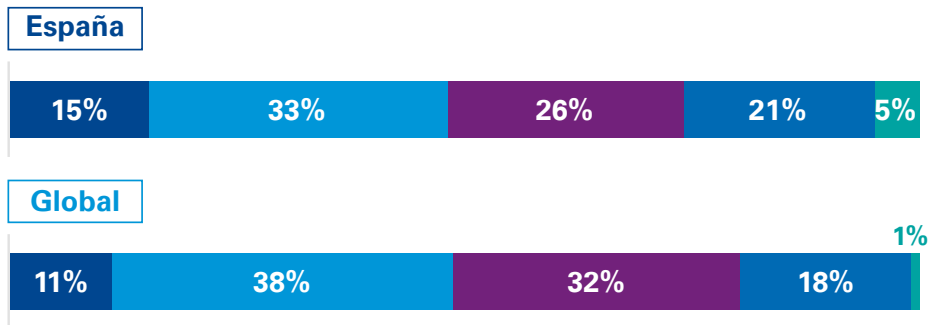
Las directivas coinciden a nivel nacional y mundial al señalar el crecimiento orgánico como la estrategia más importante para alcanzar las metas de crecimiento de su organización en los

próximos tres años. Además, también se ponen de acuerdo para situar las alianzas estratégicas con terceros y las M&A en segunda y tercera posición, respectivamente.

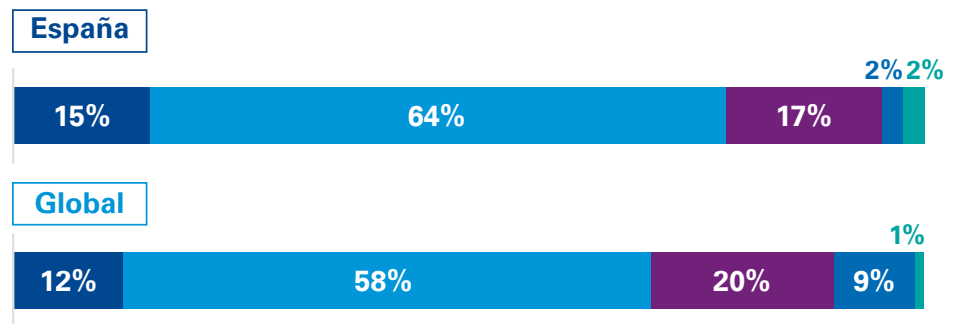
Figura 5: Disrupción

¿En qué medida está de acuerdo con los siguientes enunciados sobre disrupción?

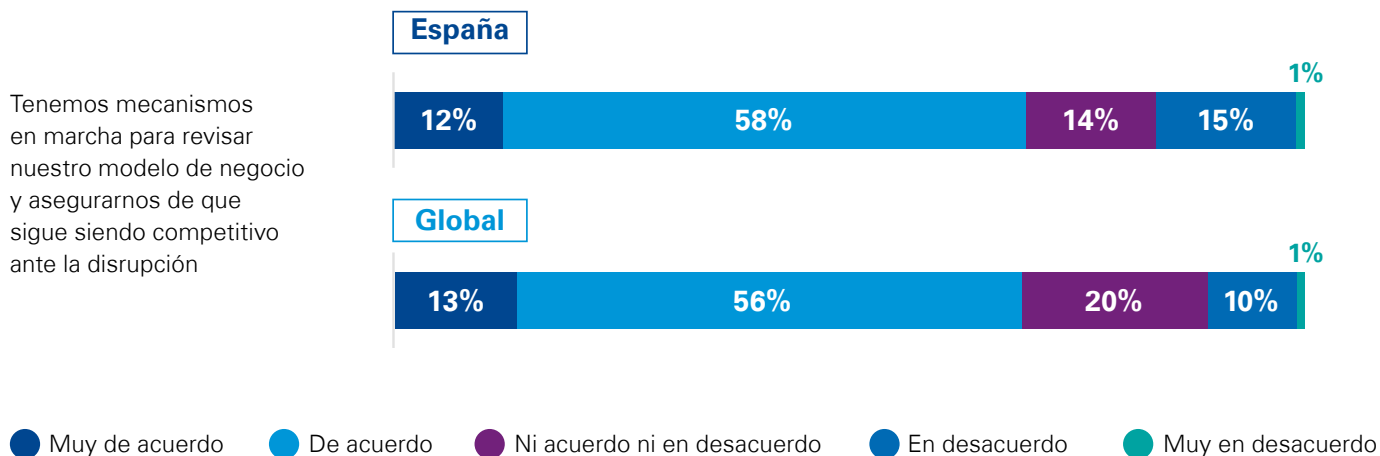
En lugar de esperar que los competidores sean disruptivos, mi organización está activamente disruptiendo el sector en el que operamos.



Los plazos para lograr un progreso significativo en transformación a menudo son abrumadores



● Muy de acuerdo
 ● De acuerdo
 ● Ni acuerdo ni en desacuerdo
 ● En desacuerdo
 ● Muy en desacuerdo



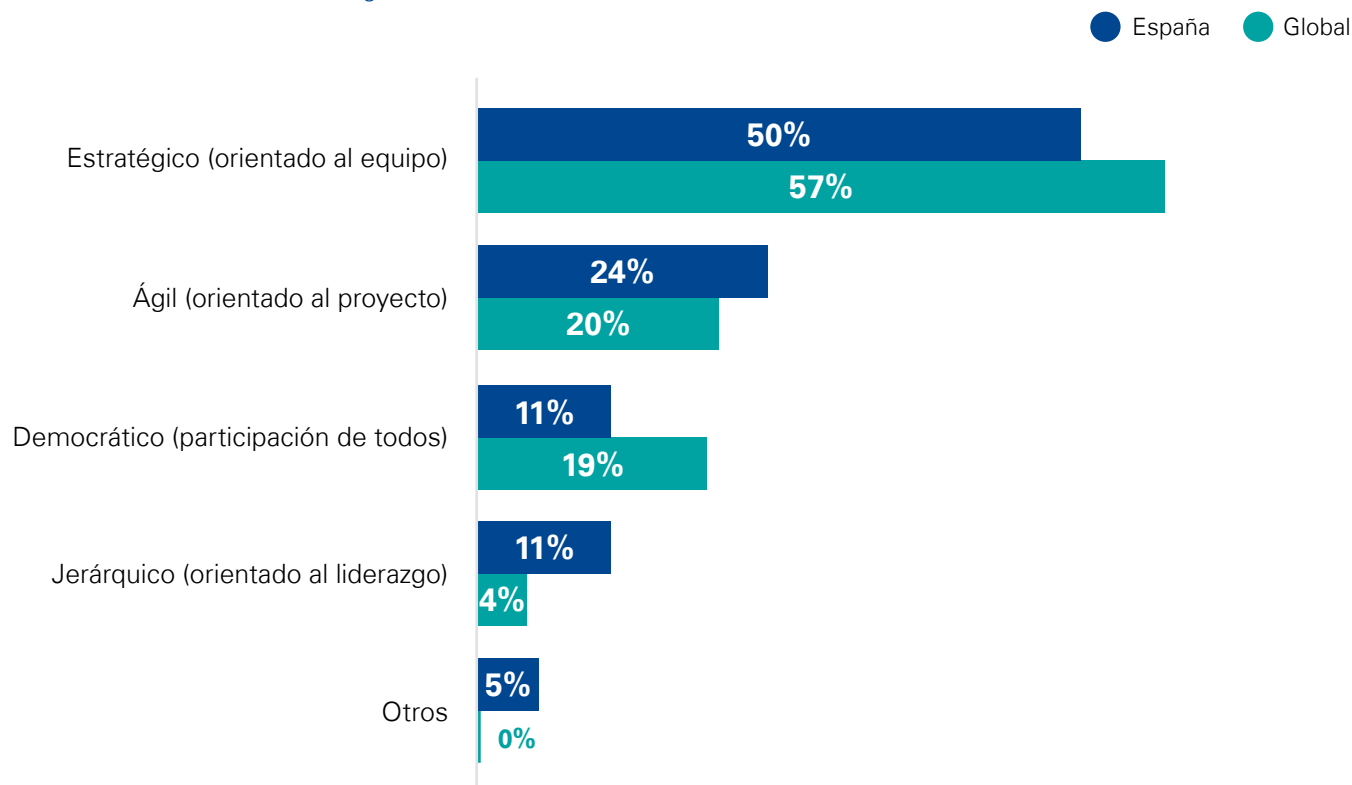
A su vez, un 48% de las mujeres directivas españolas está de acuerdo o muy de acuerdo en que su empresa está disrumtiendo el sector al que pertenece, sin esperar a que sus competidores lideren el cambio. De manera similar lo creen las directivas a nivel global (49%). Asimismo, un 70% de las encuestadas españolas y un 69% de las encuestadas globales afirman que su empresa tiene mecanismos en marcha para

revisar el modelo de negocio y asegurarse de que esta sigue siendo competitiva en el escenario cambiante. Con relación al ritmo al que se implanta, el 79% de las ejecutivas a nivel español y un 70% a nivel global creen que los plazos para lograr un progreso significativo en transformación con frecuencia ser abrumadores.

Liderazgo

Figura 6: Estilo de liderazgo

¿Cómo describiría su estilo de liderazgo?



Las mujeres en cargos de responsabilidad identifican su estilo de liderazgo, de manera mayoritaria, como orientado al equipo. Así lo expresa el 50% de las líderes españolas y el 57% de sus semejantes globales. En segundo lugar, las directivas consideran que su modo de liderazgo se orienta al proyecto, el denominado

liderazgo ágil. En tercer lugar, las mujeres consideran que lideran de manera democrática, buscando la participación de todos los miembros del equipo. Destaca el hecho de que solo un 11% de las directivas españolas y un 4% de las directivas globales se reconocen como líderes jerárquicas.

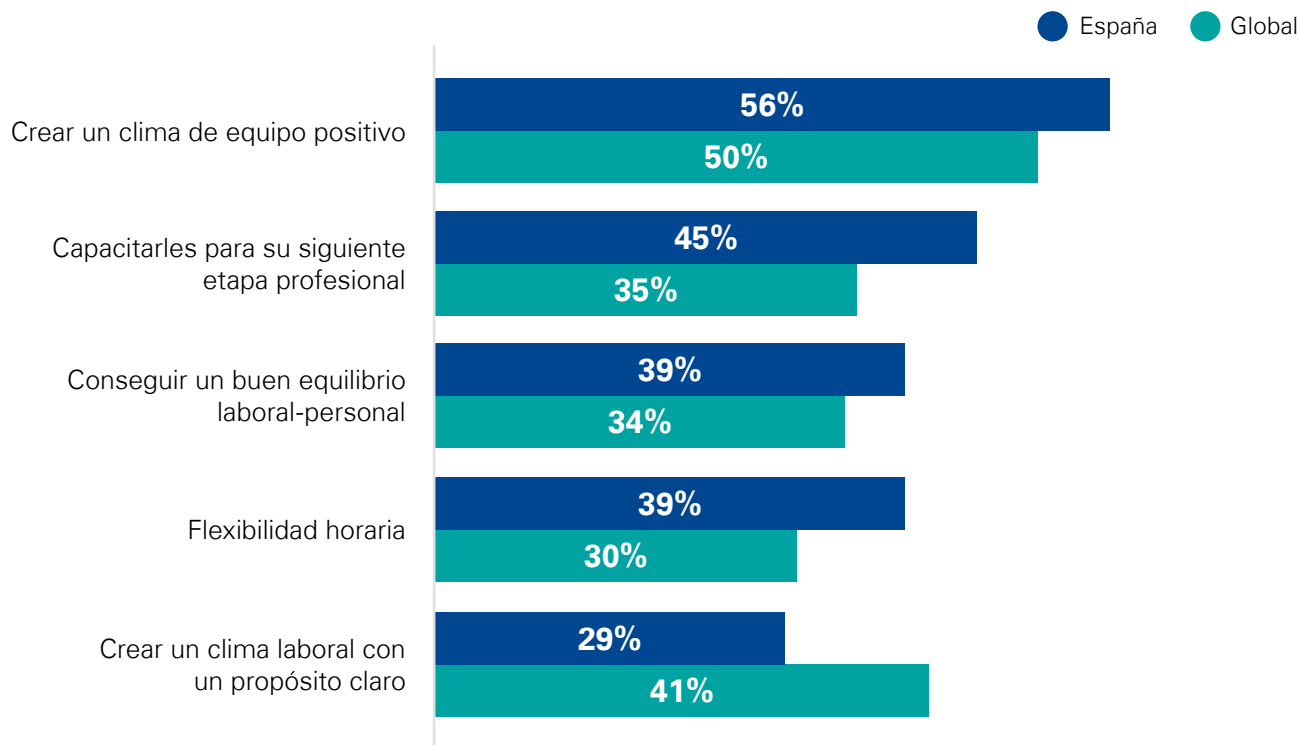
Estos valores vuelven a ponerse de relieve cuando las mujeres son preguntadas por las medidas que creen más efectivas para mejorar la satisfacción de los empleados. El equipo se sitúa otra vez en primera posición. El 56% de las líderes españolas y el 50% de las mundiales creen que crear un clima de equipo positivo es útil para aumentar la satisfacción de los trabajadores. La segunda medida que consideran favorable las españolas es la capacitación de los empleados para su siguiente etapa profesional (45%). El equilibrio laboral-personal

y la flexibilidad horaria se sitúan en tercer y cuarto puesto, respectivamente.

A nivel mundial, por el contrario, las líderes femeninas creen que crear un clima laboral con un propósito claro incrementa la satisfacción de los trabajadores (41%). En tercer y cuarto lugar sitúan, correspondientemente, la capacitación para que alcancen su siguiente etapa laboral y un buen equilibrio entre los entornos laboral y personal.

Figura 7: Aumento en la satisfacción de los empleados

¿Cuál de las siguientes cuestiones considera efectiva para aumentar la satisfacción de los empleados?



Comunicación y redes sociales

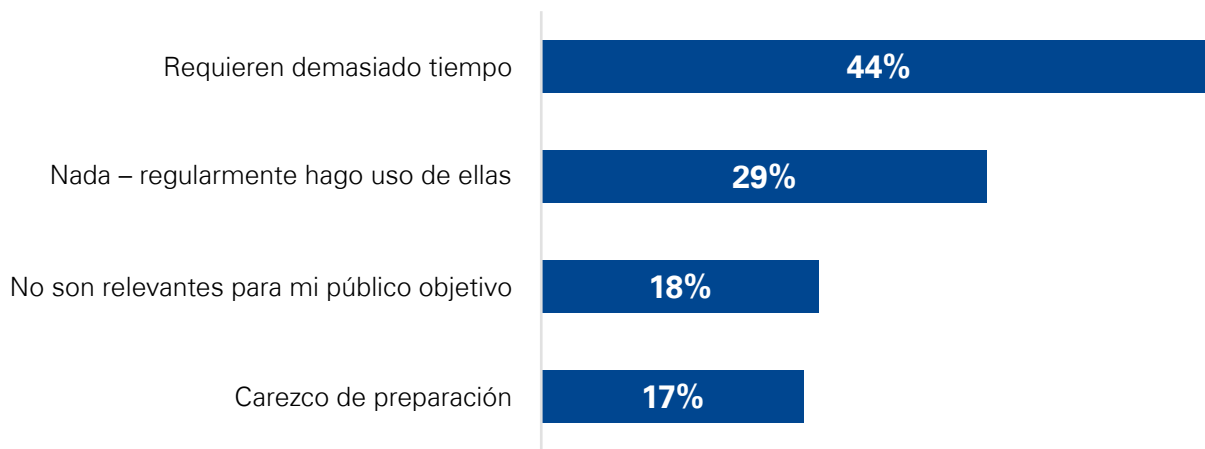
Figura 8: Uso de las redes sociales

¿Para qué propósitos usa de manera intensiva las redes sociales?



Figura 9: Obstáculos al uso de redes sociales

Si no usa las redes sociales de manera regular, ¿qué lo obstaculiza?



Referente a la comunicación, las directivas españolas priorizan el uso de las redes sociales para uso personal en detrimento de fines relacionados estrictamente con el negocio. El 56% de las directivas españolas usa las redes sociales para investigar, el 38% lo hace para expandir su conocimiento personal y el 23% las usa con el fin de desarrollar su carrera. Relacionado con la organización para la que trabajan, el 20% de las líderes usa las redes con el propósito de captar nuevos clientes y el

17% para establecer colaboradores de negocio.

Además, también declaran que en caso de no usar las redes sociales regularmente, el principal impedimento es el excesivo tiempo que requieren (44%).

Nuevas tecnologías

Preguntadas por la Inteligencia Artificial (IA), las mujeres expresan resultados similares a nivel español y global al declarar que sus empresas ya están implementando proyectos piloto en ciertos procesos de automatización. Así lo expresaron el 20% de las encuestadas españolas y 25% de las encuestadas globales. Las mujeres directivas a nivel español y global también muestran resultados similares al declarar que han implementado IA para automatizar algunos procesos (17% y 13%, respectivamente). En cambio, las cifras distan

cuando las encuestadas responden que no han implementado nada en relación con la Inteligencia Artificial. Mientras un 38% de las líderes globales lo afirma, solo un 23% de las líderes españolas así lo declara. Estas cifras están en consonancia con el 41% de las directivas españolas que declara que su empresa ha iniciado la implementación limitada de IA en procesos específicos, mientras que tan solo un 23% de las directivas mundiales lo afirma.

Figura 10: Uso de la Inteligencia Artificial en su empresa

¿En qué medida ha aplicado su empresa la Inteligencia Artificial (IA) en la automatización de procesos?

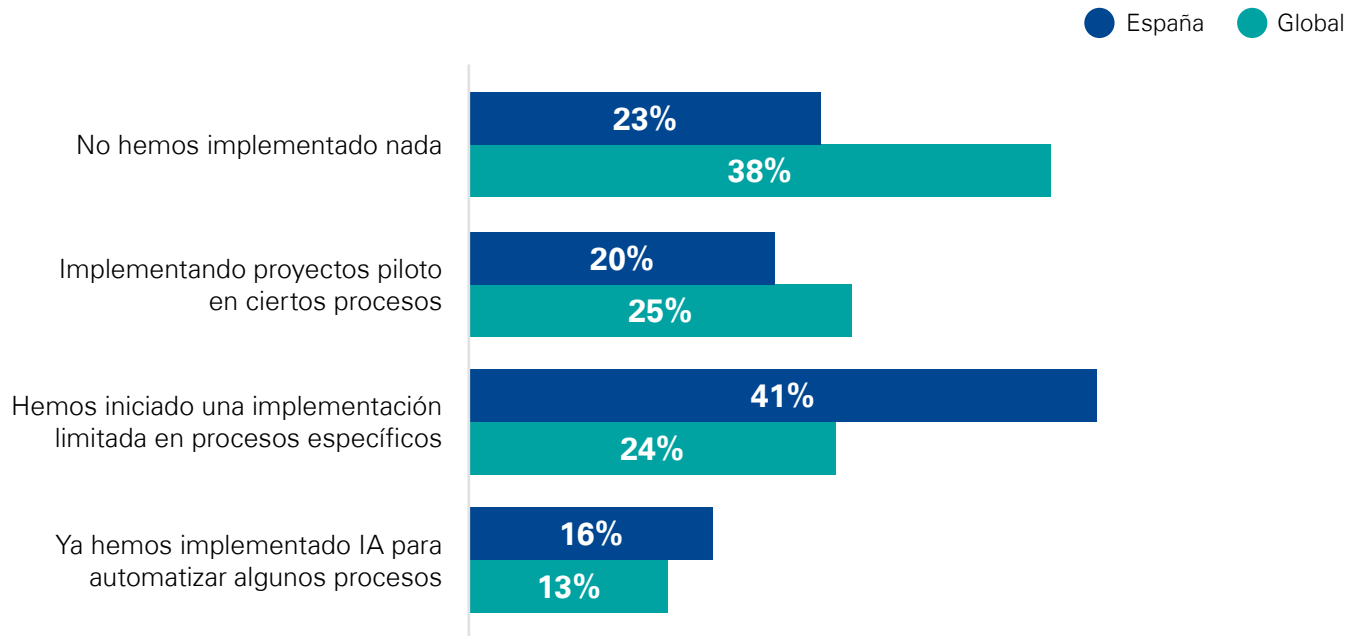
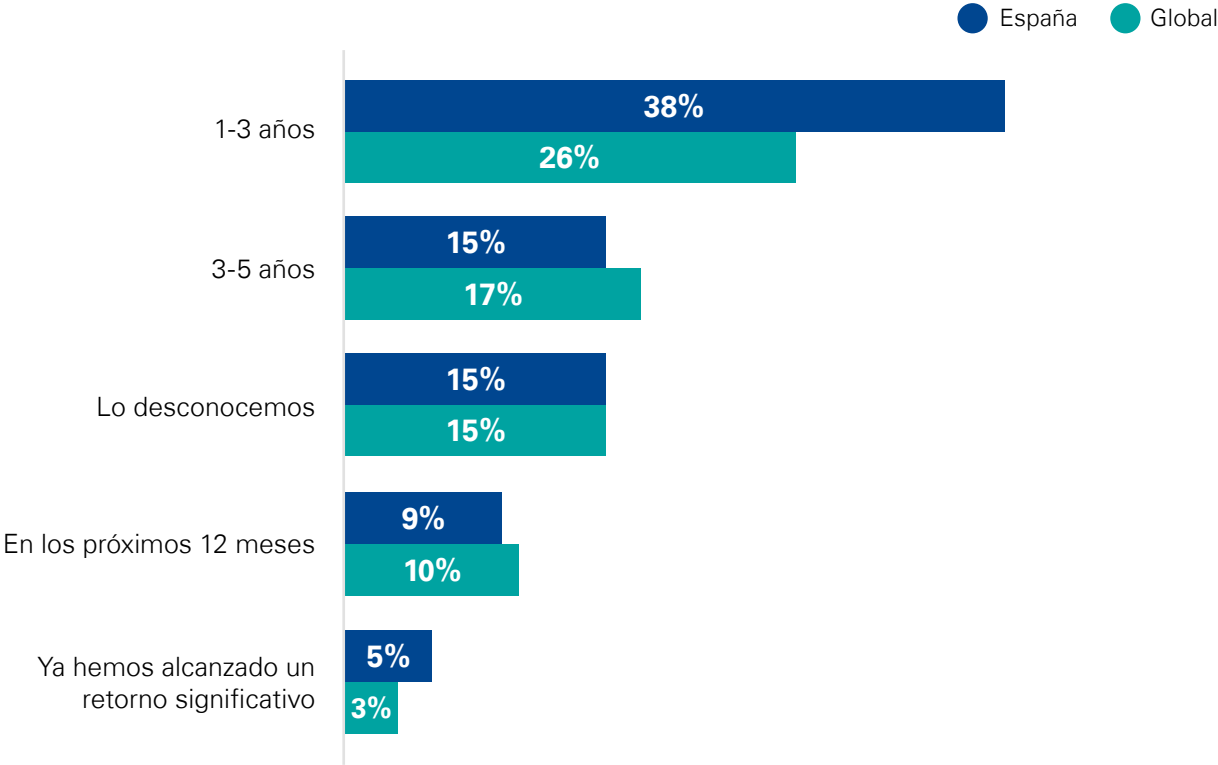


Figura 11: Retorno de la inversión en Inteligencia Artificial
¿Cuándo espera obtener un retorno significativo de la inversión en Inteligencia Artificial hecha por su empresa?

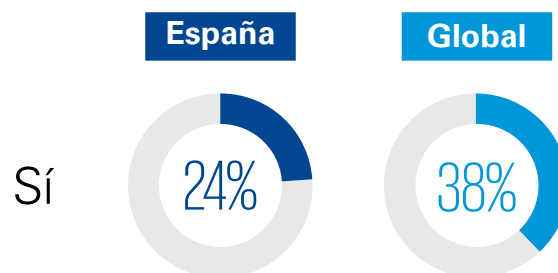


Ante la cuestión del retorno de la inversión realizada en IA por su compañía, el 38% de las directivas expresa que espera obtenerlo en un periodo de 1 a 3 años. Destaca el hecho de

que el 5% manifiesta que sus organizaciones ya han obtenido un retorno relevante.

Figura 12: Toma de decisiones basadas en datos

En decisiones críticas tomadas durante los últimos 3 años, ¿ha pasado por alto las conclusiones aportadas por los datos porque contradecían su propia intuición y experiencia?

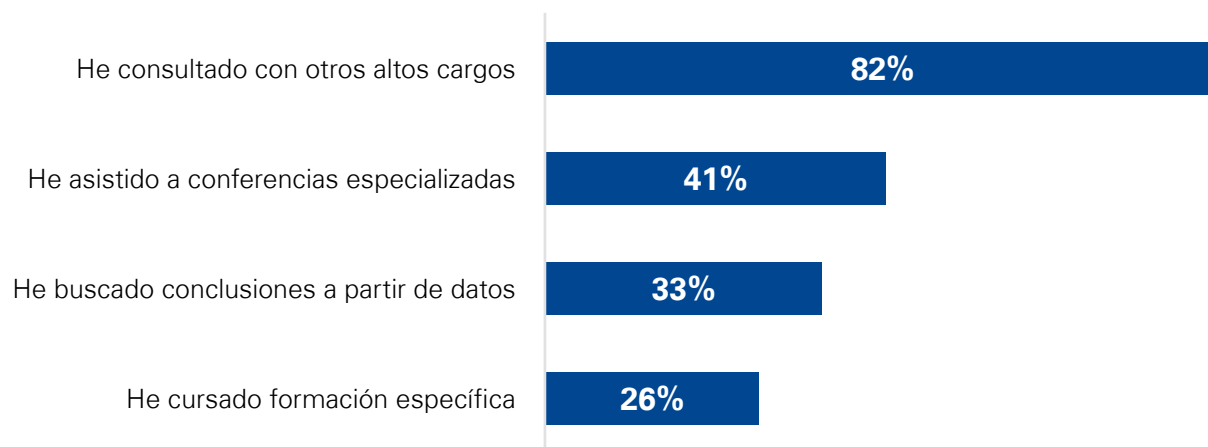


En cuanto al uso de datos en el proceso de toma de decisiones, el 24% de las directivas españolas omitió las conclusiones aportadas por estos en el momento de tomar

decisiones críticas. A escala global, el porcentaje de mujeres que no confió en los datos porque contradecían su experiencia e intuición asciende hasta el 38%.

Figura 13: Informarse para tomar decisiones

En el último año, ¿qué medidas ha tomado para ayudarle en la toma de decisiones?



Aunque no omitan los datos, solo el 33% acude a ellos cuando debe tomar una decisión. Sin embargo, consultar con otros altos cargos se sitúa en primera posición. El 82% de las líderes españolas así lo hicieron. En segundo lugar, se sitúa la

asistencia a conferencias especializadas. Por último, un 26% de las mujeres cursó formación específica relacionada con el asunto que debía tratar.

Figura 14: Mejora del conocimiento

¿Planea mejorar su conocimiento en las siguientes áreas en los próximos 12 meses?

	España		Global	
	Sí	Quizás en los próximos años	Sí	Quizás en los próximos años
Impresión 3D	12%	27%	15%	34%
Inteligencia Artificial	55%	32%	63%	28%
Programación	23%	41%	25%	44%
Blockchain	39%	48%	34%	43%
Análisis de datos	58%	36%	71%	24%
Plataformas digitales	73%	23%	76%	20%
Redes sociales	53%	35%	64%	29%

Las mujeres directivas a nivel global están más dispuestas a formarse que las directivas españolas en los próximos doce meses, si bien todas las encuestadas coinciden en las áreas en que quieren mejorar su conocimiento.

Las directivas españolas tienen planeado formarse en el próximo año en plataformas digitales (73%), análisis de datos (58%), Inteligencia Artificial (55%) y redes sociales (53%). Además, casi la mitad de ellas no descarta prepararse en programación y blockchain.

Desarrollo de carrera

El 55% de las directivas españolas afirma tener un plan para impulsar su carrera. Esta cifra es más alta a nivel global, donde un 74% de las mujeres tiene pensado cómo hacerlo. Relativo a este plan, tan solo el 33% de las líderes españolas creen que serán ascendidas en sus actuales organizaciones,

mientras que un 39% considera que para alcanzar su siguiente etapa profesional deberá cambiar de organización. Cifras similares se dan a nivel mundial: un 35% de las mujeres espera prosperar dentro de su actual empresa y un 39% opina que deberá irse a otra compañía.

Figura 15: Plan de desarrollo profesional
¿Tiene un plan para impulsar su carrera?

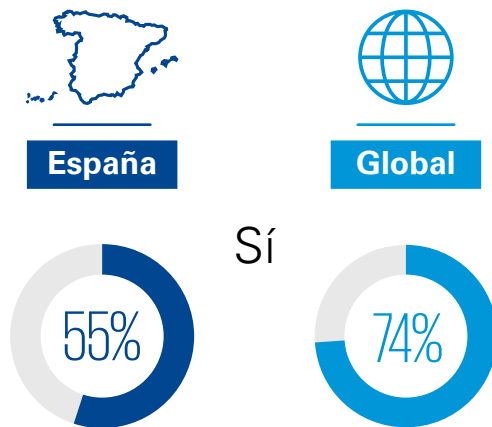
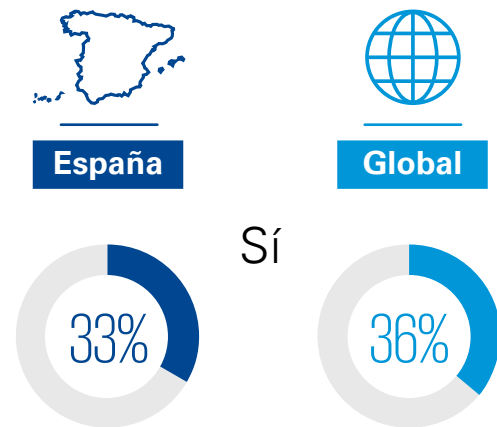


Figura 16: Promoción interna
¿Espera ser ascendida por su compañía?



No, para alcanzar mi próxima etapa profesional deberé cambiarme de empresa



Figura 17: Apoyo en la carrera profesional

¿Por quién se ha sentido apoyada en su carrera profesional hasta el momento?

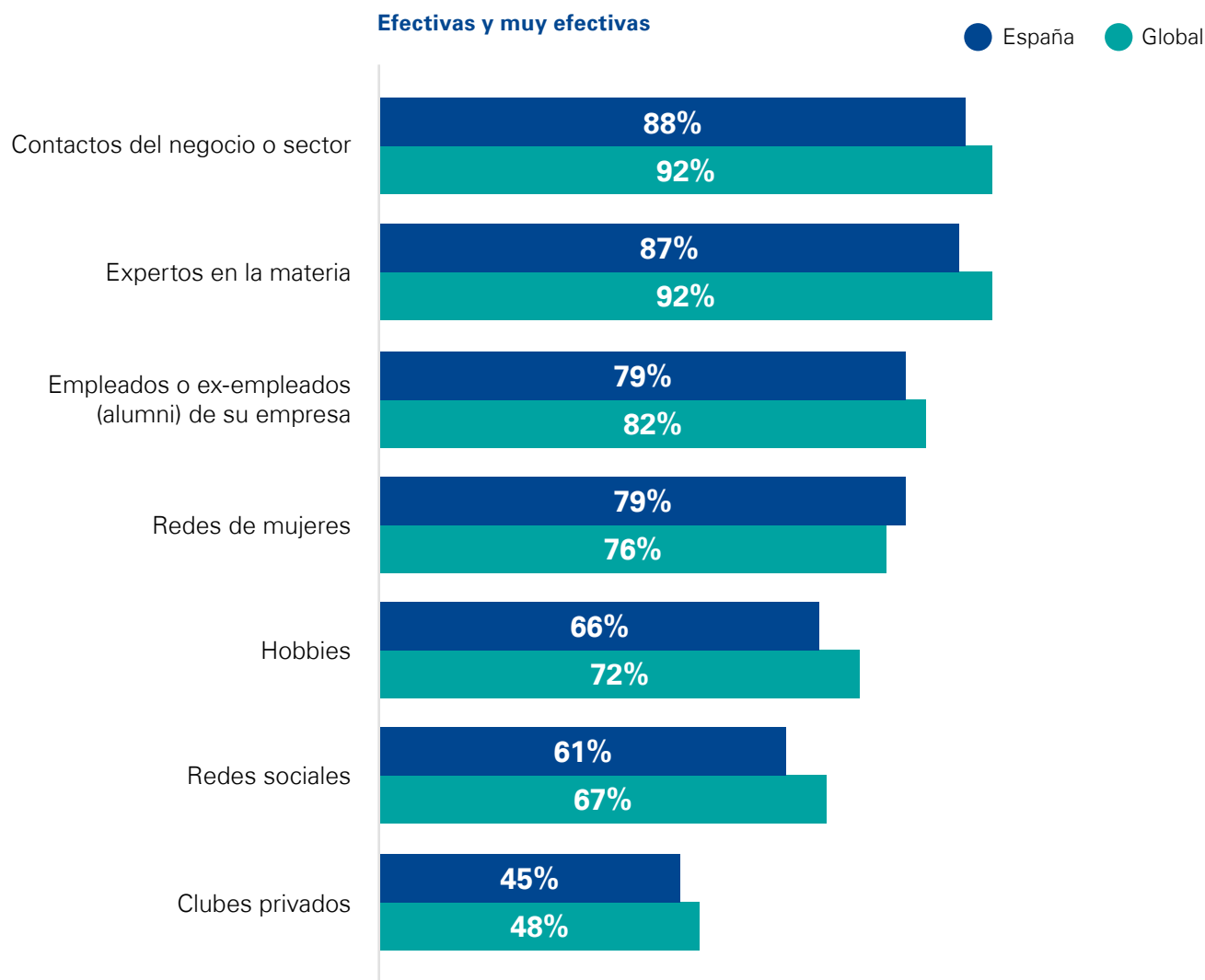


Cuando son preguntadas por su trayectoria profesional hasta el momento, el 53% de las directivas españolas apunta haberse sentido más apoyada por hombres. El 39% señala que ha sentido este apoyo de manera igual por hombres que por mujeres. Tan solo un 3% de las directivas nacionales cree

que ha sido más respaldada profesionalmente por mujeres. Las cifras a nivel global son muy similares. Un 51% de las directivas dice haberse sentido más apoyada por hombres y solo un 10% más por mujeres.

Figura 18: Entornos relacionales

¿Cuán efectivas considera las siguientes redes de contactos para su carrera profesional?

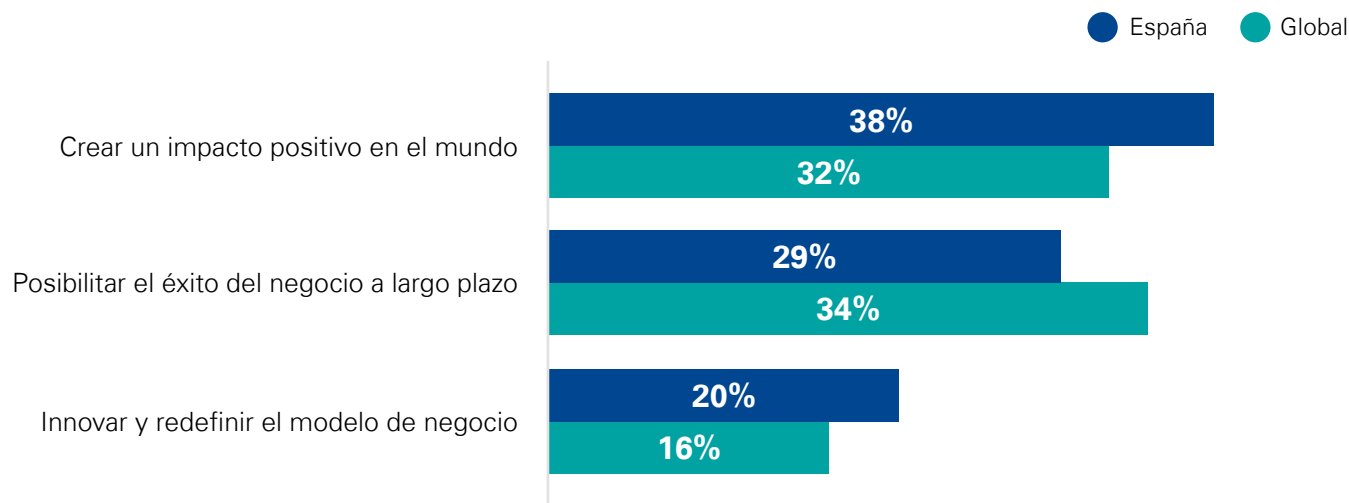


Las encuestadas coincidieron a nivel nacional y global en que los contactos más efectivos para mejorar su carrera son los que trabajan en su mismo sector o negocio, seguidos de los expertos en temas relacionados con el desarrollo de carrera. En tercer lugar situaron a las personas que actualmente

trabajan o han trabajado en su empresa. En cuarto lugar, un 79% de las encuestadas españolas y un 76% de las encuestadas globales cree que las redes de mujeres son un entorno propicio para generarles oportunidades laborales.

Figura 19: Motivación profesional

¿Qué es lo que más le motiva profesionalmente?

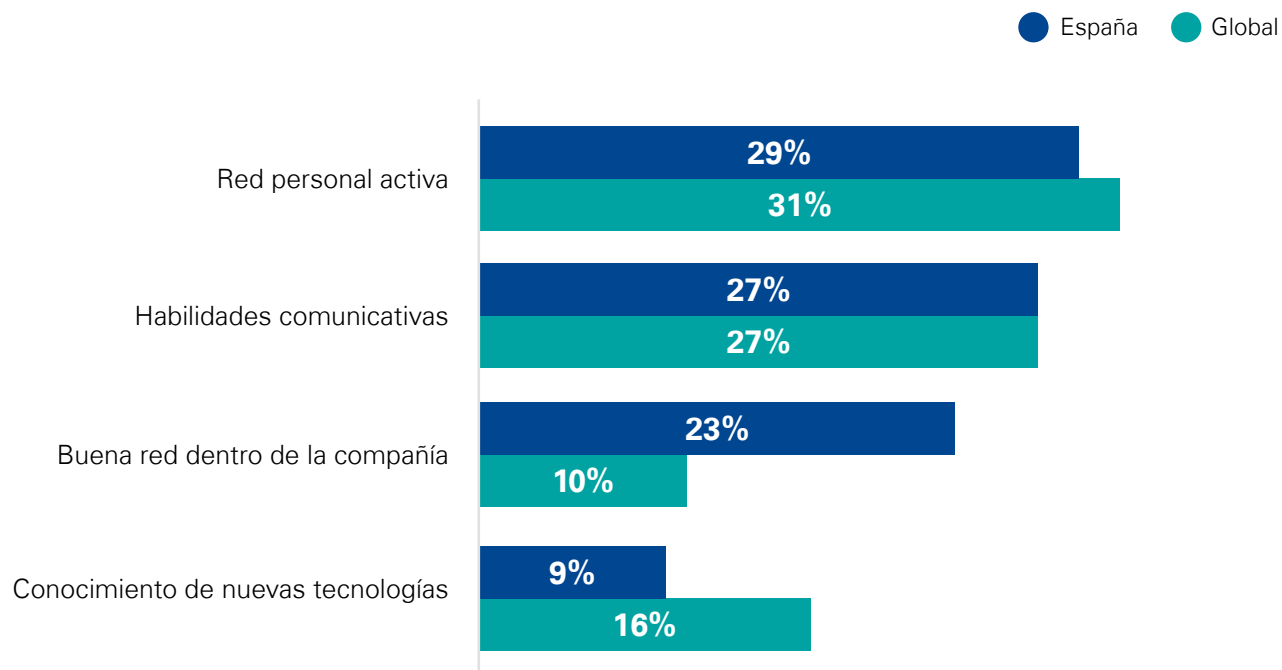


En cuanto a las motivaciones en el ámbito profesional, el 38% de las líderes españolas buscan crear un impacto positivo en el mundo. Le siguen motivaciones relacionadas con la compañía: posibilitar el éxito de su empresa en el largo plazo (29%) e

innovar en el modelo actual de negocio (20%). Las líderes globales, en cambio, sitúan el éxito de la empresa en primera posición (34%), seguida de cerca por generar un impacto positivo. (32%).

Figura 20: Factores cruciales para el propio éxito

¿Cuáles de los siguientes factores considera cruciales para su propio éxito futuro?



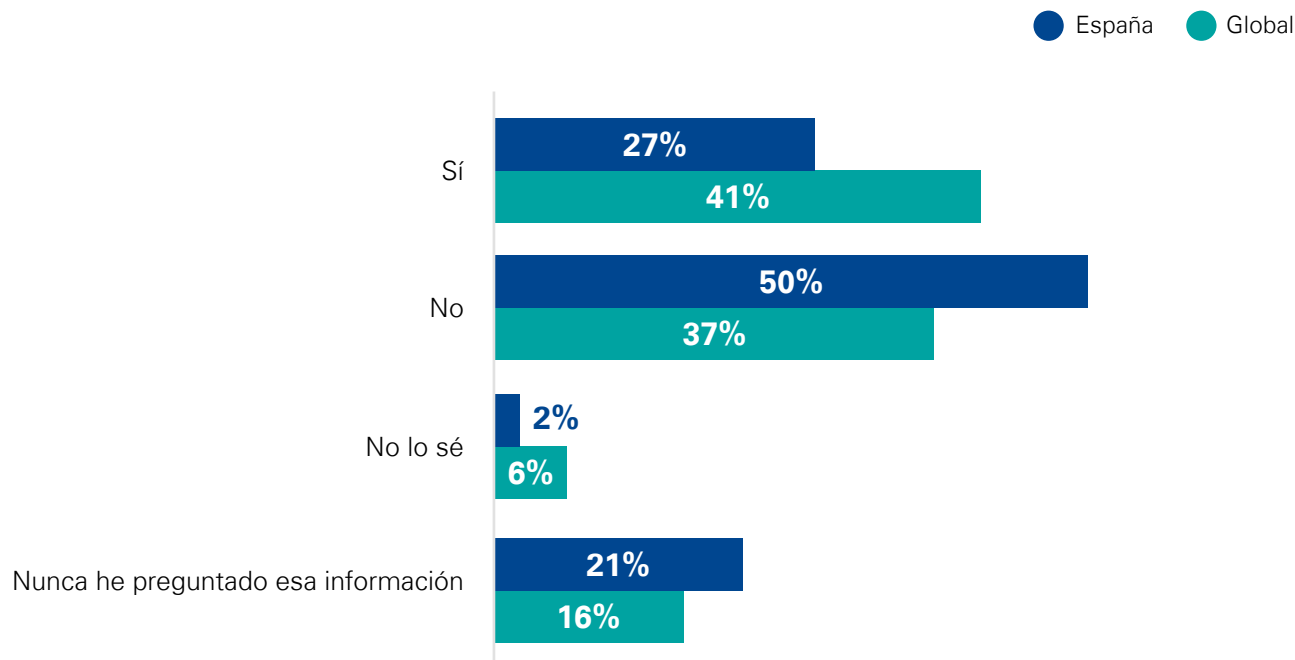
Respecto al futuro éxito personal, el 29% de las directivas españolas y el 31% de las líderes globales creen que tener una red personal activa es decisivo. Coinciden en señalar, con un

27% de las respuestas, que las habilidades comunicativas son también fundamentales.

Cambio cultural

Figura 21: Transparencia en cuanto a la igualdad de remuneración

¿Existe transparencia en cuanto a la igualdad de remuneración en su empresa?

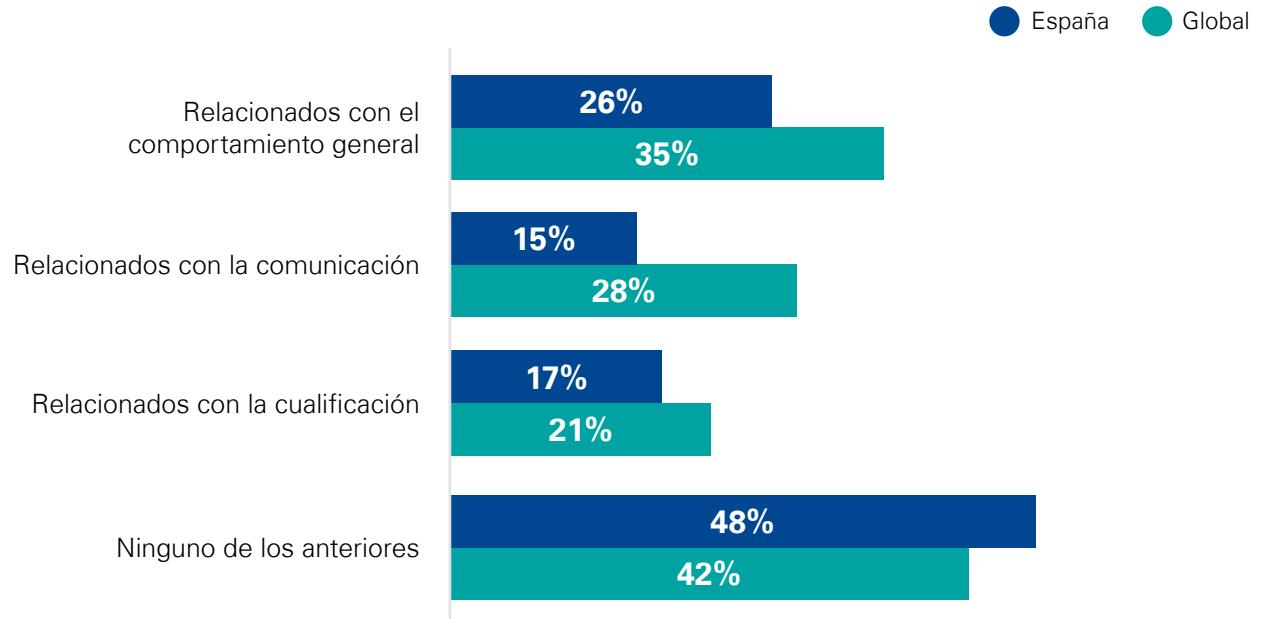


Un 50% de las directivas españolas aseguran que no hay transparencia relativa a la retribución en su compañía. Frente a ellas, un 27% declara que sí la hay y un 21% manifiesta no haberlo preguntado nunca. Las mujeres a nivel global se encuentran, comparativamente, en una posición más

favorable: un 41% tiene acceso a esta información, mientras que un 37% considera que no existe transparencia en materia de remuneraciones. Un 16% de las directivas globales (5% menos que las españolas) nunca ha consultado esta información.

Figura 22: Estereotipos en las labores cotidianas del entorno laboral

Ha encontrado o encuentra prejuicios y estereotipos en su trabajo cotidiano:

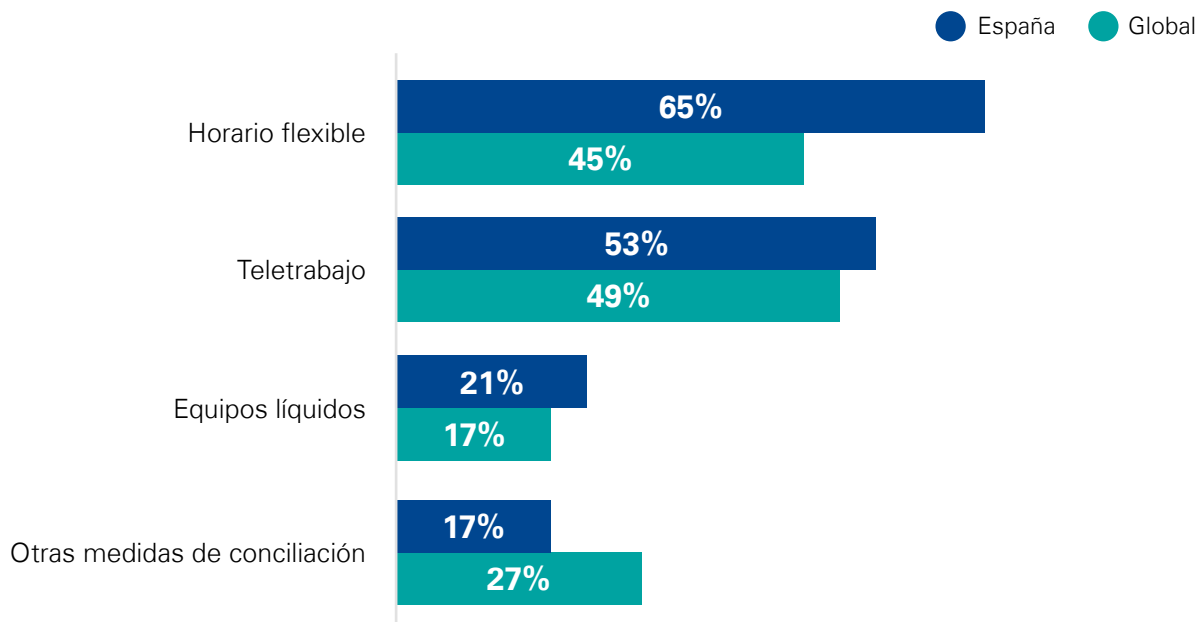


En cuanto a los prejuicios que enfrentan las mujeres, un 26% de las ejecutivas españolas señala que los percibe en el comportamiento general del entorno laboral. Esta cifra se eleva hasta el 35% en el caso global. También las líderes globales encuentran más estereotipos en la comunicación en

sus labores diarias (28%) respecto las españolas (15%). No obstante, un 48% de las directivas españolas y un 42% de las globales señala no encontrar ningún prejuicio por razón de sexo en su entorno laboral diario.

Figura 23: Medidas de conciliación

¿Cuáles de las siguientes medidas del nuevo mundo laboral le interesan más?



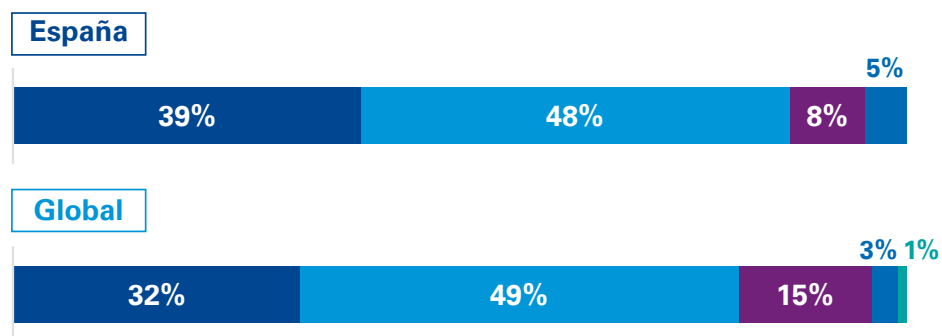
Las directivas españolas lo tienen claro, las medidas que más les interesan del nuevo mundo laboral son el horario flexible (65%) y el teletrabajo (53%). Las directivas internacionales también apuntan a estas dos medidas como las más convenientes. No obstante, las prefieren con un porcentaje inferior. Esto se puede deber a que el nivel de implantación del teletrabajo en España aún es reducido comparado con el nivel

alcanzado en Europa. El Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social español apuntó en 2017 que tan solo el 7% de las mujeres entre 25 y 54 años teletrabaja en España, mientras así lo hace cerca del 12% de las mujeres de la eurozona, elevándose esta cifra hasta el 16% a partir del segundo hijo.

Figura 24: Programas de capacitación de mujeres

¿Cuán de acuerdo está con la siguiente afirmación?

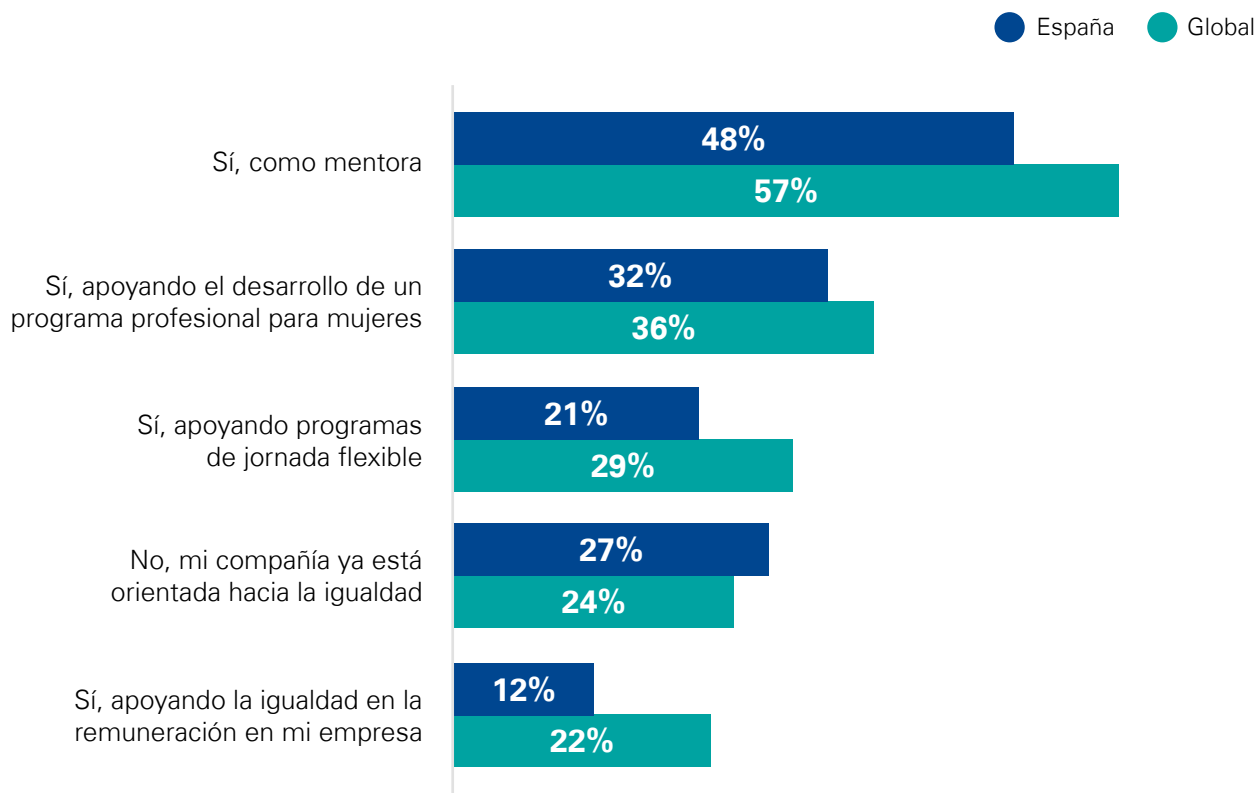
Los programas de capacitación de mujeres son una buena manera de atraer más mujeres líderes al mundo empresarial.



● Muy de acuerdo ● De acuerdo ● Ni acuerdo ni en desacuerdo ● En desacuerdo ● Muy en desacuerdo

Figura 25: Iniciativas para el impulso de carreras femeninas

¿Está involucrada o planea estarlo en los próximos 3 años en alguna iniciativa relacionada con las carreras de mujeres en su empresa?

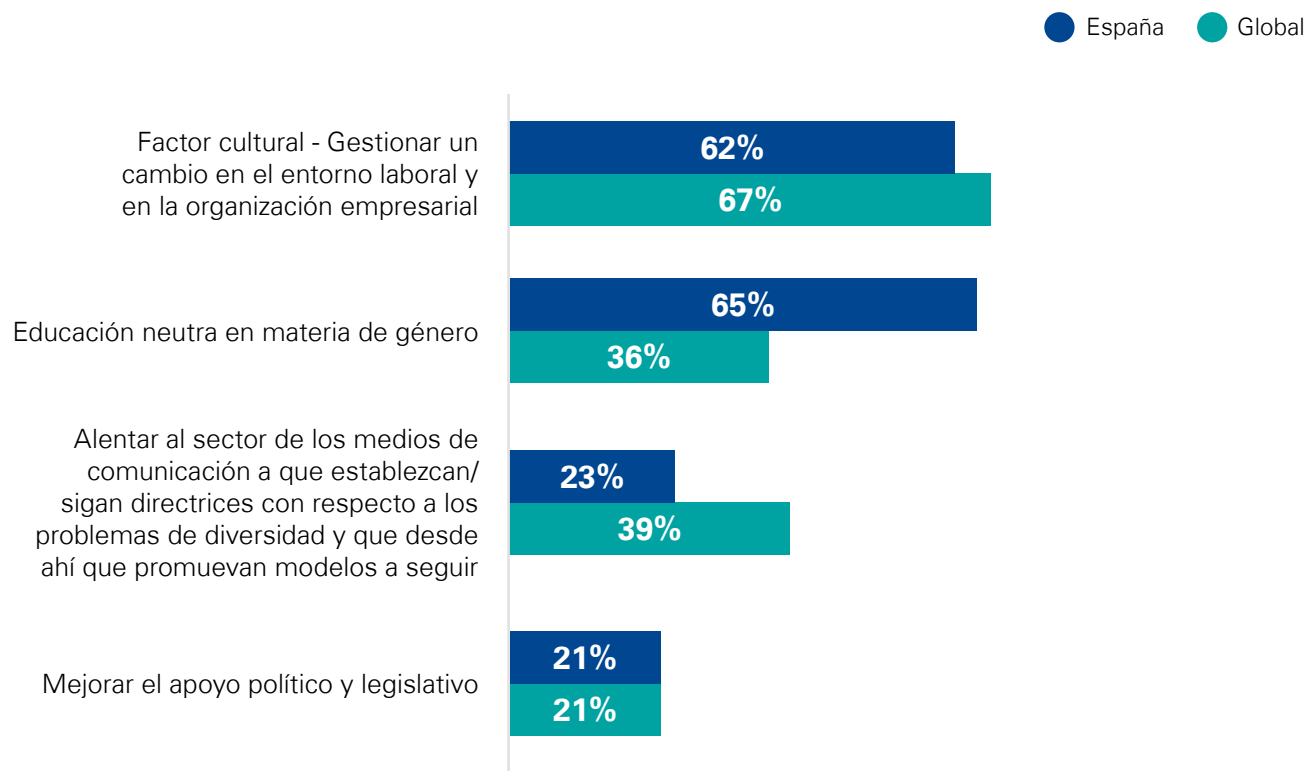


Además, las encuestadas se mostraron partidarias de involucrarse personalmente en iniciativas que promuevan las carreras profesionales femeninas en su empresa. El 48% de las españolas y el 57% global expresaron que ya ejercen como mentoras o planean hacerlo en los siguientes tres años. También expresaron su voluntad de apoyar el desarrollo de un programa profesional para mujeres y de establecer planes

de jornada flexible. Por otro lado, alrededor del 25% de las encuestadas declaró que no forma parte de estos programas ni tiene planeado hacerlo, pues su empresa ya está orientada hacia la igualdad.

Figura 26: Cambios clave para conseguir la igualdad de género

¿En qué nos debemos enfocar para conseguir los próximos logros en igualdad de género?



Las líderes femeninas coinciden en que un factor clave para seguir progresando en materia de género es el cambio cultural, en el entorno laboral y en la empresa. Las directivas españolas creen que esto y una educación neutra en cuanto a género son las dos cuestiones más importantes para alcanzar los próximos logros.

Las líderes femeninas globales, por su parte, apuntaron a los medios de comunicación en segundo lugar, por detrás del entorno corporativo. Creen que el sector media debe establecer y seguir directrices que pongan de relieve los problemas de diversidad, así como el fomento de roles femeninos.

Metodología y participantes

El informe Global Female Leaders Outlook 2019 está basado en las respuestas recogidas en una encuesta en la que participaron 1.124 mujeres ejecutivas pertenecientes a 52 países. La edición española compara los datos internacionales con los datos recabados de las 66 directivas españolas participantes. La encuesta se llevó a cabo a través de un cuestionario online entre el 6 de marzo y el 15 de mayo de 2019, siendo este completamente anónimo.

De las directivas españolas que participaron, un 31% pertenece a compañías con ingresos entre 1 y 10 mil millones de dólares y un 28% a empresas que facturan entre 500 y 999 millones de dólares anuales. Además, las mujeres españolas participantes trabajan en sectores tan diversos como banca, energía y recursos naturales, ciencias, química y farmacéutica o producción industrial.

Un 6% de las encuestadas españolas tiene el cargo de CEO o presidenta de su organización y un 12% sostiene la vicepresidencia. A su vez, un 52% de ellas hace 5 años o más que ostenta su cargo actual y un 69% lleva al menos 11 años en puestos de dirección. Por otro lado, el 78% de las mujeres que respondieron tienen hijos/as.



Contacto

KPMG en España

Torre de Cristal, Paseo de la Castellana, 259C

28046 Madrid, España

info@kpmg.es

Tel: +34 91 456 34 00

Ana Fernandez Poderós

Socía responsable de Diversidad

Tel: +34 91 456 34 00

info@kpmg.es

www.kpmg.es



© 2020 KPMG, S.A., sociedad anónima española y miembro de la red KPMG de firmas independientes, miembros de la red KPMG, afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza.

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.