

Retail, ¿un iceberg para la mujer directiva?

Vivimos una época de cambios a muchos niveles (tecnológico, empresarial,...), sin embargo, hay cosas que aún parece que permanecen en una especie de *status quo* generalizado. La última encuesta de población activa española (EPA), destacaba que casi el 89% de las personas ocupadas en el sector servicios son mujeres. En Cataluña, según la última encuesta de población activa, la presencia femenina en el retail es del 66,3%, muy superior a la que se produce en otros sectores de la economía catalana (47,1%). Además, la franja de edad que más mujeres ocupa es la comprendida entre 30 y 44 años (alcanzando casi un 39%), siendo también la franja de edad en la que una gran mayoría de mujeres se inician en la aventura de la maternidad.

Si nos fijamos en los datos de inserción del Grado universitario en “Gestión de empresas en comercio y distribución” durante el período 2010-2017, vemos que el 50% de las graduadas son mujeres. De las graduadas que se han incorporado al mercado de trabajo desde el 2010, un 77% aproximadamente se encuentra realizando carrera profesional con el propósito de ir ocupando puestos de mayor responsabilidad. En cuanto al perfil sociopersonal, la media de edad se sitúa por debajo de los 30, no tienen cargas familiares y disponen de movilidad. Será interesante ver al cabo de unos años si han logrado ascender posiciones directivas hasta alcanzar la alta dirección en las empresas del retail.

En los últimos años se ha acentuado el abandono de puestos directivos por parte de mujeres. Según estudios realizados a partir de las cotizaciones de la seguridad social en Cataluña, desde el 2007 se han ido perdiendo hasta el 40% de los puestos de alta dirección ocupados por mujeres, aludiendo sobretodo a dificultades para conciliar la vida profesional y personal. Además, en un estudio del 2016, el Institut Català de la Dona y la Cámara de Comercio de Barcelona pusieron de manifiesto como el 60% de las empresas catalanas no tenían ninguna mujer en su equipo directivo.

Cabría esperar que en un sector altamente feminizado como es el comercio, los cargos de responsabilidad fueran también ocupados en la misma proporción por mujeres. Sin embargo, parece que ni la formación continuada ni la experiencia laboral son palancas suficientes para facilitar el ascenso de las mujeres a puestos de dirección. *¿Qué factores están influyendo en este abandono?*. Destacaríamos dos tipos de factores a la hora de entender las razones subyacentes a este bajo porcentaje:

- el primero es de carácter legislativo y normativo: las leyes son importantes y sin duda, tenemos un camino aún para recorrer. Hemos avanzando en la incorporación de los planes de igualdad de género en las empresas, en sistemas más paritarios en la elección de cargos, etc. Sin embargo, éste no sería el factor más crítico atendiendo al hecho de que, a pesar de que las leyes han ido facilitando esta incorporación, de facto no se ha producido con la intensidad esperada y deseada.

- el segundo tiene que ver con los valores y el modelo de sociedad que tenemos. Éstos regulan el funcionamiento de la sociedad, las relaciones familiares y de amistad y, también el funcionamiento de las empresas y el entorno laboral. Es en este punto que tiene sentido imaginarnos la empresa como un *iceberg*. Vendría a ser un bloque de hielo en el que una parte es visible para todo el mundo acostumbrando a tener una forma más o menos piramidal. Y, otra parte y la más importante, no se ve sin embargo es la que mueve y hace avanzar el bloque en uno u otro sentido. Si lo trasladamos al terreno de la empresa, podríamos considerar que la parte visible es la estructura de la empresa y la parte invisible los valores y la cultura que subyace.

Las nuevas formas de trabajo que se están apuntando para las próximas décadas (teletrabajo, flexibilidad laboral,...), a priori han de favorecer la posibilidad de conciliar trabajo y vida familiar. Sin embargo, si la cultura y los valores que se transmiten continúan reforzando que sea la mujer la responsable del cuidado y atención de los hijos, dificultará su ascenso hacia puestos de dirección.

Será interesante hacer un seguimiento en los próximos años de cuál es la trayectoria de las mujeres universitarias que han finalizado los estudios en la última década, están motivadas para dedicarse al sector y tienen formación superior especializada en retail. Esto nos permitirá saber si el iceberg se deshiela o no. Sin duda, un reto para todos los que de forma directa o indirecta tenemos responsabilidades en el sector.

Míriam Díez, doctora en Psicología de RRHH y jefe de Área Universitaria de ESCODI, la Escuela Universitaria de Comercio.

www.escodi.com