

Brillan por su ausencia

Empresas que no tienen mujeres en consejos de administración y direcciones relevantes

Banco Actinver	Corporación Moctezuma	Himexsa
Corporación Actinver	Convertidora Industrial	Desarrolladora Homex
Altos Hornos de México	Dine	Grupo Kuo
Alfa	Acosta Verde	La Comer
Axtel	Grupo Financiero Multiva	Grupo Lamosa
CIBanco	Grupo Gicsa	Minera Frisco
TV Azteca	Grupo Gigante	Sare Holding
Industrias Bachoco	Grupo Mexicano de Desarrollo	Grupo Traxión
Grupo Bafar	Gmexico Transportes	Urbi Desarrollo Urbanos
Empresas Cablevisión	Grupo Comercial Gomo	Value Grupo Financiero
Corpovael	Grupo Profuturo	Vitro

Fuente: IMCO

ALTA DIRECCIÓN EN EMPRESAS

Mujeres tienen baja presencia en los consejos

LETICIA HERNÁNDEZ

lhernandezm@elfinanciero.com.mx

El sector privado muestra un amplio rezago en la inclusión femenina en puestos de alta dirección.

Un estudio del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO),

reveló que un tercio de las empresas que cotizan en el mercado accionario mexicano no tienen mujeres en ese nivel de la organización; de 157 empresas públicas analizadas, 51 no tienen féminas en sus consejos de administración y solo cuatro firmas tienen una directora general.

En los consejos de administración hay una subrepresentación de mujeres. De 2 mil 500 personas, las mujeres son el 10 por ciento, es decir, por cada 10 integrantes en los consejos de administración, hay solo una mujer y solo el 3 por ciento de los consejos están presididos por una dama, detalla el reporte.

En cuanto al poder de decisión, las mujeres como consejeras propietarias en los consejos de administración de las empresas son el 9 por ciento y el 13 por ciento son suplentes; las consejeras independientes alcanzan solo 8 por ciento.

México dista de las mejores prácticas internacionales. En Colombia las mujeres representan el 17 por ciento de los consejos, en Brasil son 12 por ciento, en tanto que en el Reino Unido suman 35 por ciento.

“Para que estas políticas (de representación de mujeres) sean exitosas tienen que basarse en datos y si este paso no se cumple..., impide el autodiagnóstico, dificulta atraer y retener el talento femenino”, dijo Fátima Masse, directora de sociedad incluyente del IMCO, quien destacó dos acciones que las empresas pueden hacer: una de corto plazo que es reconocer que sí hay expertas en el mercado y hacer un esfuerzo para atraerlas, y a largo plazo transformar la cultura organizacional de las empresas donde no se pierda la participación de las mujeres conforme escalan.