

La equidad de género es una estrategia de negocio

Las mujeres siguen teniendo una baja representación en los directorios a nivel global, según un estudio de **Aequales**. En ese sentido, la presidenta de la **Cámara de Comercio de Lima (CCL)**, Yolanda Torriani, señaló que promover la igualdad de género en el país es una decisión estratégica de negocio y no solo una necesidad social.

- ▶ **CAN aprueba eliminar costos del roaming internacional**
- ▶ **Así se desarrolló el Foro sobre la equidad tributaria en el Perú**
- ▶ **Promueven mayor acceso a financiamiento de mipymes**

“Los datos son contundentes y demuestran que la inclusión de mujeres en puestos de liderazgo impacta directamente en el crecimiento y rentabilidad de las empresas”, destacó. Refirió que el acceso a iguales oportunidades influye, asimismo, en la mejora de salarios; en el reconocimiento de las necesidades particulares de ambos sexos; y en el equilibrio de la vida laboral, personal y familiar de las personas.

Por su parte, la gerente de Consultoría de **Aequales**, Diana Plasencia, durante la presentación sobre la situación de las mujeres en las empresas ubicadas en América Latina, señaló que el 21% de las que trabajan ganan menos salario y solo el 7% ya se desempeña en altos cargos al interior de las compañías.

Asimismo, precisó que desde el 2004 hasta el 2019, el porcentaje de mujeres en alta dirección en el mundo no ha crecido y se encuentra por debajo del 30%, debido básicamente a que los líderes de las empresas aún no están convencidos del valor de la diversidad.

A su turno, el gerente de **Ranking PAR de Aequales**, Airton Moreno, informó que de las 275 empresas que participaron en el Ranking de 2019, solo el 22% de los cargos directivos son ocupados por mujeres, además, refirió que el 46% de las compañías cuentan con políticas de igualdad de género y/o diversidad, y que solo el 29% de las empresas peruanas cuentan con un plan de acción para mejorar la equidad de género.