



RRHHDigital

La Fundación Woman Forward crea un Código de conducta voluntario y un Sello para las empresas de Executive Search

Al Código voluntario se han adherido ya 15 empresas de Excellent Search comprometidas con la diversidad y la ampliación del talento de las consejeras para incluir a mujeres empresarias, profesoras de universidad, investigadoras, tecnólogas, directoras de entidades del tercer sector...



POR RRHHDigital, 04:15 - 11 de Junio del 2021

La **Fundación Woman Forward** ha organizado una mesa redonda en el Museo Lázaro Galdiano, siguiendo las conclusiones de sus investigaciones, para abrir un debate sobre **la necesidad de incluir a diferentes stake holders a la hora de incorporar diversidad y ampliar la base del talento en los consejos de administración**. Los stake holders incluyen a las empresas de Excellent search para las que se ha creado un Código voluntario de buenas prácticas, buscando con ello promover el impulso de la competitividad y la innovación. Por otro lado, los inversores, dado que los asuntos de gestión del capital humano son fundamentales para el éxito a largo plazo de una empresa; y finalmente, los medios de comunicación cuyo impacto ha sido determinante para reforzar el cumplimiento de la Recomendación de la CNMV para que las empresas cotizadas ampliaran el número de mujeres en los consejos.

Los **firmantes del código de conducta** han sido: Jose Antonio García de Ackermann Solutions; Juan Díaz-Andreu de Alexander Hughes; Sara Bieger Altopartners; Miguel Angel Zuil de BOYDEN, Alfonso de Benito Secades, de Executive Interim Management España, José Escrivá de Romaní de Euromanager, Alfonso Jiménez de Exec Avenue, Elena Terol de Excellent Search, Raquel Duque de GTWomen, Stefano Salvatore de Heidrick & Struggles, Alberto Terrón de Kingsley Gate, Marta García-Valenzuela de Talengo, Antonio Núñez de Parangon Partners y Eugenio Hernández de Seeliger y Conde. A partir de hoy el Código de conducta podrá firmarse desde la página web de la Fundación.

Begoña Torres en su bienvenida reivindicó la figura histórica de Lázaro Galdiano que supo rodearse de mujeres y trabajar con ellas para crear su legado, no solo su mujer Paula Florido, importante mecenas del Museo, sino también figuras destacadas de la época como Emilia Pardo Bazán. Subrayó aun la desigualdad existente en el sector del arte y de su gestión, muy visible aun en las promociones de puestos por oposición.

En la era del capitalismo de los stakeholders, encontramos que también en el ámbito de la diversidad, existen diferentes dimensiones que los distintos stake-holders están llamados a cubrir destacó, Mirian Izquierdo, presidenta de la Fundación Woman Forward.

En primer lugar **los head-hunters juegan un papel clave en sensibilizar a las empresas sobre la necesidad de incorporar diversidad para mejorar su competitividad e innovación.** Con el objetivo de potenciar la tan nombrada igualdad de oportunidades, no solo promoviendo mas mujeres, sino ampliando la fuente del talento del que se nutren los consejos asesores y de administración, e incluir empresarias, profesoras de universidad, investigadoras, directoras de organismos del tercer sector, etc.

Este **Código de Conducta Voluntario**, inspirado en la legislación comparada, en el Código británico lanzado por la Lord Davies Review, en vigor allí desde 2014, y firmado por más de 60 empresas en el Reino Unido, adapta al mercado español soluciones para mejorar las necesidades y barreras que la investigación de la fundación "La creación de valor en los consejos de Administración y la diversidad de género, cómo progresar para incrementar el número de mujeres en los consejos de administración en España", (Izquierdo, Huse, Möltner,) ha detectado

en las búsquedas en los puestos de decisión máxima: A estos efectos, también el último informe de Spencer Stuart, menciona que la procedencia principal de consejeros sigue partiendo de propuestas de los Chairmen de los consejos.

Marta García-Valenzuela, socia de diversidad de Talengo resaltó que hay que pasar de preocuparnos a ocuparnos en los temas de diversidad, es importante tener empresas comprometidas públicamente con la igualdad y el Código Voluntario de Buenas Prácticas de Woman Forward es una gran ayuda a generar dicho compromiso.

Por su parte **Miguel-Angel Zuil partner de Boyden España**, destacó que el compromiso de los headhunters es fomentar la diversidad del talento y no es sólo una cuestión de números, hay que empujar en todos los ámbitos para localizar mujeres y que estas sean incluidas en los consejos de administración, no solo en funciones de apoyo como se viene haciendo actualmente.

Mientras que **Juan Díaz-Andreu, partner de Alexander Hughes** comentó que es muy importante hacer una labor de acompañamiento a las mujeres y ayudarlas a vencer el síndrome del impostor que no las representa.

Otro grupos de stake-holders son los inversores. Para muchas empresas, su activo más valioso no es una patente ni un producto: es su gente. Los consejos supervisan la estrategia y el riesgo, pero es la fuerza laboral la que ejecuta esa visión. Las empresas y sus consejos deben demostrar cómo se integra la diversidad de la fuerza laboral en su estrategia de talento más amplia. destacó Mirian Izquierdo.

Juan Prieto, fundador de CORPORANCE ASESORES DE VOTO, el proxy advisor español, señaló que La igualdad es un objetivo de buen gobierno corporativo, social y económico. Dentro de la sostenibilidad, los inversores presionarán a las empresas para que publiquen planes de cambio climático y de igualdad. Distinguirse con sistemas para gestionar la igualdad será ciertamente valorado, en particular si el sistema está certificado, como la certificación en igualdad y competitividad de la fundación Woman Forward que permite a las empresas marcarse objetivos y poder medir el avance de la igualdad y la diversidad en su empresa en términos del propio ROI.

Finalmente el papel de los medios de comunicación es clave en este avance hacia la igualdad, desde que se adoptó en 2007 la Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva entre hombres y mujeres. Así la Recomendación que impulsa la ley en relación con la cifra de representación del género menos representado en los consejos, empieza a visibilizarse en la prensa, lo que ha llevado a pasar de un 6% entonces, al 31,1% actual en la cifra de representación femenina en los consejos del IBEX 35.

Sin embargo como la recomendación que contempla la Ley Orgánica de promover el número de personas del sexo menos representado hasta el 40 %, se refiere sólo al número de consejeras y no incluye a la alta dirección, ni a las mujeres CEOs o directoras generales, la prensa y los medios de comunicación no han hablado de ello, y como resultado, en el primer caso, el porcentaje de mujeres en la alta dirección, que en 2007 era de un 11%, solo ha subido a un 16% actual y el de CEOs mujeres, de un 2,8% a un 5.8%.

Todavía se siente que la compensación, la influencia y la oportunidad fluyen más libremente al sexo masculino. Crear valor e igualdad de oportunidades es un beneficio social para todos, en la que los medios de comunicación están llamados a jugar una esencial labor comentó Izquierdo

Una mesa redonda integrada por representante de distintos medios de comunicación y moderada por Charo Izquierdo abrió el debate sobre la importancia de los medios de comunicación para lograr la igualdad:

Charo Izquierdo destacó que los medios de comunicación son capaces de cambiar las cosas o hacer que estas se queden como están, y que actualmente solo el 15% de los puestos directivos en prensa son mujeres. También comentó que más allá de los consejos de administración los medios de comunicación y la sociedad en general deben tomar acciones para que las chicas jóvenes estudien carreras STEM.

Por su parte Paloma Zamorano resaltó que los medios de comunicación tienen el poder de influir directamente en los cambios de la sociedad y que actualmente existe cierta resistencia a la igualdad por la que hay que luchar, en este momento el motivo por el cuál las mujeres no llegan a más puestos directivos no es por cuestión de talento, sino por falta de voluntad de quienes hacen la selección en los consejos.

Mientras que Marta Pastor enfatizó que en la actualidad muchos periodistas sesgan la información que transmiten al ciudadano; reivindicó el periodismo de investigación en particular en los temas de igualdad. Es necesario buscar a las mujeres relevantes y no primar la información "masculina". La responsabilidad de los periodistas es informar y de ahí la repercusión que tienen los medios de comunicación en la sociedad; el ciudadano se perfila a través de las historias y las noticias de los periodistas que construyen el relato, con la imagen que impregnan al mundo. Es por ello primordial que los periodistas transmitan una imagen real de la mujer, que muchas veces se traslada de forma peyorativa y equivoca.

Ester Valdivia por su parte indicó que la culpa no puede recaer únicamente en los periodistas sino en la sociedad, aunque es cierto que los medios de comunicación pueden promover una imagen diferente y real de la mujer, también es cierto que siguen existiendo micro-machismos que influyen en la percepción y acción de las personas.

Por último, Ignacio Quintana estuvo de acuerdo con Ester Valdivia y comentó que aunque la responsabilidad de los medios de comunicación es informar, la sociedad no está formada para evidenciar una igualdad que lastimosamente todavía no existe.

<http://www.rrhhdigital.com/secciones/conciliacion-e-igualdad/147401/La-Fundacion-Woman-Forward-crea-un-Codigo-de-conducta-voluntario-y-un-Sello-para-las-empresas-de-Executive-Search?target= self>