

([HTTP://WWW.NACION.COM/NACIONAL/](http://www.nacion.com/nacional/)) ARCHIVO ([HTTP://WWW.NACION.COM/ARCHIVO/](http://www.nacion.com/archivo/))

DEPORTES ([HTTP://WWW.NACION.COM/DEPORTES/](http://www.nacion.com/deportes/)) SUCESOS ([HTTP://WWW.NACION.COM/SUCESOS/](http://www.nacion.com/sucesos/))

TECNOLOGÍA ([HTTP://WWW.NACION.COM/TECNOLOGIA/](http://www.nacion.com/tecnologia/))

ECONOMÍA ([HTTP://WWW.NACION.COM/ECONOMIA/](http://www.nacion.com/economia/)) OCIO ([HTTP://WWW.NACION.COM/OCIO/](http://www.nacion.com/ocio/))

VIVIR ([HTTP://WWW.NACION.COM/VIVIR/](http://www.nacion.com/vivir/)) MUNDO ([HTTP://WWW.NACION.COM/MUNDO/](http://www.nacion.com/mundo/))

DATA ([HTTP://WWW.NACION.COM/DATA/](http://www.nacion.com/data/)) OPINIÓN ([HTTP://WWW.NACION.COM/OPINION/](http://www.nacion.com/opinion/))

MÁS

EDITORIAL ([HTTP://WWW.NACION.COM/OPINION/EDITORIAL/](http://www.nacion.com/opinion/editorial/))

([HTTP://WWW.NACION.COM/FOROS/](http://www.nacion.com/foros/)) COLUMNISTAS ([HTTP://WWW.NACION.COM/OPINION/COLUMNISTAS/](http://www.nacion.com/opinion/columnistas/))

FOROS ([HTTP://WWW.NACION.COM/OPINION/FOROS/](http://www.nacion.com/opinion/foros/)) CARTAS ([HTTP://WWW.NACION.COM/OPINION/CARTAS/](http://www.nacion.com/opinion/cartas/))

Contribución de la mujer en la empresa y entorno económico

PAULA LEÑERO - Actualizado el 7 de agosto de 2013 a las 12:00 a.m.

Imprimir
(http://www.nacion.com/foros/Contribucion-mujer-empresa-entorno-economico_0_1358464148.html?print=1)

Enviar
(http://www.nacion.com/foros/Contribucion-mujer-empresa-entorno-economico_0_1358464148.html#send)

0 Comentarios
(http://www.nacion.com/foros/Contribucion-mujer-empresa-entorno-economico_0_1358464148.html#comments)

ETIQUETAS

([HTTP://WWW.NACION.COM/FOROS/CONTRIBUCION-](http://www.nacion.com/foros/contribucion-mujer-empresa-entorno-economico_0_1358464148.html#)

MUJER-EMPRESA-

ENTORNO-

ECONOMICO_0_1358464148.HTML#)

FORO

([HTTP://WWW.NACION.COM/ETIQUETA/FORO/](http://www.nacion.com/etiqueta/foro/))

DELOITTE

([HTTP://WWW.NACION.COM/ETIQUETA/DELOITTE/](http://www.nacion.com/etiqueta/deoitte/))

EQUIDAD DE GÉNERO

([HTTP://WWW.NACION.COM/ETIQUETA/EQUIDAD_DE_GENERO/](http://www.nacion.com/etiqueta/equidad_de_genero/))

FUERZA LABORAL FEMENINA

([HTTP://WWW.NACION.COM/ETIQUETA/FUERZA_LABORAL_FEMENINA/](http://www.nacion.com/etiqueta/fuerza_laboral_femenina/))

El tema de la equidad de género ha venido tomando fuerza en los últimos años. Los estudios han demostrado que la fuerza laboral femenina impacta positivamente en las organizaciones y en la riqueza de las naciones. Sin embargo, aún prevalecen decisiones tímidas y principalmente paradigmáticas, que impiden una mayor participación de la mujer en el campo laboral, especialmente en niveles de mando y de mejores sueldos.

Sabemos que las empresas requieren superar la escasez de talento. En este sentido, la mujer está dando un importante aporte, ya que se supera cada vez más en formación y rendimiento, demostrando contar con la preparación y las capacidades requeridas para ser una excelente opción para las empresas en crecimiento, que pueden contar con más y mejores opciones de candidatos a la hora de la contratación.

Las mujeres calificadas representan un porcentaje creciente de la fuerza laboral, así como de los graduados universitarios, pero todavía no han logrado alcanzar un papel proporcional en la toma de decisiones en muchas industrias claves. Se ha progresado en algunos aspectos, pero hay estancamiento en otros, lo que provoca una subutilización a gran escala del talento femenino, lo que está teniendo serias repercusiones en términos de competitividad. Hoy en día, la competitividad se basa en la gente y hay escasez de talento calificado. En nuestra región, aproximadamente el 50% de la fuerza labor

ÚLTIMAS NOTICIAS

03:34 P.M. Tasa Básica Pasiva bajará a 6,55 puntos a partir de mañana jueves
(http://www.nacion.com/economia/Tasa-Basica-Pasiva-manana-jueves_0_1358464307.html)

03:31 P.M. Ventas de tabletas compensan la baja en comercialización de computadoras
(http://www.nacion.com/tecnologia/gadgets/Ventas-tabletas-compensan-comercializacion-computadoras_0_1358464296.html)

MÁS ([HTTP://WWW.NACION.COM/ULTIMAS-NOTICIAS.H](http://www.nacion.com/ultimas-noticias/)

está conformada por mujeres, sin embargo, no hay un buen avance con respecto a su desarrollo profesional y el escalamiento ejecutivo a puestos de mayor responsabilidad. Si vemos la participación de la mujer en puestos de dirección, vemos que es bastante baja.

Estímulo para el crecimiento. La participación de la mujer en la actividad económica es un estímulo para el crecimiento económico. Las organizaciones que han invertido en el desarrollo de la mujer han tenido resultados profundos y dramáticos. Han contribuido a la productividad, la cultura de valores, la cultura de flexibilidad y a la diversidad de enfoques y pensamientos.

Una investigación que realizó Deloitte este año, “La ganancia de género”, indica que la mujer puede ser la fuente dominante del crecimiento económico en un futuro próximo. Las organizaciones que sean capaces de capitalizar el rol de las mujeres como agentes económicos y estratégicos, probablemente tendrán una ventaja competitiva.

Se ha comprobado que el 80% de las compras son hechas por mujeres, o al menos, ellas toman la decisión de compra tanto, no sólo debemos considerarlas desde la perspectiva de la mujer como trabajadora, sino también como consumidora y activadora económica. Las empresas que invierten en conocer y comprender mejor las motivaciones de compra de las mujeres son las que tienen un mayor potencial de crecimiento.

Un error común es asumir que el género no afecta el comportamiento de compra. Por eso, las empresas no acostumbra a diferenciar sus estudios de mercado entre géneros. Pero más que buscar a las mujeres consumidoras, las empresas necesitan promover el avance de ellas en el mundo laboral para tener una diversidad de puntos de vista, que incorpore la perspectiva de las mujeres en el proceso de la toma de decisiones para abordar con mejor acierto el diseño de productos y el enfoque al mercado, entre otros.

Decisiones proactivas. Todavía son pocas las empresas que han incorporado entre sus estrategias la equidad de género. La historia demuestra que eso no va a ocurrir por sí solo. Se necesitan decisiones proactivas, un enfoque determinado y estratégico sobre cómo integrar plenamente la experiencia de la mujer, perspectivas y voces en la trama de una organización. Los datos muestran claramente que el tiempo, por sí mismo, no va a garantizar que las organizaciones obtengan frutos de la equidad de género; es necesario que haya un enfoque claro y estratégico.

Según el estudio de Deloitte, el 72% de los ejecutivos entrevistados estuvieron de acuerdo en que hay una conexión directa entre la diversidad de género y el éxito del negocio. Aunque muchas empresas tienen una serie de iniciativas enfocadas en la mujer, éstas no parecen estar logrando la meta de colocar consistentemente a las mujeres en puestos claves de toma de decisiones y liderazgo, puestos que tienen más impacto en el éxito de los negocios.

La promoción de la mujer debe ser una decisión de la alta gerencia que permita contrarrestar la tendencia a la subutilización del talento femenino y sus repercusiones en términos de competitividad. Las organizaciones que buscan el éxito proyectado hacia el largo plazo, no pueden permitirse perpetuar esta tendencia y uno de los riesgos de no hacerlo es que se les pasará la factura por la falta de mayor competitividad.

Es claro que ningún país puede salir adelante dejando atrás al equivalente de la mitad de la población laboral. Para los gobiernos, la evidencia está clara: a mayor número de mujeres en la fuerza laboral, mayor productividad y aumento de ingreso per cápita. Es indispensable comprender que las oportunidades de crecimiento económico descansan en la incorporación activa de la mujer en el trabajo y, dentro de él, el ascenso, con igualdad de oportunidades según las calificaciones individuales, hacia los puestos de mayor responsabilidad.

Crecimiento y equidad. Conforme el poder adquisitivo de las mujeres aumenta, mejora el ingreso promedio de los hogares y la capacidad de consumo de la sociedad. Hay aquí una oportunidad adicional de crecimiento para las empresas también de equidad social. Pero, además, es un estímulo al mercado de productos y servicios tomar en cuenta que las mujeres tienden a gastar de manera distinta y sus preferencias, bien entendidas, abren verdaderas vetas de crecimiento.

La incorporación creciente de la mujer en la sociedad y en el entorno laboral es una decisión inteligente y necesaria, tanto en el gobierno, como en las empresas. Mientras se mantengan las barreras existentes para lograrla, el país seguirá desperdiciando una relevante fuerza para estimular su progreso económico y pospondrá la atención de una deuda social.

Imprimir (http://www.nacion.com/foros/Contribucion-mujer-empresa-entorno-economico_0_1358464148.html?print=1)

Enviar (http://www.nacion.com/foros/Contribucion-mujer-empresa-entorno-economico_0_1358464148.html#send)

0 Comentarios (http://www.nacion.com/foros/Contribucion-mujer-empresa-entorno-economico_0_1358464148.html#comments)

Rellene los campos para enviar el contenido por correo electrónico.

Enviar:

Noticia La Nación: Contribución de la mujer en la empresa y el entorno económico

De:

Para:



Enviar

```
<div class="md-comments md" > <div id="lnc-comments-creation" class="md"> <div class="lnc-cmnt-form-container"
<div class="lnc-cmnt-form"> <!-- 0 LNCNWS20130807_0008 --> <div class="md-comments-aux md"> <p
class="tx">Para escribir una carta es necesario estar registrado.</p> </div><!-- .md-comments-aux.md --> <div
class="cp-login-form md"> <div class="bd"> <div class="col-register"> <p class="tit">¿Es usted miembro? Ingrese al
sistema</p> <p><a class="btn bt2" href="/run-user/callback/pre-login">Ingresar</a></p> </div><!-- .col-register --> <div
class="col-new-user"> <p class="tit">¿Nuevo usuario?</p> <p> <a class="btn bt2" href="/run-user/callback/pre-
register">Regístrese gratis</a> </p> </div><!-- .col-new-user --> </div><!-- .bd --> <div class="ft"></div><!-- .ft --><
/div><!-- .cp-login-form.md --> </div><!-- #lnc-cmnt-form --> <div class="md-frm-msg md lnc-cmnt-form-msg"
style="display:none;"> <div class="bd"> <p class="tx-ico"> <span class="ico"> </span> Su comentario se ha enviado
correctamente: </p><!-- .tx-ico --> <p>Los comentarios enviados por los lectores a La Nación son moderados para no
infringir la legislación de prensa de Costa Rica.</p> <p> <a class="btn bt2 lnc-cmnt-close-msg" href="#">Cerrar</a>
</p> </div><!-- .bd --> <div class="ft"> </div><!-- .ft --> </div><!-- .md-frm-msg.md --> </div><!-- .lnc-cmnt-form-
container --></div><!-- .lnc-comments-creation --><!-- DUMMY FROM RESPOND --><div id="lnc-cmnt-form-dummy"
style="display:none;"> <div class="lnc-cmnt-form-container lnc-cmnt-form-datas"> <div class="lnc-cmnt-form"> <div
class="cp-comment-form md"> <div class="hd"> <h2 class="title-tab lnc-cmnt-error-msg"></h2><!-- .title-tab --> </div>
<!-- .hd --> <div class="bd"> <form id="commentCreateForm_child" class="frm commentCreateForm" name="commer
create-form" method="GET" action="#"> <p class="sk-field frm-item-textarea"> <textarea class="frm-item hintable
commentText" name="comment-text" cols="79" rows="8" title="Escriba aquí su comentario"></textarea> </p><!-- .sk-
field.frm-item-textarea --> <p class="bb-aux">Caracteres: <strong class="tx-dest lnc-cmnt-characters" data-
max="400">400</strong></p> <div class="form-row"> <p class="captcha lnc-image-captcha"></p><!-- .captcha -->
<label class="sk-field"> <input class="frm-item hintable frmCaptcha" name="frmCaptcha" type="text" title="Escriba el
código CAPTCHA" /> </label><!-- .sk-field --> <p class="remember"> <label class=""> <input id="lnc-cmnt-terms"
class="checkbox lnc-cmnt-terms" type="checkbox" /> Acepto la <a class="lnk"
href="/terminosycondiciones.html">política de privacidad</a><!-- TODO: enlace a política de privacidad --> </label>
</p> <a href="#" class="btn bt2 lnc-cmnt-send">Enviar</a> </div><!-- .form-row --> </form><!-- .frm --> </div><!-- .bd
> <div class="ft"></div><!-- .ft --> </div><!-- .cp-comment-form.md --> </div><!-- #lnc-cmnt-form --> <div class="md-frm-
msg md lnc-cmnt-form-msg" style="display:none;"> <div class="bd"> <p class="tx-ico"> <span class="ico"> </span> S
comentario se ha enviado correctamente: </p><!-- .tx-ico --> <p>Los comentarios enviados por los lectores a La Naci
son moderados para no infringir la legislación de prensa de Costa Rica.</p> <p> <a class="btn bt2 lnc-cmnt-close-m
href="#">Cerrar</a> </p> </div><!-- .bd --> <div class="ft"> </div><!-- .ft --> </div><!-- .md-frm-msg.md --> </div><!--
.lnc-cmnt-form-container --></div><!-- #lnc-cmnt-form-dummy --> <!-- COMMENT LIST --> <div class="comment-list
lnc-comments-list" data-limit="5" data-page="1" data-total="0"> <div class="comment-holder"> <ul class="lnc-cmnt-list
container"> </ul> </div><!-- .comment-holder --> </div><!-- .comment-list --> <!-- END: COMMENT LIST --> </div><!--
.md-comments -->
```

MÁS DE ESTA SECCIÓN

Sí hay por quién votar Hay quienes dicen que hay por quién votar en el 2014. No es cierto.
(http://www.nacion.com/opinion/votar_0_1358464145.html)

Cartas a la Columna
(http://www.nacion.com/opinion/cartas/Cartas-Columna_0_1358464143.html)

¿Un canal no neutral por Nicaragua?
(http://www.nacion.com/foros/canal-neutral-Nicaragua_0_1358464146.html)

EDMUNDO JARQUÍN

Reportaje no es discriminatorio
(http://www.nacion.com/foros/Reportaje-discriminatorio_0_1358464147.html)

ALEJANDRA MADRIGAL

NACIONAL ([HTTP://WWW.NACION.COM/NACIONAL/](http://www.nacion.com/nacional/))

DEPORTES ([HTTP://WWW.NACION.COM/DEPORTES/](http://www.nacion.com/deportes/))

SUCESOS ([HTTP://WWW.NACION.COM/SUCESOS/](http://www.nacion.com/sucesos/))

TECNOLOGÍA ([HTTP://WWW.NACION.COM/TECNOLOGIA/](http://www.nacion.com/tecnologia/))

ECONOMÍA ([HTTP://WWW.NACION.COM/ECONOMIA/](http://www.nacion.com/economia/))

OCIO ([HTTP://WWW.NACION.COM/OCIO/](http://www.nacion.com/ocio/))

VIVIR ([HTTP://WWW.NACION.COM/VIVIR/](http://www.nacion.com/vivir/))

MUNDO ([HTTP://WWW.NACION.COM/MUNDO/](http://www.nacion.com/mundo/))

DATA ([HTTP://WWW.NACION.COM/DATA/](http://www.nacion.com/data/))

OPINIÓN ([HTTP://WWW.NACION.COM/OPINION/](http://www.nacion.com/opinion/))

MÁS

Quiénes somos (<http://www.nacion.com/quienes-somos/>) | Regístrese (<http://www.nacion.com/run-user/callback/pre-register>)

Suscríbese (<http://www.gruponacion.biz/suscribase>) | Anúnciese (<http://www.nacionmediakit.com/>)

Contáctenos (<http://www.nacion.com/contactenos.html>) | RSS (<http://www.nacion.com/rss.html>)

Archivo (<http://www.nacion.com/archivo.html>) | Reglamentos (<http://www.nacion.com/reglamentos.html>)

[Términos y condiciones](http://www.nacion.com/terminosycondiciones)
(<http://www.nacion.com/terminosycondiciones>)

Mapa del sitio (<http://www.nacion.com/mapa-sitio.html>)

[Estados Financieros](http://www.nacion.com/estadosfinancieros.html) (<http://www.nacion.com/estadosfinancieros.html>)



(<http://aldia.cr/>)



(<http://www.elfinancierocr.com/>)



(<http://www.lateja.co.cr/>)



(<http://www.revistaperfil.com/>)

SU CASA

(<http://www.revistasucasa.com/>)



(<http://www.adn.fm/>)

bésame

(<http://www.besame.co.cr/>)



(<http://www.los40.co.cr/>)

Sabores

(<http://www.saboresenlinea.com/>)

VIVIR & COMER

(<http://vivirycomer.com/>)

BUSCOMI

(<http://buscomi.com/>)



(<http://www.empleo.com/>)

(<http://www.empleo.co.cr/clientes/>)

CINEMANIA

(<http://www.cinemaniamedia.com/>)

PURO VINO

(<http://purovino.com/>)

yuplón

(<http://www.yuplon.com/>)

FUS

(<http://www.fussio.com/>)

t-encuentro

(<http://tencuentro.com/>)

¿QUÉ COMEMOS?

(<https://quecomemos.cr/cfm/>)



(<http://www.servigraficos.com/>)



(<http://www.hacelodigital.com/>)