

PICOS *de oro*

“Hemos dado el paso decisivo para disponer de un Gobierno en plenas funciones sobre el que no pese la amenaza de la provisionalidad (...). Una gestión responsable de la economía no es incompatible con mejorar la cohesión social y territorial”

Pedro Sánchez

Pte. en funciones del Gob. de España

“Estamos expectantes, porque España tiene que dar confianza y hay que ver si llega o no a buen puerto ese gobierno. La inestabilidad provoca inquietud y si se aplican fórmulas que no están de acuerdo con el rigor presupuestario y la ortodoxia económica, nos preocuparán”

Antonio Garamendi

Presidente de CEOE

“Tenemos que demostrar que no pasa nada operativamente, pero, si esto sigue, el grupo VW tienen otras opciones, dispone de plantas en casi todos los países de Europa”

Luca de Meo

Presidente de Seat

“Si no se hace nada, el modelo se agota. Las operadoras van perdiendo relevancia. Por tanto, creo que es el momento de abrir esa discusión y de buscar cuál es la nueva fórmula de estar expuestos de manera rentable en los mercados latinoamericanos”

José María Álvarez-Pallete

Presidente de Telefónica

“El plan de bajadas sucesivas de las tasas portuarias está dificultada y seriamente condicionada, cuando no imposibilitada, por las sucesivas cargas impuestas (Impuestos de Sociedades, BICE, nuevos fondos) y ajenas a la gestión del puerto”

Ricardo Barkala

Presidente del Puerto de Bilbao

ANÁLISIS *en do menor*

Vicky López

Contar con mujeres en puestos directivos no es un acto de justicia sino un objetivo estratégico. Aún así, un informe de Grant Thornton sitúa a la CAPV en quinto lugar en España en cuanto a número de mujeres en puestos de mando (22%). El foro de Cepek sirvió para constatar que el sistema de cuotas “no es justo pero sí necesario”.

Diversidad: algo menos en el País Vasco

Las empresas españolas han constatado que “contar con mujeres en puestos de alta dirección no es un acto de justicia sino un objetivo estratégico”. Según el informe ‘Women in business’ 2019 publicado por la consultora Grant Thornton en base a las entrevistas realizadas a 400 empresas, todas las organizaciones consultadas, que aplican medidas que favorecen el liderazgo femenino, han crecido por encima del 5 por ciento”. Así lo ha ratificado Isabel Perea, socia de la consultora internacional en el foro organizado por Cepek en el marco del ciclo Enpresan Berdin.

El estudio también revela que el número de mujeres en puestos directivos en las empresas españolas alcanza el 30 por ciento (+3% que en 2018). “El mejor dato de los últimos cinco años”. Y el 87 por ciento de las compañías tienen al menos una mujer al mando (+20% respecto a 2012). Unas cifras que “reflejan el impulso por la diversidad de género que se da en el seno de las empresas”.

A escala global, se ha alcanzado un récord en la proporción de mujeres en puestos directivos (29%), cinco puntos más que en 2018. Siendo Europa del Este la región que arroja el mejor resultado (32%), y Latinoamérica el peor (25%).

Por comunidades autónomas, la CAPV no sale bien parada: junto a Valencia, es una de las que registran la menor ocupación de mujeres en alta dirección (22%). Madrid la que más (32%). De igual manera, es

de las que menor porcentaje de empresas registra con al menos una mujer al mando (66%), detrás de Madrid y Andalucía (75%), Valencia (76%) y Cataluña (80%). Conforme a la Ley de Igualdad de 2007, de las 1.229 empresas vascas que deberían tener un 40% de mujeres en su consejo, sólo el 10 por ciento cumple con este requisito. En el caso de las pymes, es el 25 por ciento. En definitiva, la jornada ha ratificado que “el avance es real”, pero los resultados son “insuficientes para garantizar la paridad de género a largo plazo”.

La presidenta de la AED, Carolina Pérez de Toledo, afirma que las empresas deben aplicar medidas expresas y sostenidas en el tiempo para lograr un cambio sostenible. Entre ellas, el sistema de cuotas no es justo, para el 30 por ciento de las empresas, pero sí necesario”. Debe actuar de “aceleradora, pero con carácter temporal, hasta que se perciba la igualdad como algo natural”.

Pero hay más. Frente a las cuotas, empresas como Telefónica, Sabadell o BBVA animan a aplicar la Regla Rooney, un instrumento eficaz para detectar el talento, y evitar cualquier sesgo en materia de género, edad, raza u otros que distorsionan los procesos de selección, y vulneran el criterio de diversidad. “Una organización diversa, no sólo en género, se empodera”, explican desde la farmacéutica Merck. Y está mejor preparada para afrontar los retos del mercado, que también es diverso”, concluye.



v.lopez@grupoxxi.com

LIBROS



Título: La Apple de Tim Cook

Autor: Leander Kahney

Edita: Empresa Activa

Cuando Tim Cook asumió el puesto de CEO de Apple en 2011, tras el fallecimiento de Steve Jobs, el listón estaba muy alto. Pero hoy Apple disfruta de unos niveles de éxito sin precedentes y tiene por delante un futuro brillante. Y es que el Liderazgo de Cook en Apple ya forma parte de las leyendas del mundo de los negocios y va siendo hora que sus contribuciones se conozcan.



Título: Liderar el cambio

Autor: Álvaro Lozano (Coordinador)

Edita: LID

Con motivo del II Simposio sobre el pensamiento de Javier Fernández Aguado, este libro reúne más de cincuenta textos de autores procedentes de catorce países. Todos ellos analizan aspectos del pensamiento y vida del profesor Aguado. Es por ello que uno de los aspectos por los que destaca la obra es por el hecho de que se reconozca las aportaciones de un pensador español en vida.



Título: Manual de Swing Trader Pro

Autor: Raúl Duarte Maza

Edita: ESIC

¿Estás buscando convertirte en Swing Trader Profesional? A través de este manual aprenderás a realizar las sencillas pero cruciales tareas diarias necesarias para identificar y ejecutar entradas y salidas con altas probabilidades de ganar. Estando de esta forma permanentemente preparado para tomarlas una y otra vez aplicando tu estrategia de operación y actitud mental.



Título: Impacto de las empresas en la...

Autor: Mónica Pintanel Bassets

Edita: Pirámide

Este libro expone las acciones sociales de una cincuentena de empresas que ya están impactando en la comunidad. Se estudian los enfoques de las corporaciones para potenciar las áreas de marketing social y conocer cómo renuevan sus actuaciones para influir positivamente en la colectividad. Además, se dan argumentos para transformar las compañías más tradicionales.