

Comunicado de Prensa

Fecha: Sábado, 7 de marzo de 2015

Contactos

Miriam Arrocha, PwC InterAméricas
 Tel: +507 206 9232
 e-mail: miriam.arrocha@pa.pwc.com

Michelle Muñoz, PwC InterAméricas
 Tel: +507 206 9200 ext. 1501
 e-mail: michelle.munoz@pa.pwc.com

Páginas 4

Las mujeres de la Generación Millennial son más seguras y ambiciosas que las de cualquier otra generación

- La oportunidad de evolución profesional ocupa el primer lugar en la lista de las características más atractivas de un empleador.
- El 49% de las mujeres millennials comenzando sus carreras creen que pueden alcanzar los niveles más altos con el empleador actual.
- El 86% de las mujeres de esta generación que están en una relación son parte de una pareja en la que ambos tienen carreras profesionales, mientras que el 66% gana lo mismo o más que sus compañeros o esposos.
- Pero casi la mitad dice que sus empleadores se inclinan más hacia los hombres cuando se trata de ascensos internos.
- Y 71% siente que las oportunidades no son iguales para todos.

Para marcar el Día Internacional de la Mujer el domingo 8 de marzo de 2015, PwC encuestó a 8,756 mujeres millennials (las nacidas entre 1980 y 1995) de 75 países para averiguar cómo se sienten en el mundo laboral y sus carreras.

Top five most attractive employer traits for female millennials



Opportunities for career progression
53%



Competitive wages and other financial incentives
52%



Flexible working arrangements available
35%



Good benefits packages including pensions, healthcare and other benefits
33%



Excellent training and development programmes
27%

©2015 PricewaterhouseCoopers. All rights reserved.

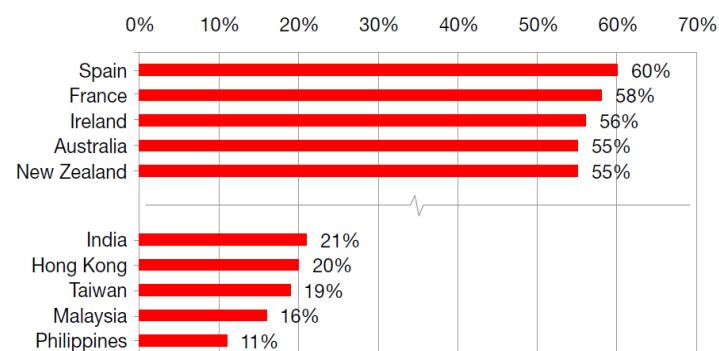
El reporte ***La mujer millennial: Una nueva era del talento*** revela que es mucho más probable que la mujer de esta generación piense que puede alcanzar los niveles más altos con el empleador actual, particularmente, aquellas que están comenzando sus carreras (49%). La mujer millennial clasifica la oportunidad de evolución profesional como la característica más atractiva de un empleador (53%); lo que la hace más segura y ambiciosa sobre su carrera que las mujeres de las generaciones anteriores. Las mujeres millennials en Brasil (76%), India (76%) y Portugal (68%) son las más seguras, mientras que en Japón (11%), Kazajistán (18%) y Alemania (19%) son las menos seguras.

De las mujeres millennials que están en una relación, el 86% es parte de una pareja en la cual ambos tienen carreras profesionales, y el 42% de ellas gana el mismo salario que su pareja o esposo. Y casi un cuarto de ellas (24%) constituye la principal fuente de ingreso en su relación.

Cuando se trata de diversidad, el 86% de las mujeres millennials buscan empleadores con un fuerte historial de diversidad, igualdad e inclusión – y aunque dicen que los empleadores hablan de diversidad, el 71% no siente que las oportunidades sean realmente iguales para todos.

Más aún, el 43% de las mujeres de esta generación creen que los empleadores están fuertemente sesgados a favor del hombre cuando se trata de ascender a los colaboradores dentro de la compañía – 14% más desde 2011. Las mujeres millennials en España (60%), Francia (58%) e Irlanda (56%) consideran que los empleadores en sus países son los que están más parcializados hacia los hombres, versus Malasia (16%) y las Filipinas (11%) en donde las mujeres millennials son más optimistas.

Employers are too male biased when promoting from within (females that agree)



©2015 PricewaterhouseCoopers. All rights reserved.

Dennis Nally, Presidente de PwC Internacional, dice: “Nuestra investigación muestra que cuando se trata de las mujeres millennials, estamos hablando de una nueva era del talento femenino. Las mujeres de esta generación están más preparadas y están entrando a la fuerza laboral en mayor cantidad que en cualquier otra de las generaciones anteriores. Pero esto no es lo único que ha cambiado. También entran a la fuerza laboral con una mentalidad de carrera diferente”.

Ya que la experiencia de una mujer millennial de 34 años con 12 años de experiencia laboral es muy distinta a una de 22 años que apenas empieza su carrera, el reporte ofrece un vistazo a las perspectivas y deseos de la mujer millennial de acuerdo con la etapa de su carrera: las que están comenzando su carrera (mujeres millennials con experiencia laboral de 0-3 años), las que están desarrollando su carrera (de 4-8 años de experiencia laboral) y las que ya tienen una carrera establecida (9 o más años de experiencia laboral).

Agnès Hussherr, Líder Global de Diversidad de PwC dice: “Cuando se trata de ganar poder y patrones, las mujeres millennials son realmente pioneras, con el 66% en una pareja en la que ambos trabajan ganando igual o más que lo que ganan sus parejas o esposos. Mientras más experiencia tenga la mujer millennial, existen más probabilidades de ser la principal fuente de ingreso en su relación. Nuestro estudio encuentra que el 31% de las mujeres millennials con 9 o más años de experiencia son la principal fuente de ingreso en su relación, comparado con un 18% que están comenzando su carrera y 24% que están desarrollando su carrera”.



“Nuestra investigación también disipa algunos de los mitos significativos, por ejemplo que las mujeres dejan sus carreras para tener una familia”, añade. “Es menos probable que la mujer millennial deje a su empleador porque estaba comenzando una familia, y más probable que sea por la falta de oportunidades de hacer carrera. Los empleadores deben comprometerse a una cultura inclusiva y estrategia de talento acorde con la seguridad y ambición de la mujer millennial desde el primer día de su carrera.”

Otros aspectos destacados del reporte de PwC incluye:

- Se puede esperar que esta generación impulse cambios sin precedentes en la cultura organizacional, con una importante demanda de equilibrio personal-profesional y la flexibilidad del 97% de mujeres y el 97% de los hombres millennials.
- La mujer millennial espera una retroalimentación de alta calidad, con enfoque en el futuro y en tiempo real, y a pesar de ser muy conocedora de la tecnología, prefiere que las discusiones de retroalimentación críticas sean frente a frente.
- La demanda de las mujeres de experiencia internacional jamás había sido tan alta con un 71% de las mujeres millennials deseando trabajar fuera de su país de origen durante su carrera. A pesar de esto, actualmente solo un 20% de los transferidos internacionalmente son mujeres.
- Es menos probable que las mujeres millennials quieran trabajar en los sectores de servicios financieros, defensa y gas y petróleo, únicamente por su imagen y reputación.
- Cuando se les preguntó por qué dejarían a su empleador actual, el 19% de las mujeres de esta generación respondió que estaba intentando comenzar una familia y quería pasar más tiempo en casa, comparado con un 18% de hombres de la generación –convirtiendo ésta en la sexta razón más probable por la cual un hombre o mujer millennial dejaría su trabajo.

Además, también publicamos nuestro tercer **Índice de la Mujer en el Trabajo**. Este índice clasifica 27 países de la OCDE en una medida que combina cinco indicadores clave del empoderamiento económico de la mujer: igualdad de ganancias con los hombres, la proporción de las mujeres en el trabajo, tanto en términos absolutos como relativos al hombre; la tasa de desempleo femenino; y la proporción de mujeres en empleos de tiempo completo (ver notas abajo).

Notas a los editores

1. Para saber más sobre las actividades de PwC por el Día Internacional de la Mujer y descargar **La mujer millennial: Una nueva era del talento**, visite pwc.com/iwd. El reporte se basa en una encuesta a más de 10,000 millennials de 75 países, de los cuales 8,756 son mujeres. Más opiniones sobre diversidad también pueden encontrarse en el blog [PwC's Gender Agenda blog](#).
2. En PwC estamos comprometidos a promover la diversidad e inclusión con una gama de programas establecidos para lograr un progreso en el tema. Éstos incluyen [Aspire to Lead: The Women's Leadership Series](#), un foro global sobre mujeres y liderazgo para los estudiantes alrededor del mundo. PwC también se asoció con la campaña de las mujeres de la ONU de [HeForShe](#), la cual espera movilizar mil millones de hombres y mujeres como defensores y agentes de cambio para terminar las persistentes faltas de igualdad que enfrentan las mujeres y niñas globalmente.



3. Para leer más sobre la investigación de PwC sobre los Millennials, échale un vistazo a [Next Generation Diversity: Developing tomorrow's female leaders; Millennials at work](#); y [PwC's NextGen: A global generational study](#).
4. Recientemente publicamos los últimos resultados del *Índice de la Mujer en el Trabajo*, que demuestra que los países nórdicos lideran el índice, con Noruega manteniendo la primera posición, seguido de Dinamarca y Suecia. El Índice de Mujeres en el Trabajo es un promedio ponderado de cinco medidas clave que reflejan el empoderamiento económico de las mujeres utilizando datos de la OCDE y oficinas de estadísticas nacionales:
 - La brecha salarial por género (peso de 25%)
 - Tasa de participación femenina en la fuerza laboral (peso de 25%)
 - La brecha entre las tasas de participación en la fuerza laboral femenina y masculina (peso de 20%)
 - La tasa de desempleo femenina (peso de 20%)
 - La proporción de trabajadoras que están en un empleo de tiempo completo (peso de 10%).

Para acceder a un reporte completo que ofrece mayores detalles sobre la metodología y resultados, incluyendo tendencias en indicadores individuales, visite:
<http://www.pwc.co.uk/the-economy/publications/women-in-work-index.jhtml>

Sobre PwC

Las firmas PwC ayudan a las organizaciones e individuos a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas con más de 195,000 personas en 157 países, comprometidos en brindar calidad en servicios de auditoría, impuestos y consultoría. Díganos qué es importante para usted y encuentre más información visitándonos en www.pwc.com/interamericas.

PwC se refiere a la red de PwC y/o una o más de sus firmas miembros, cada una de las cuales es una entidad legalmente separada. Ver www.pwc.com/structure para más detalles.

© 2015 PwC. Todos los derechos reservados.