



# Liderazgo creciente de las mujeres en la cadena alimentaria

✦ Silvia Resa López

Periodista

**Resumen:** Aunque sea preciso salvar obstáculos como el de la conciliación laboral-familiar o el de la brecha existente en materia de formación de estudios técnicos, la evolución del protagonismo de las mujeres en los diferentes eslabones de la cadena alimentaria es positiva, tal y como recogen los distintos sectores consultados para elaborar este artículo.

La titularidad compartida en el campo, la presencia de las mujeres en la industria alimentaria, en las empresas franquiciadoras, en las de distribución minorista y en las de restauración definen el nuevo rol de desempeño de las mujeres en el sector de gran consumo.

La evolución de la presencia de las mujeres en la industria de alimentación y bebidas durante los últimos cinco años ha disfrutado de un avance significativo, sobre todo en el segmento de bebidas, donde gana una cuota que se despegaba hasta en diez puntos porcentuales con respecto al conjunto de la industria manufacturera.

En sectores como el de comercio minorista especializado, el modelo de relación laboral ha cambiado de vertical a horizontal, por lo que el compañerismo entre los trabajadores, hombres y mujeres, funciona mejor.

**Palabras clave:** Mujeres. Cadena de valor. Igualdad. Conciliación. Liderazgo. Visibilidad. Empoderamiento.

En la cadena de valor de gran consumo en España, el empleo femenino alcanza casi el 28% en el sector primario, el 38% en la industria de alimentación y bebidas, el 78% en las empresas franquiciadoras, el 65% en la gran distribución, el 52% en el comercio especializado de pesca y cerca del 55% del empleo en hostelería. No obstante, aspectos como la todavía insuficiente conciliación laboral o el rol tradicional de la mujer como cuidadora de la unidad familiar, que aún se mantiene, ralentizan una mayor extensión del protagonismo de las mujeres en la actividad empresarial a pesar de que esta realidad se haya convertido en ventaja competitiva para muchas empresas.

“Ojalá que, dentro de unos años, podamos tachar la palabra mujeres de este foro y sea sólo una reunión del sector cárnico, en la que, por ejemplo, participen cuatro mujeres, sin que esto sea algo destacable, ni se haya buscado que sea así”, dice Elena Martínez, consejera delegada de Martínez Somalo, empresa de la industria cárnica.

Elena Martínez hizo estas declaraciones durante el VI Encuentro de Mujeres en el sector cárnico, organizado por Carnimad (Asociación de Empresarios y Profesionales de la Carne y Derivados), en el marco de la feria Meat Attraction.

En dicho encuentro, en el que participaron las representantes de la cadena de valor del sector cárnico, se destacó “la importancia de cuidar el sector desde la base, el campo, reclamando para ello el apoyo de las administraciones públicas, flexibilizando e individualizando la normativa a las circunstancias particulares de cada subsector”.

En ese debate se destacó que en el pasado muchas de estas mujeres, pese a ser líderes, se quedaban en un segundo plano. Pero ahora las mujeres están visibilizando su labor públicamente, participando en foros, formando parte de grupos de trabajo y aprovechando la oportunidad que los nuevos canales digitales ofrecen para darse a conocer, formando parte, así, de un movimiento en el que las mujeres del sector cárnico ya no están escondidas y se convierten en referentes para las nuevas generaciones potenciando, de esta manera, el relevo en el sector.

Liderazgo creciente es la expresión que, quizá, mejor describa la evolución del papel de las mujeres en la cadena de valor de gran consumo a lo largo de los últimos años.

Aunque todavía sea preciso salvar obstáculos como el de la conciliación laboral-familiar o el de la brecha existente en materia de formación de estudios técni-

cos, la evolución es positiva, tal y como recogen los distintos sectores consultados.

“La evolución de la presencia de las mujeres en la industria de alimentación y bebidas durante los últimos cinco años ha disfrutado de un avance significativo”, dice Karina Pereira, portavoz de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB); “especialmente en el sector de las bebidas, donde gana una cuota con una diferencia de hasta diez puntos porcentuales respecto al conjunto de la industria manufacturera”.

Pereira afirma que “durante los últimos años el porcentaje de ocupación de las mujeres en la industria alimentaria ha rondado una tasa del 38-39% con unas mínimas variaciones al alza en los últimos años.

### EL PESO FEMENINO EN EL LIDERAZGO

“Un campo con mujeres es un país con futuro”, dice Begoña García, secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación; “donde hay mujeres rurales, hay comunidad, hay producción, hay arraigo y hay resiliencia”.

Durante la jornada “Mujeres y emergencia climática”, celebrada en León en octubre pasado, Begoña García puso en valor la titularidad compartida, que permite que una pareja gestione una explotación agraria de manera conjunta, “reconociendo a las mujeres como lo que son, copropietarias, gestoras y decisoras de sus explotaciones”.

Castilla y León es la comunidad con más explotaciones en titularidad compartida de toda España (713), y en concreto León, con 221, es la provincia que dispone de un mayor número.

El peso del liderazgo femenino en España no es el mismo en todos los sectores productivos, especialmente si se tiene en cuenta el rango laboral. Por ejemplo, en datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), a principios de 2025 el 38,4% de las mujeres en España ocupaban puestos directivos.

Una conclusión similar se extrae del estudio La Mujer en la Franquicia 2025, que recoge que actualmente el 33,31% de los puestos directivos existentes en la franquicia en España corresponden a mujeres.

Por sectores, el de belleza y estética contabiliza 375 mujeres directivas para un total de 106 empresas, lo que supone el 48,51%; le sigue el de servicios, con 177 empresas y el 44,26%; moda, con 214 empresas y el 41,15%; alimentación, con 66 franquicias y el 38,98% y hostelería, con 269 cadenas y el 37,07%.



“Respecto a la presencia de la mujer en puestos directivos, desde la AEF estamos convencidos de que esta tendencia al alza va a continuar en los próximos años y habrá más mujeres asumiendo puestos de responsabilidad, así como el liderazgo en la gestión de sus propios negocios, operando mediante franquicias”, dice Luisa Masuet, presidenta de la Asociación Española de Franquicia (AEF).

“Partiendo del dato de que el 77,97% de las empresas franquiciadoras cuentan con la presencia de alguna mujer en sus órganos de dirección, la diferencia se establece en la capacidad que puede tener una mujer en la toma de decisiones y en la responsabilidad a la hora de que lleven a cabo un proyecto”.

Casi 330 mujeres son directivas al frente de una franquicia, bien como CEO o como directora general, lo que supone el 10,6% del total. “La evolución respecto a la primera edición de este informe, en 2021, es positiva, ya que hace tan sólo cuatro años las mujeres ocupaban el 21,82% de los puestos directivos en la franquicia, por el 33,31% actual, lo que supone un avance significativo”, dice Masuet.

Además, en 2021 el 67,5% de las empresas franquiciadoras contaban con la presencia de mujeres en sus órganos de dirección frente al 77,97% actual.

“Son datos que confirman la tendencia que la presencia de la mujer sigue creciendo en los cargos de responsabilidad y en la toma de decisiones dentro de las franquicias que operan en nuestro país”.

## DISCRIMINACIÓN EN EL SECTOR PRIMARIO

Si volvemos al campo, la situación es más compleja, tal y como dice Teresa López, presidenta de FADEMUR (Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales), “porque la discriminación persiste en múltiples formas, tales como un menor acceso a la titularidad, la menor representatividad en espacios de decisión, las dificultades para emprender, la desigualdad salarial y una carga desproporcionada en el reparto de tareas domésticas y de cuidados”.

“FADEMUR cuenta con presencia en prácticamente todas las comunidades autónomas, a través de organizaciones territoriales que trabajan de forma coordinada, tejiendo una red que, a día de hoy, nos permite estar cerca de las realidades locales, pero también de incidir mediante la interlocución con administraciones, instituciones y otros agentes sociales del ámbito nacional”, dice la presidenta.

“Gracias a esta gran red, FADEMUR actúa como una voz sólida y reconocida en la defensa de los derechos, las oportunidades y el desarrollo sostenible de las mujeres que viven y trabajan en el medio rural”.

Y es que, según la responsable de esta organización, “las mujeres rurales sufren una doble discriminación: una por su sexo y otra por vivir y trabajar en un ámbito muchas veces hostil”; “la estructura patriarcal y los roles de género persisten de forma más estricta en los pueblos y reducen aún más las oportunidades a las que pueden acceder las mujeres en ellos”.



**Para Matilde García, presidenta de La Distribución Anged, la organización que agrupa a las grandes empresas del sector, con más de 7.200 establecimientos pertenecientes a sus 21 asociados, “la distribución comercial es uno de los sectores que más empleo femenino genera en España”; en concreto, nuestras empresas asociadas cuentan con 150.000 trabajadoras, lo que representa el 65% de la plantilla”.**

“Somos una organización de ámbito estatal, declarada de utilidad pública, que representa a miles de mujeres rurales en todo el territorio español”, dice López; “a pesar de que trabajamos desde hace más de veinte años para que la situación de las mujeres rurales mejore, las emprendedoras de los pueblos todavía enfrentan la desigualdad en su día a día y de ellas no se muestra aún una visión clara de su realidad”.

La aprobación de políticas de igualdad específicas para el medio rural, el incremento de los programas de formación y empoderamiento, para reforzar la autonomía laboral y económica de las mujeres o la reclamación de la ley de Titularidad Compartida son algunas de las estrategias de esta organización, con el objetivo de lograr los derechos y la visibilidad de las mujeres en el sector agrario.

FADEMUR destaca que a las mujeres rurales se les plantean los siguientes desafíos:

- La falta de reconocimiento y visibilidad de su papel en la economía rural, especialmente en sectores como la agricultura, los cuidados o el emprendimiento.
- La desigualdad en el acceso a recursos como la tierra, la titularidad de las explotaciones, la financiación o la formación.
- La carga de trabajo no remunerado, que sigue recayendo mayoritariamente sobre ellas y complica la conciliación familiar, laboral y personal.
- La despoblación y la falta de servicios (sanitarios,

educativos, de transporte o conectividad digital), que limita sus oportunidades laborales y sociales.

“A pesar de estas dificultades, las mujeres rurales son motor de innovación, emprendimiento y cohesión social en sus territorios y desde Fademur trabajamos para que tengan las mismas oportunidades que cualquier otra mujer, viva donde viva”, dice Teresa López.

### EL GRAN RETO DE LA CONCILIACIÓN FAMILIAR

Por su parte, desde la asociación de fabricantes y distribuidores Aecoc, Maite Saeta, responsable de Gestión del Talento, Diversidad y Empleabilidad de la asociación de Fabricantes y Distribuidores (Aecoc); afirma que “nuestra prioridad es la diversidad de género, especialmente en alta dirección”.

Para la responsable de Gestión del Talento en Aecoc, “la tendencia hacia la conciliación está avanzando, aunque es mejorable; las que más difícil lo tenían hasta ahora eran las compañías de distribución que, no obstante, han de entrar si desean obtener el talento que precisan”.

Karina Pereira, portavoz de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), también comparte lo que parece ser el eje común a toda mujer trabajadora: la conciliación, “porque las mujeres continuamos siendo el principal pilar sobre el que recaen las responsabilidades domésticas y de cuidado a menores o personas dependientes respecto a los hombres, con el consiguiente impacto en el ámbito laboral”.

No obstante, Pereira reconoce que “durante los últimos años se ha conseguido un gran avance en la conciliación laboral de las familias en el sector a través de, por ejemplo, medidas como la equiparación de la baja por maternidad y paternidad, “lo que ha facilitado la reincorporación de la mujer al plano laboral, al compartir el cuidado de los hijos”. Flexibilidad y teletrabajo son mecanismos promovidos por esta patronal “para continuar fomentando la conciliación familiar en el empleo de la industria”.

Para Matilde García, presidenta de La Distribución Anged, la organización que agrupa a las grandes empresas del sector, con más de 7.200 establecimientos pertenecientes a sus 21 asociados, “la distribución comercial es uno de los sectores que más empleo femenino genera en España”; en concreto, nuestras empresas asociadas cuentan con 150.000 trabajadoras, lo que representa el 65% de la plantilla”.



“Hay un compromiso por eliminar las barreras que han frenado el desarrollo profesional de las mujeres y su promoción dentro de las compañías”, dice García; “en algunas de nuestras empresas asociadas, más de la mitad de los puestos directivos ya están liderados por mujeres”.

Y, de nuevo, las herramientas decisivas son la formación, la supresión de barreras de todo tipo y los cambios en la cultura corporativa “fundamentales para detectar ese talento femenino que se puede incorporar a los puestos de dirección”.

Cinco mujeres tienen el puesto ejecutivo más alto en otras cinco empresas asociadas a Anged: la presidenta de El Corte Inglés, Marta Álvarez (junto a otras tres mujeres presentes en el consejo de administración de la compañía), la consejera delegada de Grupo Eroski, Rosa Carabel, su homónima en Carrefour España, Elodie Perthuisot, la CEO de Avolta (empresa minorista suiza que opera tiendas libres de impuestos y otros negocios de retail en aeropuertos y ubicaciones turísticas), Ángeles Montesdeoca y la consejera delegada de Costco España, Diane Tucci.

Con respecto a la conciliación laboral en el sector de las grandes empresas de distribución minorista, Matilde García destaca su convenio colectivo “el único a nivel nacional para el comercio y el más importante, pues ha incorporado medidas tales como la limitación al trabajo en domingos y festivos hasta un máximo del 30% de los días autorizados, disponer de descansos de calidad (dado que dicho acuerdo, al contrario que la mayoría de los sectoriales, que no limitan el trabajo en sábado, contempla nueve fines de semana completos de descanso, la planificación trimestral de la jornada, la adaptación del puesto de trabajo a las mujeres embarazadas, la posibilidad de reducciones de jornada (más allá de prevista en la Ley) hasta que los menores alcancen los trece años,

así como las políticas de Igualdad transversales en todas las empresas a través de Planes de Igualdad acordados y firmados en el ámbito de la empresa con más del 98% de las representaciones legales de los trabajadores.

“La conciliación es lo que más dificulta el papel de las mujeres”, dice Luisa Álvarez, presidenta de la Federación de Asociaciones de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (Fedepesca), organización que agrupa 7.000 puntos de venta especializados en la venta de pescados a través de 22 agrupaciones.

“No obstante, es preciso conocer el trabajo conjunto que se hace en las pescaderías tradicionales, negocios en su mayoría heredados y por tradición y que son los que mejor funcionan, con historias de mujeres que se ven apoyadas por compañeros del sector”, dice Álvarez.

Fedepesca participa en el proyecto Fishmongers 4 Blue Aquaculture Growth (F4BAC), cofinanciado entre la Fundación Biodiversidad y el Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y Acuicultura (FEMPA) a partir de diversas sesiones dedicadas a la igualdad, a perspectiva de género y el empoderamiento femenino en el sector comercializador de productos pesqueros y acuícolas.

“El sector sigue avanzando, si bien los sesgos en ambos siguen existiendo”, dice Luisa Álvarez; “en estas sesiones, en las que han participado expertas en igualdad y mujeres operadoras del gremio, estas últimas son conscientes de lo que han evolucionado”.

Y, como fondo, una idea que remarca el escenario de igualdad: “no podemos dejar atrás a los hombres, pues tienen asumidos roles que les impiden expresar sus emociones”.



“Afortunadamente se están logrando avances en este ámbito, aunque de manera muy lenta”, dice Luisa Masuet, presidenta de la AEF; “es cierto que la mujer suele asumir no sólo las responsabilidades laborales, sino también las familiares, lo cual es una realidad que debemos transformar, para alcanzar la equidad en la conciliación”.

En este sentido, según Masuet, “es fundamental que los hombres adopten plenamente su papel como padres y asuman sus responsabilidades en el hogar, sin limitarse únicamente al rol de trabajadores”.



De nuevo en el mundo rural, “la conciliación sigue siendo una asignatura pendiente, según Teresa López, presidenta de Fademur; “la falta de recursos y de servicios en este medio hacen que, en muchas ocasiones, las mujeres tengan que abandonar sus proyectos profesionales para dedicar más tiempo a su rol de cuidadoras”.

“Si bien las mujeres juegan un papel esencial en el reto demográfico de este país y su figura es clave para fijar la población y vertebrar nuestro territorio, todavía asumen una gran parte de las tareas del cuidado y del trabajo doméstico, a lo que se suma la falta de servicios básicos y de infraestructuras tales como centros de día, escuelas infantiles, transporte público o servicios de apoyo a la dependencia”, dice la presidenta de Fademur.

“Esta situación provoca dobles y triples jornadas que afectan al bienestar de las mujeres y limitan su desarrollo profesional”.

## QUÉ SE PUEDE MEJORAR

Aunque el liderazgo de las mujeres es creciente, existen escollos como la conciliación laboral-familiar o la formación, que siguen actuando como frenos. Plantea la pregunta ¿qué aspectos se pueden mejorar para avanzar en la igualdad laboral y familiar entre hombres y mujeres? las representantes de los sectores implicados coinciden en un mensaje optimista, aunque no exento de grandes dificultades que aún hay que superar.

Para Luisa Masuet. Presidenta de la AEF, es fundamental que se considere a las mujeres plenamente capacitadas para asumir responsabilidades y que pueda tomar decisiones, al igual que cualquier hombre”.

“Que se confíe en su trabajo, en su capacidad de gestión y en que pueden dirigir una empresa, al mismo nivel que un hombre, no tiene por qué haber diferencias únicamente por una cuestión de sexo”.

“Considero que las mujeres deben seguir ganando espacio y protagonismo en el ámbito laboral –afirma Masuet-, recibiendo las mismas oportunidades que los hombres y percibiendo salarios equivalentes por el mismo trabajo”.

En cuanto a su experiencia personal, Masuet dice: “como mujer, en mi trabajo desempeño puestos de responsabilidad y debo tomar decisiones, algo que valoro muy positivamente, pues me permite ser autónoma en la gestión de mis tareas, dirigir equipos y ser plenamente consciente de la importancia de la labor que realizo”.

La presidenta de la AEF dice que en ningún momento se ha sentido discriminada por el hecho de ser mujer; “he dirigido equipos en los que había hombres y lo importante, sobre todo, es saber delegar, escuchar al equipo y no imponer criterios”.

Por su parte, Karina Pereira, portavoz de FIAB considera que “habría que reforzar el impulso actual de la industria hacia perfiles cualificados y especializados, facilitando recursos y mecanismos para que las mujeres continúen consolidando su posición en la industria hacia puestos cada vez de mayor impacto y representatividad dentro del sector”.

“También en los puestos de dirección; como medida natural ante la progresiva profesionalización de las empresas hacia estructuras organizativas orientadas a la internacionalización y la sostenibilidad de la industria”.

Matilde García, presidenta La Distribución ANGED, destaca el compromiso de sus empresas asociadas

**Aunque el liderazgo de las mujeres es creciente, existen escollos como la conciliación laboral-familiar o la formación, que siguen actuando como frenos. Planteada la pregunta ¿qué aspectos se pueden mejorar para avanzar en la igualdad laboral y familiar entre hombres y mujeres? las representantes de los sectores implicados coinciden en un mensaje optimista, aunque no exento de grandes dificultades que aún hay que superar.**

en la sensibilización y lucha contra la violencia de género, la discriminación o la inserción laboral de mujeres con discapacidad”.

Mientras que para Luisa Álvarez, directora de Fedepesca, “se ha notado un cambio en todas las generaciones, hay personas que colaboran codo con codo y a quienes les gusta mucho su trabajo, aunque es muy exigente en dedicación, especialmente siendo autónomos, con abastecimiento nocturno y un horario comercial determinado”. “Sin embargo, hoy son las mujeres las que hacen todo el proceso, montan el negocio y son innovadoras”.

Trinidad Gómez, vocal de Carnimad, considera que “la situación de las mujeres en el sector cárnico no es muy diferente a la de los hombres, aunque habría que diferenciar entre la distribución a nivel de pequeñas empresas con comercio especializado y atención personalizada al cliente, y las grandes empresas con un modelo supermercado o de gran superficie”.

“En el primer modelo, la falta de personal para integrar en las plantillas es el mayor problema, al igual que ocurre en otras actividades como pescaderías o fruterías.

Teresa López, presidenta de FADEMUR, insiste en que para avanzar en la igualdad real en el medio rural es imprescindible reforzar las políticas específicas que faciliten el desarrollo personal y profesional de las mujeres. “Para nosotras es prioritario que mejore el acceso a la titularidad de las explotaciones y a la financiación para proyectos de emprendimiento; la disponibilidad de servicios públicos como la sanidad, la educación, el transporte y la conectividad digital, es decir, todo aquello que permita a las mujeres vivir y trabajar en igualdad de condiciones con las zonas urbanas; la formación y la digitalización, claves para que las mujeres rurales puedan realizar un trabajo más eficiente y competir en mercados cada vez más tecnificados; la corresponsabilidad y los servicios de cuidados que reduzcan la sobrecarga doméstica que ellas siguen asumiendo en mayor medida”.

Finalmente, Begoña García, secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación, concluyó en la jornada “Mujeres y emergencia climática”, que “la igualdad no se declara, se garantiza; por ello el Pacto de Estado frente a la Emergencia Climática no estará completo sin las mujeres rurales”.

“El futuro del campo español, y con él, el futuro del país, depende de que sepamos unir justicia climática, justicia social e igualdad. La lucha contra la emergencia climática no empieza en los despachos, sino en los pueblos, las granjas y la vida real”.

#### EMPRESAS COMPROMETIDAS

En la cadena de valor, el apoyo al liderazgo femenino constituye no sólo un mecanismo de cambio y mejora en materia de recursos humanos, sino que también entra de lleno en el área social de la Responsabilidad Social Corporativa o RSC.

Aunque se trata de un compromiso voluntario por parte de las empresas y entidades, no cabe duda de que dicho apoyo suma como valor añadido en la estrategia de marketing de las compañías.

En datos globales, el 62% de la plantilla del grupo El Corte Inglés está formada por mujeres, el 31% pertenece al grupo profesional de mandos, el 48% son coordinadoras, son el 66% de los técnicos, el 67% de los profesionales y el 61% del personal base.

El Corte Inglés fue pionero en España a través de su primer Plan de Igualdad en 2008, anticipándose a buena parte de las principales empresas cotizadas del IBEX 35.

En la actualidad, su consejo de Administración cuenta con cuatro mujeres, entre ellas su presidenta, Marta Álvarez, y promueve a la mujer en la incorporación de puestos directivos; de hecho, el 30,9% de los cargos de responsabilidad están ocupados por mujeres.

Las políticas retributivas se desarrollan a partir de criterios de equidad y no discriminación, siendo su



brecha salarial del 3,53% en 2022, lo que implica una mejora con respecto al índice de un año antes, situado en el 5,36%.

Las medidas específicas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal juegan un papel importante en la promoción de la igualdad.

De tal manera que las personas que se acojan a los beneficios relacionados con la conciliación no vean afectado ni su desarrollo profesional, ni sus posibilidades de promoción en la compañía.

Eliminar las barreras que puedan encontrar las mujeres en la promoción del talento e impulsar el empoderamiento femenino son objetivos para Elodie Perthuisot, CEO de Carrefour en España.

Carrefour lanzó hace cuatro años el programa #MujeresCarrefour, iniciativa que pretende asegurar la igualdad de oportunidades.

“Tanto a través del mencionado programa como de otras campañas, la compañía está trabajando intensamente en hacer visible del talento femenino en multitud de foros”, dice una portavoz del grupo; “las políticas corporativas de igualdad de género y diversidad forman parte del ADN de Carrefour España”.

El 42% de puestos de responsabilidad en Alcampo está desarrollado por mujeres, lo que representa un crecimiento de tres puntos porcentuales con respecto al ejercicio anterior.

Su comité de Dirección ha incorporado a tres mujeres, por lo que ya suman cuatro en el órgano directivo.

Hace dos años Alcampo firmó el III Plan de Igualdad Efectiva, que recoge entre otras medidas, facilitar el acompañamiento de hijos o familiares en situación de dependencia, el cambio de horario o turno para las personas trabajadoras con menores a cargo en el periodo de adaptación o también una selección

prioritaria del sexo infrarrepresentado, en igualdad de idoneidad de los candidatos.

La compañía ha promovido la iniciativa *Empowering Women's Talent* para el desarrollo del liderazgo y el talento femenino que pretende enseñar, compartir e inspirar sobre igualdad y diversidad de género.

Su plan de formación y sensibilización interno pretende reforzar a las mujeres de la empresa.

Por su parte, Eroski creó la Comisión para la Igualdad y el Observatorio de Igualdad hace veinte años, como herramientas para velar por el cumplimiento en toda la organización.

La primera agrupa varias áreas de trabajo: uso del lenguaje, eliminación de barreras físicas y de salud, eliminación de barreras sociales, desarrollo personal y profesional y conciliación de la vida personal y profesional. A esto se suma un canal de Denuncia y un protocolo contra el acoso.

En Eroski el 77% de la plantilla son mujeres, prácticamente a la par con el porcentaje en puestos de responsabilidad, que ya alcanza el 74%. Además, la presencia de mujeres es mayoritaria en los órganos de gobierno corporativo, alcanzando el 86%.

“La celebración del Día Internacional de la Mujer es una fecha importante, que refleja el compromiso con la igualdad de género y la inclusión”, dice Rosa Cabel, CEO de Eroski; “es un reconocimiento al papel fundamental que las mujeres jugamos a diario en todos los ámbitos de la vida”.

## EL TALENTO NO TIENE GÉNERO

Que el talento no tiene género no es sólo un mantra, sino la expresión de una realidad a lo largo de la cadena de valor del gran consumo. “Creemos firmemente que el talento no tiene género y que la igualdad no es sólo un objetivo, sino una responsabilidad compartida”, dice Inmaculada Núñez, directora de Sabadell Franquicias; “apostar por el liderazgo femenino es hacerlo por un modelo empresarial más sólido, inclusivo y preparado para afrontar los retos del futuro”.

Núñez ha hecho estas declaraciones durante la presentación de *La Mujer en la Franquicia*, por la AEF, informe del que es patrocinador Banco Sabadell.

“Desde Banco Sabadell reafirmamos nuestro compromiso con la igualdad de género en el ecosistema franquiciador, apoyando por tercer año consecutivo el estudio”, dice la directora de Sabadell Franquicias;





“a través del mismo se demuestra que avanzamos en la dirección correcta, aunque todavía queda camino por recorrer”.

“Lo relevante es que sea buen profesional, sea mujer u hombre, pues no se puede desperdiciar el talento”, dice Luisa Álvarez, directora de Fedepesca; mientras que, para Teresa López, presidenta de FADEMUR. “las mujeres rurales aportan una serie de fortalezas muy valiosas en el ámbito laboral, pues tienen una capacidad de resiliencia y adaptación bastante alta, fruto del trabajo en entornos con recursos limitados”.

### ¿QUÉ PASA EN LA HOSTELERÍA?

Más mujeres que hombres. Esta es la realidad del empleo en el sector de hostelería, con un millón de trabajadoras, que suponen de media el 55% sobre el total. En alojamiento representan más del 57%, mientras que rozan el 54% en actividades de restauración, según fuentes de Hostelería de España.

“El predominio del empleo femenino sobre el masculino se observa especialmente en los grupos de edad entre los 30 y los 60 años, equiparándose prácticamente por sexo los menores de 30 años”, dice la portavoz de la organización; “en el último año, el empleo femenino creció a mayor ritmo que el masculino, pues de los más de 95.000 empleos creados en 2024, la mayor parte correspondió a mujeres, 65.000 trabajadoras”.

A la hora de medir, es preciso tener en cuenta una diferenciación, pues no es lo mismo que la mujer participe en la cadena de producción o lo haga en puestos de dirección como administrativas, mandos intermedios o directivas.

“Aunque las mujeres son mayoría en el empleo operativo, su presencia en cargos de dirección sigue siendo baja”, dice Ana Beriain, presidenta de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Navarra y vicepresidenta de Hostelería de España; “del total del empleo femenino en hostelería, las mujeres empresarias representan el 13,7%, en restauración el porcentaje sube al 16,9%, frente al 4,7% en el alojamiento”.

Aunque se está avanzando en el sector, éste tiene un freno parcial, como es que el 95% del tejido empresarial está formado por micropymes “en su mayoría de carácter familiar, en las que las mujeres han estado presentes con un rol relevante, aunque casi sin visibilidad”, dice Beriain.

“Sin embargo, esto empieza a cambiar, por lo que cada vez hay más mujeres que figuran como cabezas

**Más mujeres que hombres. Esta es la realidad del empleo en el sector de hostelería, con un millón de trabajadoras, que suponen de media el 55% sobre el total. En alojamiento representan más del 57%, mientras que rozan el 54% en actividades de restauración, según fuentes de Hostelería de España.**

visibles de sus negocios, que aparecen en las listas de las grandes guías culinarias con reconocimiento internacional, convirtiéndose en referentes y con verdadera capacidad de influencia”, dice la vicepresidenta de Hostelería de España.

Por lo que se refiere a la variación de la participación del trabajo femenino con respecto al masculino en Horeca (Hostelería y Restauración) depende del segmento estudiado.

Mientras en restauración el empleo de mujeres creció en 2024 el 10% (frente al 1,7% en el caso del empleo masculino), en alojamiento fue el masculino el que creció a doble ritmo con respecto al de las mujeres (20% para ellos y 10% de crecimiento para ellas)

“Es un sector de referencia en el ámbito internacional, pues nuestra gastronomía y modelo de hostelería se copian en todos los rincones del mundo”, dice Beriain; “nuestras empresas tienen que estar a la altura de esa posición de liderazgo que ostentamos”.

En una encuesta reciente de SigmaDos para Hostelería de España se recoge que, a la hora de elegir un empleo, los trabajadores situaban las condiciones de conciliación por encima incluso del sueldo. “Las nuevas generaciones cada vez valoran más esa conciliación, no sólo con la vida familiar sino con su vida personal y la capacidad de tener tiempo libre”, dice la vicepresidenta de Hostelería de España.

Lo cual, tratándose del sector del que se trata, es complicado “dado que la mayor intensidad de trabajo se produce cuando la gente disfruta de su tiempo libre como fines de semana, vacaciones o durante las tardes-noches”; “aun así, las empresas están trabajando en ello y aquéllas con plantillas más amplias organizan los turnos con suficiente antelación, según las necesidades o preferencias de los trabajadores, para intentar adaptarse a las circunstancias de todos”. ■