

Gestión Empresarial

IGUALDAD SALARIAL

El teletrabajo revolucionará las políticas retributivas

El Covid-19 será un punto de inflexión hacia un modelo de liderazgo de equipos virtuales más transformacional

María Teresa Coca BARCELONA.

La digitalización del trabajo que se ha impuesto en las empresas por el Covid-19 puede ser el detonante para la igualdad salarial y de responsabilidad femenina en los puestos directivos en España, según Indry Canchila, ingeniera industrial y socia directiva de consultoría de Icsa. En los últimos cinco años, en plena recuperación económica, las diferencias salariales se habían reducían tímidamente al igual que mejoraba la presencia de la mujer en la dirección de las compañías, pero las cifras quedan aún muy lejos de los datos de 2008 cuando la coyuntura era más favorable.

Canchila, autora del informe *Talento femenino 2020. Diferencias salariales y cuota de presencia femenina*, presentado por Icsa Grupo y EADA Business School, advierte del temor a una vuelta por los efectos de la crisis del coronavirus en el mercado de trabajo. “Se ha demostrado que las mujeres son las principales perjudicadas del mercado de trabajo en periodos de crisis”, manifiesta, pero admite que la forma en que se salga de la actual situación puede ser una oportunidad para el talento femenino.

Apunta a un nuevo modelo de liderazgo y la organización del trabajo en el que el teletrabajo tendrá un papel esencial, pero siempre que se establezcan unos protocolos a seguir de manera unánime y consensuada en el mundo empresarial. Aline Masuda, profesora de EADA Business School, y colaboradora de Indry Canchila, añade que “las directivas suelen poseer un estilo de liderazgo más transformacional que no se basa en el mando y el control y sí en la confianza, la participación y la inspiración, fundamentales cuando uno tiene que liderar a distancia un entorno donde los equipos virtuales y el teletrabajo serán más habituales”.

Ello provocará cambios en materia retributiva apuntan a que la persona será el eje de la compensación salarial y que por lo tanto deberá ajustarse a sus necesidades individuales desde el reconocimiento al compromiso, con un sistema de retribución justo y equitativo, que tenga en cuenta valores más intangibles, más humanos.

Ambas expertas argumentan que hay estudios en Japón y Sudamérica que muestran como el teletrabajo mal aplicado empeora la situación de la mujer en el campo pro-



ISTOCK

Un 15,9% de directivas en España

Las mujeres ocupan el 15,9% de los puestos directivos en España, con una brecha salarial del 16,4% con respecto a sus homólogos masculinos. Las cifras, extraídas en una encuesta de más de 80.000 individuos, muestran que las empresas están más masculinizadas según el grado de responsabilidad profesional. Si bien la presencia de la mujer está incrementándose en la pyme, solo un 1,57% toman decisiones en la gran empresa, y generalmente es en recursos humanos o finanzas.

fesional y de la conciliación porque no se establece con un mínimo de garantías tecnológicas, de ubicuidad doméstica y de horario. Las cifras de que disponen indican que durante el confinamiento, las mujeres dedican más tiempo al cuidado de la casa, a la escolarización y a la familia, en general, sacrificando si es necesario el tiempo de su trabajo. De ahí que reclamen una regulación y a las empresas que formen a las personas en la gestión del tiempo y a los directivos en la gestión a distancia por objetivos. De lo contrario, como ha quedado demostrado en las condiciones actuales de semiconfinamiento, el teletrabajo forzoso produce una situación perversa que no favorece el desarrollo profesional de la mujer.

@ Más información en www.economista.es

El gigante portugués Sonae entra en el capital de Sales Layer

El grupo lidera una ronda de 3,5 millones de inversión en la firma valenciana

Dani Valero VALENCIA.

La CNMV portuguesa reveló la pasada semana el cierre de una ronda de 3,5 millones de euros de tipo *Serie A* en favor de la valenciana Sales Layer, una inversión que lideró Sonae IM -el brazo inversor tecnológico de la multinacional portuguesa Sonae, que cuenta con un amplio portfolio de marcas líderes de mercado, en especial de *retail* y telecomunicaciones-. Grupo Sonae, especializado en la venta al por menor y en telecomunicaciones, factura más de 6.000 millones de euros.

El fondo de capital riesgo hispano-israelí Swanlaab Venture Factory y el inversor corporativo Global Omnium también se sumaron a esta ronda. Esta financiación permitirá a Sales Layer expandir sus operaciones internacionales, invertir en ventas y marketing, ampliar su infraestructura operativa para hacer frente al crecimiento de la demanda, y reforzar su equipo de atención al cliente.

Fundada por los emprendedores Álvaro Verdoy e Iban Borràs, Sales Layer se ha convertido en una de las soluciones de Product Information Management (PIM) líderes del mercado, con el objetivo de ayudar a marcas y *retailers* a transformar sus catálogos mediante un centro de control digital, multicanal y enriquecido.

“La tecnología PIM está sustituyendo a las desfasadas hojas de cálculo a la hora de compartir información de producto. Esta tecnología disruptiva utiliza un sistema de gestión de catálogo en la nube, que permite conectar la información de producto a cien-

tos de canales en la cadena de suministro”, expone la firma sobre su negocio.

Sales Layer se describe como “un participante clave” de su sector y se orienta a “revolucionar la manera en que los distribuidores abordan su gestión de catálogo, para apoyarlos en las compras *online* y la mejora de la experiencia de producto de sus clientes”. “Con el aumento en el comercio *online* debido a la pandemia, la innovación y la inversión en infraestructuras digitales se están volviendo esencial para las empresas de todo el mundo. Sales Layer, como elemento clave en esta transformación, ha experimentado un crecimiento inmediato”, indicaron.

Durante los dos últimos años, “Sales Layer ha mostrado un cre-

6.000
MILLONES DE EUROS

Es la facturación anual de Sonae, quien ha liderado la ronda de inversión en la 'startup' española.

cimiento en ventas excepcional (superior al 300%) y una expansión global acelerada que ha atraído más de 200 nuevas empresas en más de 25 países. La base de clientes de la compañía incluye fabricantes y *retailers* globales como Teka, Rexel, Bobux, Reebok y Fermax”, precisan.

Sales Layer se centrará ahora en la expansión de sus operaciones internacionales y en triplicar su equipo a más de 80 empleados, “apoyándose en una ampliación de la infraestructura y en un extraordinario servicio de atención y soporte para sus clientes”. “Nuestro objetivo es ayudar a los departamentos de marketing a gestionar la complejidad de conectar millones de referencias, imágenes y atributos”, afirman.



Álvaro Verdoy e Iban Borràs, fundadores de Sales Layer. EE