

Women in Business 2026

El valor de la visibilidad



Women in Business 2026

El valor de la visibilidad

22 AÑOS
DE WOMEN
IN BUSINESS



Contenidos

04 Introducción

Capítulo 1
Las ventajas comerciales que aporta la diversidad de género

10

07 Prólogo edición española

Capítulo 2
Enfoque en la igualdad de género

13

Capítulo 3
Mujeres en puestos directivos: panorama global y regional

17

Capítulo 4
El talento como prioridad

23

Capítulo 5
España mantiene su compromiso con la equidad pese a las presiones globales

26

Capítulo 6
La igualdad de género, un motor esencial del desempeño de las empresas medianas

45

47 Referencias

48 Colaboradores

49 Metodología



Introducción

Está demostrado que invertir en igualdad de género impulsa el rendimiento y es una ventaja competitiva. El estudio *Women in Business* de este año muestra que las empresas medianas que mantienen sus iniciativas de igualdad de género y las que prevén implementar nuevas medidas son las que tienen más probabilidades de registrar un crecimiento significativo, tanto en los ingresos como en el número de empleados. Los inversores buscan equipos directivos paritarios o, al menos, que exista un compromiso claro para alcanzarlos. Por otra parte, los empleados lo consideran un motivo para incorporarse a una empresa o permanecer en ella.

A pesar de que muchas grandes empresas han dado marcha atrás en materia de diversidad, equidad e inclusión (DE&I) en el período 2024/25¹, las principales empresas medianas mantienen su compromiso. El 92,7% de estas tiene iniciativas de DE&I en marcha y tres de cada cuatro siguen priorizando la igualdad de género. Este compromiso no se basa en ideales, sino en un enfoque empresarial pragmático. Un liderazgo equilibrado entre hombres y mujeres favorece una toma de decisiones más acertada, refuerza la innovación y acelera el crecimiento. No obstante, para aprovechar estas ventajas, los directivos deben invertir de forma visible en el talento femenino y comunicar con claridad el valor comercial que tiene la diversidad en el liderazgo.





Además, la visibilidad importa. La presencia de referentes femeninos inspira a las mujeres a creer que su desarrollo profesional es factible. De igual modo, cuando el talento del futuro observa que la igualdad de género forma parte de la estrategia de la empresa, decide incorporarse y permanecer en ella. Y cuando los datos muestran de manera clara que las empresas que invierten en iniciativas de igualdad de género superan a sus competidores, la economía global sale ganando.

No obstante, el desafío que persiste es que el cambio sigue siendo lento. Los datos del informe de este año muestran un ligero descenso de 1,1 puntos porcentuales en la proporción de mujeres en cargos directivos, lo que representa un 32,9%. En años anteriores, este porcentaje ha experimentado altibajos, pero ni las empresas ni las mujeres que trabajan en ellas pueden permitirse un retroceso adicional.

Invertir en diversidad de género es invertir en crecimiento. Por ello, recomendamos a las empresas lo siguiente:

- Acelerar la paridad de género para estimular el éxito empresarial.
- Potenciar la diversidad en todo el ecosistema de tu empresa, tanto a nivel interno como en tu cadena de suministro.
- Aumentar la visibilidad de las acciones de equidad, porque motivan al talento y posicionan mejor a tu empresa en un mercado cada vez más competitivo.



66

Las empresas medianas mantienen firmes sus inversiones en DE&I e igualdad de género gracias a unos directivos que saben tomar decisiones. Los resultados positivos son evidentes, tanto en el desempeño comercial como en la capacidad de atraer talento. Esto tiene implicaciones más amplias: las empresas del middle-market son el motor de la economía global, por lo que garantizar la diversidad en los puestos de responsabilidad y el impulso que esto genera en el rendimiento producirá efectos positivos y tangibles para la economía global en su conjunto.

Greg Keith

CEO de Grant Thornton International





Isabel Perea

Socia Directora de Auditoría en Grant Thornton y líder de la Comisión de Equidad, Diversidad e Inclusión de Grant Thornton

Aurora Sanz

Socia Directora de Tax & Legal en Grant Thornton



Prólogo edición española

En un entorno internacional marcado por la incertidumbre geopolítica, la revisión de marcos regulatorios y un debate público cada vez más intenso sobre las políticas de diversidad, España mantiene una posición firme y coherente en su apuesta por la equidad de género en el ámbito empresarial.

La edición 2026 de *Women in Business* vuelve a confirmar que el tejido empresarial español no entiende la diversidad como una moda ni como una reacción coyuntural, sino como un eje estratégico vinculado directamente a la competitividad, la gobernanza y la sostenibilidad del negocio. Tras más de dos décadas de investigación continuada en el segmento del middle-market a nivel global, Grant Thornton constata que las empresas que integran la igualdad en sus procesos clave no solo mejoran su cultura interna, sino también su capacidad de crecimiento y adaptación.

España destaca, un año más, por el alto grado de implantación de estrategias formales de diversidad e inclusión. La práctica totalidad de las compañías consultadas dispone de programas estructurados y revisados periódicamente. Este dato no es menor: revela madurez organizativa, gobernanza y una visión a largo plazo que trasciende el contexto mediático o político.

Sin embargo, los resultados de esta edición también nos obligan a una reflexión profunda. Aunque nuestro país continúa situándose por encima de la media europea y global en proporción de mujeres en puestos directivos, se observa un ligero retroceso en los dos últimos ejercicios. Más preocupante aún es la ralentización —e incluso caída— en los puestos de máxima influencia, como las posiciones de CEO, presidencia o socias.



Este contraste evidencia un desafío estructural: hemos logrado consolidar la presencia femenina en determinados niveles de dirección, pero todavía existe una brecha relevante en los órganos de mayor poder y toma de decisiones. La igualdad cuantitativa en la dirección intermedia no siempre se traduce en igualdad real en los espacios donde se define la estrategia corporativa.

El riesgo no es solo reputacional o simbólico. La falta de diversidad en los niveles más altos impacta directamente en la calidad de la toma de decisiones, en la capacidad de innovación y en la atracción de talento. Numerosos estudios internacionales, incluidos los análisis desarrollados por Grant Thornton en el marco del International Business Report, demuestran que los equipos directivos equilibrados obtienen mejores resultados financieros, gestionan mejor el riesgo y son más resilientes ante contextos adversos.

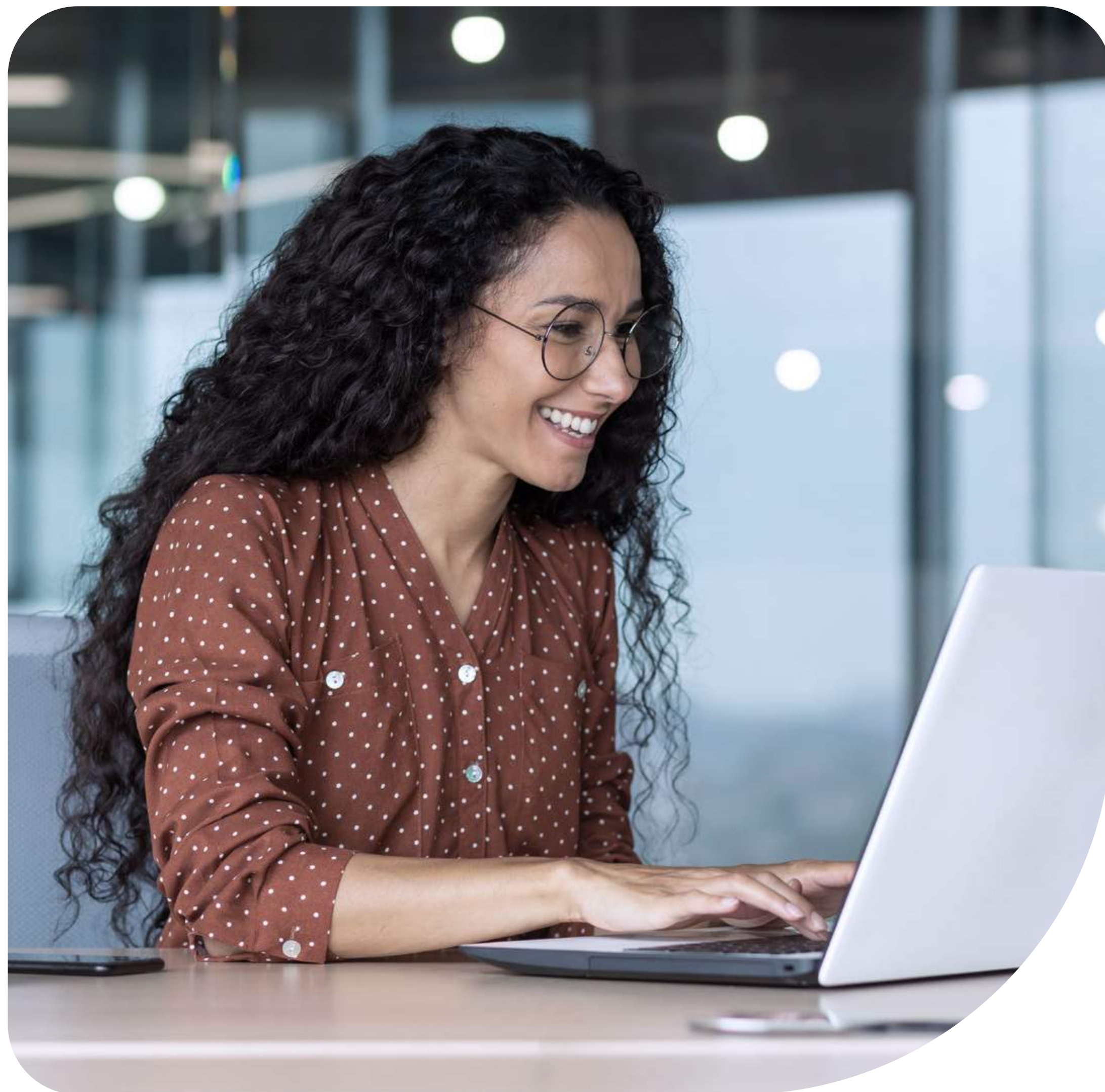
Por ello, el principal mensaje de esta edición es claro: no podemos caer en la autocomplacencia. Los avances de la última década han sido significativos, pero no irreversibles. Cuando se producen cambios estratégicos, fusiones o renovaciones en los órganos de gobierno, es imprescindible que el compromiso con la diversidad no se diluya. La paridad no puede depender de voluntades individuales ni de ciclos económicos.

En paralelo, resulta especialmente relevante comprobar que la estrategia española de equidad se mantiene ajena a los movimientos de repliegue

observados en otros mercados. La revisión de políticas que han realizado las empresas nacionales responde, en su mayoría, a procesos internos de evaluación y mejora continua, y no a presiones externas o cambios en la conversación global. Esta autonomía estratégica demuestra que la igualdad se ha integrado en el ADN corporativo del middle-market español.

El papel de la regulación también ha sido determinante. El marco normativo europeo y la reciente legislación nacional en materia de representación paritaria han reforzado estándares y aportado seguridad jurídica. No obstante, la experiencia demuestra que el verdadero avance se produce cuando el cumplimiento normativo se acompaña de convicción empresarial. Las organizaciones que entienden la diversidad como una ventaja competitiva, y no como una obligación, son las que obtienen resultados sostenibles en el tiempo.





Otro elemento esperanzador es la consolidación de políticas transversales que actúan sobre el ciclo completo del talento: selección, formación, promoción y retribución. La apuesta por la promoción interna como vía principal para el acceso de mujeres a posiciones directivas indica que las empresas están construyendo una cantera sólida y trabajando a largo plazo. Asimismo, el creciente interés de hombres y mujeres por integrarse en organizaciones con programas de igualdad demuestra que estas políticas son ya un factor clave de atracción y retención del talento.

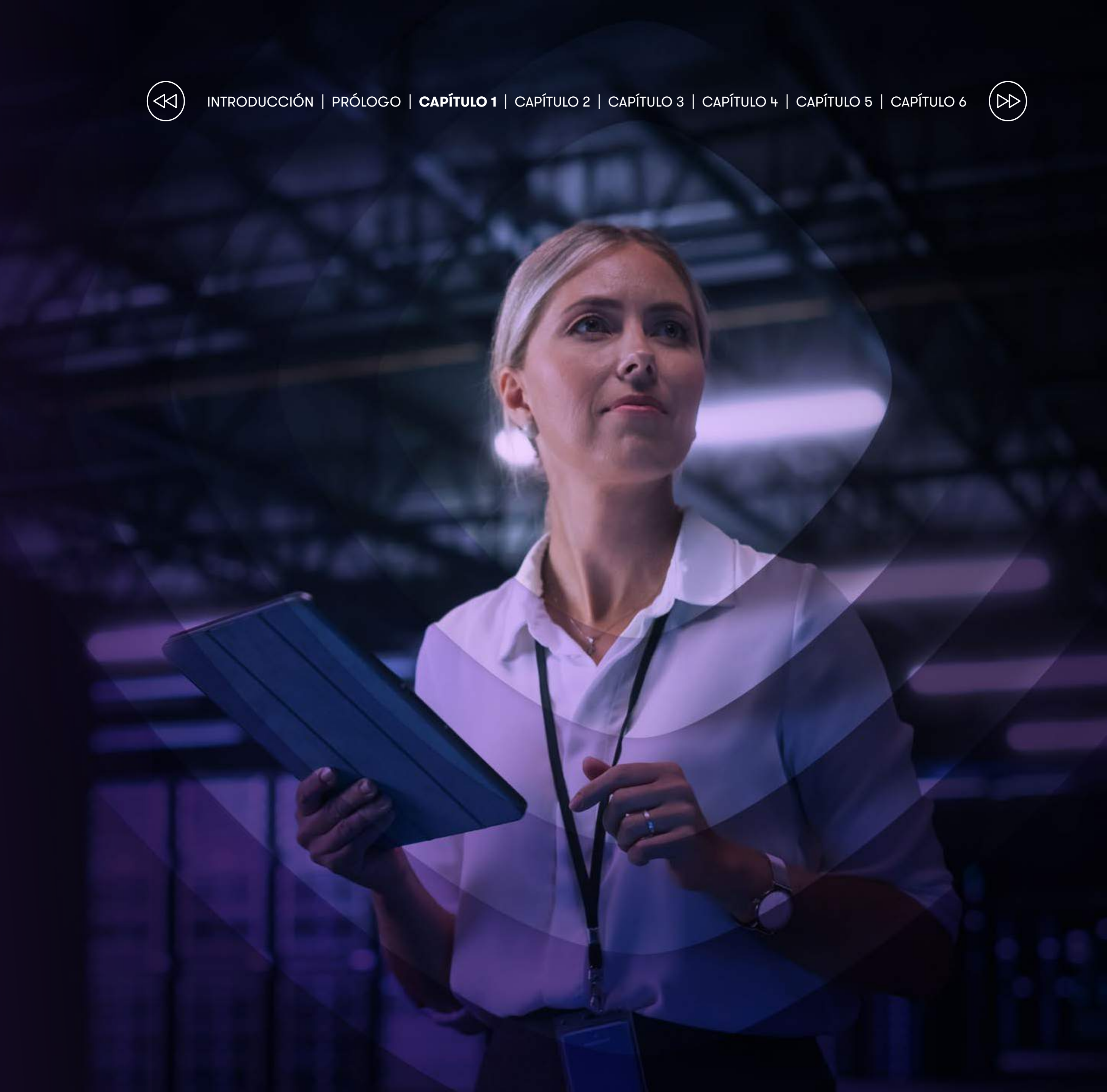
La presión pública y privada también juega un papel relevante. Asesores, reguladores, inversores y administraciones evalúan cada vez más las credenciales en materia de diversidad como indicador de buena gobernanza. No avanzar en este ámbito supone un riesgo estratégico, no solo interno, sino también externo, afectando a la percepción de solvencia y competitividad.

La equidad directiva no es una meta aislada, sino un proceso continuo. España ha demostrado liderazgo y resiliencia en este camino. El reto ahora es consolidar los avances y garantizar que el progreso alcanzado se traduzca en una influencia real y sostenida en los espacios donde se define el futuro de nuestras organizaciones.

Este informe es una herramienta para ese propósito: ofrecer evidencia rigurosa, identificar tendencias y acompañar al tejido empresarial en la construcción de un liderazgo más diverso, más competitivo y sostenible.



Capítulo 1: Las ventajas comerciales que aporta la diversidad de género





En 2026, las empresas medianas siguen avanzando hacia niveles más altos de diversidad de género, a pesar de los desafíos que se observan a escala mundial. El 92,7% de estas empresas cuenta con iniciativas de DE&I y el 75,8% asegura mantener su compromiso con la igualdad de género. Más de una tercera parte (36,8%) tiene planes para implementar nuevas medidas.

Entre las empresas que tienen previsto adoptar nuevas iniciativas de igualdad de género, el 73% registró un crecimiento de ingresos superior al 5%, el 56,2% aumentó su plantilla en más del 5% y el 48,8% incrementó sus exportaciones en más del 5% durante 2025. Estas cifras demuestran que adoptar un enfoque positivo hacia la igualdad de género puede traducirse claramente en un mayor rendimiento y en la creación de empleo en las economías en las que operan estas empresas.

Compromiso con las iniciativas de DE&I y de igualdad de género



de las empresas medianas cuenta con iniciativas de DE&I y el 75,8% asegura mantener su compromiso con la igualdad de género

“La igualdad de género ya no es solo una iniciativa basada en valores. Los equipos directivos diversos pueden identificar aspectos que pasan desapercibidos y obtener mejores resultados en la relación con los clientes y en la gestión de riesgos, siempre que exista un entorno de seguridad psicológica. Esto resulta fundamental, ya que las agendas de inclusión se amplían y se integran en los procesos, al tiempo que la regulación y la transparencia, especialmente en materia salarial, se intensifican”, explica Jenn Barnett, Directora de Inclusión y Diversidad y de ESG, Cultura y Marca en Grant Thornton Reino Unido.

Entre las empresas que prevén implantar nuevas iniciativas de igualdad de género, los resultados son claros:



73% aumentó sus ingresos en más de un 5%



56,2% incrementó su plantilla en más de un 5%



48,8% elevó sus exportaciones en más de un 5%



Asimismo, los profesionales en cargos directivos de las empresas medianas consideran que los equipos directivos diversos en términos de género contribuyen a que su compañía sea más innovadora (22,1%), que sus equipos tomen mejores decisiones (19,5%) y que mejore el rendimiento financiero (18,8%). Estas ventajas se convierten en imperativos estratégicos para impulsar el crecimiento de las empresas en un mundo que evoluciona rápidamente.

“La igualdad de género en las empresas aumenta la capacidad de comprender problemas, crea más oportunidades para interactuar con el mercado y multiplica las posibilidades de encontrar soluciones para los clientes. También existen ventajas menos conocidas, como la contribución de diferentes perspectivas y el potencial de que las mujeres coordinen la adopción de la inteligencia artificial junto con la inteligencia humana”, afirma Simonetta La Grutta, Socia y Responsable del IVA en Grant Thornton Italia.

Contar con un equipo directivo paritario también resulta esencial para atraer inversiones. Los posibles nuevos inversores son la fuente externa que, con mayor frecuencia, solicita conocer la paridad de género del equipo directivo de una empresa o su compromiso con mejorar la diversidad de género. El 26,5% de las empresas afirma haber recibido esta solicitud en los últimos doce meses.

Atraer inversiones resulta fundamental para impulsar el crecimiento de cualquier empresa. Dado que el 47,6% de las empresas medianas señala la falta de financiación como una limitación, pueden aumentar su atractivo frente a los inversores destacando sus iniciativas de igualdad de género.²

El impacto de las estrategias de igualdad de género que las empresas han puesto en marcha

22,1% Nuestra empresa es más innovadora

19,5% Los equipos de nuestra empresa toman mejores decisiones

18,8% Nuestro rendimiento financiero ha mejorado



Capítulo 2:

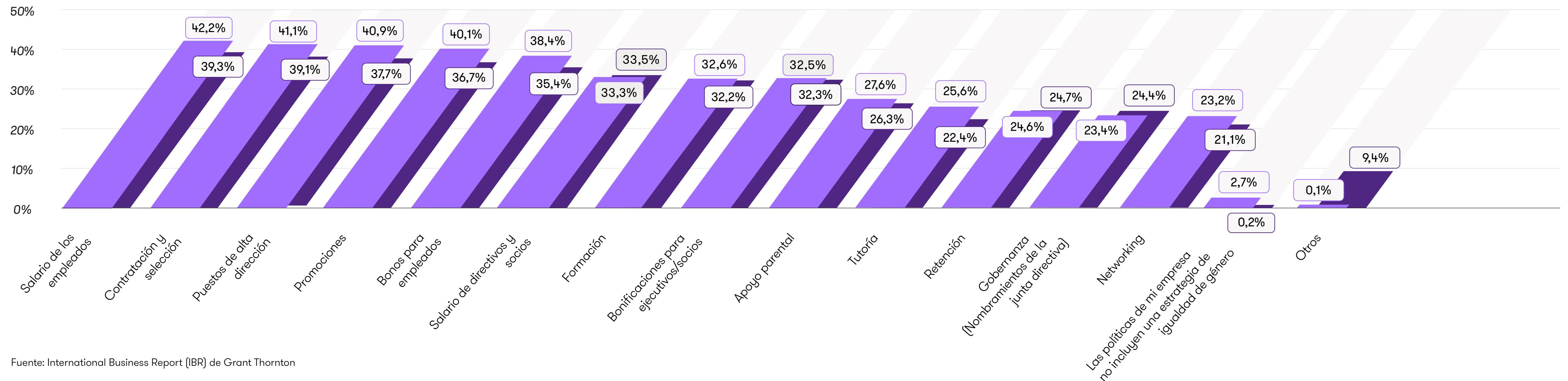
Enfoque en la igualdad de género

Este año, un mayor número de líderes empresariales del middle-market han informado que cuentan con estrategias de igualdad de género en prácticamente todos los ámbitos que nuestro estudio analiza. El 42,2% ya dispone de una estrategia de igualdad de género en materia de remuneración de empleados (2,9 puntos porcentuales más), la selección y contratación

aumentó al 41,1% (2 puntos porcentuales más) y los puestos de alta dirección alcanzaron el 40,9% (3,2 puntos porcentuales más). Las empresas medianas comprenden el valor que aporta la diversidad de género y hacer lo posible por asegurarse de que esté integrada en toda la organización.

Estrategias de igualdad de género que tienen implementadas las empresas del middle-market

■ 2025 ■ 2026



Fuente: International Business Report (IBR) de Grant Thornton



66

La igualdad de género no debe tratarse como un proyecto independiente, sino como un cambio cultural. Las estrategias para lograrla deben integrarse en las decisiones diarias, en el comportamiento del equipo directivo y en las operaciones de la empresa.

Neşe Kılıç

Responsable de Contabilidad e Informes Financieros en
Grant Thornton Turquía



Nuestros datos evidencian que las empresas revisan periódicamente las estrategias que les funcionan y el 74,8% evaluó sus iniciativas de DE&I en 2025. El 48,4% lo hizo como parte de un proceso anual estructurado, lo que refleja una gobernanza eficaz y un enfoque maduro de DE&I. Otros factores que influyeron fueron la orientación de la alta dirección existente (41,5%) y la evolución de la conversación global sobre DE&I (39,4%).

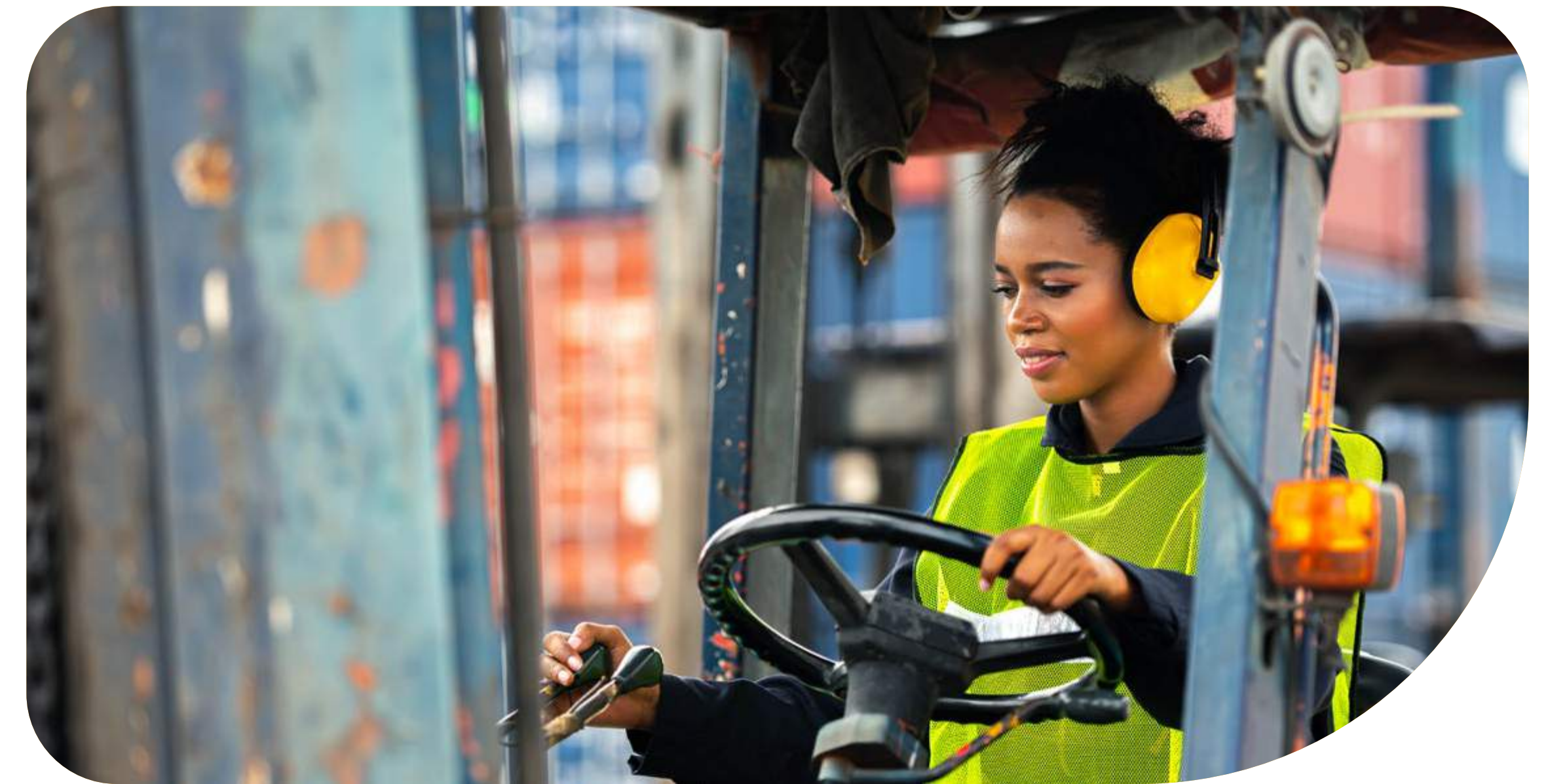
Aunque las evaluaciones no son necesariamente algo negativo, sí es cierto que el 21,9% de las empresas medianas tiene previsto flexibilizar, o ya ha flexibilizado, algunas de sus iniciativas de igualdad de género, principalmente las relacionadas con los puestos de alta dirección (35,6%). Este cambio podría tener un efecto directo sobre la cifra principal de mujeres en la alta dirección.

66

No es de extrañar que las empresas evalúen sus iniciativas considerando los factores externos que se han dado este año. Estas evaluaciones permiten valorar la eficacia de sus acciones, identificar oportunidades para lograr resultados más significativos, aprender de otras empresas y perfeccionar sus estrategias.³

Agnes Dire

Presidenta del Consejo y Directora de SNG en Grant Thornton (Sudáfrica)





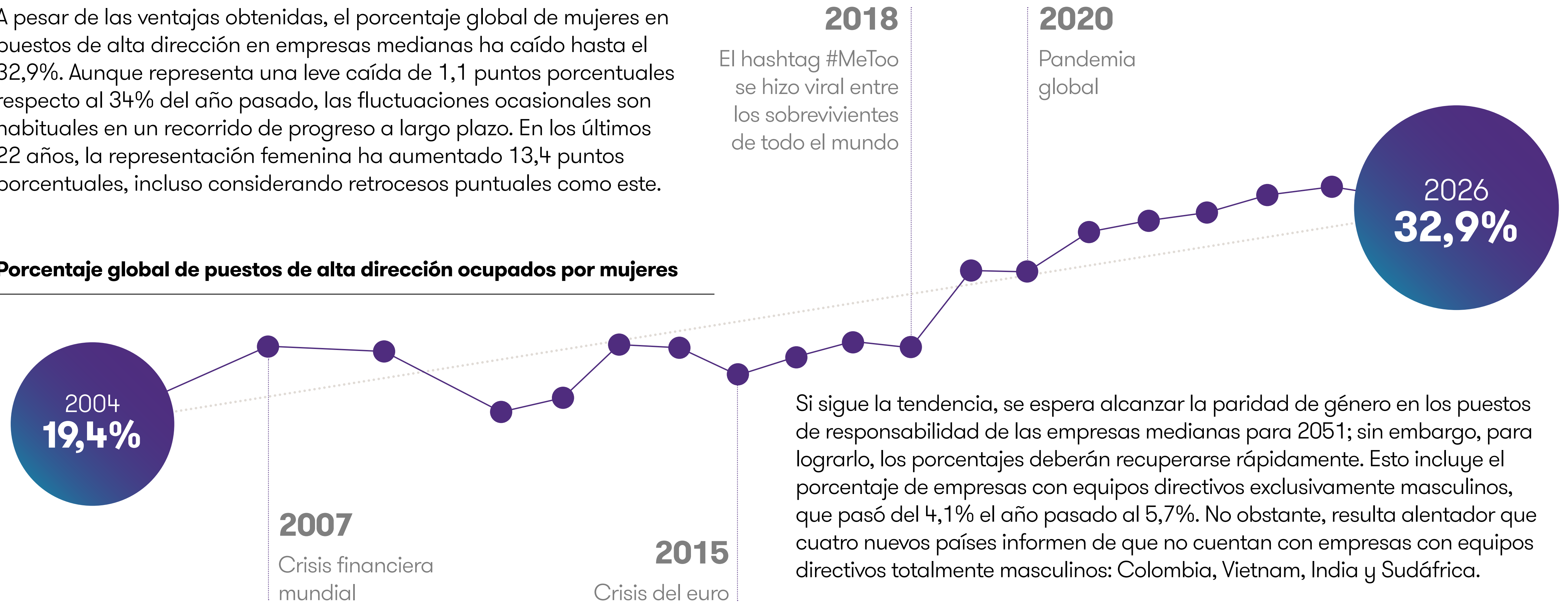
Capítulo 3:

Mujeres en puestos directivos: panorama global y regional



A pesar de las ventajas obtenidas, el porcentaje global de mujeres en puestos de alta dirección en empresas medianas ha caído hasta el 32,9%. Aunque representa una leve caída de 1,1 puntos porcentuales respecto al 34% del año pasado, las fluctuaciones ocasionales son habituales en un recorrido de progreso a largo plazo. En los últimos 22 años, la representación femenina ha aumentado 13,4 puntos porcentuales, incluso considerando retrocesos puntuales como este.

Porcentaje global de puestos de alta dirección ocupados por mujeres



Fuente: International Business Report (IBR) de Grant Thornton

2018
El hashtag #MeToo se hizo viral entre los sobrevivientes de todo el mundo

2020
Pandemia global

2026
32,9%

Si sigue la tendencia, se espera alcanzar la paridad de género en los puestos de responsabilidad de las empresas medianas para 2051; sin embargo, para lograrlo, los porcentajes deberán recuperarse rápidamente. Esto incluye el porcentaje de empresas con equipos directivos exclusivamente masculinos, que pasó del 4,1% el año pasado al 5,7%. No obstante, resulta alentador que cuatro nuevos países informen de que no cuentan con empresas con equipos directivos totalmente masculinos: Colombia, Vietnam, India y Sudáfrica.

El descenso de este año en la presencia de mujeres en puestos directivos recuerda que el progreso rara vez es lineal, si bien cada año en que el avance se detiene representa oportunidades comerciales perdidas para las empresas medianas y menos oportunidades para que las mujeres ocupen cargos de alta dirección.

66

Durante más de 22 años, hemos demostrado el valor tangible que aporta al negocio aumentar la representación femenina en la dirección de las empresas medianas. Los equipos directivos diversos no solo promueven la equidad, sino que también impulsan un desempeño más sólido, estimulan la innovación y fortalecen la resiliencia. Aunque se han logrado progresos, los recientes descensos globales ponen en peligro los avances obtenidos. Los profesionales en cargos directivos de las empresas medianas se enfrentan ahora a un momento decisivo: actuar con determinación e integrar la diversidad de género como una estrategia central de negocio. Esto no se trata solo de equidad, sino de ventaja competitiva y crecimiento sostenible. Ha llegado el momento de adoptar una perspectiva más amplia y asegurarnos de mantener el progreso.

Hilary Haynes

Directora de Recursos Humanos en Grant Thornton International

Porcentaje global de puestos de alta dirección ocupados por mujeres
(paridad prevista)



Fuente: International Business Report (IBR) de Grant Thornton

Perspectiva regional: solo Europa evita un descenso

En 2026, todas las regiones excepto Europa registraron una disminución en el porcentaje de mujeres en puestos directivos. En Europa, el nivel aumentó marginalmente en 0,1 puntos porcentuales, mientras que África y Norteamérica arrojaron caídas superiores a 2 puntos porcentuales.

Sudamérica sigue encabezando la representación femenina en la alta dirección, con un 37%, pese a una leve caída de 0,2 puntos porcentuales este año. Los recientes anuncios de políticas en la región reflejan un compromiso firme con la igualdad de género: en 2025, Chile aprobó un proyecto de ley para fomentar la diversidad de género en los consejos de empresas y Brasil modificó su legislación laboral para reforzar la igualdad de género, con especial énfasis en la equidad salarial.

“Hemos presenciado avances importantes en Brasil, pero es fundamental no conformarnos con este nivel. Aún queda trabajo por hacer y debemos establecer nuevas metas o corremos el riesgo de que los progresos que se han alcanzado se vuelvan frágiles e insostenibles” señala Élica Martins, socia de auditoría en Grant Thornton Brasil.

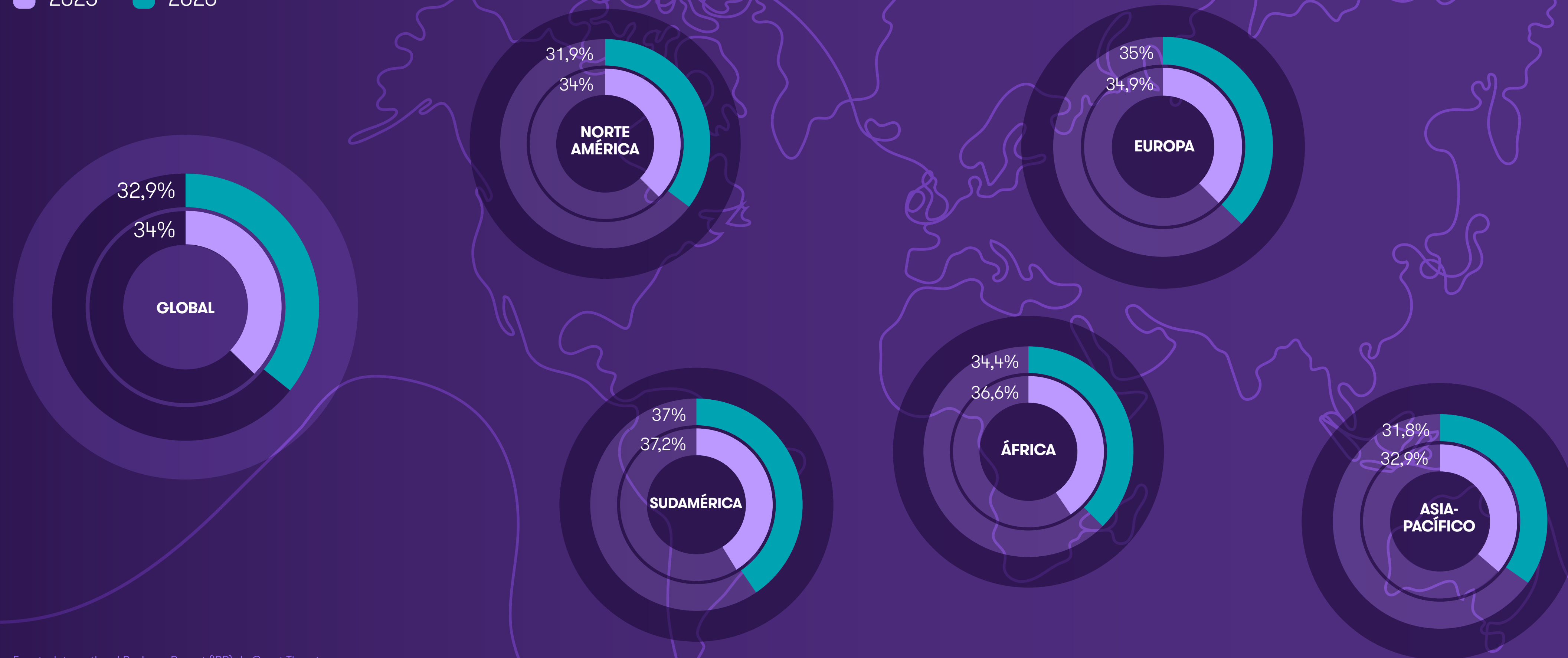
La región de Asia y el Pacífico continúa registrando el porcentaje más bajo de mujeres en puestos de liderazgo: un 31,8%. Aunque incluye países de alto desempeño como Filipinas y Tailandia, también cuenta con los dos países con los porcentajes más bajos: Corea del Sur y Japón. Sin embargo, una buena noticia es que el total de Japón ha aumentado 3,1 puntos porcentuales, situándose por encima del 20% por primera vez.



Visión regional

Porcentaje de puestos directivos ocupados por mujeres, por región geográfica

■ 2025 ■ 2026



Fuente: International Business Report (IBR) de Grant Thornton

Los puestos directivos, una situación con matices

Aunque el porcentaje global de mujeres en puestos directivos ha disminuido ligeramente, nuestra investigación muestra un aumento de mujeres en distintos cargos del equipo ejecutivo, incluido el de directora ejecutiva (CEO). Actualmente, el 23,8% de los puestos de dirección ejecutiva o CEO a nivel global están ocupados por mujeres, un incremento de 2,1 puntos porcentuales respecto a 2025. Este progreso es alentador, ya que un cargo de tanta influencia puede actuar como impulsor del cambio.

Se observan también avances similares en otros puestos de gran visibilidad, como directora comercial (CCO), directora de información (CIO) y directora de sostenibilidad (CSO).

“Los modelos femeninos de éxito en puestos estratégicos clave evidencian a las empresas medianas que todas las organizaciones rinden mejor con una representación de género equilibrada. Las repercusiones del aumento de estos cargos tendrán un efecto positivo en la presencia general de mujeres en la alta dirección”, explica Dan Holland, Socio de Auditoría Corporativa y Presidente del Grupo Directivo de Equidad, Diversidad e Inclusión (EDI) en Grant Thornton Irlanda.

El puesto de responsable de recursos humanos (HRO) sigue concentrando el mayor porcentaje de mujeres en la alta dirección, con un 43%, seguido de directora financiera (CFO) con un 39% y directora de marketing (CMO) con un 29,7%.

66

El aumento de mujeres en cargos directivos como directora ejecutiva (CEO), directora comercial (CCO) y directora de información (CIO) representa un avance significativo y positivo. Estos puestos están en el centro de la toma de decisiones estratégicas y de la innovación, y una mayor representación femenina puede tener un efecto transformador en la cultura y el desempeño de la empresa. Este progreso no solo ofrece modelos visibles para futuras directivas, sino que también contribuye a integrar la diversidad en el ADN de las empresas.

Alexandra Will

Socia de Risk Advisory – cumplimiento en delitos financieros en Grant Thornton Emiratos Árabes Unidos

23,8%

de los puestos de dirección ejecutiva o CEO a nivel global están ocupados por mujeres, un incremento de 2,1 puntos porcentuales respecto a 2025



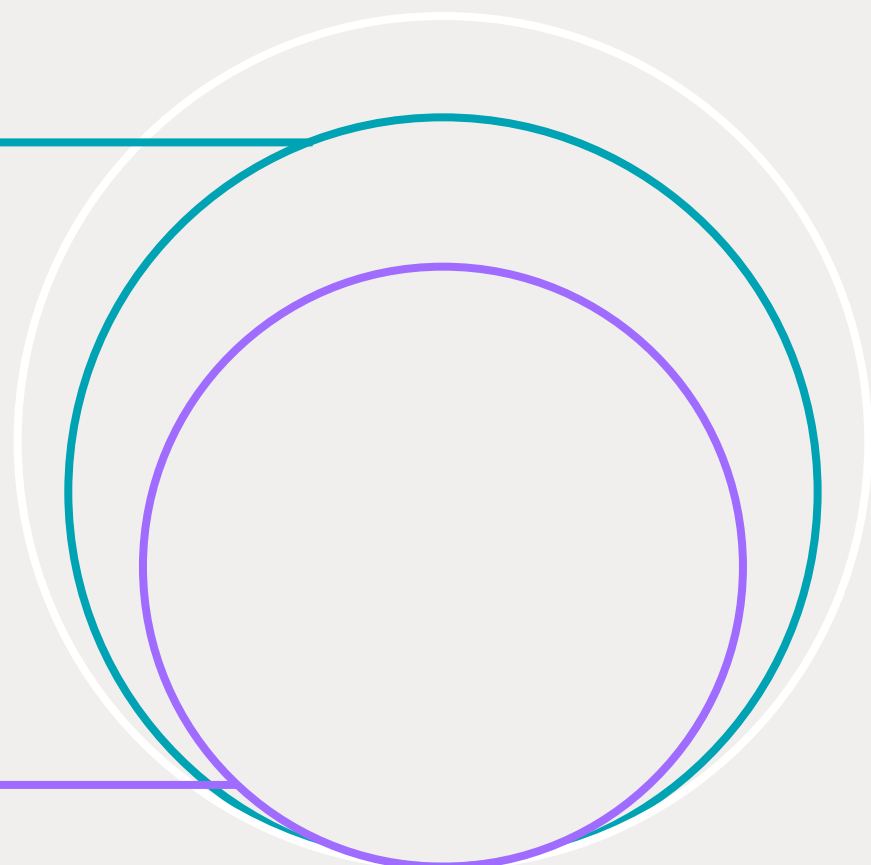
Capítulo 4: El talento como prioridad

A pesar del descenso del porcentaje general de mujeres en varios cargos directivos, existen señales positivas de que esta tendencia puede revertirse, ya que la igualdad de género se ha convertido en una prioridad para quienes dirigen las empresas. Esto aportará ventajas relevantes a la hora de atraer y retener talento en las empresas medianas.

El 91,9% de los profesionales que ocupan puestos directivos en empresas medianas afirma que tiene en cuenta las iniciativas de igualdad de género de una empresa al postularse a un nuevo puesto, y para el 66,6% se trata de una prioridad. Si trasladan esta prioridad a sus propias organizaciones, cuentan con una oportunidad única para influir en la cultura y promover el cambio, lo que ayudaría a corregir el reciente descenso del número de mujeres en la alta dirección y a fortalecer el liderazgo.

De hecho, las expectativas de las candidaturas están evolucionando con rapidez. Casi una cuarta parte de las empresas medianas (23%) señala que los candidatos preguntan por la representación de género, un aumento de 14,3 puntos porcentuales respecto al año anterior, el mayor incremento entre todas las fuentes externas. Las empresas que comunican con claridad su compromiso no solo responden a estas preguntas, sino que logran atraer al talento que impulsa el crecimiento.

Esta tendencia ya se está materializando. Entre las mujeres que se han incorporado a puestos directivos en empresas medianas en los últimos seis meses, el 43,5% procede de compañías con más de 500 empleados, por encima de la media a largo plazo del 38,4%. A medida que las grandes empresas reducen su apuesta por las cuestiones DE&I, las empresas medianas que mantienen sus compromisos se están convirtiendo en destinos atractivos para los perfiles directivos.



El **91,9%** de los profesionales que ocupan puestos directivos en empresas medianas afirma que tiene en cuenta las iniciativas de igualdad de género de una empresa al postularse a un nuevo puesto

Para el **66,6%** es prioritario

Entre las mujeres contratadas para puestos de alta dirección que se incorporaron a una empresa mediana en los últimos seis meses, el **43,5%** procedía de empresas con más de 500 empleados.

Fuente: International Business Report (IBR) de Grant Thornton

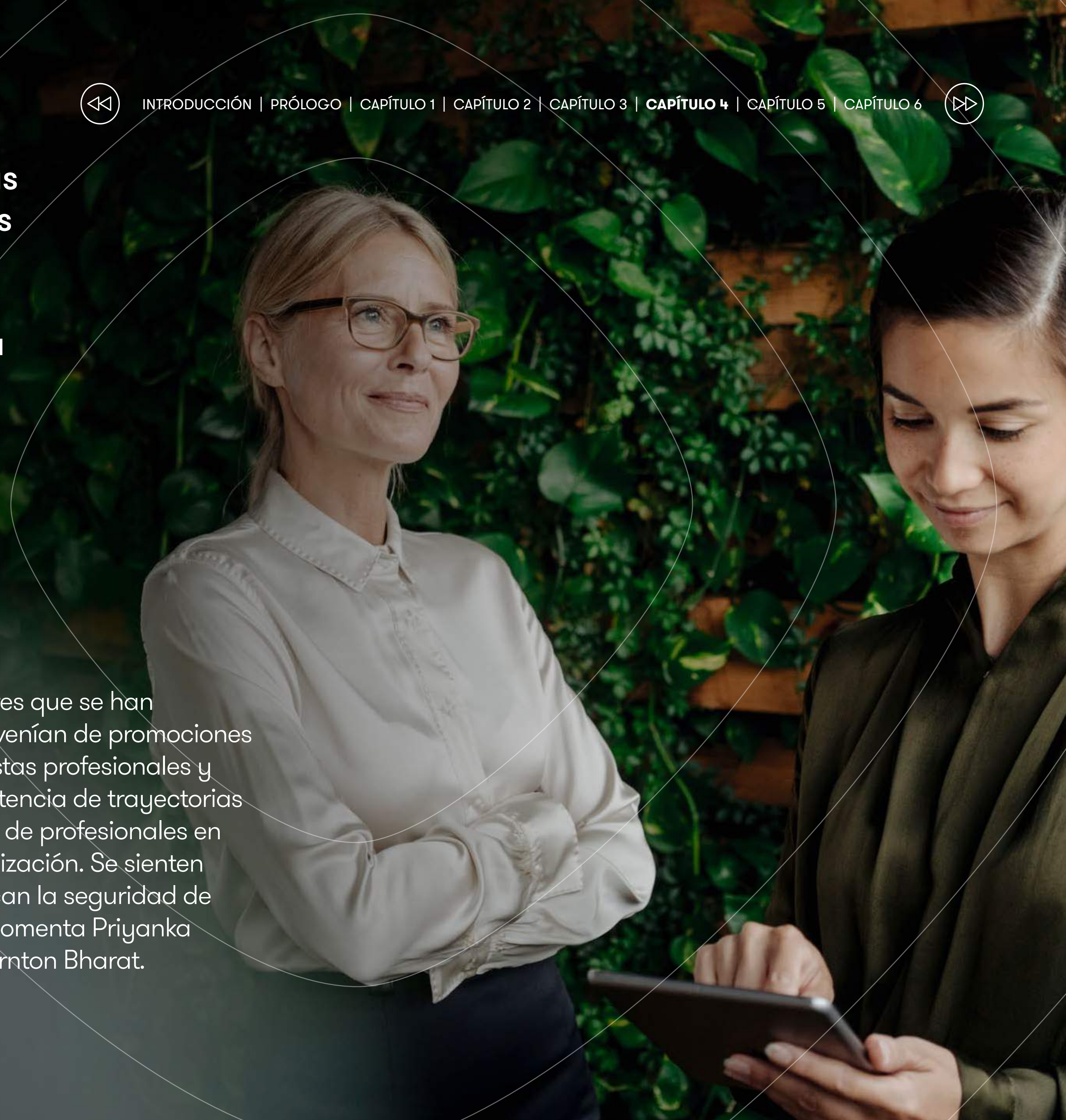


66 Las futuras incorporaciones quieren ver pruebas claras sobre la composición del equipo directivo, las políticas y la forma en que se abordan las cuestiones en la práctica. Para las empresas medianas, esto convierte al ámbito DE&I en un elemento diferenciador a la hora de atraer talento. Las organizaciones que no sepan definir con claridad su enfoque ni demostrar avances tangibles irán perdiendo, cada vez más, a los perfiles más cualificados.

Ratna Wright

Socia en Grant Thornton Tailandia

La retención también importa. Alrededor de dos terceras partes de las mujeres que se han incorporado recientemente a puestos directivos en empresas medianas provenían de promociones internas. Reducir las iniciativas de igualdad supone un riesgo de perder a estas profesionales y de debilitar la continuidad del liderazgo. La visibilidad de referentes y la existencia de trayectorias profesionales firmes siguen siendo elementos clave. “La próxima generación de profesionales en concreto quiere contar con referentes femeninos visibles dentro de su organización. Se sienten inspiradas al ver a mujeres en altos cargos con las que se identifican y buscan la seguridad de que las oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional son reales”, comenta Priyanka Gulati, socia y responsable de consultoría de capital humano en Grant Thornton Bharat.





Capítulo 5:

España mantiene su compromiso con la equidad pese a las presiones globales





Introducción

España ocupa una posición destacada a la hora de implementar políticas globales de diversidad e inclusión. Pese a los cambios regulatorios y el contexto global, marcado por un cuestionamiento de las iniciativas encaminadas a potenciar la presencia de mujeres en órganos de administración, nuestro país mantiene una apuesta continuista por estas medidas.

Casi la totalidad de las empresas del middle-market nacional (97,1%) cuentan con su propia estrategia de diversidad e igualdad, un porcentaje más elevado que el de la Unión Europea (92,4%) y el cómputo global (92,7%). Además, tres de cada cuatro compañías nacionales consultadas por Grant Thornton para la realización del presente informe han aumentado su apuesta por este tipo de programas en los últimos doce meses.

Son resultados que demuestran que la estrategia de los cuadros directivos para impulsar la presencia femenina en puestos directivos es sólida y no está condicionada por fenómenos externos. “Nuestro estudio pone de manifiesto que la evolución de la conversación global en torno a las políticas de igualdad de género está teniendo un impacto muy limitado a nivel nacional (17,9%), a diferencia del resultado europeo (31,8%) y global (39,4%). Los tambores de retroceso, principalmente provenientes de Estados Unidos, están por tanto teniendo un efecto limitado sobre los planes y programas de diversidad de género de nuestro país”, explica Isabel Perea, socia directora de Auditoría de Grant Thornton y portavoz de la campaña Women in Business en España.

La razón de este continuismo se debe, principalmente, a un convencimiento del tejido empresarial español de que estas estrategias tienen un impacto real en su negocio. Inversores, clientes, proveedores y los potenciales empleados son cada vez más exigentes en materia de igualdad y equidad. Al igual que ocurre a nivel internacional, en el mercado nacional estas medidas se han consolidado como un eje estratégico indispensable para aquellas corporaciones que pretendan crecer y prosperar.

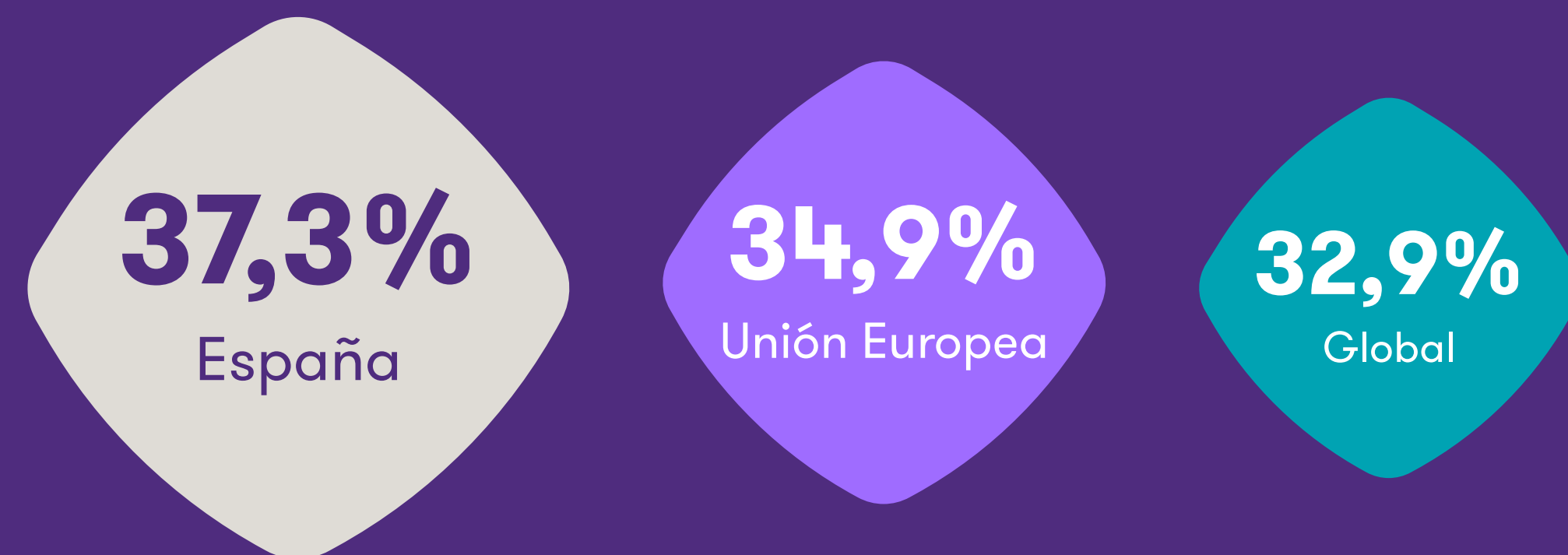
El reto sigue siendo cómo trasladar esa vinculación a la alta dirección. Pese a que España se mantiene entre los países europeos con mayor número de mujeres directivas, nuestro país acumula dos años consecutivos a la baja en este indicador. En los últimos doce meses también ha disminuido la proporción de mujeres CEO y de presidentas, puestos de verdadera influencia. Un resultado que evidencia que la presencia de mujeres en la alta dirección avanza mucho más lenta en España que en el resto de Europa. “Los datos de la edición actual de este informe reflejan que no poder caer en la autocomplacencia y que los retrocesos que ya vaticinábamos incluso en años de progreso son reales y pueden marcar una tendencia a la baja”, añade Aurora Sanz, socia directora de Tax & Legal de Grant Thornton y también portavoz de la campaña Women in Business en nuestro país.

17,9% Sólo 2 de cada 10 empresas españolas frenan su interés por la diversidad de género

Ligero retroceso en el liderazgo español

El estudio pone de manifiesto el liderazgo sólido que mantienen las empresas españolas en materia de diversidad. **España cuenta con un 37,3% de mujeres en puestos directivos, un resultado que se mantiene por encima del registrado por la Unión Europea (34,9%) y el dato global (32,9%).** Una tasa que cobra especial relevancia si se tiene en cuenta el contexto actual de incertidumbre e inestabilidad y, sobre todo, la posición que ocupaba el tejido empresarial nacional en esta materia en el pasado.

Porcentaje de mujeres directivas en España, UE y Global



Hace solo diez años, tan solo una de cada cuatro empresas contaba en España con mujeres liderando en un puesto directivo, lo que supone 12 puntos menos que actualmente. En los últimos cinco años también se observa un crecimiento de casi 4 puntos porcentuales en la cifra de mujeres directivas.

Sin embargo, en los dos últimos se ha constatado cierto retroceso, desde el histórico 40% que nuestro estudio atribuyó en el año 2024. España encadena dos ejercicios consecutivos de ligera reducción en la proporción de directivas. Con respecto al estudio anterior, la cifra ha disminuido 1,1 puntos porcentuales. Un hecho que, además, nos ha provocado salir del top 10 mundial en países más avanzados en liderazgo femenino directivo, colocándonos en el puesto 14 en la edición de este año.

Esta tendencia a la baja se ha replicado, además, en prácticamente todos los continentes. Solo la Unión Europea ha registrado una ligera mejora de sus resultados, **“fruto de un marco normativo y regulatorio exigente en materia de diversidad de género que, además, en España se ha reforzado con la Ley Orgánica 2/2024, de 1 de agosto, de representación paritaria y presencia equilibrada de mujeres y hombres”**, agrega Aurora Sanz.

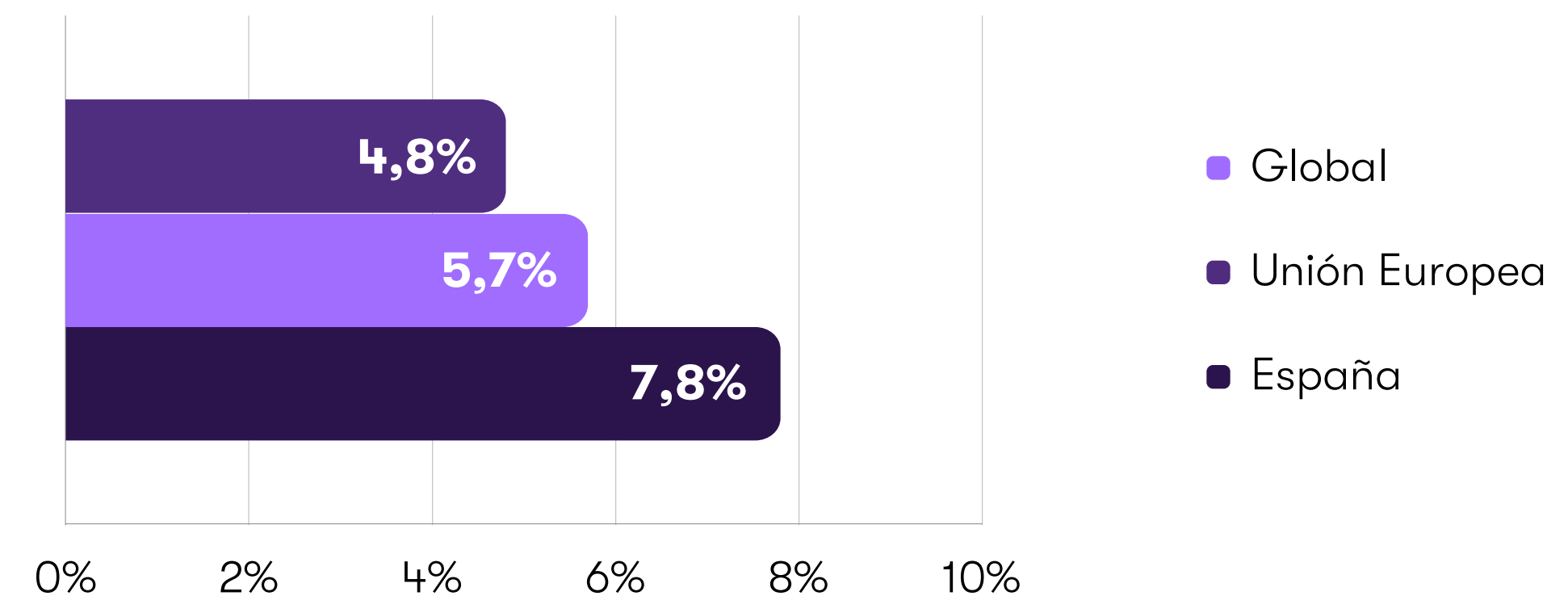
Por contra, aumenta la proporción de firmas españolas que no tiene ninguna mujer en su comité directivo en un momento de marcada incertidumbre. En el último año este porcentaje ha pasado del 4,5% al 7,8%, incrementándose así más de tres puntos porcentuales. Un resultado que rompe con la tendencia a la baja de los últimos cuatro años y aleja a nuestro país de los estándares europeos (4,8%) y globales (5,7%). **“Que la cifra de empresas sin ninguna mujer al mando en sus estructuras de poder suba es ciertamente preocupante, ya que este baremo incluso llegó a rozar el 1% hace tres años. Tenemos que preguntarnos qué está ocurriendo en los cuadros directivos para que, una vez que ha habido mujeres al frente, no se siga apostando por ellas al producirse cambios corporativos de relevancia. El equilibrio de mando directivo entre hombres y mujeres siempre es efectivo y es una meta a la que las compañías tiene que acercarse”**, agrega Isabel Perea.

7,8%



Suben tres puntos el número de empresas sin ninguna mujer en puestos directivos

Porcentaje de empresas con ninguna mujer directiva



“Aunque son retrocesos ligeros, estos tienen un impacto directo en el negocio de estas empresas, ya que suponen menos oportunidades para que las mujeres ocupen puestos en la alta dirección. Una realidad que demuestra la importancia de reforzar el compromiso con la igualdad y la diversidad para no perder los avances logrados durante los últimos años.

Aurora Sanz

Socia Directora de Tax & Legal de Grant Thornton y también portavoz de la campaña Women in Business en nuestro país

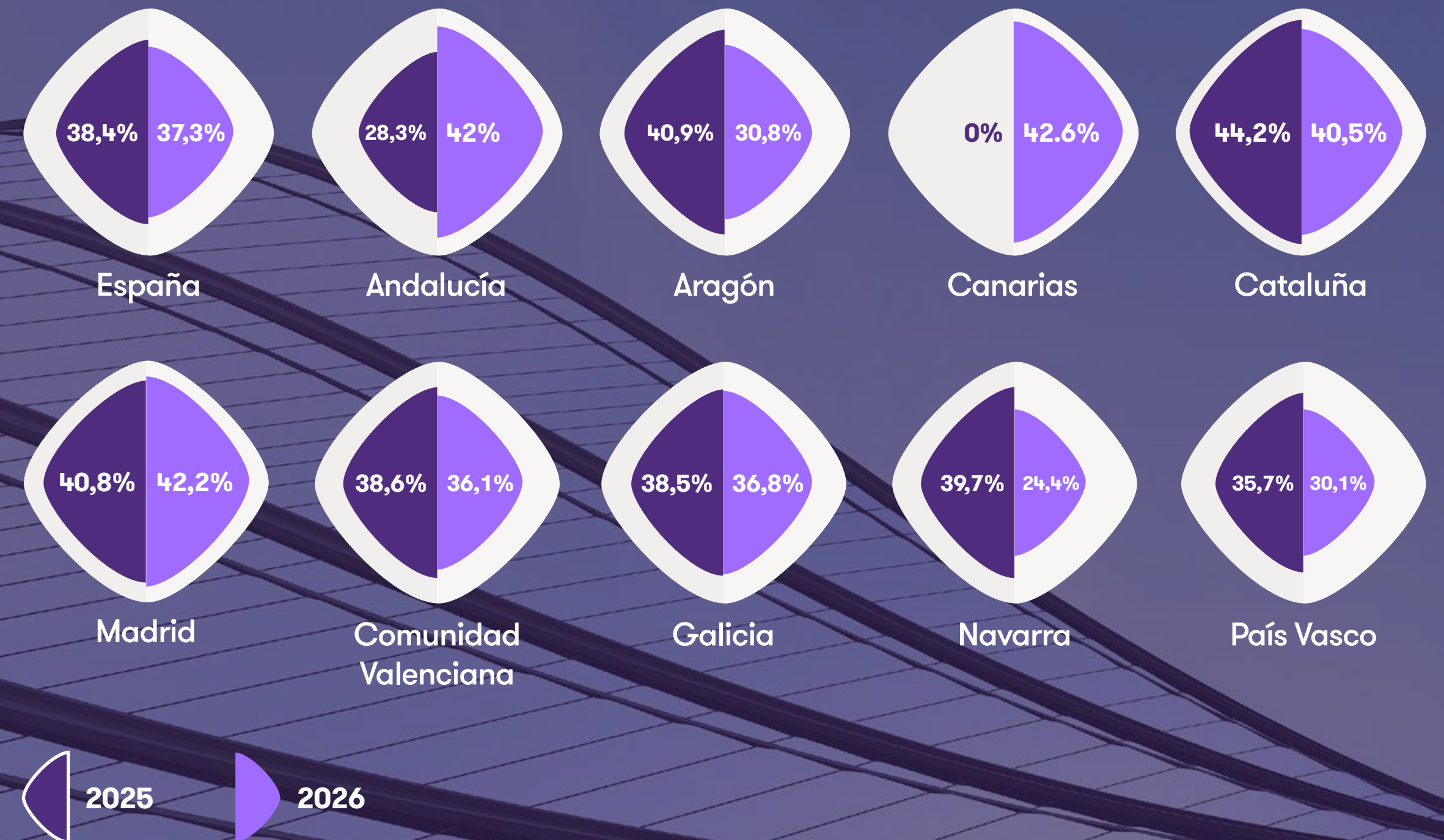
Disparidad de datos las comunidades autónomas con más presencia empresarial

¿Cuál es la realidad a nivel autonómico? La última edición de nuestro estudio refleja unos niveles relevantes de talento femenino desde el punto de vista regional, aunque con importantes diferencias entre unos territorios y otros. Eso sí, el retroceso registrado a nivel nacional tiene su réplica en la mayoría de zonas regionales.

Es importante destacar que Grant Thornton ha ampliado este año la muestra de su encuesta para incluir en su análisis autonómico a Canarias, que no se encontraba entre las regiones analizadas en anteriores ediciones. Nuestro estudio no incluye todas las comunidades autónomas españolas, sino aquellas que presenta, según datos INE, mayor concentración de actividad empresarial. Sin embargo, si que incluye una muestra proporcional de compañías procedentes de todas las regiones para que el dato nacional obtenido sea suficientemente representativo.

Por tanto, y una vez analizado el dato nacional, las Islas Canarias se sitúan como la región con mayor presencia de mujeres en puestos de dirección (42,6%), por delante de Andalucía (42%), Comunidad de Madrid (40,8%) y Cataluña (40,5%). Tras ellas se sitúan otras comunidades como Comunidad Valenciana (38,6%), Galicia (38,5%), Aragón (30,8%), País Vasco (30,1%) y Navarra (24,4%).

Porcentaje de mujeres directivas



Respecto a las variaciones en comparación con el año pasado, llama la atención el incremento vivido en Andalucía, con una subida de 14 puntos porcentuales. El indicador también aumentó en la Comunidad Valenciana (2,5 puntos porcentuales), mientras que descendió en Navarra (-15,3 puntos), Aragón (10,1 pp), País Vasco (5,6 pp), Cataluña (3,7 pp), Madrid (1,4 pp) y Galicia (0,3 pp).



66

Los datos regionales son positivos, pero con claroscuros. Algunas siguen en una senda positiva y otras continúan a la baja, con descensos muy pronunciados. No todas las Comunidades analizadas tienen el mismo tipo de empresa en tamaño y facturación, pero siempre es positivo que todas se marquen metas ambiciosas en materia de liderazgo femenino directivo para que no se produzcan retrocesos.

Isabel Perea

Socia Directora de Auditoría de Grant Thornton y portavoz de la campaña Women in Business en España

El reto de ganar influencia en la categoría de puestos directivos

Nuestro informe muestra que España y el resto de países analizados registraron una evolución similar en la proporción de mujeres en puestos de responsabilidad durante el año pasado. Pero si analizamos la naturaleza de estos cargos ejecutivos, las tendencias se contraponen. Mientras que a nivel global se produjo un aumento de mujeres en puestos de máxima responsabilidad, a nivel nacional hubo un retroceso. Un movimiento que evidencia la necesidad que tiene nuestro país de aumentar la influencia de las mujeres en puestos clave.

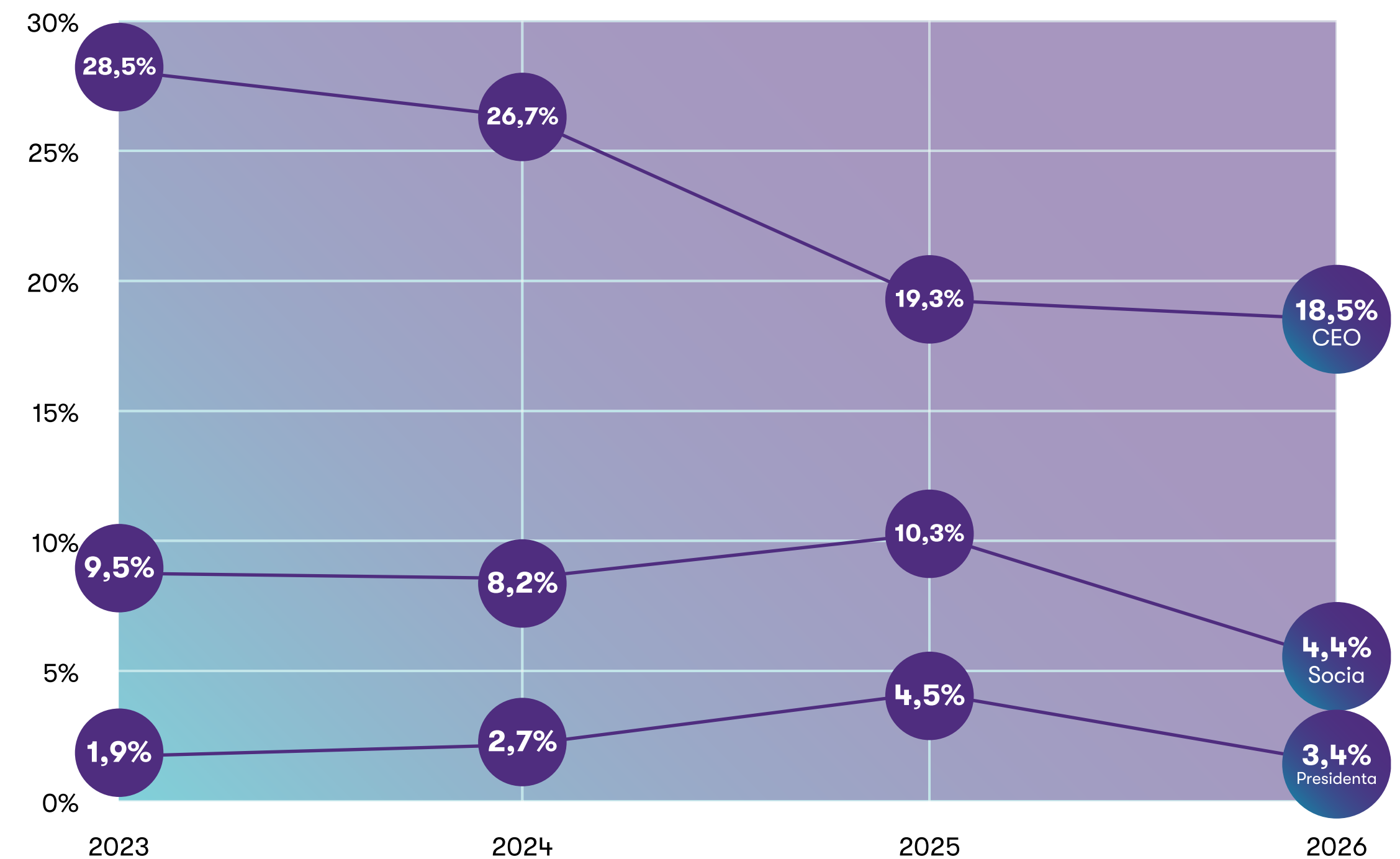


Por ejemplo, en la posición de CEO. Mientras a nivel global aumenta 2,1 puntos porcentuales (hasta el 23,8%), y en la UE se mantiene estable (en el 22,2%) en España vuelve a caer casi un punto (hasta el 18,5%). En sólo tres años, el número de consejeras delegadas en España ha caído diez puntos, del 28,5% al 18,5%. El porcentaje de socias registra una caída incluso mayor (5,9 puntos porcentuales), hasta situarse en el 4,4%, mientras que el de presidentas retrocede hasta 3,5%. En estos dos últimos casos, la evolución sí está en consonancia con la tendencia europea y global.

El principal problema de estos datos es que apenas han variado en la última década. Hace diez años, en 2016, el 18% de las empresas españolas contaba con una CEO y el 3% tenía una presidenta femenina. Prácticamente los mismos porcentajes que en la actualidad; una década perdida en este aspecto.

“El inmovilismo de estas cifras demuestra la extrema complejidad que tiene para las mujeres en España aumentar su presencia en puestos de alta dirección. Un hándicap que se ha incrementado en el último ejercicio. Esto no solo representa un desfase con el resto de Europa y el panorama global, sino que tiene consecuencias directas sobre el desarrollo, la implantación y el liderazgo de las políticas de igualdad de género. Además, la visibilidad de referentes femeninos con gran influencia representa una inspiración para las nuevas generaciones”, apostilla Aurora Sanz.

Evolución de puestos de influencia directiva en España





La gran esperanza para visibilizar ese liderazgo, hoy por hoy, está puesta en el cargo de directora financiera (CFO). El porcentaje de CFO aumenta hasta el 38,5%, lo que supone 5,3 puntos porcentuales más que el año pasado. Un resultado muy positivo que permite a España situarse en los estándares europeos (38,7%) y globales (39%) y que puede suponer una oportunidad para aumentar la proporción de mujeres en otros puestos de alta responsabilidad. No hay que olvidar que los directores financieros suelen estar bien posicionados para llegar a ser CEO.

La realidad actual es que la paridad en la alta dirección solo está cercana en el puesto de directora de recursos humanos, que se mantiene en un 46,8% (-0,5 puntos porcentuales respecto al año anterior) y se consolida como el cargo que mayor presencia de mujeres tiene en España. Tras este cargo y el de CFO, el particular podio de puestos con mayor proporción de liderazgo femenino lo completa la dirección comercial (CCO), que crece hasta el 26,1%.

Algo por debajo se sitúan las posiciones de directora de marketing (20%), directora de operaciones o COO (20%), CEO (18,5%), directora de sostenibilidad (16,3%), directora de tecnología o CTO (11,5%) y CIO (13,4%). Puestos en los que sí que existe una gran evolución, ya que en los últimos diez años han logrado incrementos porcentuales de entre 10 y 20 puntos. Ahora queda por llevar esa evolución a los puestos de mayor influencia del comité directivo.

66

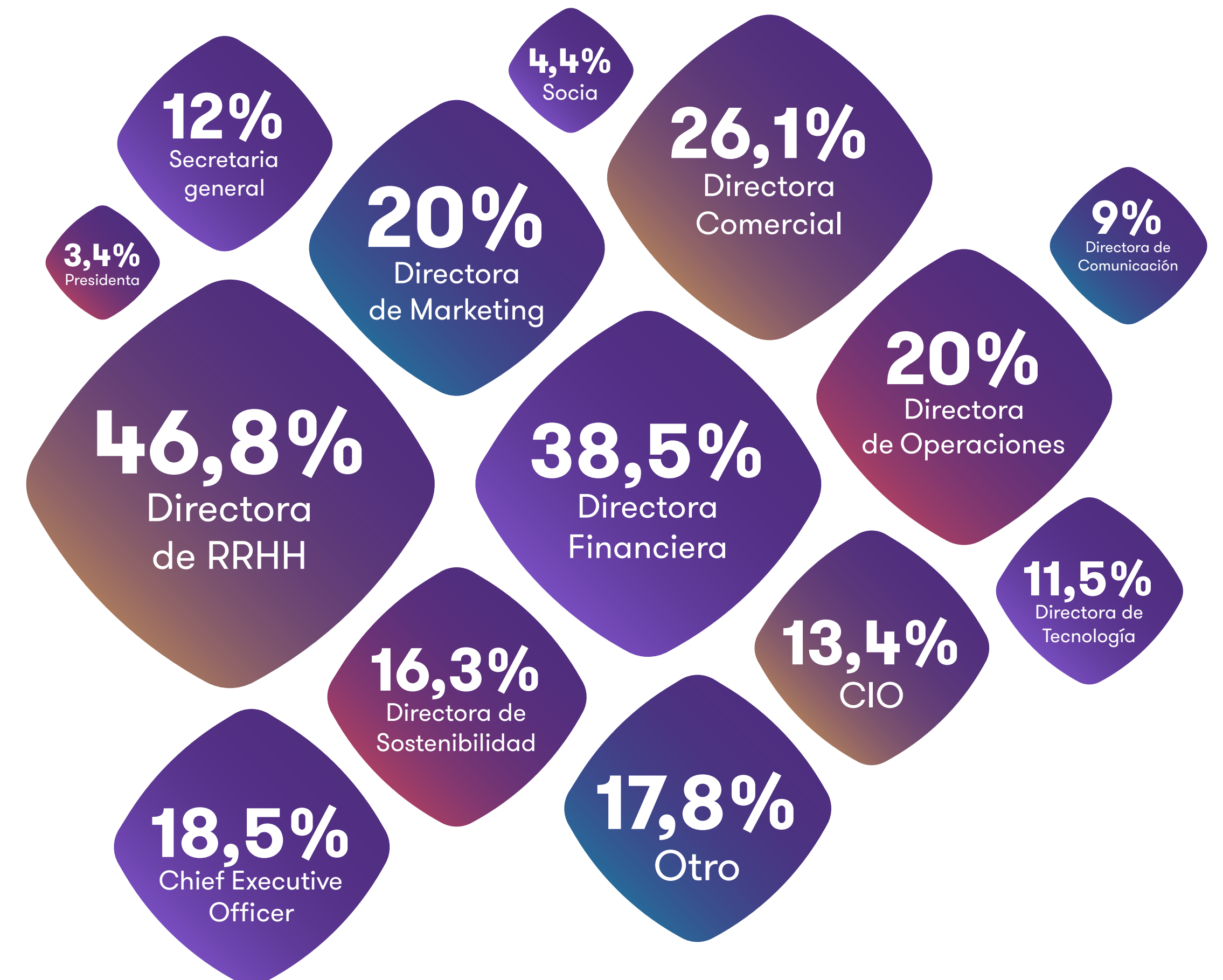
Como ya advertimos, de nada sirve felicitarse por un 37% de mujeres en la dirección si los puestos de mayor relevancia, influencia y gestión como el de CEO, presidentas o socias siguen disminuyendo año tras año. De nuevo, la reflexión es por qué después de haber apostado por perfiles femeninos, cuando la empresa española inicia una nueva fase estratégica prefiere otro género al mando. Hay que valorar la valía de los candidatos y candidatas disponibles y apostar por el equilibrio, sabiendo además que posicionar a mujeres en altos mandos provoca efectos muy deseables en la cadena valor de la empresa y de los proveedores.

Aurora Sanz

18,5%

El número de mujeres CEO cae 10 puntos en tres años en nuestro país

Porcentaje por cargo de puestos directivos ocupados por mujeres en 2026 en España



Una estrategia sólida ajena al debate externo

En un contexto de marcada inestabilidad y de reapertura de debates que parecían zanjados, hemos querido evaluar no solo la implantación de políticas de diversidad de género por parte de las empresas del middle-market, sino también el compromiso de nuestras compañías en este ámbito.

La respuesta ha sido tajante. El 97,1% de las empresas españolas cuentan con una estrategia definida en materia de diversidad e inclusión. Casi 5 puntos porcentuales más que las compañías europeas (92,4%) y el conjunto global (92,7%).



¿Impulsó una revisión de sus políticas de diversidad el año pasado?



Las empresas nacionales implantan además programas vivos y actualizados. Entre las firmas españolas que integran estos programas, el 69,5% evaluó sus iniciativas en 2025, por encima del dato de la UE (65,4%) y ligeramente por debajo de las cifras globales (74,8%).

Cabría pensar que esta revisión está condicionada por el contexto actual, en el que las políticas igualitarias parecen sufrir un frenazo por la influencia de la administración Trump. Pero nuestros datos demuestran todo lo contrario.

Cuestionados por la naturaleza de estos ajustes de sus políticas, la mayoría de líderes empresariales encuestados aseveran que se produjeron como parte de un proceso de evaluación estándar. Más de la mitad de las firmas nacionales (50,2%) señalaron este motivo, lo que demuestra la gobernanza que poseen las empresas españolas de sus acciones de gestión inclusiva y el escaso impacto que parecen haber tenido los acontecimientos globales.

Otras motivaciones que señalan las empresas españolas para llevar a cabo esta revisión son los cambios regulatorios (33%), las políticas gubernamentales (20%), las nuevas directrices por parte de la dirección (20%) y, ya en quinto lugar, el cambio en la conversación global sobre medidas de igualdad (17,9%).

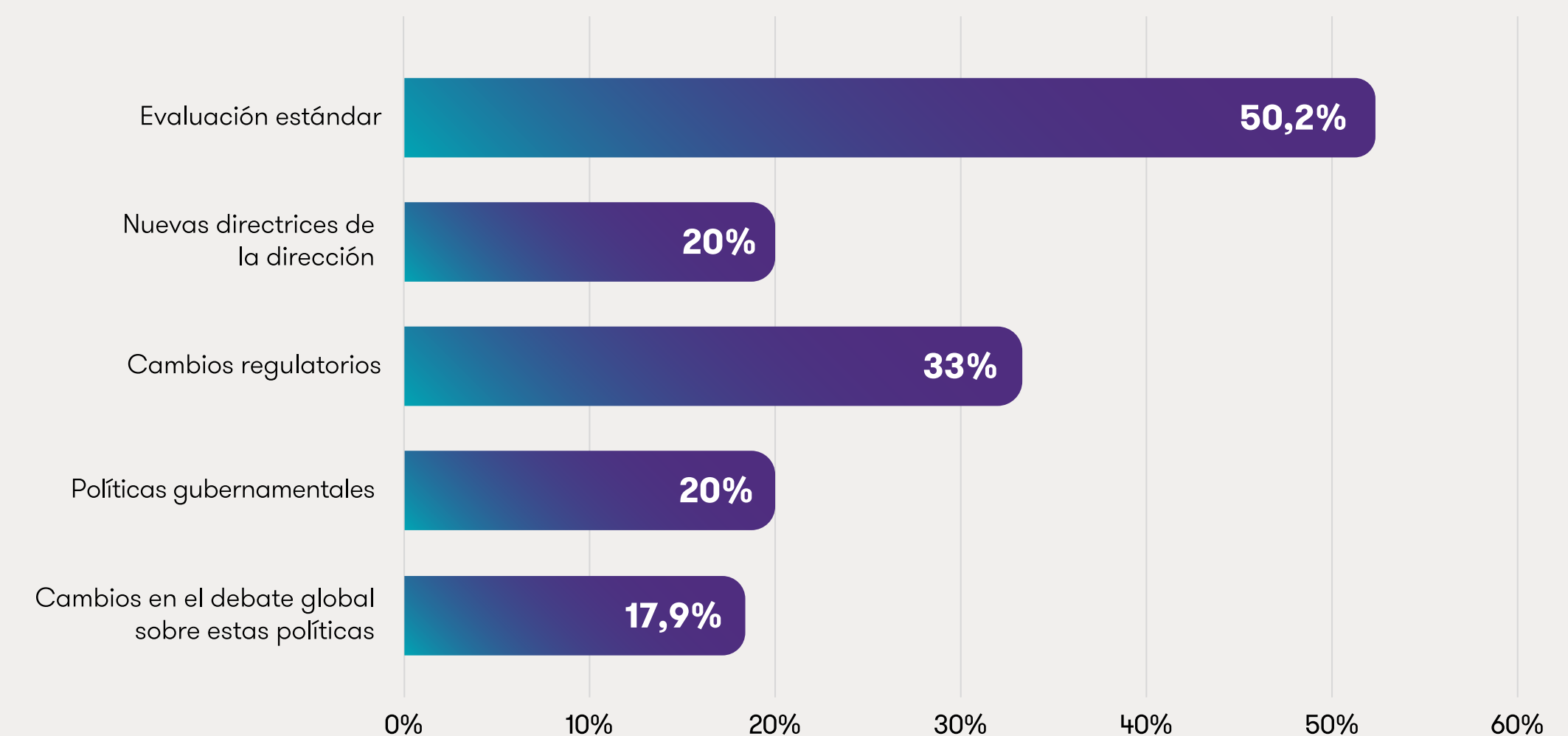
“En la anterior edición los tambores de retroceso ya se oían, pero es muy alentador ver que el Management en España sigue apostando por implantar cuadros directivos diversos y políticas específicas para el desarrollo directivo de la mujer. Pesa más el compromiso, la regulación y la estrategia que el ruido mediático e incluso político en estas cuestiones”, asevera Isabel Perea.

9 de cada 10

Empresas españolas tienen planes de equidad directiva



Motivos de las empresas españolas para revisar sus iniciativas de diversidad



A nivel global, por contra, el 39,4% de las empresas señaló este factor como motivación para revisar sus estrategias. En el conjunto de la Unión Europea, el porcentaje se situó en el 31,8%, más del doble que el dato de España.



66

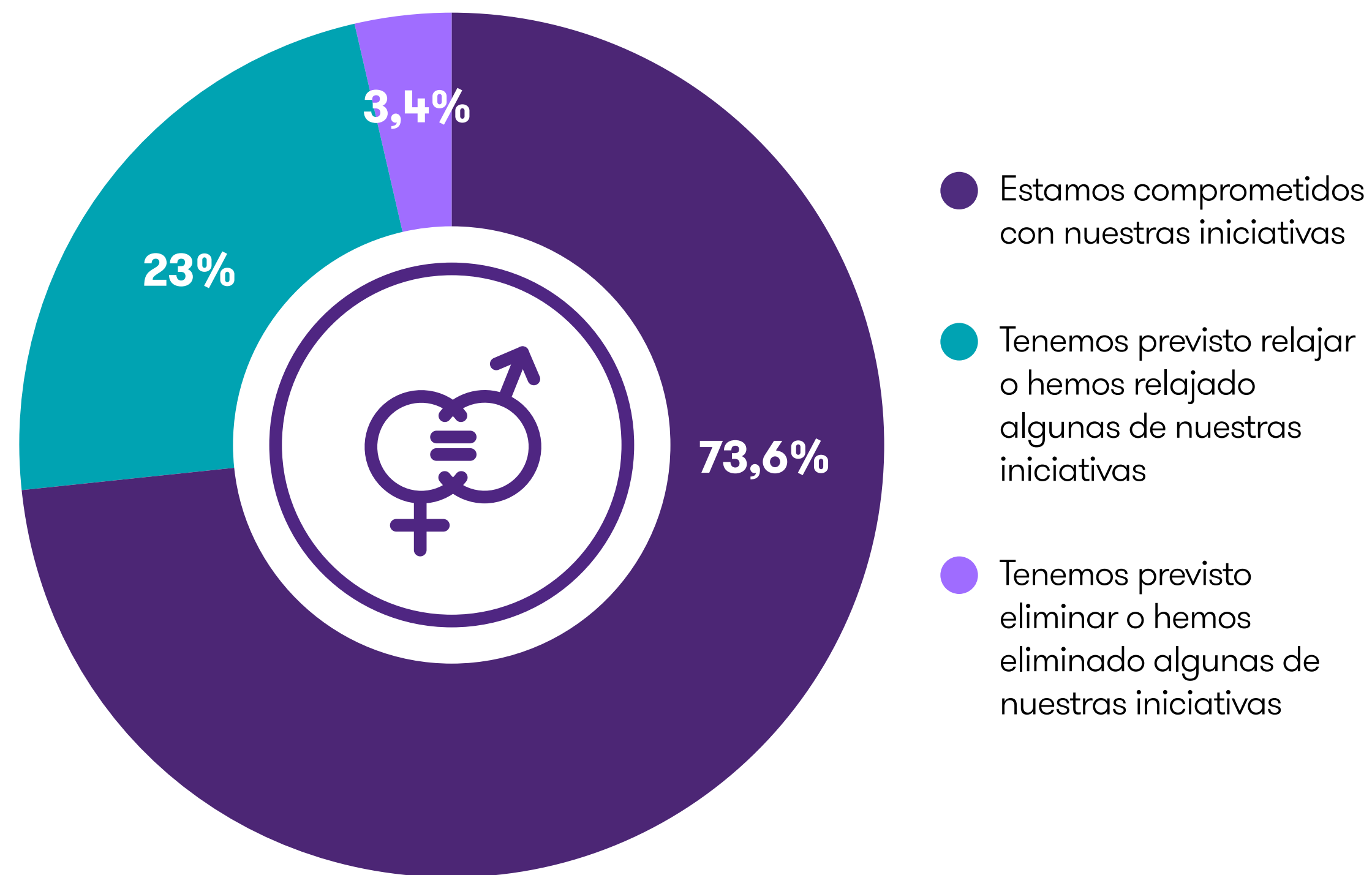
El posible cambio de paradigma respecto a estas políticas ha tenido un peso mucho más limitado en nuestro país que en otros territorios de nuestro entorno. España mantiene un posicionamiento sólido con las iniciativas inclusivas, mientras en el resto de Europa el debate parece estar mucho más abierto, añade Aurora Sanz.

Visión a largo plazo

En este contexto internacional marcado por una creciente exigencia regulatoria, mayor escrutinio social y una conversación pública cada vez más intensa sobre diversidad, la apuesta nacional con el talento femenino queda de manifiesto en otra de las preguntas específicas que hemos realizado para esta edición de nuestro Women in Business.

Encuestadas por su posición actual respecto a las políticas inclusivas de su empresa, tres de cada cuatro compañías españolas (73,6%) aseguran que mantendrán o ampliarán este tipo de medidas. Solo el 23% prevé flexibilizar o ha flexibilizado sus políticas y un residual 3,4% tiene previsto eliminar o ha eliminado alguna de estas actuaciones.

¿Cuál de estas afirmaciones describe mejor su compromiso actual sobre la igualdad de género en su empresa?



Estos resultados se sitúan ligeramente por debajo del panorama global (75,8% mantendrá o ampliará sus proyectos) y el de la Unión Europea (74,1%), que también demuestran una firme implicación con la igualdad de género. “No solo existe una vinculación actual con este tipo de políticas, sino que las empresas españolas cuentan con previsiones de futuro en las que las políticas de igualdad de género poseen un papel fundamental”, indica Isabel Perea.

En este contexto, sin embargo, las medidas que corren más peligro de suprimirse son las que vinculan la igualdad a determinados procesos retributivos. Nuestros datos señalan a las medidas de igualdad de género vinculadas a reducir la brecha salarial de directivos y socios (30,8%), salarios a empleados (30,8%), bonus relacionados con objetivos de igualdad para empleados (23,1%) y ejecutivos (23,1%) y acciones de este tipo encaminadas a la retención de empleados (23,1%).

“Esta medida implica cierto riesgo, ya que los bonus y los incentivos económicos son herramientas que convierten la igualdad en objetivos medibles. Al retirarlos, dejan de estar anclado a resultados concretos. Además, con la nueva directiva de transparencia salarial, será clave que la empresa justifique muy bien las potenciales brechas en puestos directivos similares entre hombres y mujeres. Se abre, por tanto, un periodo de revisión y optimización de los planes retributivos, con una oportunidad magnífica de inyectarles equidad de género en su espíritu global”.



El impacto de la presión pública y privada

Está ampliamente demostrado que el impacto de las medidas orientadas a impulsar el liderazgo femenino en los puestos de dirección trasciende el ámbito interno de la organización. No se trata únicamente de una cuestión cultural o de gestión del talento, sino de un elemento que incide directamente en la reputación, la competitividad y la sostenibilidad del negocio.

Las empresas operan en entornos cada vez más exigentes en materia de diversidad, donde distintos agentes evalúan no solo los resultados financieros, sino también la vinculación con la igualdad de género. Contar con una estrategia clara en este ámbito se ha convertido, para muchos grupos de interés, en un indicador de buena gobernanza y visión a largo plazo.

Con este contexto, hemos querido identificar qué stakeholders muestran mayor interés en las iniciativas de igualdad de género de las compañías españolas. En el último año, los más incisivos han sido los asesores externos (18,5% de las empresas han recibido peticiones de información por su parte), el gobierno o administración pública (15,4%), los reguladores (12,4%), asociaciones profesionales (12,4%) y los potenciales inversores (12,2%).

¿Cuáles de los siguientes han solicitado en el último año pruebas de su compromiso con la diversidad de género?



12,2%

Un potencial nuevo inversor



12,4%

Una corporación asociada



18,5%

Un asesor externo



12,4%

Un regulador




15,4%

Un departamento gubernamental

66

Estos datos reflejan que la presión no procede exclusivamente del ámbito institucional, sino también del ecosistema empresarial y financiero. “ La diversidad ha dejado de ser una cuestión reputacional para convertirse en una ventaja competitiva en procesos de asesoramiento, inversión y supervisión. No avanzar en esta materia no solo supone un riesgo interno —en términos de talento o cultura corporativa—, sino también externo, al afectar a la percepción de solvencia, cumplimiento y atractivo para inversores y socios estratégicos”, añade Isabel Perea.

73,6%



De empresas españolas mantienen sus iniciativas DE&I

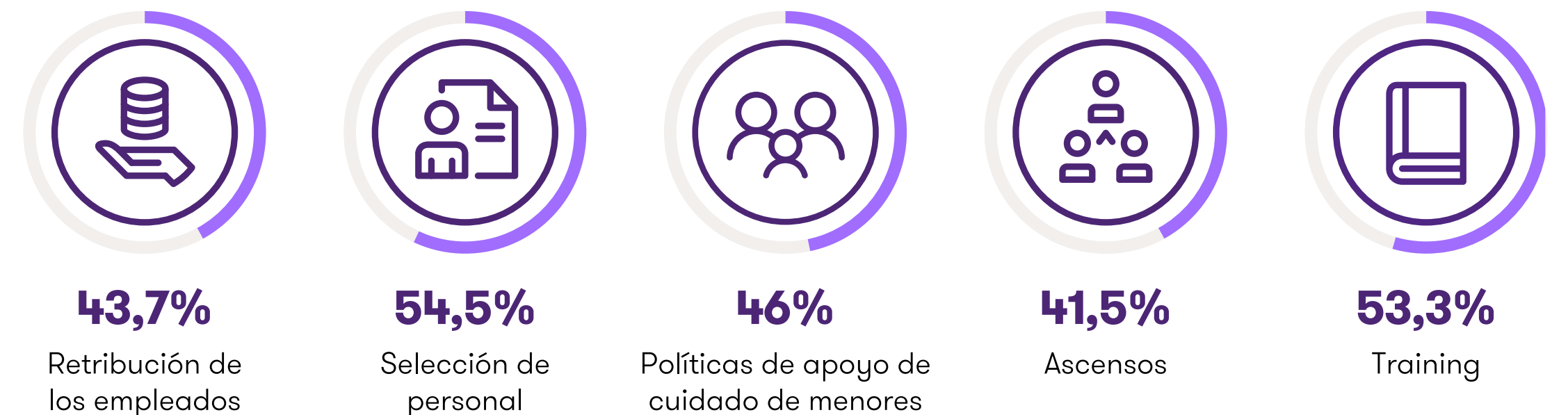


Unas políticas consolidadas en la empresa española

Lo cierto es que las empresas españolas llevan años trabajando y desarrollando distintos programas enfocados a potenciar la presencia de mujeres en el ámbito laboral y directivo. Por ello, hemos querido preguntar a nuestras compañías en qué aspectos han puesto hasta ahora el foco y qué programas están más desarrollados en el tejido empresarial nacional.

La selección de personal (54,5%) está fuertemente vinculada a estos proyectos, seguida de los programas de formación o training (53,3%), las políticas de apoyo parental (46%), la retribución de empleados (43,7%) y los ascensos (41,5%).

En las políticas de su empresa, ¿para cuáles de estos elementos cuenta con una estrategia de igualdad de género?



En la Unión Europea, la medida más apoyada por las empresas es la retribución de empleados, pero su implantación (38,8%) queda todavía lejos de los estándares españoles. Una situación similar ocurre a nivel global, donde no existe ningún indicador con tasas superiores al 50%.

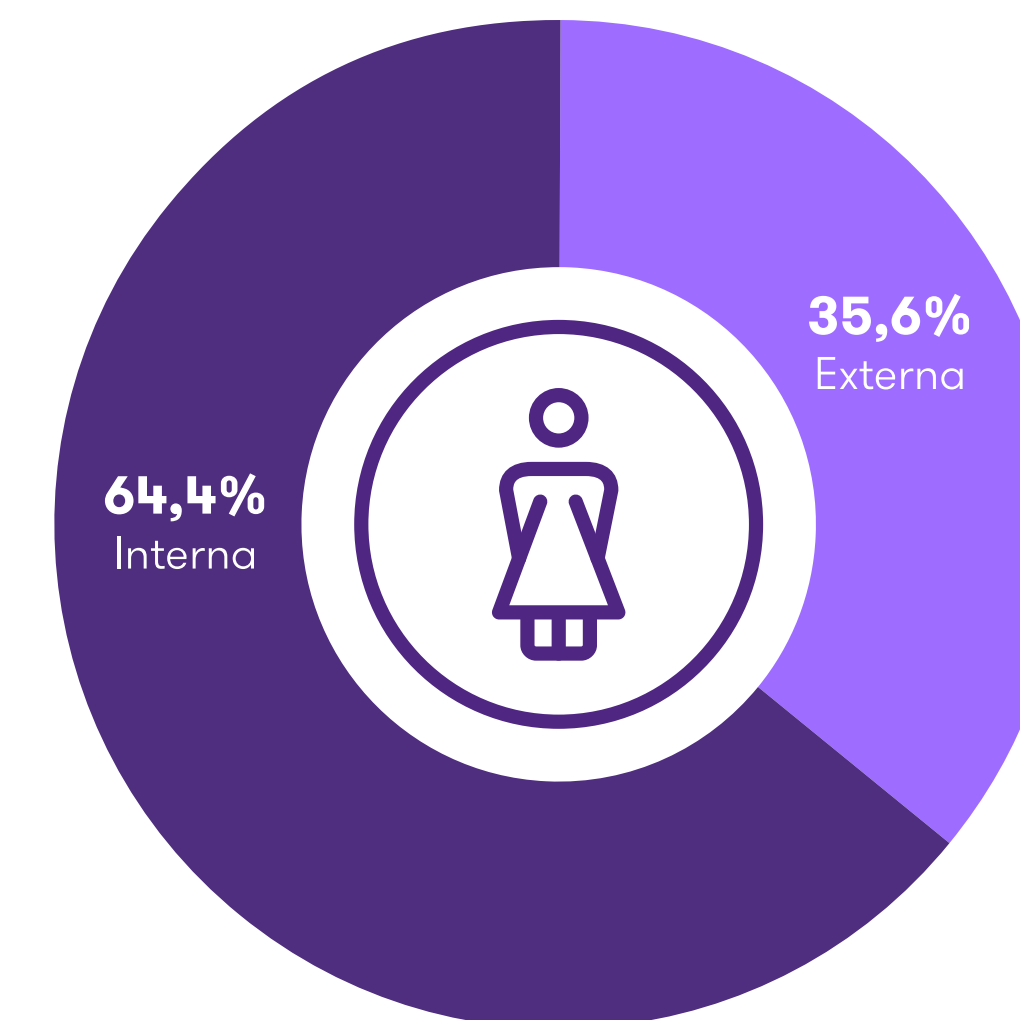
Estos resultados demuestran que las empresas españolas no han limitado sus esfuerzos a cambios simbólicos, sino que han actuado sobre los mecanismos clave del ciclo de vida del empleado: selección, formación, promoción y retribución. Todo ello refleja que el apoyo a la paridad se ha incorporado en los procesos que realmente determinan el acceso, desarrollo y progresión profesional, evidenciando el elevado grado de madurez del tejido empresarial nacional en esta materia.

Aurora Sanz

Apuesta por la promoción interna

Precisamente esa integración transversal de la igualdad a lo largo de todo el recorrido profesional tiene su reflejo en un momento especialmente significativo: la asignación de puestos directivos para mujeres. En sus últimas vacantes de posiciones de responsabilidad, el 64,4% de las empresas españolas han apostado por la promoción interna de empleadas, frente al 35,6% que ha optado por la contratación externa. Dentro de este último grupo, casi la mitad de estas directivas (48,5%) proceden de empresas de entre 50 y 499 empleados.

¿Cuál fue la procedencia de la última mujer que pasó a ocupar un puesto directivo en su empresa?





Este resultado se encuentra alineado con los estándares de la Unión Europea (64,7%) y ligeramente por debajo del dato global (67,4%).

“Todo ello sugiere que las compañías no solo están trabajando en la atracción y formación de talento femenino, sino que confían en el desarrollo interno como vía principal para consolidar el liderazgo de las mujeres, reforzando así la coherencia entre las políticas implementadas y las decisiones estratégicas de sucesión. Estos datos también sugieren que las medidas de impulso directivo femenino puestas en marcha en nuestras organizaciones hace unos años están dando sus frutos en estos momentos”, explica Isabel Perea.

Asimismo, la apuesta mayoritaria por la promoción interna constituye un elemento de esperanza para incrementar de forma sostenida la proporción de mujeres en puestos directivos en nuestro país, que como hemos mencionado sufrieron un frenazo el año pasado. “Si las organizaciones han fortalecido la cantera de talento femenino desde las etapas iniciales y apuestan por su crecimiento dentro de la compañía, las probabilidades de que ese talento alcance posiciones de alta responsabilidad aumentan de manera estructural, consolidando avances que pueden ser más estables en el tiempo”, profundiza Aurora Sanz.

6 de cada 10

Nuevas directivas proceden de la cantera interna de la empresa española

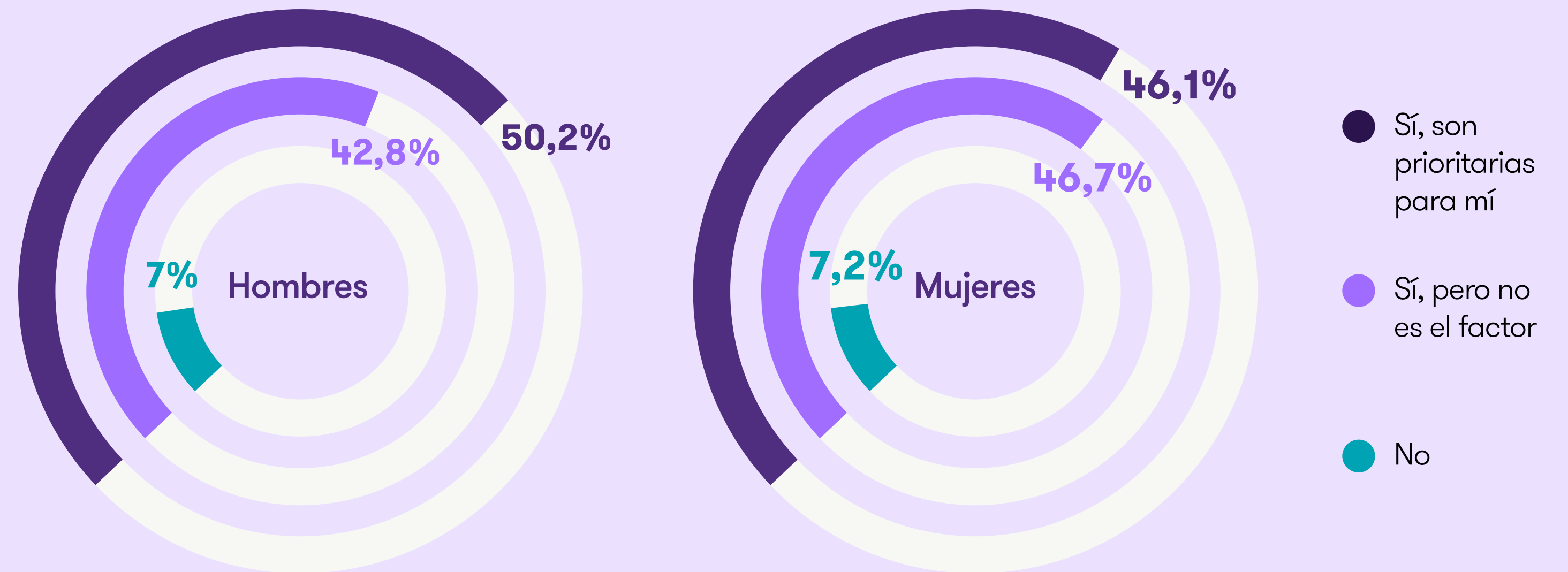


La implicación masculina en el liderazgo femenino

El estudio de Grant Thornton Women in Business 2026 pone de manifiesto que la promoción de mujeres en puestos directivos no es una cuestión que atañe exclusivamente a las mujeres, sino un objetivo compartido que interpela al conjunto de la sociedad. En esta edición, los hombres han demostrado un grado de sensibilización especialmente significativo en torno a esta materia.

En España, el 50,2% de los encuestados afirma que considera prioritario, a la hora de participar en un proceso de selección, que la empresa cuente con programas de igualdad de género. Además, un 42,8% adicional lo califica como un factor muy relevante en su decisión.

¿Consideras importantes las políticas de género cuando optas a un trabajo?



Estos porcentajes se sitúan incluso por encima de los registrados entre las mujeres, que también valoran de forma mayoritaria estas políticas: el 46,1% las considera prioritarias y el 46,7% importantes a la hora de optar a un puesto de trabajo.



66

Estos resultados evidencian que las políticas de igualdad no benefician exclusivamente a un colectivo concreto, sino que contribuyen a construir entornos laborales más justos, transparentes y equilibrados, con impacto positivo en el clima interno, la atracción de talento y la sostenibilidad de las organizaciones. Nuestro estudio demuestra que cuando la equidad directiva se entiende como un proyecto común, sus beneficios se extienden al conjunto de la plantilla y fortalecen el desempeño global de la empresa.

Ramón Galcerán,
Presidente de Grant Thornton en España





Capítulo 6: La igualdad de género, un motor esencial del desempeño de las empresas medianas



El descenso de 1,1 puntos porcentuales en el porcentaje de mujeres en puestos de alta dirección recuerda lo que está en juego si las empresas no mantienen su compromiso de aumentar la representación femenina en la dirección.

Los equipos con diversidad de género favorecen el éxito a largo plazo: las empresas que invierten en nuevas iniciativas para promover la igualdad de género están, en realidad, invirtiendo en crecimiento. Contar con estas iniciativas y visibilizarlas, tanto de forma interna como externa, no es una cuestión de ideales, sino una estrategia pragmática para el éxito empresarial.

En pocas palabras: la economía global se beneficia de un sector medio saludable y el sector medio es más fuerte cuando invierte en un liderazgo equilibrado en términos de género. Las empresas del middle-market rinden mejor cuando su dirección refleja el mundo al que sirven y esto incluye una representación equitativa de las mujeres.

Para ayudar al sector medio a alcanzar estos objetivos, recomendamos a las empresas medianas y a sus directivos hacer lo siguiente:

1

Acelerar la paridad de género para estimular el éxito empresarial.

Demostrar cómo un liderazgo equilibrado en términos de género impulsa un crecimiento más sólido ayuda a generar compromiso y a acceder a oportunidades. Cuando los equipos comprueban que la inclusión mejora los resultados, resulta más fácil avanzar hacia la paridad de género y al mismo tiempo obtener mejores resultados empresariales.

2

Potenciar la diversidad en todo el ecosistema de tu empresa, tanto a nivel interno como en tu cadena de suministro.

Favorecer una mayor variedad de perspectivas contribuye a prevenir retrocesos en igualdad de género y posiciona a la organización como referente en crecimiento inclusivo. Lograr que socios y proveedores compartan estos compromisos refuerza el ecosistema empresarial y mejora la resiliencia del desempeño.

3

Aumentar la visibilidad de las acciones de equidad, porque motivan al talento y posicionan mejor a tu empresa en un mercado cada vez más competitivo.



Referencias

1. [Here are all the companies rolling back DEI programs – Forbes](#)
2. Grant Thornton International Business Report Q3 2025
3. [Women Powering Progress – Agnes Dire – SNG Grant Thornton \(South Africa\)](#)
4. [Chile approves bill promoting gender diversity on corporate boards – DLA Piper](#)
5. [Brazil: Employment & Benefits – 2024 Highlights and 2025 Outlook – Mayer Brown](#)



Colaboradores

Supervisión del informe en España

Policarpo Aroca

Director de MCBD en Grant Thornton España

Diseño

Patricia Cabezuelo

Irene Fernández

Diseñadoras gráficas en Grant Thornton España

Colabora

LEAD BY
THOUGHT

Consultora de Comunicación y Leadership

Greg Keith

CEO
Grant Thornton International

Hilary Haynes

Directora de Recursos Humanos
Grant Thornton International

Agnes Dire

Presidenta del Consejo y Directora de SNG
Grant Thornton (Sudáfrica)

Jenn Barnett

Directora de I+D y de ESG, Cultura y Marca
Grant Thornton Reino Unido

Priyanka Gulati

Socio y Líder en consultoría de capital humano
Grant Thornton Bharat (India)

Dan Holland

Socio de Auditoría Corporativa y Presidente del Grupo Directivo de Equidad, Diversidad e Inclusión (EDI)
Grant Thornton Irlanda

Neşe Kılıç

Directora de Contabilidad e Informes Financieros Grant Thornton Turquía

Simonetta La Grutta

Socia y Responsable del IVA
Grant Thornton Italia

Élica Martins

Socia de Auditoría
Grant Thornton Brasil

Alexandra Will

Socia de Risk Advisory – cumplimiento normativo en materia de delitos financieros
Grant Thornton EAU

Ratna Wright

Socia
Grant Thornton Tailandia

Aurora Sanz

Socia Directora de Tax & Legal
Grant Thornton España

Isabel Perea

Socia Directora de Auditoría
Grant Thornton España



Metodología

El International Business Report (IBR) es la principal encuesta mundial de empresas del middle-market. Lanzado en 1992, el IBR ofrece información sobre las opiniones y expectativas de unas 14.000 empresas cada año. El estudio se realiza trimestralmente y en él se entrevista a altos directivos de empresas medianas de 31 países. Entre ellos se incluyen directores generales, directores ejecutivos, presidentes y otros altos ejecutivos de todos los sectores. Los cuestionarios se traducen a los idiomas locales y el trabajo de campo se lleva a cabo mediante entrevistas en línea y telefónicas.

Los resultados del informe Women in Business 2026 proceden de entrevistas realizadas entre julio y septiembre de 2025. Cabe señalar que este año los datos se recopilaban nueve meses después del conjunto de datos anterior, a diferencia del año anterior, en el que los datos se recopilaban anualmente. En España, el tamaño de la muestra total de empresas entrevistadas ha sido de nuevo de 400, mezclando 200 entrevistas online y 200 entrevistas telefónicas, tanto a hombres (47%) como a mujeres (52%). Para la obtención de los datos autonómicos, se ha tenido en cuenta una muestra proporcional de directivos/as en todas las comunidades autónomas analizadas en el informe, la cual se ha completado con una muestra representativa del resto de comunidades autónomas no incluidas en el informe.

El informe Women in Business tiene en cuenta las regiones con más presencia de actividad empresarial general, de entre 50 y 500 empleados, con facturación por encima de los 50 millones de euros.

La definición de middle-market dependiendo de la zona geográfica mundial que se tenga en cuenta: en China continental, entrevistamos a empresas con ingresos de entre 5 y 500 millones de dólares; en Estados Unidos, a las que tienen entre 100 y 4.000 millones de dólares de ingresos anuales; en Europa, suelen ser las que tienen entre 50 y 500 empleados. Hemos redondeado los porcentajes y los datos analizados en este informe al primer decimal más cercano. Por esta razón, algunos gráficos pueden no sumar el 100%.





Somos Grant Thornton. Vamos más allá para que tu empresa también lo haga.

En Grant Thornton España ayudamos a que tu empresa vaya más allá. Servicios profesionales de Auditoría & Assurance, Advisory, Tax, Asesoramiento Financiero, Legal, Laboral y Outsourcing. Somos 11 oficinas y 900 profesionales en nuestro país. Pertenece a Grant Thornton Advisors, una plataforma multinacional y multidisciplinar que proporciona una experiencia de cliente única y transfronteriza, con soluciones y capacidades potenciadas por la última tecnología y los mejores equipos. A su vez, formamos parte de Grant Thornton International, una de las redes globales de servicios profesionales líderes, con 80.000 profesionales presente en más de 150 mercados en todo el mundo.

Visita [grantthornton.es](https://www.grantthornton.es) hoy mismo para descubrir cómo podemos ayudarte.



grantthornton.es

© 2026 Grant Thornton, S.L. Todos los derechos reservados.

Grant Thornton, S.L. es una firma miembro de Grant Thornton International Ltd (GTIL). GTIL y sus firmas miembro no forman una asociación mundial, los servicios son prestados por las firmas miembro. GTIL y sus firmas miembro no se representan ni obligan entre sí y no son responsables de los actos u omisiones de las demás. Para más información por favor visite www.GrantThornton.es