

El valor de la complementariedad

¿Son las mujeres capaces de liderar una empresa? ¿Tienen las competencias necesarias para llevar adelante un cargo directivo? El nuevo paradigma laboral consiste en integrar las habilidades de ambos sexos.

Victoria Girona Acevedo | Periodista



ESCALERAS PARA UN SUEÑO - MARIO PÉREZ

Poco a poco el mundo laboral está poblándose de mujeres directivas. Motivadas, dueñas de un espíritu emprendedor, aportan a las organizaciones competencias específicas del sexo femenino que logran enriquecer el funcionamiento profesional. Sin lugar a duda, este nuevo modelo pretende reafirmar la importancia de la igualdad de oportunidades en el ámbito del trabajo.

Sin embargo, no debemos olvidar que el aporte de la mujer debe ser complementario al del varón porque ambos estilos son enriquecedores para la empresa. Cada

uno tiene sus puntos distintivos para sumar. Igualarlos, o pretender homologarlos, sería hacer un reduccionismo de la naturaleza femenina y masculina.

En el marco del Seminario Mujer y Liderazgo dictado por el Instituto de Altos Estudios Empresariales (IAE), renombrados profesionales hablaron sobre esta temática y dieron su opinión acerca de este tópico.

Mireia Las Heras, ingeniera industrial y directora académica del Centro Internacional del Trabajo del Instituto de Estudios Superiores de la Empresa (IESE Business

School) de Barcelona, publicó numerosos libros que abordan esta problemática. Ella aseguró que existen tres tipos de liderazgo: el transaccional, el transformacional y el trascendente. Este último es el que mira a largo plazo, logra autoevaluar los errores, fomenta valores sólidos y genera un equilibrio sano entre la competitividad y la humildad.

Ahora bien, el liderazgo trascendental ¿es femenino o masculino? Las Heras sostiene que “la identidad de género determinada por nuestra genética tendrá una repercusión en cómo tomamos decisiones y en cómo vemos la realidad. Los cerebros de ambos sexos son distintos y se activan diferentes sectores de él cuando elegimos”.

De esta manera, también existen competencias desiguales en ambos géneros. Mediante un estudio realizado por el IESE a nivel internacional, Las Heras demuestra que las mujeres saben delegar decisiones importantes y participar a sus subordinados, mientras que los hombres exponen las ideas de forma más organizada.

En lo interpersonal, los hombres suelen ser competentes cuando se aborda el tema de la inspiración y la disciplina, y las mujeres en la iniciativa; ellas participan activa-

mente de las mejoras en su propio trabajo. "Acá vemos por qué los consejos de administración y de dirección tienen que tener mujeres, porque son más valientes al poder verbalizar su iniciativa y proponer nuevos retos", agrega Las Heras.

El estudio también demuestra que las mujeres líderes son consideradas más familiarmente responsables por sus subordinados que los hombres. "Tanto hombres como mujeres son competentes pero en diferentes áreas, y esto los hace sinérgicos como líderes", asegura Las Heras y concluye: "Existe un equilibrio armonioso y, por eso, estas competencias se complementan."

Distintas voces a lo largo del seminario reforzaron esta idea. Eduardo Cazenave, rector general del Colegio San Juan el Precursor, aseguró que vivimos en la era de la razón, vinculándolo con lo masculino, pero debemos estar abiertos a la complementariedad en el ámbito laboral. A través de un video interactivo, el director resumió: "Las mujeres nos enseñan a conectarnos con lo más profundo del corazón y los varones siempre creímos que de eso no se habla. Hay que escuchar su punto de vista y saber valorarlo".

En la misma línea, el fundador y director ejecutivo de la Fundación Proyecto Padres, Adrián

Existen tres factores para un liderazgo exitoso: primero, ejercer un cargo directivo desde la autenticidad; segundo, desde la integridad; y, por último, con un propósito.

Dall'Astra, mencionó: "La complementariedad permite que cada uno sea la mejor parte de uno. Es aquello que uno aporta para que el otro sea lo mejor de sí." Tomando el ejemplo de la familia, donde existen claras diferencias entre padre y madre, Dall'Astra demostró que ambos líderes son necesarios en la formación de un hijo.

Por otro lado, Alberto Willi, profesor del área Empresa, Sociedad y Economía del IAE, habló de la importancia del autoconocimiento a la hora de ser líderes. "El que no se lidera a sí mismo no puede liderar a otros. Las empresas buscan personas automotivadas, con capacidad de autogestión", transmitió Willi. Mencionó, además, la importancia de la espontaneidad, la sabiduría y la virtud de poder enfrentar un problema sin llorar o gritar: "La clave es estar más atentos a tener una lectura de lo que nos pasa y lo que le pasa al otro. Generar esa sensibilidad y desarrollar la afectividad". De esta manera, asegura que existen tres factores para un liderazgo

exitoso, tanto en varones como en mujeres: primero, ejercer un cargo directivo desde la autenticidad, segundo, desde la integridad y, por último, con un propósito.

El seminario también contó con las experiencias de Paola Marra, ingeniera agrónoma y directora corporativa del "Grupo Los Grobo", y las de su esposo, Gustavo Grobocopatel, ingeniero agrónomo y presidente de esta empresa. Ambos hablaron de las ventajas de trabajar en familia y mencionaron el respeto y el compromiso como claves de la cultura organizacional para que las cosas funcionen.

Los líderes del nuevo milenio son aquellos que escuchan, participan a otros, motivan, comunican, buscan consenso y luego deciden. Tanto varones como mujeres, poseedores de estas habilidades, deben aprender a complementarse en sus competencias y mostrar su propio estilo a la hora de liderar. Como reza un dicho africano: "Si quieres avanzar rápido, anda solo; si quieres llegar lejos, vamos juntos". El objetivo es llegar lejos. ♡



Banco Galicia presentó su Informe de Sustentabilidad 2010 con el objetivo de compartir con sus clientes, empleados, proveedores y la comunidad su desempeño económico, social y ambiental. Constituye una herramienta clave para comunicar las políticas, prácticas y programas impulsados por la entidad, además de las mejoras que se producen. Este es el sexto año que se publica.

Notables mejoras se lograron en los sectores clientes, proveedores, empleados, ambiente y comunidad. La versión completa, en español y en inglés, se encuentra disponible en bancogalicia/galiciasustentable y en los perfiles de Responsabilidad Social Corporativa de Banco Galicia en Twitter (@BGalicia_RSC) y Facebook (www.facebook.com/BancoGaliciaSustentable).