

La mirada femenina en la empresa

Por Patricia León

Editora general de revista Perspectiva

Han transcurrido 23 años del siglo XXI y en estos meses en que se recuerda de manera especial a las mujeres (este artículo lo estoy escribiendo el 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer), surge una vez más la pregunta: ¿cuánto hemos avanzado las mujeres en nuestra participación en el mundo empresarial?

La última edición del Global Gender Gap Report, emitida en julio de 2022, nos trae buenas noticias sobre el liderazgo femenino en las empresas: la proporción de mujeres en roles de liderazgo en el mundo ha aumentado. En 2016 era del 33,3 % y en 2022 es del 36,9 %. En algunos sectores se llega a niveles cercanos a la paridad de género en el liderazgo, como ONG (47 %), educación (46 %) y servicios personales y de bienestar (45 %). Es destacable la participación de la mujer en el liderazgo en instituciones del sector gubernamental y público (40 %), medios y comunicación (37 %) y bienes de manufactura y consumo (37 %). En el otro extremo se encuentran los sectores de energía (20 %), manufactura (19 %) e infraestructura (16 %). Estos datos incluyen roles de liderazgo como directoras, vicepresidentas, CXO (Chief Experience Officer) y socias, en 155 países.

El informe concluye que, si bien la proporción de mujeres en posiciones de liderazgo ha ido aumentando con el tiempo, en promedio, más mujeres han sido contratadas para puestos de liderazgo en industrias donde ellas ya estaban altamente representadas.

Pero, aunque estos números animan, en realidad no reflejan algo mucho más importante: el aporte que hace la mujer al mundo empresarial. Hay otra dimensión que es necesario considerar: el rol que ellas desempeñan en la toma de decisiones en las empresas y su visión peculiar de las soluciones.

Ante todo, hemos de reconocer que la mujer tiene características propias que la definen como tal y que están presentes en su vida familiar, profesional y social. Su **modo de captar el entorno** y de **expresar su mundo interior** la hacen especial.





Y allí están precisamente sus fortalezas y el valor agregado que ella puede ofrecer a la empresa.

En su libro “La mujer y su éxito” los profesores Juan Antonio Pérez López y Nuria Chinchilla expresan que uno de los puntos fuertes de la mujer empresaria es su **modo de conocer la realidad**. Cuando ante un grupo de directivos se presenta un problema, es posible que los hombres lo definan de manera concreta y tomen una decisión de inmediato, mientras que las mujeres prefieren analizar las alternativas de solución y evaluarlas antes de tomar una decisión. Esta visión complementaria de la realidad es la que hace que, por ejemplo, en un directorio o una reunión de trabajo, las decisiones tomadas entre hombres y mujeres sean más acertadas y aterrizadas a la realidad.

La **visión más humana** que las mujeres tienen de los hechos y de las personas, su capacidad de evaluar alternativas y ver en cada una de ellas las implicaciones sociales y familiares que tienen, su tendencia a establecer “cómo” se logra el “qué”, llevan a la mujer empresaria a preferir establecer las políticas que sirven de marco a los objetivos que se plantean. Su capacidad de comprometerse con la consecución de objetivos trazados nos asegura que las metas se conseguirán y no quedarán solo en el papel.

Es importante que la sociedad ahonde cada vez más en la relevancia que tiene apoyar la participación eficaz de la mujer en el mundo empresarial, a través del conocimiento profundo de sus peculiaridades y la reflexión sobre el proceso que ella realiza para la toma de decisiones. El mundo académico puede aportar con casos y experiencias a la principal preocupación de la mujer de hoy: cómo armonizar trabajo y familia de manera exitosa y encontrar el equilibrio entre su vida personal y profesional.



LA AUTORA

Patricia León González es máster en Dirección de Empresas por el IDE Business School, Ecuador, y licenciada en Sistemas de Información por la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en el sector bancario y educativo. Es directora de Desarrollo Institucional del IDE Business School y editora general de Revista Perspectiva.