

Management, 08 de marzo de 2017

Seis recomendaciones expertas para fomentar el liderazgo femenino en las empresas

Matiana Behrends, Directora de Gestión de Personas de GrantThornton Argentina propone iniciativas y enfoca sobre aspectos menos explorados de esta temática



Este miércoles se celebra en todo el mundo el Día de la Mujer Trabajadora, que desde hace años conmemora la lucha en todo el mundo por su participación, en pie de igualdad con el hombre, en la sociedad y en su desarrollo íntegro como persona.

Sin embargo, en muchos países y ámbitos como el laboral y el económico, este postulado continúa siendo sobre todo una **expresión de deseo** antes que una realidad.

Muchos expertos consideran que el objetivo de una sociedad más justa y equitativa se alcanzará sobre todo cuando las **mujeres** alcancen un pie de igualdad en **posiciones de liderazgo** tanto en el sector público como en el privado.

En ese marco, Matiana Behrends, Directora de Gestión de Personas de GrantThornton Argentina propone **seis consejos** para que las empresas fortalezcan el liderazgo femenino:

1. Revisar la forma en que se define y se demuestra el liderazgo dentro de la organización

Muchas empresas siguen operando con las ideas tradicionales de liderazgo que no están a la altura de los retos del mundo actual y no resultan atractivas para las mujeres, o para la próxima generación de hombres. Es vital que se identifiquen y se contradigan las falsedades.

Es por esto que las empresas deben revisar los **atributos** que muestra el **equipo de liderazgo actual** y **considerar el mensaje** que envían a las mujeres, tanto interna como externamente.

Una buena opción podría ser designar un organismo externo para llevar a cabo una **auditoría**, sobre todo si el equipo de dirección actual **carece** de **diversidad**.

2. Reconocer y premiar un amplio conjunto de capacidades

Las empresas deberán velar por que en sus criterios de rendimiento se tengan en cuenta las **cualidades de liderazgo** necesarias en un mundo volátil e incierto.

Las descripciones de los puestos, los objetivos formativos y las evaluaciones deben incluir **elementos más amplios** de liderazgo.

Las organizaciones deben asegurarse que las estructuras retributivas **midan y recompensen** el trabajo de los líderes y equipos de liderazgo en un sentido amplio, en lugar de que esto sea a partir de un conjunto limitado de objetivos financieros.

3. Promover oportunidades para que los líderes puedan marcar la diferencia

Muchos líderes quieren marcar la diferencia, por lo que las empresas deberán dejar en claro que asumir un puesto de alta dirección dará la oportunidad para hacerlo.

Es necesario **desmitificar** la alta dirección y mostrar que se trata de una función estimulante y gratificante. Las empresas deben ser capaces de articular su objetivo y el **legado** que dejarán a la comunidad local.

4. El dinero es importante para las mujeres: discutir las retribuciones más abiertamente

Aunque la remuneración importa a casi todo el mundo a la hora de aceptar un puesto de liderazgo, obtener un **mayor salario** es un factor de **motivación mayor** para las mujeres que para los hombres. Las mujeres ven su salario como una demostración de que la empresa las valora y recompensa.

Sin embargo, por lo general, les causa **más ansiedad** pedir **aumentos** de sueldo o **ascensos**, y son mucho menos propensas que los hombres a iniciar negociaciones.

Es importante que las empresas permitan a sus empleados **hablar libremente** y formen a los jefes acerca de cómo mantener **conversaciones honestas** con su personal acerca de la retribución económica.

5. Identificar y abordar los prejuicios que suponen una barrera para las mujeres

Las empresas tienen que entender en qué punto el talento de las mujeres se está encontrando con barreras y por qué están abandonando la trayectoria hacia la alta dirección.

Impartir **talleres** sobre **sesgos inconscientes** puede ayudar a entender cómo pueden estar frenando inconscientemente a las mujeres, por ejemplo etiquetándolas como 'agresivas' en lugar de 'firmes' cuando muestran un fuerte interés por los resultados, o estableciendo paneles de entrevistas laborales dominados por hombres que **contratan y ascienden** inconscientemente a personas que se les **parecen y opinan como ellos**.

6. Apoyar el desarrollo del talento con programas de mentores y sponsors

Para muchas mujeres, la estructura de apoyo que resultó más importante para ayudarlas a tener éxito en el liderazgo fueron los mentores o patrocinadores.

Se trata de **líderes de alto rango**, ya sea de dentro o fuera de su propia organización, que **crearon oportunidades** para ellas, apoyándolas, reforzando su confianza para asumir riesgos y proporcionándoles una **caja de resonancia** para las nuevas ideas.

Las empresas deben velar por que las personas identificadas como potenciales líderes del futuro cuenten con el apoyo de un mentor o patrocinador, a la hora de reflexionar sobre lo que quieren de su carrera y estudiar cómo pueden lograrlo mejor.

Resulta vital que estos mentores y patrocinadores transmitan los **valores y atributos correctos** a los futuros líderes con los que trabajan.