



“ 5 DIAS “ ANALIZA LA EFICACIA DEL LIDERAZGO FEMENINO

En su ejemplar de fecha 3 de diciembre 2008, el diario económico 5 Días analiza la eficacia y el estilo de dirección “en femenino”, apuntando que las empresas están empezando a redescubrir su valor y afirma que no es necesario imitar el rol masculino de gestión para alcanzar resultados exitosos.

El congreso de mujeres directivas GEWoman Network, se celebró en Munich el pasado mes de noviembre, con interesantes conclusiones:

Nadie pone en duda la fortaleza, el carisma y las dotes de mando con las que contaba una de las políticas más destacadas de la historia: la ex primera ministra británica Margaret Thatcher. El estilo de dirección de esta destacada mujer se definiría hoy como un estilo masculino, percibido como aquel que se corresponde con personas más serias, autónomas y exigentes. Al igual que cuando Thatcher comenzó a liderar el partido conservador inglés en 1975, las cifras de las mujeres en puestos de responsabilidad en las compañías actuales siguen siendo poco igualitarias, ya que más del 70% de los puestos directivos en las empresas europeas están ocupados por hombres. Pese a ello, la escalada femenina no ha dejado de crecer año tras año.

La pregunta es: ¿cómo son las directivas de hoy? Un estudio elaborado por la consultora y firma de selección de personal Hudson, que trata de dar respuesta a esta cuestión, destaca dos perfiles de personalidad diferenciados dentro del estilo de gestión con el que cuentan las ejecutivas europeas. Por un lado, identifica a aquellas que dirigen con un estilo similar al de los hombres, más orientado a objetivos, autónomo y exigente; por otro, las directivas que emplean un modelo de gestión más cercano al de las mujeres en general, que son percibidas como personas más sociables, expresivas, comunicativas y cercanas.

'Es cierto que existen unos arquetipos masculinos y femeninos en cuanto a las habilidades que hacen distintos estilos de dirección, pero la clave es el carácter de la propia persona, sea hombre o mujer', destaca Celia de Anca, directora del centro de gestión de la diversidad de IE Business School.

Empresas más abiertas

Otra de las ideas que se desprenden del informe elaborado por Hudson es que en las compañías actuales se empieza a valorar de manera más positiva un modelo de gestión más cercano al arquetipo de liderazgo femenino. 'No es

necesario dirigir como un hombre para que se nos considere', señala Montserrat Luquero, consejera delegada de la compañía.

Pero de la misma manera que las cifras de empleo y la vida laboral de las mujeres han ido evolucionando, las propias compañías se han enfrentado, con el paso del tiempo a numerosos cambios. 'Las empresas están cada vez más abiertas a un tipo de liderazgo diferente, mucho más sensible y social, que antes no estaba bien valorado en la mayoría de las organizaciones. Sin embargo, para cubrir de la mejor manera posible un puesto de alta dirección son necesarias habilidades que corresponden tanto al arquetipo femenino como al masculino', destaca Celia de Anca. Por su parte, el profesor de recursos humanos de la escuela de negocios Esade, Roberto Quiroga, destaca que 'se han visto generaciones de mujeres directivas que tendían a imitar los modelos masculinos. Pero para las organizaciones de hoy y la situación actual que vive la economía, lo más importante es identificar qué habilidades de liderazgo se necesitan y encontrar a la persona que las pueda aportar, independientemente de su sexo'. Otra de las conclusiones del informe corresponde a las diferencias en la personalidad de las directivas según su experiencia profesional. Las menos experimentadas han demostrado ser más altruistas, con preocupaciones sociales y más orientadas a personas y, sin embargo, están menos acentuados en ellas los rasgos de apertura, decisión y dotes de mando.

Las directivas con más años de experiencia destacan por ser más estratégicas y por su capacidad de apertura y de pensamiento abstracto, aunque, por otro lado, se muestran menos altruistas.

La 'generación Y'

El estilo de dirección femenino percibido como un modelo más cercano, sociable, orientado a las personas y comunicativo es también el estilo que requerirán las próximas generaciones de trabajadores que se empiezan a incorporar al mundo laboral. Es la generación Y.

“Estos perfiles nuevos tienen unos intereses muy distintos a los que teníamos las personas del baby boom o de la generación X”, señala Montserrat Luquero, consejera delegada de la compañía.

La generación Y está formada por las personas que han nacido entre 1981 y 2004. Son hijos de la era digital, trabajan para vivir y no a la inversa, son optimistas sobre el futuro y realistas sobre el presente, están más orientados a las personas y son más altruistas, según destaca el informe. Los aspectos más valorados por estos jóvenes a la hora de incorporarse a un empleo son el clima laboral, la conciliación, el contenido del trabajo, el desarrollo de su carrera y la formación.

Desde Hudson destacan cómo el perfil de personalidad de las mujeres en comparación con el de los hombres, se adapta mejor a las demandas de esta nueva generación, que solicitan un estilo de dirección más participativo, colaborador y menos jerárquico.

'Para las empresa será fundamental comenzar a identificar el talento de los profesionales de la organización para descubrir a los futuros líderes del mañana', señalan desde la consultora.