

LA VENTAJA DE SER MUJER*

María Eugenia Estenssoro

Hace tan sólo veinte años, varios pensadores -hombres y mujeres- sostenían que el mundo público y más específicamente el de los negocios eran un terreno «no apto para mujeres». Las organizaciones, explicaban, eran estructuras basadas en el modelo militar y respondían a las reglas de la competencia que los hombres habían aprendido desde la infancia, practicando deportes como el fútbol. Para las mujeres esta era una cultura extraña porque de niñas habían «perdido» el tiempo jugando con muñecas y leyendo novelitas rosa,° actividades inapropiadas para el mundo de la acción. Si una mujer quería triunfar en los negocios, había que familiarizarse con la estrategia militar y los deportes masculinos. Es decir, actuar de acuerdo a los códigos de los hombres.



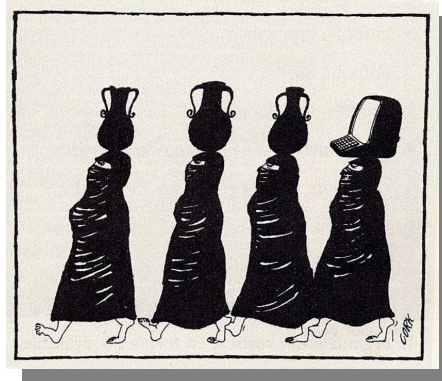
Por suerte, eso ya es historia vieja. A medida que° más y más mujeres llegan a posiciones de liderazgo en la sociedad, se comprueba que no es necesario travestirse° para triunfar en la vida pública. Y en la medida en que la era postindustrial descarta° las organizaciones piramidales, autoritarias y rígidas por modelos más flexibles y horizontales, valores femeninos como el cuidado de las relaciones humanas y el ambiente de trabajo, el diálogo, la participación, el espíritu de equipo° y hasta la intuición son conceptos muy frecuentes entre los expertos y expertas en *management*.°

Hay un elemento clave° que permite comprender por qué si antes la mujer parecía tan inadecuada para la acción hoy resulta muy apropiada. Es el hecho de que ella conduce de acuerdo a un arquetipo maternal O docente,° sumamente eficaz en la era de conocimiento, ya que el rol fundamental del líder° gerente° de hoy es ser un transmisor de información y un motivador por excelencia. El modelo tradicional masculino, basado en el modelo militar, del jefe que da ordenes y subalternos que obedecen sin pensar, está perimido.°

Desde hace varios años, las empresas han reducido sus niveles jerárquicos dramáticamente, tratando de armar° estructuras más horizontales, donde la información fluya en todas las direcciones. En un estudio de casos de ejecutivas exitosas, se demuestra que las mujeres lideran armando organizaciones planas° y circulares, en lugar de las viejas pirámides. La líder generalmente se instala en el centro del círculo y se ve a sí misma como el núcleo de esta estructura orbital, no como la cabeza. El círculo no encajona° a nadie. Ni la jefa está aislada, ni el personal queda distanciado. Al contrario, la autoridad de la líder deviene de su estrecha vinculación° y comunicación directa con todo el grupo.

Este enfoque no utilitario y más humanista en la relación con el personal es otro de los aportes° que las mujeres están introduciendo en el mundo de los negocios. Conciliar la eficiencia con los valores humanos es particularmente importante en una economía competitiva como la actual,° en donde la inteligencia, el compromiso° y el entusiasmo del personal son más decisivos para el éxito de una empresa de 10 que fueron en el pasado. Uno de los casos más elocuentes en este aspecto es, sin duda, «The Body Shop», una empresa inglesa de cosméticos naturales que utiliza sus tiendas para hacer proselitismo en favor del medio ambiente, los derechos humanos y los desprotegidos. Los empleados deben dedicar horas de trabajo semanales a alguna causa humanitaria, como cuidar ancianos o enfermos de Sida,° o visitar presos.° La compañía está reinventando el paradigma empresarial al servir como un poderoso vehículo para el cambio social.

En el mundo de hoy se le presenta a la mujer una oportunidad única como líder y conductora. Las mujeres tienen su propia forma de liderar y en esa identidad hay enormes ventajas. ¡Señores, si quieren mantener sus empleos, presten atención!



*De *Mujeres & Compañía*, una revista para mujeres profesionales de Argentina.

Preguntas:

El artículo presenta un contraste entre dos estilos de dirección ejecutiva: el masculino y el femenino. Escriba una **M** delante de las características del estilo masculino y una **F** delante de las características del estilo femenino. Después, decida cuál de los dos estilos prefiere para un negocio. Justifique su respuesta.

- 1. ambiente autoritario y rígido _____
- 2. arquetipo maternal y docente _____
- 3. competencia _____
- 4. cuidado de las relaciones humanas _____
- 5. diálogo y participación _____
- 6. enfoque humanista _____
- 7. enfoque utilitario _____
- 8. espíritu de equipo _____
- 9. estructura basada en un modelo flexible _____
- 10. estructura basada en un modelo militar _____
- 11. intuición _____
- 12. niveles de jerarquías _____
- 13. organización horizontal en forma de círculo _____
- 14. organización vertical en forma de pirámide _____
- 15. reglas definidas como las de los deportes _____