



MUJER Y EMPRESA: UNA CARACTERIZACIÓN DE LIDERAZGO

Alumna: María Sol Scrimizzi

Tutores: Jorge Murillo

Virginia Scotta

Carrera: Lic. En Comercio Internacional

Fecha: octubre de 2003

INDICE

A modo de introducción	1.
Características de las organizaciones hoy	5.
Caracterización del liderazgo	8.
Liderazgo femenino	10.
❖ Equilibrio	14.
❖ Un toque de mujer	15.
Mujer de negocios	17.
Características de la mujer de negocios	20.
La mujer como empresaria	21.
Estilo de la mujer de negocios	23.
❖ La mujer y la tecnología	24.
❖ Un ejemplo de mujer empresaria: Coco Chanel	25.
A modo de conclusión	28.

A MODO DE INTRODUCCIÓN

En esta monografía se intenta analizar las capacidades de liderazgo adquiridas por las mujeres, competencias distintivas que requieren y deben incluir las empresas para promover la innovación y alcanzar así, una competitividad susceptible de sostenerse en el tiempo.

En el marco de mercados cada vez más competitivos, inestables y sobre todo impredecibles, la sinergia requerida para el incremento de la competitividad y la productividad de las empresas, necesita de la interacción de las capacidades de liderazgo de los hombres, pero también las de las mujeres para lograr una más eficiente utilización de los recursos y competencias organizacionales.

A lo largo de los años, las mujeres han ido adquiriendo mayor protagonismo en un mundo totalmente nuevo para ellas, y que antes era inimaginable poder estar allí. Sin embargo, gracias a movilizaciones feministas y un sin fin de luchas por lograr la equidad entre el hombre y la mujer, no sólo se puede decir, sino también comprobar que la mujer es hoy co - protagonista de un mundo nuevo. Cuando hace más de 80 años atrás sólo 3 mujeres de cada 100 hombres lograban hacer el bachillerato, en el año 2000 más mujeres que hombres alcanzan el grado universitario.

Sin embargo cuando la globalización caracteriza el contexto actual, cuando las industrias son conocimiento intensivo, y cuando la alta tecnología influye en todos los aspectos de nuestra vida cotidiana, no podemos dejar de observar alguna de las tantas contradicciones que caracterizan a las actuales dimensiones socioeconómicas. Así, en cuanto a la estructura sociodemográfica, se puede dividir a las mujeres en 3 grupos:

- 1) Las que viven por debajo del límite de la pobreza y que no tienen acceso a la prensa, la televisión e Internet. Su formación está limitada a una educación escolar escasa y deficiente. Sus esperanzas de una vida más agradable son casi nulas, a pesar de que no son menos inteligentes que otras.
- 2) Las mujeres que trabajan en su casa o en negocios. Tienen acceso a la prensa y a la televisión. Especialmente la televisión les despierta deseos especiales. Cuando ven con cuantos lujos viven los otros hacen conciencia de su propia realidad.
- 3) Las mujeres que tienen libre acceso al mundo de los medios. Ellas han llegado, saben lo que quieren, la mayoría han concluido estudios superiores y muchos hombres temen sus habilidades y se preocupan de que puedan hacerles competencia por sus puestos. Cabe aclarar que a nivel mundial la proporción de este último grupo es sólo de menos de un 10%.

En Latinoamérica pertenecen al grupo 1 un 20-30% de las mujeres debido al machismo predominante, a los continuos embarazos y a la marginación social, por lo que no tienen posibilidad de insertarse en las organizaciones eficientes que requiere el actual contexto.

Frente a las modificaciones del mercado de trabajo y el aumento de las necesidades sociales en una economía que se achica, los emprendimientos productivos constituyen alternativas válidas para la inserción socioeconómica de numerosos grupos poblacionales y la mujer desempeña un rol fundamental en la expansión de los mismos.

En Argentina, por ejemplo, casi la mitad de los emprendimientos están en manos de mujeres. El 42% de los emprendedores son mujeres y trabajan un promedio de 11 horas diarias. En su mayoría, la franja que posee entre 35 y 40 años, manejan negocios dedicados a algún servicio (belleza, catering, remisería, organización de eventos, etc.) Hay un 37% de emprendedoras de entre 40 y 60 años. De los 17 a los 25 años las cifras descienden abruptamente (se supone que un emprendimiento requiere de experiencia y manejo profesional para desarrollarse)

Lo anteriormente expresado demuestra la capacidad de la mujer para liderar organizaciones productivas que dadas sus características (falta de recursos tecnológicos, humanos, financieros, estratégicos) presentan serias y complejas dificultades a la hora de insertarse en un mercado cada vez más competitivo e inestable.

Hoy el contexto socioeconómico de nuestro país requiere de la interacción de diversas capacidades para lograr así la sinergia que requiere la generación de ventajas competitivas.

El objetivo de este trabajo es demostrar que el tipo de liderazgo ejercido por la mujer actual es una capacidad requerida por las organizaciones productivas. Cuando el mercado requiere de organizaciones emprendedoras, flexibles, de cara al cliente, generadoras de valor y capaces de gestionar sus recursos para así transformarse en organizaciones competitivas (es decir, aquellas que logran hacer las cosas mejor que los demás) la mujer, dadas sus características, es un recurso humano fundamental para transformar, desde la interacción con las capacidades masculinas, los modos de gestión y generación de valor por parte de las empresas.

CARACTERÍSTICAS DE LAS ORGANIZACIONES HOY

"En la actualidad existe un conjunto de parámetros, situaciones y circunstancias que están incidiendo o van a incidir en el papel del directivo y su desarrollo dentro de las organizaciones.

Las tendencias organizacionales actuales son:

- Aceleración versus velocidad: el factor a considerar es la aceleración, la capacidad de impulsar a la organización en un período de tiempo considerado, cambiando su velocidad sin crear vértigos ni desequilibrios a los diferentes elementos que la constituyen. Se habla de energía, de la acumulación y utilización de la misma para evitar ir detrás de la marcha e inercia acostumbradas. Se trata de reactivar la energía que todos llevan dentro pero que se mantiene en estado latente.
- Acontecimientos inacabados: todo tiene su tiempo, y éste aparece cada vez como más escaso para cualquier proceso. El ciclo de vida de productos, ideas, tecnologías, se reduce continuamente. La sensación de "vuelta a empezar" puede llegar a crear una gran angustia si no se logra asumir que esto va a ser siempre así. Los conocimientos quedan obsoletos rápidamente y la mejora y el aprendizaje continuos son imprescindibles para poder reiniciar cada nueva etapa.
- Lo local en lo global: ante lo global, lo universal, se necesita no perder la propia identidad, lo local, lo tradicional. Lo social homogeneiniza. Lo individual, lo diferencial, permite sentirse uno mismo, y no una masa. En tiempos de globalización, la

contrafuerza individual va logrando capital importancia. Una interdependencia que enriquezca y beneficie a todas las partes que se interrelacionan exige que cada una de ellas actúe desde sus propios criterios, libertad, ideas y objetivos.

- Anticipación versus reacción: en un entorno día a día más turbulento e incontrolable no se puede esperar a los acontecimientos y simplemente accionar ante ellos. Es preciso anteponerse, poner barreras y facilitar vías y medios de actuación que permitan dirigir el destino de la organización o la actividad.
- Innovación y mejoras continuas: el conformismo y la rutina aburren. La energía de cada uno hay que tenerla movilizada, alerta, aplicada. La actitud de búsqueda y descubrimiento permite mantener el espíritu alerta y despierto.
- Difuminación de fronteras y límites: día a día las fronteras son menos fronteras. La difuminación de los límites no solamente existe en el mercado al hablar de oferentes o demandantes de productos y servicios. Lo mismo ocurre en cuanto a los papeles asignados a cada uno dentro de la organización.

Los cambios que se están produciendo y los escenarios sobre los cuales hay que ir construyendo el futuro llevan a pensar que el sistema económico social en el que estamos inmersos tendrá que cambiar buscando otro que permita más libertad, más igualdad y más solidaridad.

Se pueden señalar algunos nuevos escenarios que están apareciendo o van a ir tomando un progresivo protagonismo y significado:

EVOLUCIÓN DE ...	HACIA ...
* Mercados Nacionales	* Internacionalización de los mercados
* Tecnologías limitadas y aisladas	* Extensión de tecnología a distintos campos e interactividad entre ellos
* Papel restringido de la mujer	* Potenciación y expansión del papel de la mujer
* Lo masculino	* Lo masculino y lo femenino
* Activos y recursos materiales	* El conocimiento y la creatividad
* La seguridad en el trabajo	* La empleabilidad y la seguridad en uno mismo.

Es a partir de estos nuevos escenarios donde se tienen que construir o reconstruir las empresas que vayan a competir dentro de ellos.”ⁱ

CARACTERIZACIÓN DEL LIDERAZGO

Los verdaderos líderes son honrados y sinceros, y no sólo a causa de las leyes y las regulaciones, se rigen por los principios de la ética, son fracos e inspiran confianza. Estas raíces básicas del carácter, se ganan el respeto necesario para que un individuo sea denominado líder.

Los líderes también:

- Están imbuidos de humor y humildad, y por la naturaleza se sienten inclinados a tratar equitativamente a los individuos de sus organizaciones.
- Se conocen a sí mismos y son sinceros consigo mismos en cuanto a sus fuerzas, debilidades y esfuerzos sinceros por mejorar.
- Son inquisitivos y lo suficientemente accesibles como para que los demás se sientan seguros al ofrecer una opinión sincera y nuevas ideas.
- Carecen de prejuicios y son capaces de respetar a sus competidores y aprender de ellos, tanto en las situaciones de liderazgo como en las condiciones generales de los negocios
- Están orientados a la acción, lo cual se pone de manifiesto no como deseo de mover sino por avanzar directamente a un claro objetivo con un seguimiento hasta el final.

Los buenos líderes empresariales idean objetivos para llevar a cabo su visión. Su compromiso con los objetivos y, por consiguiente, con la visión se pone de manifiesto tanto por su actuación como por su repetida comunicación de lo que debe hacerse y por qué.

Los líderes comparten un atributo que es crítico para el éxito: la confianza en sí mismos. Distinta de la arrogancia o del egotismo, un saludable nivel de confianza en sí mismo permite al líder comprender las aventuras necesarias para alcanzar sus objetivos.

Es esta confianza en sí mismos lo que hace posible que los líderes asuman de buena gana y con prudencia los riesgos de manera que animen a otros a asumir riesgos similares. Los líderes asumen los riesgos con seriedad. Los verdaderos líderes comprenden lo que se necesita para alcanzar sus visiones y objetivos.

Conviene asumir riesgos con seriedad. Ése es el motivo de que los líderes deban tener suficiente confianza en sí mismo para estar dispuestos a experimentar el fracaso, y para experimentar el éxito al final. A ningún verdadero líder le sale todo bien.

La confianza en sí mismo de un líder le permite también tener confianza en el progreso de las personas de su organización y apoyarlas. Al creer en la enorme capacidad de las personas en las que han delegado sus facultades, los líderes liberan esa capacidad alentando a sus equipos no sólo con el reconocimiento sino también haciendo críticas constructivas.

Los líderes que tienen confianza en sí mismos no se sienten amenazados por el éxito de otras personas. Elogian a los demás por sus éxitos y no malgastan su energía preocupándose de su estatus o el de sus compañeros de la organización. Llevar a cabo la visión y alcanzar los objetivos es lo que consume su pensamiento.

LIDERAZGO FEMENINO

Cabe aclarar que el liderazgo femenino, además de reunir las características anteriormente mencionadas, incluye particularidades quizás propias del género femenino.

Actualmente hay oportunidades que se abren para la mujer en el mundo del trabajo. Las mujeres comienzan a incursionar en terrenos hasta ahora dominados por los hombres, desde las noticias deportivas, hasta el trabajo policial. La gran actividad femenina ha generado un nuevo estilo de liderazgo.

Pero para poder hablar sobre liderazgo, hay que saber en qué consiste. Una persona puede ser considerada líder por diversos motivos. Un líder puede definirse como:

- Una persona que tiene la capacidad de lograr que la gente trabaje con ella y la siga para conseguir objetivos comunes.
- Una persona que tiene un cargo directivo en una empresa, es decir, un dirigente
- Una persona exitosa, es decir, una persona que logra cumplir con sus objetivos obteniendo resultados exitosos.

De las tres definiciones expuestas, la primera sería la más pertinente para el desarrollo de este trabajo debido a que liderazgo es la habilidad que tiene una persona para lograr que la sigan y trabajar de una manera que resulte beneficiosa no sólo para las personas que se desempeñan en la empresa, sino también para la empresa en sí. No comparto las otras dos definiciones porque considero que no todo directivo es líder, ni que todo líder es exitoso. Puede haber personas con características de liderazgo bien definidas pero que no necesariamente van a lograr ser exitosos y puede haber personas ocupando importantes

puestos en empresas pero que no influyen en la gente para que trabaje con motivación y se haga lo que es debido para lograr cumplir con los objetivos propuestos.

De a poco ha ido surgiendo un estilo de liderazgo nuevo que es el liderazgo femenino. Éste se basa en dos elementos esenciales: por un lado un gerente que apoye a su personal y, por el otro, una atmósfera creativa donde cada persona pueda expresarse abiertamente.

“El liderazgo femenino presenta un estilo de liderazgo nuevo que rechaza la dirección autoritaria y se basa en dar apoyo y autoridad a la gente para así incrementar la productividad y las utilidades”ⁱⁱ.

Cada una de las características que debe tener un líder, como franqueza, confianza, capacitación permanente, compasión y comprensión, describen el estilo de liderazgo de la mujer. No se trata de ser agradable con la gente. El equilibrio y el cariño por la gente debe estar siempre en equilibrio con la objetividad. En ciertos casos, la forma de ayudar a una persona a ser mejor, puede ser despedirla, expresar ira, imponer medidas estrictas de disciplina o tener un enfrentamiento (de palabra) abierto.

“ Una mujer líder refleja y expresa valores femeninos. El liderazgo femenino tiene seis rasgos esenciales que se diferencian del liderazgo tradicional y éstos son:

Autoriza

Castigo // Premio

Exige respeto // Invita a hablar

Autoritario // Motivador

Limita y define // Autoriza

Impone disciplina // Valora creatividad
Esto es lo que se va a hacer // ¿cómo se puede ayudar?

Reestructura

Control // Cambio
Posición // Conexión
Jerarquía // Mancomunidad
Rígido // Flexible
Aumentos anuales automáticos // Remuneración por desempeño
Controles de desempeño // Acuerdo mutuo para obtener resultados
Mecanicista // Integrador

Enseña

Da órdenes // Facilita
Arquetipo militar // Arquetipo pedagógico

Da ejemplo

Da órdenes // Da ejemplo

Es abierto

Vigilancia continua // Ambiente para la realización personal
Controla la información // Ofrece información

Pregunta

Tiene todas las respuestas // Formula las preguntas indicadas

Las mujeres líderes:

- Estimulan la participación

- Comparten el poder y la información
- Realzan el valor personal de los demás
- Hacen que los demás sientan entusiasmo por lo que hacen

El término que más se usa para describir el liderazgo femenino es “autorización”. Estar autorizado significa sentir la seguridad necesaria para actuar basándose en la propia autoridad. Significa que las opiniones de uno son respetadas por los superiores, que están dispuestos a apoyar las decisiones que uno tome. En caso de error, los superiores verán una oportunidad para enseñar y no para humillar u ofender”ⁱⁱⁱ.

Muchos de los atributos por los cuales se elogia el liderazgo femenino están arraigados en las funciones que la sociedad le ha atribuido a la mujer. El valor de interesarse por los demás es la base de una de las habilidades de un gerente, cual es la de apoyar y estimular a las personas para que den lo mejor de sí mismas.

La humildad es la base de la franqueza. Ser humilde implica saber que el amor propio no es tan frágil como para tener que aparentar que uno lo sabe todo. De ahí que las mujeres soliciten el aporte de los demás. También las mujeres saben leer entre líneas y comprenden lo que la gente en realidad quiere decir.

- **Equilibrio**

Las mujeres más que los hombres saben equilibrar la vida. La primera razón es su gran responsabilidad familiar. Las mujeres no se identifican exclusivamente con su trabajo, como lo hacen tradicionalmente la mayoría de los hombres. Las mujeres líderes buscan tiempo para la recreación: ir al teatro y al cine, leer libros, etc.

Para la mayoría de las mujeres, la carrera no es un ascenso metódico al poder, sino un camino con ascensos, descensos y tramos tranquilos. Los años dedicados a los hijos contrastan con los años de dedicación ciega y total al trabajo.

Los altos cargos ejecutivos no son para todo el mundo. Y tampoco lo son para algunas etapas de la vida. Hay quienes necesitan flexibilidad, mientras otros prefieren avanzar aceleradamente en su vida profesional.

Las empresas pueden ayudar a crear el equilibrio mediante medidas orientadas a la flexibilidad: licencias temporales, trabajo profesional de media jornada, cargos compartidos, horarios flexibles y más cortos, años sabáticos. A veces no hay que esperar a la empresa para realizar ese cambio, sino, por el contrario, debe comenzar uno mismo a negociar un estilo de vida que le sirva.

Las empresas que reconocen la necesidad de ser flexibles, y que dicha flexibilidad mejora el rendimiento de los empleados, acabarán por atraer a los mejores profesionales y aumentar la productividad.

- **Un toque de mujer**

El liderazgo femenino de hoy se destaca por una fuerte tendencia a desarrollar un estilo propio despegado de los modelos masculinos. Más colores, más accesorios y la seducción como un puente empático hacia los demás y no como la cualidad que transformaba a las mujeres en “objetos” de la mirada masculina.

Trajes grises o azules acompañaron por años a la mujer ejecutiva. Pero así como se puede observar un cambio en el estilo de liderazgo femenino, puede verse el reflejo de este cambio también en la imagen. Al principio, hubo una tendencia a la masculinización para insertarse en esas estructuras hechas por hombres con normas masculinas. Y esto se reflejaba también en la forma de vestir o de conducirse dentro del ámbito laboral, ya que ser femenina en el trabajo podía ser visto hace unos años como seducción hacia la otra persona.

En este sentido, puede decirse que existió durante años una falta de identidad en el liderazgo femenino, ya que rasgos propios de la feminidad eran negados en función de este modelo masculino de éxito. Si bien no se trata de utilizar la seducción en términos de seducir al otro como miembro del otro sexo, sí es posible utilizar la seducción como una forma de lograr empatía para relacionarse con el otro. Esta seducción femenina tiene que ver con el mostrarse y con la simpatía, con el agradar. Y esto será posible en la medida en que la mujer se sienta cómoda consigo misma, en la medida en que sea más fiel a su identidad como mujer y no tenga que sujetarse a patrones que le son ajenos.

Rescatar la feminidad, asumirla como propia y desarrollarla es clave para el ejercicio del liderazgo femenino. Es por eso que a medida que la mujer tenga su autoestima desarrollada, va a sentirse más segura en lo que hace.

Si bien la forma de vestirse, de maquillarse o de conducirse no es ni debe ser la misma en el ámbito laboral que en el ámbito social, esto no implica que las mujeres deban descuidar en el trabajo aspectos

puramente femeninos que se reflejan en la forma de vestirse, de maquillarse o de perfumarse.

Para entrar en el mundo de los negocios con estructuras hechas y organizadas por hombres y con normas masculinas, la mujer tuvo que adoptar una serie de códigos masculinos. Para romper estas viejas normas y para alimentar el liderazgo femenino las mujeres deberán acentuar su propia identidad, es decir, ese conjunto de rasgos y formas que las distinguen”.

MUJER DE NEGOCIOS

Las mujeres se han convertido en una masa crítica en todas las profesiones, especialmente en los negocios. Las mujeres se han ocupado de renovar el respeto a los viejos valores de las ocupaciones tradicionales. Las mujeres han implantado y enseñado un nuevo estilo de liderazgo femenino.

Y ¿cómo es este liderazgo femenino? Las características de liderazgo femenino tienen que ver con seis rasgos esenciales. El liderazgo femenino autoriza, reestructura, enseña, da ejemplo, es abierto y pregunta.

Por ello las mujeres líderes integran los intereses personales de la gente en metas de la organización, son capaces de generar transformaciones, y para ello, estimulan la participación, comparten el poder y la información, realzan el valor personal de los demás y logran que los demás sientan entusiasmo por lo que hacen.

Las mujeres deben ser líderes que transmitan la dirección en palabras y hechos, que motiven e inspiren para que la gente supere con su energía barreras y que desarrollen una visión de futuro, con frecuencia un futuro lejano, y las estrategias para producir los cambios. Para ello las mujeres son responsables de crear las nuevas culturas corporativas y de transmitir sus elementos claves por medio de una comunicación efectiva de la visión.

Esto se puede lograr siguiendo algunos pasos y estos son:

- * Sencillez, eliminando por completo el parloteo técnico.
- * Ejerciendo el liderazgo a través del ejemplo, ya que el comportamiento de las personas importantes que no es consistente con la visión aplasta otras formas de comunicación.
- * Haciendo que la comunicación sea bilateral, ya que cuando se toma y se da la comunicación siempre es más poderosa.

A pesar de las innumerables ventajas que presenta este estilo de liderazgo, cuando el mismo se ejerce, se debe recordar que se vive una época de transición. De ahí que para dirigir cualquier organización en el marco de un nuevo paradigma de estilo de

liderazgo femenino, se debe tener en cuenta como ven este nuevo enfoque los que se encuentran aferrados al antiguo modelo.

Para arraigar los cambios en una nueva cultura y dejar atrás viejos hábitos hay que saber que las siguientes afirmaciones son una realidad:

- * La mayor parte de las alteraciones en las normas y los valores compartidos, ocurre al final del proceso de transformación, no al principio.
- * Los nuevos enfoques se arraigan en la cultura una vez que han quedado bien claro de que funcionan y son superiores a los viejos métodos.
- * Sin instrucción y apoyo verbal es muy frecuente que la gente se encuentre renuente a aceptar la validez de las nuevas prácticas.
- * Se debe de estar consciente que en ocasiones la única forma de transformar la cultura es cambiar a las personas claves y esto puede implicar una rotación de personal.

Los pasos anteriormente señalados vienen atados a la revolución del cambio. Las empresarias deben fomentarlo, ese es el verdadero reto en la construcción de empresas más productivas y humanas.

¿Cuáles son las características de las organizaciones lideradas por mujeres en el Siglo XXI?

* En cuanto a las Estructura: no burocrática, con menos reglas y empleados, limitada a menos niveles, organizada con la expectativa de que la alta dirección va a dirigir, y los empleados de menor nivel a

administrar.

* En cuanto a los Sistemas: dependen de numerosos sistemas de información en cuanto a desempeño, difunden ampliamente los datos en cuanto a desempeño y ofrecen capacitación administrativa y sistemas de apoyo a mucha gente.

* En cuanto a la Cultura: orientada hacia el exterior, faculta a los empleados, expedita para la toma de decisiones, abierta y franca, más tolerante respecto de los riesgos.

La implantación de un estilo de liderazgo femenino indica que el gran reto de la mujer empresaria es ser protagonista de primer orden en la transformación integral de nuestras sociedades.

El reto de la mujer de cara a la construcción de un futuro mejor puede resumirse en tres aspectos:

- 1) Lograr la participación plena de las mujeres a los niveles más altos de creatividad y liderazgo en todos los campos, desde la política hasta la religión, desde el arte hasta los negocios.
- 2) Lograr la integración de los valores y la forma de pensar de las mujeres en todas los ámbitos de la vida, desde la familia hasta los deportes, desde la espiritualidad hasta la actividad económica.
- 3) Lograr la formación de un nuevo orden individual, genuino, veraz, en el cual se reflejen los mejores rasgos tanto de los hombres como de las mujeres, que promueva y logre la transformación social.

❖ **Características de la mujer de negocios**

Las siguientes son características que tienen en común las mujeres de negocios exitosas:

- ☞ Oportunas: muchas empresarias empiezan por encontrar una necesidad y encuentran rápidamente la forma de satisfacerla.
- ☞ Independientes: las mujeres de negocios saben cómo obtener ganancias y disfrutan siendo sus propias jefas.
- ☞ Trabajadoras: la mayoría de éstas mujeres comienzan trabajando duro, muchas horas por muy poco dinero.
- ☞ Seguras de sí mismas: las mujeres de negocios deben demostrar seguridad en sí mismas para poder hacer frente a todos los riesgos que implica manejar un negocio propio.
- ☞ Disciplinadas: las empresarias exitosas resisten la tentación de hacer lo que no es importante o lo más fácil, porque tienen la habilidad de pensar en lo esencial.
- ☞ Juiciosas: las mujeres de negocios exitosas tienen la habilidad de pensar rápido y tomar decisiones inteligentes.
- ☞ Adaptables: el cambio ocurre frecuentemente cuando se es dueño de su propio negocio, el empresario prospera con el cambio y el negocio crece.
- ☞ Constantes: a pesar de que las mujeres empresarias mantienen un “ojo” en las ganancias, éstas con frecuencia son secundarias en su camino al éxito personal.

❖ **La mujer como empresaria**

Resulta muy difícil para una mujer desarrollarse profesionalmente ya que debe lograr un equilibrio necesario entre su trabajo y su vida personal. A pesar de que muchas mujeres se están

convirtiendo en empresarias debido a que han luchado para lograr sus objetivos deseados, aún hay muchas que luchan para poder desarrollarse. Hay ciertas condiciones que se plantean para que una mujer logre avanzar y triunfar en su vida profesional, y éstas son:

- Pareja compatible: ambos deben compartir las responsabilidades familiares, respetarse y apoyarse en sus vidas laborales.
- Asistencia: personal doméstico que asuma responsabilidades domésticas delegadas.
- Gestión del tiempo: reparto equilibrado y productivo entre la familia y el trabajo.
- Disfrute: vivir y disfrutar de los distintos papeles
- Adaptación: convivir con la realidad y respetar las distintas formas de vivir la vida
- Educación de los hijos: que puedan aprender a ver la complementariedad de los papeles padre-madre
- Equilibrio: cuidar el desarrollo personal tanto como el profesional.

Cuando la mujer logra llegar a un puesto gerencial hay ciertas características que se le adjudican:

- Tienen un plan de carrera diseñado tempranamente
- Buscan la independencia económica
- Tienen confianza en los méritos profesionales
- Tienen un alto grado de motivación

Hoy en día existen ciertos factores positivos y obstáculos para la inserción y desarrollo de una carrera laboral para la mujer:

- **Factores positivos:**
 - Legislación en materia de licencias por maternidad
 - Acceso igualitario a la educación en todos los niveles

- Actitud familiar que fomenta el compartir responsabilidades del hogar.

- **Obstáculos:**

- Las pautas empresariales son creadas por los hombres y se espera que las mujeres se adapten a ella
- El menor salario percibido por igual tarea
- Las propias limitaciones de la mujer surgidas de la sociedad actual

❖ **Estilo de la mujer de negocios**

“La gerencia tradicional frente al liderazgo femenino tiene ciertas diferencias que hacen que aparezca un nuevo estilo gerencial que se le atribuye a la mujer de negocios:

GERENCIA TRADICIONAL	LIDERAZGO FEMENINO
* Objetivo: control	* Objetivo: cambio
* Se basa en dar órdenes	* Enseña
* Tiene todas las respuestas	* Formula preguntas
* Limita y define	* Autoriza
* Da órdenes	* Sirve de ejemplo
* Impone disciplina	* Valora la creatividad” ^{iv}

La mujer de negocios se caracteriza por tener ciertas fortalezas y debilidades a la hora de desarrollarse profesionalmente.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
* Amor por el desafío	* Miedo al desafío
* Fabrica oportunidades	* No venden su imagen
* Esfuerzo y compromiso profundo	* Dificultad para ejercer autoridad
* Alto nivel de energía	* Baja autoestima en cuanto a su potencial
* Necesidad de triunfar	* Dificultad para poner precio justo a su trabajo



La mujer y la tecnología

La mujer del siglo XXI es una mujer comprometida, responsable y versátil, capaz de enfrentar los retos de su hogar y de su trabajo y de desempeñarse favorablemente en ambos roles.

La tecnología se ha convertido hoy en la mejor aliada de la mujer. A través del celular tiene un reporte directo de lo que pasa en el hogar. En el trabajo la tecnología también sigue siendo su aliada.

La tecnología a ingresado a los hogares, y a la vida cotidiana permitiendo desarrollar en segundos o pocos minutos tareas que antes se llevaban consigo una cantidad de "horas mujer", que hoy son utilizadas para su desarrollo personal.

En Internet encuentra información de salud, información de colegios para elegir el mejor para sus hijos, adquiere útiles escolares, libros, música, entradas para espectáculos, se informa sobre su propio

proceso biológico, se capacita tomando un master desde su casa, va de compras, encuentra ofertas para sus vacaciones, encuentra información que le permite desarrollar un nuevo negocio, encuentra un socio, arma su cv, puede ofrecerse para un trabajo, puede conocer características de vida de otras regiones a las que piensa migrar. Maneja su estado bancario, ubica a amigos y familiares que se encuentran en el otro lado del planeta, y todo esto lo hace desde su casa o su empresa, sentada frente a su PC.

La mujer actual incorpora la tecnología como el principal aliado para dividir su tiempo en infinitas porciones de espacio y realizar con mayor eficacia los roles que tiene, incorporando nuevas actividades a su vida como lo son los negocios y el desarrollo de su vida profesional.



Un ejemplo de mujer empresaria: Coco Chanel

Hubo, hay y habrá innumerables mujeres líderes en nuestra sociedad mundial. No todas ellas son reconocidas, ya sea porque no se les da la importancia que merecen o por la sencilla razón de que no conocemos suficientemente la historia de nuestra humanidad.

Un ejemplo de liderazgo de mujer de negocios, está representado por una mujer trabajadora, innovadora e incansable: **Coco Chanel**.

"Coco Chanel fue capaz de romper muchos moldes establecidos por los hombres. En la actualidad es una de las abanderadas de la revolución femenina. Era una mujer original e independiente. Su influencia en el mundo de la moda trascendió de tal forma que perdura hasta el día de hoy.

Sus diseños reflejaban los cambios que las mujeres exigían: libertad, igualdad, independencia. Introdujo un vestuario, aportando la comodidad y soltura reservada hasta entonces a los guardarropas masculinos. Definitivamente, Coco Chanel logró imponer todo un estilo de vida. Con un instinto comercial descubrió que el asunto pasaba por su vestuario personal. Allí se inicia la leyenda que asegura que su lugar en el destino de la moda femenina del siglo XX comenzó por los consejos que le pedían el resto de las mujeres. Hizo de su propio gusto un verdadero negocio pero, además, fue la encargada de liberar de apremiantes corsés a las mujeres. Descomprimió el universo del ropaje femenino otorgándole al cuerpo de las mujeres una libertad que hasta entonces desconocían.

Hasta su llegada al mundo de la moda, el diseñador o modisto era un integrante del cuerpo de sirvientes de las clases adineradas. Coco Chanel cambió esto. Era considerada una escultora de vestidos. Sus clásicos vestidos negros, sus trajes de chaqueta y pollera corta, sus blusas blancas fueron una revolución femenina en aquel entonces. Creó clásicos de la moda como el suéter con cuello de tortuga, los sacos, las chaquetas que antes eran solamente para hombres. Además revolucionó la moda con una colección de joyería de fantasía, las tiras de perlas alrededor del cuello, los cintos de cadenas, los aros y las pulseras hechas de metales que sustituían al oro, cosas que aún siguen adornando a las mujeres de este siglo. Llegó a vestir a la mujer de los pies a la cabeza aportándoles también nuevos estilos de zapato, como el del talón desnudo.

La Casa Chanel cuenta con boutiques en más de cuarenta ciudades del mundo que se han convertido en capitales de la moda. Sus perfumes son otra parte importante de la historia. Además introdujo una pequeña línea de cosméticos.

Coco Chanel no interrumpió en toda su vida su trabajo creativo. Siguió innovando hasta dejar una extraordinaria influencia en el mundo de la moda.”^v

Apenas conocí la historia de esta mujer no dudé en incluirla en mi trabajo. Realmente reunía las características necesarias para lograr ser una líder.

Era y es considerada como un ejemplo de liderazgo femenino.

Coco Chanel se destacó principalmente porque desarrolló una línea de ropa con estilo propio, totalmente diferente a la que imponían los modistas. Las mujeres comenzaron a sentirse cómodas y más seguras cuando vestían prendas Chanel y así, ella logró entrar en el mundo de la moda femenina con una aceptación por parte de las mujeres realmente extraordinaria.

En aquel tiempo las mujeres estaban destinadas a vestirse como los hombres decían que lo tenían que hacer. Cuando Coco Chanel entró al mercado de la moda, rompió con esas estructuras para crear algo totalmente nuevo, femenino y por sobre todas las cosas, revolucionario.

Debido a su confianza en sí misma, al no sentirse amenazada por el éxito que pudieran llegar a tener otros modistas, Coco Chanel abrió puertas que hasta entonces nadie había abierto. Logró influir en la vida de las mujeres cambiando la moda y logrando ser la número uno debido a que ella era la “escogida” por las mujeres en el mundo de la moda. Fue una mujer auténtica, que estaba comprometido con su trabajo y sabía a dónde quería llegar. Logró satisfacer las necesidades de las mujeres en cuanto a su vestuario debido a su gran percepción.

Como mencioné anteriormente, Coco Chanel fue la revolucionaria del mundo de la moda cuando nadie imaginaba que las mujeres íbamos a ser la usina del gran comercio de la moda en el mundo entero.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Dadas las características de los mercados actuales vemos que cada vez más nos estamos moviendo en un mundo de contingencias donde el éxito va a estar del lado de aquel que sepa aproximarse de la manera más eficiente a ellas en cada oportunidad.

Hoy, debido a la existente necesidad de anticiparse a cada situación, se pueden establecer rasgos organizativos y culturales que permitan a uno ser más eficaz para así, obtener resultados beneficiosos.

Sentir responsabilidad por una tarea u objetivo genera en la persona un sentimiento de ilusión y una sensación de energía, por ello resulta beneficioso marcar retos para las personas que trabajan dentro de la organización, y hacer un seguimiento de los resultados con la finalidad de dar un reconocimiento si es merecido.

Debido a los nuevos sistemas organizativos la capacidad de asumir riesgos a aumentado enormemente ya que estos sistemas demandan una mayor responsabilidad y libertad para actuar, que a su vez generan un mayor riesgo directivo.

Existe lo que se denomina “contrato psicológico”. Lo que se busca es flexibilizar la relación laboral. Que el empleado pase de la relación tradicional de “hacer lo que se ordena”, a una relación donde exista una aportación de ideas y una mayor integración en los objetivos de la empresa. El proyecto de liderazgo personal puede facilitar dicha relación.

En la actualidad, lo anteriormente mencionado, es posible llevarlo a cabo en forma exitosa con no solamente la participación del hombre en la empresa, sino también con la de la mujer. Las mujeres presentan características que se identifican con los nuevos rasgos organizacionales. La interacción de las ideas masculinas y las femeninas conduce a lograr el éxito de las organizaciones actuales.

Las mujeres han rebasado los límites evolutivos que alguna vez las definieron, asumiendo voluntariamente funciones que una vez fueron del dominio exclusivo del sexo masculino.

El papel de la mujer en el plano internacional es cada vez más importante, ya que ella ha demostrado que puede lograr cualquier objetivo que se plantea sola o acompañada, trayendo aparejado beneficios no sólo para ella, sino también para los hombres ya que juntos pueden lograr un mundo beneficioso para la humanidad en general.

En la actualidad vemos que las mujeres están provocando un cambio en el mundo occidental, que ahora forman parte de ese mundo y que están dispuestas a seguir creciendo y ocupando lugares cada vez más importantes y reconocidos no sólo en los negocios, sino en cualquier área donde quieran desarrollarse.

Habiendo pagado el precio de quince o veinte años de arduo trabajo, acoso sexual y diferencias salariales, las mujeres se encuentran listas para alcanzar los más altos puestos directivos en las grandes, medianas y pequeñas empresas. Pero no lo harán convirtiéndose en copias de los empresarios a quienes reemplazarán, sino que traerán su propio estilo de liderazgo, diversidad en cuanto a capacidades que requiere la empresa hoy.

Todo proceso de cambio requiere liderazgos capaces de formular visiones compartidas y utilizar el conflicto como oportunidad para el cambio social, y para esto es necesario promover la participación con la finalidad de que se interactúe y se promueva la creatividad que requiere el cambio.

La participación de la mujer generará otro tipo de liderazgo, que es el liderazgo necesario para el logro equitativo del desarrollo humano.

El proceso de cambio debe ser participativo con todos los integrantes del sistema. Los cambios deseados sólo se lograrán cuando los sectores entiendan el valor de su interdependencia.

Si no se articulan las competencias, las mujeres no lograrán conseguir oportunidades laborales mejores, y tampoco lo harán los hombres. Así se estará quitando la posibilidad de tener una sociedad equitativa y sustentable.

BIBLIOGRAFÍA

- ❑ ABURDENE P. y Naisbitt J., *Megatendencias de la Mujer*, Editorial Norma, Bogotá, 1993
- ❑ BERKLEY J.D., KOTTER J.P. y NOHRIA N., *Harvard Business Review Liderazgo*, Ediciones Deusto, Bilbao, 2002.
- ❑ DRUCKER, P., *El Líder del Futuro*, Ediciones Deusto, Bilbao, 1996.
- ❑ GASALLA, J. María, *La Nueva Dirección de Personas*, Ediciones Pirámide, Madrid, 1999.
- ❑ HUNTER, J.C., *La Paradoja*, Ediciones Urano, Barcelona, 1999.
- ❑ SCOTTA, Virginia, *Mujer y Empleo*, Rosario, 2002.
- ❑ Revista *Gestión*, Volumen 1, número 6, noviembre-diciembre 1996
- ❑ Revista *Gestión*, Volumen 4, número 1, enero-febrero 1999
- ❑ Revista *Gestión*, volumen 5, número 3, mayo-junio 2000
- ❑ Revista *Harvard Business Review*, volumen 81, número 3, marzo 2003
- ❑ www.empresarias@oame.com.ar
- ❑ www.mujeractual.com.ar
- ❑ www.mujerdenegocios.com.ar
- ❑ www.ganaropciones.com.ar/mujer.htm

CITAS BIBLIOGRÁFICAS

ⁱ Gasalla J. M. La Nueva Dirección de personas, Quinta edición, Madrid, Pirámide, 1999. Página 44.

ⁱⁱ Aburdene, P. Naisbit J., Megatendencias de la Mujer, Editorial Norma, Bogotá, 1993. Página 4.

ⁱⁱⁱ Aburdene, P. Naisbit J., Megatendencias de la Mujer, Editorial Norma, Bogotá, 1993. Página 40.

^{iv} Aburdene, P. Naisbit J., Megatendencias de la Mujer, Editorial Norma, Bogotá, 1993. Página 40.

^v [www.mujer de negocios.com.ar](http://www.mujerdenegocios.com.ar)