

La banca puede salvar más empresas en riesgo

La nueva circular del Banco de España suaviza los criterios para salvar la solvencia de la banca ante la nueva normativa del Gobierno redactada para incentivar las refinanciaciones e intentar salvar a las empresas viables pero fuertemente endeudadas. El **Real Decreto Ley 4/2014 de medidas urgentes en materia de refinanciación y reestructuración de la deuda empresarial** reforma la Ley Concursal para favorecer empresas abocadas a una situación concursal, pero que son productivas y susceptibles de continuar funcionando en el mercado sin necesidad de proceder a su liquidación (Ver grupo de LinkedIn: Foro ECOFIN).



ÚLTIMA HORA

FORO ECOFIN DE FINANZAS, CRÉDITO Y RIESGOS



Miércoles, 19 de Marzo de 2014

Artículo realizado por José Luis Zunni y Carmen M. García

El liderazgo no tiene género, aunque es vital la perspectiva de la mujer



José Luis Zunni, editor de Ecofin.es; y Carmen M. García, presidenta de la FUNDACIÓN WOMAN'S WEEK.



A raíz de la primera jornada de la Semana Internacional de la Mujer, que versó sobre Liderazgo Femenino, José Luis Zunni, editor de Ecofin.es, y Carmen M. García, directora de MADRID WOMAN'S WEEK, reflexionan para ECOFIN sobre la evolución de la mujer como líder en la sociedad, en la empresa, en la política, incluso en el mundo de la Tecnología, en el que se centró especialmente esta jornada. En el CDI Aragnzuela se dieron cita mujeres de empresas TIC como HP, Microsoft, Accenture o Presence Techonology para explicar su papel de líder en un sector masculinizado.



Carmen M. García, directora de MADRID WOMAN'S WEEK; Helena Herrero, presidenta de HP en España y Portugal; y Teresa Jiménez-Becerril, eurodiputada y miembro de la Comisión de Derechos de la Mujer, durante la primera jornada de MADRID WOMAN'S WEEK 2014, donde Herrero habló sobre 'El ascenso de la Mujer en el mundo de la empresa' y la eurodiputada de 'La Igualdad de oportunidades en el contexto europeo' durante la mañana sobre 'Liderazgo Femenino'.

RESERVA EN AGENDA EL 9 y 10 DE JUNIO DE 2014 - PREMIOS Y VII CONGRESO ECOFIN

Nuestra elección como sociedad es que focalicemos en el desarrollo de mujeres líderes, porque es una 'línea de fuerza' que tiene un efecto exponencial en las organizaciones, sea en el ámbito público o privado, porque la mujer está en línea con la innovación, la colaboración y el desarrollo personal.

Nos puede resultar más o menos simpática la señora Angela Merkel, pero de lo que sí estamos seguros es que simboliza un nuevo estilo de liderazgo. Uno que no necesita 'gritar a los cuatro vientos' que se trata de liderazgo de una mujer líder.

Porque el liderazgo actual, el que ya hace unos años incorporó el liderazgo de la mujer como necesaria transformación de la sociedad, empresas y política, ya ha descontado que el liderazgo auténtico no tiene género. Se puede ser un buen líder con independencia del género, hombre o mujer.

Lamentablemente, como en todos los procesos de cambio social, especialmente a la velocidad que se producen, hace que haya aún sectores en la sociedad, incluso de gente muy bien formada, que no lo asimilan, o mejor dicho, que se resisten a aceptar esta transformación con naturalidad.

Pero la asignatura pendiente aún está en las organizaciones, que siendo el gran motor de la economía, están introduciendo sin más dilaciones la personalidad de la mujer como una característica común en la buena gobernanza económica.

La mujer ya no es, ni debe ser, la excepción. Menos aún como ese tópico tantas veces utilizado de 'toque femenino'. Solamente hay que mirar su actuación profesional, independiente de su condición femenina.

Tradicionalmente, la ausencia de modelos de liderazgo femenino llevó a la mujer a querer imitar los modelos masculinos. Pero si procediésemos en todos los países a eliminar las diferencias de género en los puestos de trabajo, se incrementarían los salarios, con el



Javier Fernández Aguado, CEO de MindValue, junto con Salvador Molina, presidente de ECOFIN, en la ponencia titulada 'La Sociedad que no amaba a las Mujeres'.

consiguiente incremento de la productividad de la economía en su conjunto. La gran escalada social de la mujer, en particular en las organizaciones, se ha debido a sus condiciones naturales, tales como: compromiso social, generación de entornos empáticos, gran capacidad relacional y de convocatoria, más colaborativa y menos competitiva, estimuladora de equipos, tiene sensibilidad por lo que al otro le sucede, porque le importa.

Pero lo más llamativo es cómo concibe el liderazgo y lo lejos que está de la actitud que mantienen los hombres. En otros términos: logran un liderazgo más natural desde el momento que lo ven como un medio de transformación desde y hacia sus subordinados.

Aplicando sus habilidades personales e interpersonales, transforman lo que a veces parece imposible en proyectos viables. ¿Y por qué esto es así? Porque la mujer posee la capacidad para transformar el interés individual en un interés colectivo, liderando a su equipo o la empresa como un todo, como una familia. La mujer humaniza las organizaciones.

Por ello, no sería nada inteligente coartar la libertad de los hombres. Muy por el contrario, lo que sí es acertado es potenciar el radio de acción profesional de las mujeres. Esta es la llave de liderazgo efectivo que

demuestran organizaciones innovadoras globales y algunos países, cuyos destinos políticos están en manos de una líder política.

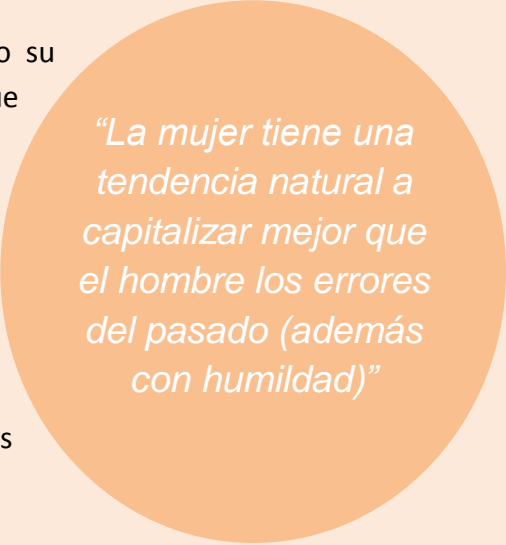
No es casual que cuando se quiere conocer el grado de desarrollo y la idiosincrasia de un país, nos interese saber cuál es la representación que la mujer tiene en los diferentes estamentos de esa sociedad. Y no nos equivocaremos. A mayor participación real, se muestran sociedades más abiertas, innovadoras y modernas. Menor influencia de la mujer: sociedades más cerradas, más rígidas y menos innovadoras.

El liderazgo de la mujer se caracteriza por ser de abajo hacia arriba (liderazgo bottom-up)

Una importante directiva norteamericana había estado de baja un tiempo por maternidad, pero llegó el momento de querer volver al mercado laboral. Fue entonces que le hicieron una propuesta que finalmente aceptó. La remuneración no era su prioridad, porque por encima de todo se sentía agradecida con la oportunidad que le habían brindado.

Esta era hasta entonces su perspectiva de la vida. Equivocada, pero su perspectiva al fin. Porque el haber estado agradecida se debía a que como mujer, le habían ofrecido un buen puesto de trabajo. En definitiva, era parte de la cultura en la que vivía.

La mujer tiene una tendencia natural a capitalizar mejor que el hombre los errores del pasado (además con humildad), afrontando los nuevos retos porque es inherente a su condición de mujer - protectora con sus hijos y familia- o a su condición profesional - preocupada por su gente- e ir dando las propias respuestas que las circunstancias requieren.



“La mujer tiene una tendencia natural a capitalizar mejor que el hombre los errores del pasado (además con humildad)”

Un liderazgo que requiere de empatía y gran comprensión por ‘el otro’.

Su liderazgo parte desde abajo hacia arriba (liderazgo bottom-up), a pesar de que se ostente una posición en la cúspide. Esto es lo que más cuesta entender a los hombres. Sólo unos pocos que han incorporado esa visión exterior de la mujer como algo natural de un nuevo liderazgo mantienen una elevada cuota de seguidores, porque de esto trata en suma el liderazgo: influencia sobre los demás.

La mujer comunica mejor

El prestigioso Prew Research Center de Estados Unidos afirma que las mujeres puntúan más alto que los hombres en todas las habilidades directivas, excepto en lo concerniente a la toma de decisiones.

Y habría una clara razón para ello: el 60% de las decisiones que toman las mujeres directivas está basado en su escala de valores y en el impacto que sus acciones tienen sobre la gente, por encima de consideraciones basadas en aspectos racionales derivados del análisis objetivo.

La mujer se implica emocionalmente en lo que dice y en su discurso aglutina al argumento principal alguna historia personal que impresione a su auditorio por lo humano y por la sencillez.

La ventaja sobre el liderazgo del hombre es que ellas utilizan por igual sus dotes de pensamiento crítico y racional. En cambio, manejan con mucha más soltura las emociones y saben controlarlas mejor. Son más moderadas y comprensivas. Buscan un equilibrio que responda siempre a determinados principios y valores, preponderantemente la justicia.

Faltan hombres líderes que lideren como mujeres

En un reciente encuentro de mujeres emprendedoras en Nueva York (Women Entrepreneurs Rock the World), un afamado autor que escribe sobre liderazgo, Simon Sinek, dirigiéndose al auditorio dijo: “Lo que falta en el mundo actualmente son mujeres líderes. Aunque también faltan hombres líderes que lideren como mujeres. En materia de negocios, venimos enseñando desde siempre el liderazgo de los hombres y lo que es peor, les hemos enseñado a vosotras, mujeres, liderar como hombres. Ignoren estas enseñanzas y sigan sus instintos”.

En cambio, la mujer no focaliza tanto en los números como en la gente (los equipos de trabajo), tratando de llegar a compromisos entre organización y empleados para lograr que la empresa pase a la categoría de sostenible.

Y para generar la confianza, la mujer es la número uno: escucha y empatiza, fortalece los lazos y las relaciones interpersonales, le saca partido al intercambio de opiniones y aprovecha la experiencia de todos los cuadros, especialmente los que tienen trato con los clientes.

Lo que las diferencia es que prefieren dar menos beneficio este año para garantizar más beneficios en el futuro.

Durante los últimos veinte años, Hadary, fundadora del Centro de Investigación de la Mujer (Center for Women’s Business Research) y Henderson Prospect Associates, una empresa de investigaciones biomédicas, ambas en Estados Unidos, han llevado a cabo investigaciones de la mujer en su rol como líder. Hay datos que están sustentados en prestigiosas universidades y escuelas de negocio, como es el caso del MIT (Massachusetts Institute of Technology), que ha llegado a la conclusión de que los equipos de trabajo más creativos y productivos cuentan con mujeres entre sus filas.

Es más fácil –dice el MIT- encontrar un hombre hipócrita en un ambiente de trabajo que una mujer, porque ella siempre es directa, dice lo que piensa y le preocupa a su vez lo que piensan y sienten los demás.

Es más sensible, no tiene que hacer ningún esfuerzo porque es parte de su naturaleza. También identifican las oportunidades y diferentes alternativas de negocio, porque son de espíritu colaborativo.

La mujer sabe mejor que nadie que el éxito es un proceso y no un golpe de suerte en un determinado día.



María José Sobrinos, directora de Recursos Humanos de Accenture; Blanca Gómez, directora de Recursos Humanos de Microsoft; María Victoria Rojas, editora de la publicación Ejecutivos; y Araceli Aranda, CEO de Presence Technology, durante el panel de expertos ‘Tecnología: la Mujer en un mundo de Hombres’.