



ENVÍOS SERVICIOS

Jueves, 09-11-2006 - Actualizado a las 07:11 h.

CincoDias.com



Edición impresa
En PDF

Buscador avanzado

buscar

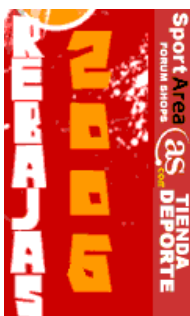
empresas | sectores | mercados | economía | finanzas personales | opinión

ÍNDICE

PALMARÉS

ARCHIVO

edición impresa **CincoDias**



Patricia Russo,
presidenta de
Alcatel-Lucent.

CincoSentidos

Los errores que pesan en la carrera de las altas directivas

Los gurús de la gestión creen que son 'más modestas, autocríticas y perfeccionistas' que los hombres, lo que no las lleva muy lejos.

¿Le interesa?

Lidia Conde / FRÁNCFORT (02-11-2006)

Las directivas europeas cometen los mismos errores en sus carreras profesionales porque están cortadas por el mismo patrón sociocultural, según los gurús de la gestión en Alemania. Cada vez más ejecutivas contratan asesores personales (coaching) que les ayuden a maximizar sus rendimientos, analizando sus autobloqueos y potenciando sus capacidades.



'El estilo de gestión y mando de las mujeres es diferente al masculino', opina el consultor Reiner Hellweg, de Hellweg & Partner, de Mannheim. Según Hellweg, el primer paso del asesor es analizar en profundidad las desventajas específicas de sus clientes. Por ejemplo: sólo a ellas se les pregunta por sus planes familiares. Así que 'deben prepararse muy bien este tipo de cuestiones'. Una vez analizados los puntos débiles, se desarrollan estrategias para mejorar su rendimiento. Una de las reglas de oro: no copiar a los hombres. 'Estudia el mundo masculino; pero lucha con tus propias armas', subraya Jürgen Mohr, autor y experto financiero y gerente de la consultora Capital Care GmbH, de Haiger (Alemania). Sí, dice Mohr, las mujeres trabajan bien; pero los hombres cosechan los éxitos. Para Mohr, su gran error es pretender actuar como ellos no siendo varones. 'Las profesionales que, para imitar al hombre, actúan exclusivamente con racionalidad y abandonan sus grandes competencias, sobre todo el componente emocional, empatía e intuición, están perdidas.'

Las mujeres europeas son trabajadoras diligentes, aplicadas y laboriosas; pero son ellos, los hombres, quienes ascienden con éxito. Su modestia y su perfeccionismo no las lleva muy lejos. 'La búsqueda femenina de la armonía es simpática, pero les impide avanzar', afirma Peter Friederichs, profesor de recursos humanos de la Universidad Técnica de Múnich.

Friederichs, director de personal del Hypovereinsbank hasta 2001, afirma que las mujeres evitan ser el centro de atención y no acentúan sus competencias; 'pero quien no llama la atención acaba sin ser visto'. No basta con trabajar bien. No menos importante es saber venderse como experto o, incluso, como marca. 'Los hombres dominan estos trucos casi a la perfección', explica Friederichs, jefe de Celidon Consulting GmbH, en su seminario 'Reglas de juego en el trabajo'.

¿Por qué cometen las europeas los mismos errores? El consultor Reiner Hellweg, de Hellweg & Partner, de Mannheim, afirma que, en general, no marcan con suficiente energía sus éxitos personales; entre otras razones porque prefieren actuar en equipo. Otro denominador común: son más autocríticas y buscan los errores en sí mismas. Además son menos consecuentes en su trayectoria profesional por miles de razones: los hijos, la pareja, la organización del hogar, el cuidado de los padres, etc. Hellweg: 'Circunstancias y engorros de la vida que les impiden perseverar en sus carreras'.

'Las mujeres se han convertido en una importante clientela de los asesores personales de la alta dirección'

El porcentaje de las profesionales en los seminarios dirigidos a directivos alcanza entre el 50 y el 70%. Peter Friederichs y Reiner Hellweg confirman esta cifra y subrayan la importancia de atajar sus puntos flacos específicos, aunque éstos no siempre tengan que ver con su estilo de mando sino

con factores de índole sociocultural. Así, por ejemplo, un inconveniente común a las profesionales europeas es que su movilidad suele depender de la de su pareja. Preguntado por cuáles serían las cinco reglas de oro para perfilarse en el mundo masculino de la alta dirección, Hellweg contesta en primer lugar: no copiar a los hombres sino apostar por las

competencias propias, como gran capacidad retórica y de trabajo, saber escuchar, y aptitud para operar en equipo. En segundo: conquistar el apoyo de la pareja (lo que supone su implicación en el mundo familiar). En tercero, no querer ser perfecta en todo: profesión, pareja, hijos y organización doméstica. Planear la carrera profesional a largo plazo y permanecer siempre vinculada al trabajo (sobre todo si se ausenta por razones familiares). Y, por último: seguir siendo críticas consigo mismas; pero sin exteriorizarlo excesivamente.

Pero, por muchas estrategias que se elaboren para encontrar el tono adecuado y sobresalir en el ámbito de la alta dirección, sigue habiendo una barrera todavía difícil de franquear: 'el mundo de los negocios es todavía un reducto masculino y cerrado', reconoce Mohr. ¿Entrar en las redes de contacto personal masculinas? Friederichs no lo aconseja 'porque no suele funcionar'.

Las mujeres de Pepsi y Coca-Cola

¿Qué tienen Coca-Cola y Pepsi que producen altas ejecutivas como sus botellas burbujas? Mary Minnick es responsable de marketing, estrategia y comunicación de Coca-Cola; es decir de casi todo. Indra Nooyi es la nueva presidenta de Pepsico; lo que la convierte en una de las mujeres más influyentes del mundo. Pepsi, sobre todo, se ha convertido en un trampolín para las ejecutivas estadounidenses. Muchos críticos opinan que a las profesionales 'se les da una oportunidad cuando la sopa ya se ha pegado un poco', dice Barbara Bierach, de Süddeutsche Zeitung. Tanto Coca-Cola, como el consorcio textil Sara Lee (cuya presidenta es Brenda Barnes, ejecutiva durante 22 años de Pepsico) y el grupo Kraft Foods (con Irene Rosenfeld como máxima ejecutiva, responsable hasta julio de Snacks and Chips de Pepsi) han vivido mejores tiempos. Incluso un estudio de la británica University of Exeter confirma que las ejecutivas suelen obtener una oportunidad poco antes de que el barco se hunda. 'Es decir, cuando los hombres abandonan por miedo a arruinar su carrera', afirma Bierach. Pero el 63% de las ejecutivas consiguieron remontar los resultados de sus empresas en tan sólo cinco meses después de asumir sus cargos, según el mismo estudio. Uno de cada cuatro ejecutivos de Pepsi es una mujer. Desde 2001, el 50% de los nuevos empleados deben ser mujeres. Y sus superiores tienen que potenciar su ascenso profesional. Una política que creó un hombre: Steven Reinemund, responsable del negocio operativo.

Anuncios Google

Cómo influir en los demás

Descubra el secreto para conseguir cualquier objetivo. ¡En minutos!
www.wtselections.com/persuasion

Galería de Fotos

Scarlett Johansson, la nueva musa de Woody Allen. Aquí sus fotos
www.mujeraldia.com

Informe Gartner: SAP ERP

Descargue gratis informe donde SAP lidera el "Cuadrado Mágico" del ERP
sap.com

¿Qué es esto?

¿le interesa?

CONTACTO | MAPA | AYUDA | PUBLICIDAD | AVISO LEGAL

RSS

Otros medios del Grupo Prisa: ELPAIS.es | Cadenaser.com | AS.com | los40.com

PRISACOM S.A.