Mercado

Visibilidad, contactos y referentes, claves para romper el techo de cristal

El primer encuentro de Business Women Empowerment reúne a ejecutivas de la moda, el deporte, la tecnología, el *real estate* y el sector de la salud para debatir y ofrecer ideas para mejorar el empoderamiento de la mujer en el mundo.

EjePrime
8 mar 2018 - 04:53

Potenciar la red de contactos, hacerse visibles y crear más referentes. Estas fueron algunas de las ideas para romper el techo de cristal y mejorar el empoderamiento de la mujer en el mundo económico que sobresalieron en el primer encuentro de Business Women Empowerment (BWE), que tuvo lugar el pasado 6 de marzo en Madrid. **La tertulia, en la que participaron altas directivas de diversos sectores económicos, tuvo como foco de debate la actual limitación de la mujer** a la hora de escalar posiciones, así como la de posibles soluciones a este problema.

El encuentro supuso el pistoletazo de salida de BWE, una iniciativa lanzada por el grupo editorial Cinnamon News este año con el fin de contribuir al empoderamiento

https://www.ejeprime.com/mercado/visibilidad-contactos-y-referentes-claves-para-romper-el-techo-de-cristal

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

de la mujer en la sociedad y en la empresa. En este sentido, **las participantes dieron su punto de vista sobre aspectos como las cuotas como herramienta para combatir la desigualdad** en las organizaciones y ofrecieron sus consejos a las nuevas generaciones.

Potenciar la red de contactos, hacerse visibles, generar referentes, **evitar el exceso de autopresión (romper con la imagen de *superwoman*) y verbalizar la ambición fueron algunas de las sugerencias** realizadas por las ejecutivas de varios sectores para romper techos de cristal en el empoderamiento femenino. BWE cuenta con el patrocinio de Essity, Grupo Cortefiel, LaLiga y Savills-Aguirre Newman.

Sandra Daza, directora general de Gesvalt, defendió la visibilidad como la primera clave para romper el techo de cristal y como camino a seguir por las jóvenes que comienzan ahora su trayectoria profesional. "Tienen que hacerse valer, crear una marca personal y demostrar de lo que son capaces; no solamente a nivel interno en sus empresas sino a nivel externo ante clientes, competencia y otros operadores de su sector, puesto que si se espera a que los demás se fijen en tu trabajo nunca te van a ver", aseguró la directiva.

En el mismo sentido apuntó Rosa Romà, directora de comunicación y márketing del hospital barcelonés Vall d'Hebron, quien señaló que, generalmente, los hombres tienen una mayor voluntad de visibilidad mediática que las mujeres ejecutivas. Por ello, la directiva abogó por hacer una reflexión sobre "cómo han trabajado las habilidades comunicativas las mujeres y los hombres".

Para Anna Gener, presidenta y consejera delegada de Savills Aguirre Newman Barcelona, en las bases de las organizaciones hay equilibrio entre hombres y mujeres,

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

pero **a medida que pasan los años y se asciende en las esferas de poder la mujer "desaparece del mapa"**. "La pérdida es dramática, no nos podemos permitir esta sangría de talento femenino", sentenció Gener. El problema principal que aprecia la directiva es que actualmente existen pocos referentes de mujeres poderosas.

"Las pocas mujeres que llegan arriba es porque de niñas tienen algún referente cerca, pero la mayoría no tienen ninguno o es muy difícil que se identifiquen con los que hay, la solución es crear muchos más referentes y variados", concluyó Gener.

Helena Torras, consejera delegada de B-wom y miembro de la junta de Barcelona Tech City, defendió que, **para ascender profesionalmente, una joven ejecutiva debe "verbalizar la ambición"**, evitar "masculinizarse", y apuntar al ascenso "antes de haber cumplido el 100% de los requisitos, ya que lo importante es ser realmente bueno en las habilidades clave que la empresa necesita".

Tanto Roser Ramos, directora general de Condor, como Sandra Daza defendieron la necesidad de "hacerse propaganda", una actitud más habitual, a juicio de las participantes, entre los hombres ejecutivos. **"Haz las cosas muy bien y hazte mucha propaganda por ello", aconsejó Ramos** a una joven ejecutiva. En este punto, las participantes también debatieron acerca del papel de los medios de comunicación en esta situación, donde la mayoría coincidieron en que podrían ser un gran escaparate para dar a conocer mujeres referentes de todos los sectores.

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Dolors Jiménez, directora de inmuebles de la división inmobiliaria de Emesa, apuntó que antes los cambios tardaban años en asumirse, pero ahora la transformación es constante. "Como mujeres que lideramos el cambio **tenemos que ayudar a nuestros colegas masculinos a entender este nuevo paradigma"**, afirmó la directiva. En este sentido, Roser Queraltó, directora de desarrollo de negocio de Euroliga, apuntó que "el cambio empieza por uno mismo, pero después los contextos también tienen que volverse más amables".

Por su parte, Patricia Benito, *chief digital officer* de Openbank y directora general de Open Digital Services, amplió el ángulo de visión asegurando que **"legislación y educación son las bases para romper los famosos techos de cristal**, pero las empresas, con sus políticas y valores, y las mujeres han de ser los motores de cambio para conseguir la igualdad efectiva". En este aspecto, Roser Queraltó añadió también que "las mujeres deben ser más generosas consigo mismas".

Para Patricia Rodríguez, directora general de SD Eibar, hay dos maneras de actuar ante este problema. "Te puedes enfadar o puedes hacerle frente, la lucha va más allá de la igualdad, se trata de educar en la corresponsabilidad", detalló la ejecutiva. Por su parte, Ana Fombella, responsable de comunicación y responsabilidad social corporativa de Grupo Cortefiel, es partidaria de renunciar al prototipo de *superwoman* y ser conscientes de la realidad.

https://www.ejeprime.com/mercado/visibilidad-contactos-y-referentes-claves-para-romper-el-techo-de-cristal

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

"Muchas mujeres abandonan o ralentizan su vida profesional por ser madres, pero no porque quieran hacerlo, sino porque existe una brecha salarial y no pueden con todo, esto no debería ser así, debería renunciarse a algo cuando se quiere, no cuando no se puede conciliar", explicó la ejecutiva. Fombella señaló en este sentido que, aunque la maternidad es un hecho evidente que no puede ignorarse en la vida de una mujer, no debe formar parte exclusivamente del debate de la igualdad en el ámbito laboral.

"A veces la primera barrera que hay que superar son ciertos prejuicios sociales, en ocasiones impuestos precisamente por las mismas mujeres, en este sentido, las empresas pueden apoyar este proceso de transformación social con iniciativas concretas como los planes de igualdad", afirmó Cecilia Morillo, directora de recursos humanos y responsable de compensación y beneficios de Essity Iberia. Asimismo, Berta Escudero, consejera delegada de El Ganso, aportó que "estar arriba tiene que ser voluntario y una posición que te tiene que compensar, yo no me quejo porque lo que hago me entusiasma".

Por otro lado, **Roser Ramos argumentó que "las mujeres se han de hacer respetar desde el punto de vista de la libertad"**. "En mi caso, he llegado donde he llegado porque he ido haciendo y no me he parado a pensar, nunca he querido ser como un hombre y he tomado mis decisiones por las cualidades de cada uno", desarrolló la directiva. "Hay que normalizar que una mujer lo puede tener todo, sin tener que renunciar a nada, igual que los hombres", finalizó Anna Gener.

Por su parte, Torras señaló que es partidaria de trasmitir un mensaje de positivismo y

https://www.ejeprime.com/mercado/visibilidad-contactos-y-referentes-claves-para-romper-el-techo-de-cristal

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

energía a las nuevas generaciones. “Demostremos que vale la pena y que esta no es una lucha en la que estamos cansadas y visualicemos un modelo de mujer que es feliz haciendo cada día lo que le gusta y compaginando vida profesional y personal”, concluyó Torras.

En el primer encuentro de BWE participaron directivas del negocio de la moda, la salud, el deporte, la tecnología y el *real estate*.

Respecto a las cuotas, algunas de las participantes se mostraron de acuerdo en que son un proceso temporal con el que empezar a asentar las bases de una igualdad en las empresas. Torras apuntó, por ejemplo, que “a veces la cuota ayuda a que se busque el talento no visible, ya que a día de hoy, cuando el talento es visible, se valora”.

“Para mí esto no va de cuotas, sino de poner en valor las cualidades de la mujer, no se trata de una imposición sino de una oportunidad”, manifestó Romà. En este punto también se mostró contraria a las cuotas Martina Olivas, directora de fútbol femenino de LaLiga. “Hay que premiar la valía del hombre y de la mujer, serán años de normativas, de leyes y de educación, pero esta no es la forma de hacerlo”, sentenció la directiva.

Gener y Jiménez también se refirieron a lo que llamaron una nueva masculinidad, propia de una nueva generación de hombres que acompañará a las mujeres a medida que estas asciendan a puestos de poder. “Es un segundo estadio más intelectualizado del hombre que liderará junto a la mujer el desarrollo de la sociedad”, dijo Gener.

https://www.ejeprime.com/mercado/visibilidad-contactos-y-referentes-claves-para-romper-el-techo-de-cristal

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.