

Viven mujeres obstáculos en corporativos (Reforma 27/09/16)

Viven mujeres obstáculos en corporativos (Reforma 27/09/16) Por The Wall Street Journal Nueva York Estados Unidos (27 septiembre 2016).- Los hombres y las mujeres trabajan juntos, abordan los mismos problemas de negocios, participan en las mismas reuniones y caminan por los mismos pasillos. Los puntos en común, sin embargo, terminan allí, según un nuevo estudio. Ellos y ellas experimentan entornos laborales muy distintos, en los que las probabilidades de avance profesional varían ampliamente y las carreras están definidas por género. Los datos muestran que los hombres consiguen más ascensos, reciben tareas más difíciles y tienen un mayor acceso a los líderes de la empresa. Además, son más propensos a confiar en que se encaminan a un cargo ejecutivo y están más convencidos de que su empleador recompensa el mérito. Las mujeres, en cambio, perciben un camino más empinado hacia la cima. Menos de la mitad cree que los ascensos se otorgan de manera justa o que los empleados más calificados reciben las mejores oportunidades. Una proporción importante de mujeres dice que su género les dificultará avanzar, y este sentimiento es más fuerte entre las que ocupan cargos altos. Estas son las conclusiones de un estudio sobre mujeres que trabajan realizado por LeanIn.Org y McKinsey & Co. Los investigadores recabaron durante el primer semestre información sobre ascensos, abandonos y trayectorias en 132 empresas globales, encuestando a 34 mil hombres y mujeres sobre su experiencia laboral. La disparidad comienza en el nivel inicial, en el que los hombres tienen 30 por ciento más de probabilidad de ser ascendidos a cargos gerenciales. Continúa durante sus carreras, conforme ellos avanzan en mayores cantidades y constituyen la gran mayoría de las contrataciones externas. Las mujeres ocupan menos de un cuarto de los puestos de liderazgo senior y menos de un quinto de los máximos cargos, si bien las cifras aumentan lentamente. Muchas más mujeres que hombres sienten que no les reconocen sus ideas o aportes. Fuera de la oficina, las mujeres realizan una porción mucho más grande de los quehaceres domésticos y familiares que sus maridos, lo que las puede llevar a limitar sus ambiciones de ocupar cargos más altos. Aunque las empresas están ideando soluciones creativas, a los líderes les queda mucho por hacer para que tanto hombres como mujeres se sientan tratados de forma justa. Aunque la mayoría de los empleados cree que sus presidentes ejecutivos apoyan la diversidad, sólo 45 por ciento considera que su empresa está haciendo lo suficiente para lograr igualdad de género. Incluso menos personas dicen haber visto a un gerente objetar un comentario o un comportamiento referido al género, o a un líder al que responsabilizan por realizar, o no, contrataciones diversas. Cerca de la mitad de los empleados dice que están comprometidos con avanzar en la diversidad de género y una mayor proporción de empleados senior lo considera una prioridad. ¿Cómo puede ser que dos personas tengan experiencias tan distintas en el mismo trabajo? ¿Y qué pueden hacer las empresas al respecto? En la mayoría de las compañías, según el estudio, las mujeres y los hombres tienen aproximadamente la misma representación en el nivel inicial y piden ascensos en proporciones similares. Sin embargo, ellas tienen menos probabilidades de avanzar y reciben menos capacitación, menos oportunidades de desarrollo y menos tareas desafiantes que van más allá de sus conocimientos o destrezas. SAP SE es una de las pocas empresas que fijan una meta concreta para aumentar la presencia de gerentes mujeres. El gigante alemán de software, que cuenta con 80 mil empleados, ha ordenado que las mujeres ocupen 25 por ciento de todos los cargos gerenciales para fines de 2017. Actualmente la cifra es de 24.1 por ciento a nivel mundial. En Estados Unidos y Canadá las mujeres ocupan 30 por ciento de estas posiciones. Jenny Dearborn, directora de aprendizaje de SAP, considera que una parte importante de su misión es proveer a las empleadas las destrezas que necesitan para alcanzar puestos gerenciales. En su oficina de Palo Alto, California, tiene colgado en la pared un email del presidente ejecutivo, Bill McDermott, en el que dice que quiere que SAP sea el mejor lugar de trabajo para las profesionales. Durante años, SAP no abordó los frenos que enfrentaban las mujeres, incluyendo menos conexiones con altos ejecutivos y menos patrocinadores influyentes, dice Dearborn. Los planes de sucesión incluían pocas mujeres y ocurría lo mismo con las listas finales de candidatos externos para cargos altos. Dearborn empezó un nuevo programa para ayudar a las mujeres a ganar más visibilidad. La iniciativa junta a unas 400 mujeres al año designadas por sus gerentes como listas para un ascenso. Tras un curso virtual de 12 meses, se espera que hayan expandido sus redes y aumentado su apetito por los riesgos. Los resultados son alentadores, afirma SAP. Del primer grupo, 23 por ciento de las graduadas se convirtieron en gerentes de nivel inicial y 11 por ciento de las que ya lo eran pasaron a ocupar cargos directivos. En Procter & Gamble Co. las mujeres ocupan 45 por ciento de los puestos gerenciales, producto de su filosofía de promoción interna y su planificación de las carreras de mujeres y hombres. La empresa, famosa por su investigación de mercado, hace un seguimiento meticuloso de los años que requieren los hombres y las mujeres para lograr ascensos, de sus evaluaciones de desempeño y de su remuneración. Planes detallados de desarrollo de carrera para cada empleado identifican qué tipos de experiencia necesita, así como cuál podría ser su próximo puesto en la empresa. Los empleados ponen su currículum en una base de datos para mostrar a los gerentes no sólo las destrezas que desarrollan sino también si están dispuestos a trabajar en otros países o asumir una función diferente. No obstante, uno tiene que tomar el toro por las astas. Stacy Brown-Philpot cuenta que cuando era una joven promesa en Google, ahora Alphabet Inc., su gerente le dijo que sería ascendida si cumplía ciertas metas. Lo hizo, pero no fue ascendida. Cuando preguntó por qué, la respuesta fue que había otras personas antes y que sería ascendida en el próximo ciclo. "Sentí que merecía la oportunidad", dice Brown-Philpot, que ahora tiene 40 años y es presidenta ejecutiva de TaskRabbit, un sitio web que conecta a freelance con trabajos de corto plazo. En vez de simplemente aceptar la decisión de su jefe buscó a vicepresidentes que estaban dos o tres niveles por encima de ella y les preguntó si con su desempeño tenía mérito para un ascenso. Esos gerentes estuvieron de acuerdo en que estaba lista y ella le llevó esas opiniones a su jefe, por lo que fue ascendida a directora. Fue un recordatorio de "cuán importante era para mí ocuparme de mi carrera", señala. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo