PlantaDoce.

Entorno

Entre la ‘superwoman’ y el ‘breadwinner’: romper con los mitos de género para crear nuevos referentes

Las ejecutivas reunidas en el tercer encuentro anual de Business Women Empowermentcoincidieron en la necesidad de romper con los estereotipos para generar referentes atractivospara las nuevas generaciones.

P. López / P. Riaño
6 mar 2020 - 04:54



Ni la mujer que puede con todo ni el hombre que lleva el pan a casa. Las nuevas generaciones requieren la creación de nuevos referentes, porque los imperantes hasta ahora pueden hacer que la mujer se aleje de la ambición de ocupar puestos directivos. **La *superwoman* y el *breadwinner* han quedado atrás**. Esta, junto con la necesidad de entender que el problema no está resuelto y la apuesta por implicar al hombre, fue una de las conclusiones del tercer encuentro anual de mujeres directivas de Business

https://www.plantadoce.com/entorno/entre-la-superwoman-y-el-breadwinner-romper-con-los-mitos-de-genero-para-crear-nuevos-referentes

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.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.

Women Empowerment, una iniciativa del grupo editorial Cinnamon News que tiene como objetivo dar visibilidad a las mujeres ejecutivas en la economía española.

La mujer, al frente de la moda en España: el 60% de las empresas son de ellas

"La falta de referentes es una de las grandes carencias para las mujeres", afirmó Esmeralda Martín, cofundadora de la *start up* de calzado Muroexe. Sin embargo, en su opinión la sociedad debe ser cuidadosa con determinados modelos, "que se han transformado en estereotipos y pueden ser poco atractivos".

"Hay tan pocas mujeres liderando en el mundo empresarial que creemos que hay un perfil definido, pero es un error porque deben ser múltiples perfiles distintos", apuntó Anna Gener, presidenta y consejera delegada de Savills Aguirre Newman Barcelona. "Es fundamental que haya referentes en todos los sectores -señaló Laura Díaz, directora de desarrollo de Orpea Ibérica-; queremos referentes que tengan más ambición, que compaginen su vida personal con la profesional".

Todas las ejecutivas presentes, representantes de sectores como la salud, el deporte, la tecnología, el real estate o la moda, coincidieron en que **el estereotipo de "la mujer empresaria súper heroína" es negativo**. "El modelo de hombre emprendedor-directivo es más satisfactorio y cómodo, mientras que el de la mujer directiva es incansable -agregó Martín-; hay que tener cuidado de no llevar a la mujer hacia a un estereotipo cargado de cualidades que generen rechazo".

Esmeralda Martín: "Hay que tener cuidado de no llevar a la mujer hacia a un estereotipo cargado de cualidades que generen rechazo"

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.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.

Roser Ramos, directora general de Cóndor, agregó que hay que romper con otro tipo de tópicos: “ser una mujer ambiciosa no es malo, ponerte al lado del que sabe más para aprender más y llegar a ser líder, no es malo”. “El cambio se ve en que antesdaba miedo expresar opiniones o pedir un ascenso -dijo Patricia Benito, directorageneral de Openbank-; esa barrera aún está, pero es mucho más fácil y ya no haytanto miedo a expresar lo que queremos”.

“Los hombres tienen la losa de *breadwinners*, ese es su legado, traer el salario principal a casa, y no puede fallar ahí -afirmó Gener-; lo que echo de menos es al género organizado diciendo que tiene sus presiones y que quiere liberarse de ello”. “Probablemente la igualdad la encontremos cuando se genere este movimiento entre los hombres”, apostilló coincidiendo con Pilar Cerezo, socia de Deloitte, que agregó que **“La igualdad real llegará cuando la mujer ejerza modelos de liderazgo femenino, no masculino”.**

Sandra Daza, directora general de Gesvalt, hizo hincapié en la falta de referentes en el ámbito empresarial para niñas y adolescentes. “Debemos trabajar para que haya referentes empresariales mucho más cercanos y tangibles -dijo-; aunque también hay que contarles las cosas difíciles: estar en el mundo empresarial no significa estar en galeras, deberíamos ser capaces de explicarles qué significa liderar”.



El evento contó con la participación de directivas de sectores como el real estate, la moda o las finanzas.

Camino por recorrer

Por otro lado, todas las ejecutivas presentes en el encuentro coincidieron en que el

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.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.

camino no ha terminado. “La igualdad salarial aún no se ha conseguido, hay una brecha salarial del 20% entre mujeres y hombres que ocupan el mismo puesto de trabajo -destacó Elena Álvarez, directora de soluciones de márketing en Facebook-; aún queda el camino del *delivery*, de hacer que de verdad las cosas sean iguales para mujeres y hombres y hacen falta políticas de apoyo para pasar del debate a la acción”.

“El cambio en las mentalidades se está haciendo y, aunque hasta que llegue a plasmarse llevará su tiempo, ya no hay marcha atrás”, afirmó Cerezo. Sin embargo, el mismo tiempo la ejecutiva afirmó que “estas conquistas que hemos hecho ahora están yendo hacia atrás porque las nuevas generaciones entienden su vida personal de otra manera”. “El resultado es que la gente que contratamos viene con una capacidad de lucha contra la frustración nula, y es un problema porque no son capaces de afrontar situaciones”, agregó. La ejecutiva explicó que “como las mujeres lo siguen teniendo más difícil para llegar a puestos de responsabilidad, si a eso le sumamos que tienen poca capacidad de gestionar la frustración, tiran antes la toalla”.

Mar Oña, secretaria general y del consejo de administración de Tendam, afirmó, en cambio, que “las nuevas generaciones son menos resistentes al cambio, porque están más acostumbrados a vivir en entornos de incertidumbre y cambio ágil”. Sin embargo, precisó que “hay que necesitarán aprender a gestionar la frustración y a poner en valor la cultura del esfuerzo, deben saber que llegar hasta aquí no es fácil”.

Elena Álvarez: “Hacen falta políticas de apoyo para pasar del debate a la acción”

En este sentido, Anna Gener recuperó la idea de los estereotipos. “Llevamos muchos años incorporadas al mercado laboral; hemos desarrollado nuestra carrera en entornos muy masculinizados, lo que nos ha obligado a hacer grandes esfuerzos de sobre adaptación”, afirmó. La directiva recalcó que “el siguiente paso debe ser que las mujeres jóvenes lleguen a los ámbitos de decisión siendo ellas mismas”.

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.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.

Ni siquiera en el ámbito emprendedor el camino está terminado. “Ha habido más acceso de las mujeres a puestos directivos y a emprender, es cierto -señaló Martín.; perfiles jóvenes que han crecido con el referente de la ama de casa ahora se plantean ya no sólo llegar a directivas sino emprender, y eso ha sido un cambio, pero **aún hay muchas barreras, situaciones en la que muchas veces se les valora con un trato distinto al hombre**”.



Integrar a los hombres en el proceso de cambio y la necesidad de construir referentes fueron otros de los puntos en común en el debate.

Colaboración

El tercer asunto en que todas estuvieron de acuerdo es en la necesidad de implicar a los hombres en el proceso de cambio. A juicio de Martín, Gener y Daza, hemos dejado atrás una etapa en la que la mujer ha mirado hacia sí misma y se ha cuestionado cómo quería ser dejando atrás su herencia. “Entiendo que en esa etapa la mujer no quería que el hombre se incorporara, pero hemos entrado en una etapa en la que nos interesa la mirada que está al otro lado, que es la masculina”, afirmó la cofundadora de Muroexe.

“Me pregunto si llegará una tercera etapa en la que el hombre se mirará a sí mismo tal y como nosotras nos hemos mirado al analizar los roles que teníamos predefinidos, me pregunto si los hombres analizarán su rol de hombres, lo que se espera de ellos, desde una perspectiva de género”, agregó Martín.

https://www.plantadoce.com/entorno/entre-la-superwoman-y-el-breadwinner-romper-con-los-mitos-de-genero-para-crear-nuevos-referentes

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.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.

Más presencia femenina: una de cada tres empresas está soportada por una mujer

A juicio de la directiva de Orpea, es necesario "que los hombres interioricen el ser inclusivos en este proceso, porque sin ellos no es posible", algo en que todas las asistentes coincidieron. "**Sumar a los hombres a este movimiento es fundamental** o la resistencia a ese cambio será mayor -señaló Mar Oña-; hay que hacer ver a los hombres las virtudes que tiene para ellos la igualdad de género, ellos también renuncian a cosas para vivir de puertas hacia afuera en la medida en que la mujer vive de puertas para adentro".

Y, en este contexto, ¿qué consejo le darían a una mujer con ganas de ascender en el ámbito empresarial. "A las chicas jóvenes les digo que sean valientes, que no renuncien a aportar cosas buenas a su compañía porque las empresas las valoran mucho", afirmó Daza, a lo que Cerezo agregó que "hay unas barreras internas que tenemos las mujeres, que son un legado negativo: tenemos que decir a las nuevas generaciones que cuando detectemos una barrera interna del tipo no me siento segura, hay que dinamitar

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.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.