



ARTÍCULOS DE INTERÉS

LA CULPA EN LA MUJER PROFESIONAL

“Siempre se siente culpa” le dijo Michelle Obama a Claire Shipman, periodista de Good Morning America, en una entrevista durante la campaña electoral, la culpa constante rodea a las mujeres y madres sin importar lo que decidan hacer, la exprimera dama de Estados Unidos de América quiere poner un enfoque nacional en el frustrante acto de equilibrio que muchas mujeres enfrentan y que ellas mismas tienen que manejar; como orgullo de su familia de clase trabajadora tanto ella como su hermano fueron excelentes estudiantes, sobresalieron en Prinstone, luego pasó a la Escuela de Derecho de Harvard, esto antes de que su esposo fuera Presidente, ella tenía una próspera carrera, desde que nacieron sus hijas dejó claro que considera que su necesidad máxima era cuidarlas y respaldó su decisión en cuanto a la escogencia del trabajo y optó por la flexibilidad más que por los ascensos.

Un ejemplo de cómo le cuesta a la mujer venderse a ella misma es un estudio realizado en el 2002 que muestra como solamente un 7% de las mujeres graduadas con un grado de maestría de Carnegie Mellon negociaron un aumento de su primer salario, comparado a un 57% de los hombres que si lo hicieron. Un estudio realizado en Harvard University por Myra Hart descubrió que el 62% de las graduadas femeninas con más de un hijo no trabajan o lo hacen solamente medio tiempo después de graduarse.

MÁS QUE DEMOSTRADO

Investigadores de Pepperdine University se

dieron cuenta que sería buena idea saber si las mujeres son buenas trabajadoras y de una vez así obtener un buen análisis económico: hicieron una enorme encuesta durante diecinueve años a 215 empresas miembros de Fortune 500.

Ellos querían descubrir si las compañías que tenían más mujeres en altos puestos tenían un mejor desempeño que las empresas que tenían menos, y por ser economistas para bien o para mal querían decir que eran más rentables o menos rentables. Este es un juego de cifras reales.

Los investigadores encuestaron a estas empresas año con año con una elaborada fórmula, agregaron puntos del número de mujeres que había en la compañía y qué niveles tenían en sus puestos, luego hicieron tres medidas distintas de rentabilidad, desde diferentes industrias ya que las diferentes industrias miden sus formalidades de forma distinta; los resultados son casi revolucionarios, según cualquier medida de rentabilidad, capital social, ingresos y activos este estudio descubrió que las empresas que tenían mejores historiales de promover a las mujeres superaban a la competencia.

De hecho las compañías que tenían mejores récords de promover mujeres superaron el promedio de la industria en un 116% en términos de capital, y un 46 % en términos de ingresos y un 41% en términos de activos. Este estudio se llamó: “Las Mujeres en la Suite Ejecutiva se correlacionan con las altas utilidades”.

El encargado de ese estudio, Roy Adley, piensa

que estos buenos resultados es porque sus ejecutivos top toman buenas decisiones. Esto es abrir puertas a mujeres con talento crítico y buena educación. Al menos media docena de estudios organizados como por: Columbia University, McKinsey, Goldman Sachs, entre otros, concluyen que tener mujeres en altos puestos mejora el desempeño financiero.

Conoce más sobre nuestros programas especializados:



INCAE Executive Education