

Estereotipos de género: conflicto en el sistema corporativo

Gender Stereotypes: Conflict in the Corporate System

[Artículos]

Ángela María Ariza Hernández*

Recibido: 04 de abril de 2022

Revisado: 06 de junio de 2022

Aprobado: 10 de julio de 2022

Citar como:

Ariza, A. (2023). Estereotipos de género: conflicto en el sistema corporativo. *Revista CIFE*, 25(42), 103-112. <https://doi.org/10.15332/22484914.8738>



Resumen

Actualmente, las organizaciones buscan un camino que les permita promover la competitividad, el desarrollo económico y sostenible en la sociedad, contribuyendo con la justicia social y haciendo uso de buenas prácticas en sus proyectos de responsabilidad social empresarial. A pesar de esto, pocos esfuerzos se han concentrado en eliminar la inequidad de género en el sistema corporativo, siendo este un camino para alcanzar el objetivo. Reconocer a la mujer como componente social que dinamiza la economía permite maximizar su participación dentro de las instancias del gobierno corporativo, contribuyendo con la equidad de género como elemento ganador que provee valor a la organización y es considerado de alto impacto. Por esta razón, el aporte de este proyecto aplicado empresarial es proporcionar a las empresas una guía de trabajo con estrategias puntuales que les permita contribuir en fomentar la equidad de género, la participación de la mujer en la organización y recuperar sus derechos fundamentales, de manera práctica, optimizando el recurso y haciendo uso de las herramientas con las que cuenta actualmente el modelo organizacional. Este proyecto plantea acciones, que desde la gobernabilidad corporativa, contribuyen como posible solución a esta problemática, incluyendo la participación en un Modelo de Colaboración Femenina, *Inspiring Girls*, el cual representa otra manera de eliminar estereotipos de género en la organización, usando redes de voluntariado.

Palabras claves: equidad, actualización ideológica, estereotipos, organizaciones, rol de la mujer.

* Universidad del Rosario, Escuela de Administración, Bogotá, Colombia; correo electrónico: angela.ariza@urosario.edu.co

Abstract

Nowadays, organisations are looking for a way to promote competitiveness, economic and sustainable development in society, contributing to social justice and making use of good practices in their corporate social responsibility projects. Despite this, few efforts have focused on eliminating gender inequality in the corporate system, and this is one way to achieve the goal. Recognising women as a social component that energises the economy makes it possible to maximise their participation within corporate governance bodies, contributing to gender equity as a winning element that provides value to the organisation and is considered to have a high impact. For this reason, the contribution of this applied business project is to provide companies with a working guide with specific strategies that will allow them to contribute to promoting gender equality, women's participation in the organisation and the recovery of their fundamental rights, in a practical way, optimising resources and making use of the tools currently available in the organisational model. This project proposes actions that, from the perspective of corporate governance, contribute as a possible solution to this problem, including participation in a Female Collaboration Model, Inspiring Girls, which represents another way of eliminating gender stereotypes in the organisation, using volunteer networks.

Keywords: Equity; ideological updating; stereotypes; organisations; role of women.

JEL classification: M54, M51, L10.

Introducción

En una era en la que la participación de la mujer reclama su importancia y la situación global exige un cambio a favor de la recuperación de los derechos fundamentales es necesario entender que la inequidad de género crea un desequilibrio en el sistema corporativo.

Eliminar estereotipos de género es un camino para avanzar en la justicia social y como lo plantea el PNUD (2015) en el 5.º Objetivo Mundial de Desarrollo Sostenible, con igualdad de género como derecho esencial, se promueve la competitividad, el desarrollo económico y sostenible de la sociedad.

Como parte del proceso, entendiendo el rol que desempeña la organización y cómo su participación trasciende en las diferentes escalas sociales, es de vital importancia que en los pilares del gobierno corporativo se trabaje por la inclusión de la mujer, entendiendo que su cooperación favorece en la creación de mejores resultados.

La posición no es lograr igualdad de género ni estandarizar el individuo a partir de esto, sino ampliar su horizonte para potencializar las características propias del ser humano, navegando en un espacio abierto donde todo es posible, avanzando, de esta manera, hacia un verdadero cambio, sólido en el tiempo y eficaz en su

implementación, lo cual es trabajado por Gender Equality Commission of the Council of Europe (2015) y United Nations Human Rights (2014).

Es de suma importancia subrayar que equilibrar la participación de género en el sistema corporativo supone mucho más que “alcanzar el estatus del hombre”, premisa que hasta ahora lidera los titulares de una ideología que busca la igualdad de género como objetivo sociopolítico, convirtiéndose en una mentalidad que crece exponencialmente, invitando a la mujer como individuo a que llegue mucho más lejos; es una nueva posición dentro de la evolución social, sin techos, sin objetivos determinados por los alcances del “sexo opuesto”, sino los que su propio esfuerzo y dinámica puedan alcanzar.

Es así como las nuevas formas de participación social traerán en el futuro mejores posibilidades para las nuevas generaciones, en las que el género que ha definido al ser humano de una forma tan radical durante millones de años quizá desaparezca, así como los prejuicios raciales, la tauromaquia, el cigarrillo, algunas profesiones y los alimentos con gluten.

Establecer compromisos en la organización ligados en eliminar estereotipos de género en la preadolescencia, por medio de modelos de colaboración femenina, es una de las herramientas de este cambio sociocultural en construcción y, en este sentido, actualmente la fundación Inspiring Girls plantea un camino de participación de la empresa como compromiso social corporativo.

A partir de lo anterior, el objetivo de este trabajo es proporcionar a las empresas una serie de estrategias que les permita fomentar la equidad de género a partir de la inclusión de la mujer como miembro activo en la gobernabilidad de la organización.

Referentes

Los referentes teóricos y conceptuales se pueden ordenar de acuerdo con una serie de criterios relacionados, por ejemplo, el 5.º Objetivo Mundial de Desarrollo Sostenible: con igualdad de género como derecho esencial, se promueve la competitividad, el desarrollo económico y sostenible de la sociedad (PNUD, 2015), la igualdad de género, Gender Equality Commission of the Council of Europe (2015) y United Nations Human Rights (2014). El proceso de pensamiento inventivo sistemático, método SIT (Systematic Inventive Thinking, 2015-2019). Las soluciones integrativas crean valor y fomentan la participación para ambas partes, permiten que cada participante quede satisfecho en el tiempo y obtenga una solución a su problemática, duradera y sostenible (Thompson, 2014). El líder que busca ser resonante como “gestor de significados” de un grupo y proporciona pautas

para que los demás interpreten y reaccionen (Goleman, et ál., 2009). En la búsqueda del equilibrio corporativo, para establecer el proceso de la toma de decisiones y buscando evitar los conflictos de interés en el sistema nace, como mecanismo de contrapeso a la Administración, el Gobierno Corporativo tiene como objetivo asegurar la equidad, transparencia, responsabilidad y resultados, según la OCDE. Establecer y financiar estrategias mediáticas como mecanismo de tratamiento general en la búsqueda de la excelencia empresarial y políticas en el sistema para un buen gobierno (Deloitte 2020). Una solución del problema de desequilibrio de género en los consejos directivos se ha presentado en países como Alemania, Italia y Francia, que han introducido como instrumento las cuotas obligatorias en sus sistemas sancionatorios como elementos disuasivos. Esto ha generado un aumento en la participación de mujeres y una solución eficaz para la mejora del gobierno corporativo (Miller, 2018).

El tener una visión compartida para lograr la equidad de género en el sistema de gobierno corporativo refleja la visión personal del compromiso de la gente que comparte esta visión. (Senge, 2016, p. 259). Crear una visión común contribuye con alinear la energía de cada miembro y potenciarla al equipo (Senge, 2016, p. 291). Uno de los cometidos emocionales fundamentales del liderazgo es contribuir a encontrar sentido para uno mismo y para los demás (Goleman et ál., 2003). Un elemento ganador que provee valor a la organización y es considerado de alto impacto; así, pronto el sistema se encargará de transformarlo en elemento calificador y fuente de productividad global (Hill, 2017).

Método

La inequidad y los estereotipos de género son, hoy en día, uno de los principales desafíos sociales y en el sistema corporativo es un objetivo primario. Eliminarlos es una necesidad para avanzar en la economía global y por ello requiere de cambios desde la gobernabilidad de la organización a partir de una estrategia en buenas prácticas de gobierno corporativo para impulsar un cambio social y crear un balance en el crecimiento sostenible de las empresas.

Entregar una solución al sistema corporativo es posible, planteando la situación desde la necesidad primordial de las empresas: promover la competitividad, el desarrollo económico y sostenible en la sociedad, contribuyendo con la justicia social y haciendo uso de buenas prácticas en sus proyectos de responsabilidad social empresarial.

Para esto, este proyecto buscará generar una serie de estrategias y recomendaciones a esta problemática en el sistema corporativo, mediante el proceso de pensamiento inventivo sistemático, método SIT (Systematic Inventive Thinking), para brindar alternativas integrativas que, al tiempo que aumentan la productividad, generen un cambio social, brindando respaldo al mundo empresarial.

Las soluciones integrativas crean valor y fomentan la participación para ambas partes, permiten que cada participante quede satisfecho en el tiempo y obtenga una solución a su problemática, duradera y sostenible (Thompson, 2014).

La implementación de la guía de trabajo propuesta en este proyecto apunta al objetivo de crecimiento de la organización o empresa, teniendo en cuenta la inclusión de la mujer en el sistema de gobierno como elemento ganador y enfoque estratégico de la organización.

La estrategia estructural principal está basada en el proceso de implementación de la *Guía de trabajo autodirigido*, diseñada para este fin. Esta es la herramienta fundamental para el líder que busca ser resonante como “gestor de significados” de un grupo (Goleman et ál., 2009) y proporciona pautas para que los demás interpreten y reaccionen ante el objeto de estudio: equidad de género en el sistema corporativo.

Esta guía de trabajo se logra a partir del principio “la forma sigue la función” acuñado por el proceso de pensamiento inventivo sistemático, método SIT (Systematic Inventive Thinking), utilizado en arquitectura, en el que la forma plantea cómo hacerlo, si se conoce la función, es decir, para qué se quiere. En este caso, nuestra función es lograr equidad de género en el sistema corporativo y la forma se encontrará con el desarrollo de la guía de trabajo.

La *Guía de trabajo autodirigido* (G-TRA) se ejecuta en tres pasos: 1. Un diagnóstico denominado “Identifica”, 2. Estrategias para impactar con la visión compartida y 3. Promover con la comunicación.

Resultados e implicaciones

Así, entregar alternativas para aumentar la equidad de género en el sistema corporativo permite a la organización contar con soluciones que establezcan la institucionalidad de la inclusión de género en el sistema estructural de composición y en políticas a nivel de gobierno corporativo, como mecanismo formal y práctico de las organizaciones para establecer incentivos, controles, autoridades y responsabilidades de los tomadores de decisión a nivel de propiedad, dirección y alta gerencia para disminuir los estereotipos de género.

Por esta razón, este documento presenta una guía de trabajo práctica como modelo para, primero, identificar la situación actual de equidad en el gobierno corporativo; segundo, impactar la organización, estableciendo un objetivo compartido; y, tercero, promover la equidad de género en las buenas prácticas de gobierno corporativo con la vinculación en programas de responsabilidad social empresarial que correspondan con el objetivo de fomentar equidad de género.

En la búsqueda del equilibrio corporativo, para establecer el proceso de la toma de decisiones y buscando evitar los conflictos de interés en el sistema, nace, como mecanismo de contrapeso a la administración, el gobierno corporativo, que tiene como objetivo asegurar la equidad, transparencia, responsabilidad y resultados, según la OCDE.

A este punto, se hace definitiva la asimilación y apropiación de este criterio por parte de los organismos de gobierno y control de las organizaciones que como parte de sus programas de RSE apoyen el 5.º Objetivo de desarrollo sostenible. La equidad de género, como soporte institucional, es vital y hace parte de las buenas prácticas y comportamiento empresarial responsable.

Establecer y financiar estrategias mediáticas como mecanismo de tratamiento general en la búsqueda de la excelencia empresarial y políticas en el sistema para un buen gobierno como lo expresa Deloitte (2020), que no solo fortalezcan la sostenibilidad de las organizaciones para impulsar el crecimiento y la generación de riqueza, sino que además contribuyan con un cambio exigido socialmente; es decir, cumplir con lo necesario para desarrollar medidas que además de justas y válidas, sean eficaces.

Una solución del problema de desequilibrio de género en los consejos directivos se ha presentado en países como Alemania, Italia y Francia, que han introducido como instrumento las cuotas obligatorias en sus sistemas sancionatorios como elementos disuasivos. Esto ha generado un aumento en la participación de mujeres y una solución eficaz para la mejora del gobierno corporativo (Miller, 2018).

Otra manera de incluir buenas prácticas es establecer en los códigos de buen gobierno prescripciones legales en el que se recoja la igualdad de género como recomendación para integrar la composición y acceso de manera equitativa al consejo y la alta dirección.

Guía de trabajo autodirigido (G-TRA) para fomentar la equidad de género, partiendo del cuerpo directivo de la organización

Identifica-diagnóstico: haga un diagnóstico de la situación actual de la organización

Tener clara la situación actual de la empresa, con respecto a la equidad de género, contribuye al entendimiento de la posición inicial. Para esto, la organización tendrá la oportunidad de desarrollar unas preguntas base que ayudarán a dar el tipo de alerta en el que se encuentra la organización y los frentes a trabajar.

En conclusión, la etapa uno es importante para identificar cuál es la situación actual y qué iniciativas desarrolla hoy la empresa; solo haciendo un diagnóstico actual en términos de equidad, se pueden establecer en el siguiente paso el objetivo que quiere alcanzar la organización.

Impacta-visión compartida: en esta etapa se establece el objetivo de equidad de género en la visión compartida

El tener una visión compartida para lograr la equidad de género en el sistema de gobierno corporativo refleja la visión personal del compromiso de la gente que comparte esta visión (Senge, 2016, p. 259). Crear una visión común contribuye con alinear la energía de cada miembro y potenciarla al equipo (Senge, 2016. p. 291). Uno de los cometidos emocionales fundamentales del liderazgo es contribuir a encontrar sentido para uno mismo y para los demás (Goleman et ál., 2003).

Tener un rol en el cuerpo directivo de la organización compromete al participante en contribuir con los objetivos estratégicos y la visión de la empresa; liderar en el reconocimiento de la visión de los grupos de interés. Es por esto que esta posición permite establecer mecanismos y políticas en el gobierno corporativo como creador de la cultura organizacional e institucionalidad, generador de confianza y de los valores que rigen el sistema corporativo y la creación de valor en un sistema colegiado.

En conclusión, la etapa dos es la manera como el cuerpo ejecutivo establece el mecanismo de impacto que la visión compartida tiene en la organización. Allí incluye el objetivo de equidad en la visión de compañía para alinear al equipo en el mismo sentido y dar paso firme hacia la siguiente etapa, que será el tercero y último: enfocarnos en cómo fomentar la equidad como cultura.

Promueve-comunicación: hacer uso del lenguaje y la comunicación como herramienta para generar cultura en organización

Es importante resaltar que esta guía pretende interiorizar en los líderes cómo se educa con el ejemplo, potenciando la visión compartida como un objetivo colectivo de respeto a las cualidades individuales, dando oportunidades a todos para contribuir desde sus capacidades y evitar la inequidad, contribuyendo con eliminar los estereotipos de género en los individuos que conforman la organización.

Hacer uso del lenguaje y la comunicación como herramienta para generar cultura en la organización es fundamental. Para esto, el impulsar la presencia de mujeres en los cargos de mayor remuneración y alta dirección da continuidad al mensaje en la comunicación interna.

Hacer difusión al trabajo de la organización en términos de equidad es una responsabilidad del cuerpo directivo, ya que los tomadores de decisiones generan un canal claro de cultura organizacional y contribuyen a la competitividad de la empresa. Como organización responsable con los desafíos globales y la participación en los esquemas de paridad de género otorga indicadores positivos de percepción en el compromiso social. Por esta razón, tener conciencia de los proyectos de responsabilidad social empresarial, a los cuales se vincula una organización, es tarea del gobierno corporativo.

En conclusión, la comunicación como herramienta estratégica promueve, por medio del lenguaje, el mensaje hacia los diferentes públicos objetivo. Es la manera de sensibilizar y crear cultura frente al tema de equidad. Este paso ayuda a reconocer el camino más efectivo que tiene la organización para crear cultura organizacional.

Los tres pasos vistos: identificar, impactar y promover, se convierten en una guía de trabajo y herramienta para iniciar el compromiso de equidad en el cuerpo ejecutivo que se encarga de legislar y dar a la organización la dirección clara en el propósito social superior que compromete a todos.

La implementación de programas de responsabilidad social empresarial, que correspondan con el objetivo de fomentar equidad de género, es una estrategia que, como parte del cuerpo ejecutivo, crea un efecto evangelizador dentro y fuera de la organización.

Fundaciones, como Inspiring Girls, son una herramienta en esta estrategia que busca eliminar los estereotipos y continuar con la equidad de género en el sistema corporativo; inspirar a las niñas y adolescentes desde los roles modelo es una

fórmula simple y eficiente. Que conozcan mujeres que tomaron las decisiones de su vida, ignorando los estereotipos de género constituye una campaña que permea a la joven mujer en una etapa definitiva de su planteamiento como individuo.

Inspiring Girls, que trabaja en beneficio de la equidad de género, se convierte en un modelo de colaboración femenina que permite a la organización contribuir con redes de voluntariado y comunicar de manera efectiva el papel que desempeña la mujer en la economía global.

Es fundamental que las empresas que hoy reconocen la función de la mujer como eje fundamental de la organización, se incluyan en programas que comuniquen este valor a las nuevas generaciones.

Eliminar los estereotipos de género en el sistema corporativo y contribuir con la construcción de una sociedad más equitativa, justa y con mujeres mucho más empoderadas, es trabajo de todos.

Conclusiones

Contribuir con los intereses sociales, como enfoque estratégico del sistema corporativo, es un mecanismo de creación de valor, es, por esta razón, que el gobierno corporativo, como accionante principal, tiene como compromiso ser transformador en la construcción de la sociedad, por medio de la toma de decisiones con los programas de responsabilidad social empresarial.

Como parte del proceso, entendiendo el rol que desempeña la organización y cómo su participación trasciende en la nación, es de vital importancia que dentro de los pilares del gobierno corporativo se trabaje por la inclusión de la mujer, entendiendo que su cooperación favorece en la creación de mejores resultados.

Reconocer a la mujer como componente social que dinamiza la economía permite maximizar su participación en las instancias de gobierno corporativas, contribuyendo con la equidad de género como elemento ganador que provee valor a la organización y es considerado de alto impacto; así, pronto el sistema se encargará de transformarlo en elemento calificador (Hill, 2017) y fuente de productividad global.

Finalmente, tomar como punto accionante al gobierno corporativo como eje para atacar la inequidad social en un mecanismo de contrapeso y balance, manteniendo un comportamiento ético y transparente, proporcionaría grandes beneficios y resultados sociales, donde el ideal es un modelo ejecutado desde la empresa como transformador de la sociedad; entendiéndose a la empresa como creadora de

identidad que permea en las prácticas sociales y genera transformaciones profundas en el seno del sistema social.

Referencias

- Super Intendencia Financiera de Colombia (2007). Código de mejores prácticas corporativas. (2007). <http://www.icgc.com.co/wp-content/uploads/2018/01/Co%CC%81digo-Pai%CC%81s-2007.pdf>
- Constitución Política de Colombia (C. P.). (1991). Artículo 13.
- Deloitte. (2020). ¿Qué es el gobierno corporativo? Transparencia y confianza. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/governance-risk-and-compliance/articles/que-es-el-gobierno-corporativo.htm>
- Equipares.org. La tasa mundial de participación femenina en el mercado laboral. <http://www.equipares.org/la-tasa-mundial-de-participacion-femenina-en-el-mercado-laboral-es-del-485-la-de-los-hombres-un-75/>
- Fundación Inspiring Girls. (2016). Nuestra historia. <https://www.inspiring-girls.es/nuestro-origen/>
- Gender Equality Commission of the Council of Europe (2015). Gender Equality Glossary. <http://www.coe.int/t/DGHL/STANDARDSETTING/EQUALITY/06resources/Glossarie>
- Goleman, D., Boyatzis, R. y McKee, A. (2009). *El líder resonante crea más*. Debolsillo.
- Grynspar, R. (s.f.) Pensamiento Iberoamericano n.º 1. Democracia, gobernabilidad y cohesión social en la región latinoamericana. file:///C:/Users/thinkpad/Downloads/Dialnet-DemocraciaYGobernabilidadEnLaRegionLatinoamericana-2873182.pdf
- Hill, T. (2017). *Operations Strategy: Design, Implementation and Delivery*. Macmillan International Higher Education.
- Miller, K. (2018). Gobierno corporativo e igualdad de género. Realidad y tendencias regulatorias actuales. <https://www.agorarsc.org/gobierno-corporativo-e-igualdad-de-genero-realidad-y-tendencias-regulatorias-actuales/>
- OCDE. (2016). Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20. OCDE. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264259171-es>
- OCDE. (2017). Construyendo un México Inclusivo, Políticas y Buena Gobernanza para la Igualdad de Género. https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/Estudio%20G%C3%A9nero%20M%C3%A9xico_CUADERNILLO%20RESUMEN.pdf
- PNUD. (2015). Apoyo del PNUD a la integración de la igualdad de género en todos los ODS incluido el objetivo 5. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/Prospectus%205%20Gender%20Equality_SP.pdf
- Senge, P. (2016). *La quinta disciplina*. Granica.
- SIT. (1995-2020). Systematic Inventive Thinking. www.sitsite.com
- Thompson, L. (2014). Preparation: What to do before negotiation (cap. 2, pp. 9-22); Distributive negotiation: Slicing the pie (cap. 3, pp. 33-46). En *The mind and the heart of the negotiator*. 6.ª ed. Prentice Hall.
- United Nations Human Rights. (2014). Gender stereotypes and Stereotyping and women's rights. https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Women/WRGS/OnePagers/Gender_stereotyping.pdf