



knowsquare .

FRANCISCO ABAD JIMÉNEZ

27 DE MARZO DE 2012

AFRONTAR EL FUTURO EN CLAVE FEMENINA

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

Se han celebrado numerosos eventos con motivo del Día Internacional de la Mujer el pasado 8 de marzo. La Fundación Empresa y Sociedad contribuyó mediante un estudio, realizado en colaboración con el foro Ecofin (www.ecofin.es), a partir de la opinión de 200 personas de su entorno con el objetivo de plantear reflexiones y propuestas globales.

Una vez digerida la avalancha informativa de las dos últimas semanas, la noticia es que dicho estudio apenas despertó interés mediático. Quizá porque, por un lado, existen numerosas situaciones personales particulares que siguen requiriendo un tratamiento especial. Por otro, porque las conclusiones del estudio son poco estridentes:

- El futuro requiere valores y actitudes que compartimos mujeres y hombres, algo que indica un cierto grado de madurez de la sociedad española.
- El esfuerzo, el comportamiento ético y la responsabilidad son los tres valores y actitudes clave para afrontar el futuro, es decir, una especie de vuelta a lo de siempre.
- Las tres prioridades de la sociedad española en este momento son racionalizar la gestión pública, mejorar la ejemplaridad institucional y potenciar la dimensión social de las empresas. Es decir, seguimos considerando prioritario recurrir al sistema frente a la iniciativa de cada uno de nosotros.

El estudio partió de una encuesta sobre valores, actitudes y prioridades para afrontar el futuro, y por la mayor o menor masculinidad. Estaba diseñada teniendo en cuenta los trabajos realizados por los principales expertos en el estudio de los grupos de personas. Entre ellos destaca Gerry Hofstede, que ya señaló en 1999 que la forma en la que los habitantes de un país piensan, sienten y actúan se puede estructurar a lo largo de varias dimensiones, una de las cuales es su masculinidad-feminidad. Se trata de analizar los valores laborales cooperativos (buenas relaciones con jefes y compañeros, estabilidad laboral y cercanía de la residencia al lugar de trabajo) frente a los competitivos (remuneración, reconocimiento, promoción y reto). Según sus análisis, las culturas femeninas enfatizan la cooperación y el apoyo social, mientras que las culturas masculinas enfatizan la competición, las recompensas materiales y laborales. Por otro lado, los hombres y las mujeres parece que son más diferentes en los países más masculinos y más parecidos en los países más femeninos.

La opinión de los participantes se resume en lo siguiente:

- El esfuerzo, el comportamiento ético y la responsabilidad, por este orden, son los tres valores y actitudes clave para afrontar el futuro. Así lo consideran más del 40% de ellos.
- La mayor parte de las diez actitudes y valores más necesarios se puede considerar que corresponden casi por igual a hombres y mujeres. En el segundo tercio se concentran los más claramente femeninos, entre ellos vida de familia, inteligencia emocional, paciencia y compromiso social. En el tercero, los predominantemente masculinos, sobre todo desdramatizar, innovación y pragmatismo.
- El panel considera que las tres prioridades de la sociedad española en este momento son racionalizar la gestión pública (para el 55% de los encuestados), mejorar la ejemplaridad institucional (55%) y potenciar la dimensión social de las empresas (22%). Apenas considera prioritario lo que podemos hacer cada uno de nosotros, como impulsar el trabajo comunitario, aumentar los foros de pensamiento independiente o iniciar el copago de servicios esenciales.

Como los resultados son de carácter cualitativo, cabría subrayar algunas otras de las ideas aportadas:

- Es importante recuperar valores y actitudes tradicionales, hasta hace apenas unos meses durmientes tras otros aparentemente más progresistas.
- La fuerza de voluntad, el trabajo en equipo y la austeridad se consideran aportaciones principalmente femeninas. La innovación y la iniciativa corresponden sobre todo a los varones.
- La solidaridad con los más necesitados parece un impulso más bien masculino, pero que se convierte en femenino cuando se enfoca como un compromiso social a medio plazo.
- Mantenemos la tradición española de recurrir a las instancias públicas por sistema para resolver los grandes temas sociales. Nos seguimos considerando menos protagonistas a la hora de asumir nuestra parte y de tomar iniciativas, en parte porque quizá no nos sentimos corresponsables o preferimos que se encarguen otros.

El análisis concluye que el sistema debe tender a que:

- Las instituciones racionalicen su gestión y su ejemplaridad.
- Los ciudadanos tomen la iniciativa en trabajos comunitarios, foros independientes y participación económica para mejorar la situación.
- Las empresas potencien su dimensión social, sobre todo en lo relativo al tratamiento del factor humano.
- En relación con esto último llama la atención que, salvo contadas excepciones, las principales empresas españolas apenas hayan incorporado todavía líneas relacionadas con afrontar la crisis a sus programas de responsabilidad social corporativa. Ello da idea de lo alejada de su lógica empresarial que se encuentra la actividad de sus áreas de RSC / Sostenibilidad y sus fundaciones corporativas.
- Es cada vez más evidente la complementariedad sinérgica entre mujeres y hombres tanto dentro como fuera del hogar, a fin de construir una sociedad más sana y sostenible, empresas más humanas, familias más estables y personas más equilibradas.

El informe termina con datos y características de algunos de los principales capítulos de la realidad social en los que trabaja la Fundación Empresa y Sociedad:

- Hay más mujeres que hombres en situación de pobreza, especialmente en los grupos con mayor riesgo social.
- La esperanza de vida es seis años mayor en las mujeres, pero su estado de salud, discapacidad, pobreza o soledad son peores que el de los hombres y el deterioro se acentúa más en ellas con la edad. Además, su pensión es más baja debido a la menor contribución producida a lo largo de la vida como consecuencia de su menor salario y su mayor dedicación a la maternidad y a la familia.
- Las mujeres se responsabilizan más de la familia. En 2011 el teléfono de Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo atendió 200.409 llamadas, de las que el 45% fue de madres preocupadas por situaciones de riesgo de sus hijos y el entorno familiar.
- Las mujeres representan el 63% del voluntariado social, con porcentajes mayores cuanto menor es la entidad.
- Las mujeres representan 1 de cada 3 trabajadores autónomos y soportan mejor la crisis: 4 de cada 5 autónomos que se han perdido desde mayo de 2008 son hombres.

Los dos últimos tipos de datos muestran el potencial de las mujeres para afrontar un futuro que las necesita de manera especial: *“Si la racionalidad, los conocimientos técnicos, la competitividad y el afán por recompensas materiales, todos predominantemente masculinos, no nos permitieron prever la situación actual, el futuro quizá tenga que ver más con las actitudes y valores femeninos, que son los que enfatizan la cooperación y el apoyo social. Entre ellos el estudio destaca la vida de familia, la inteligencia emocional, la paciencia, el compromiso social, las habilidades de convivencia y la espiritualidad”*.

Nota.- El informe completo se puede descargar en www.empresaysociedad.org

© Francisco Abad Jiménez

© Know Square S.L.