



*Necesitamos mujeres femeninas con éxito equilibrado en sus trayectorias vitales que puedan ser referente de las que van llegando, para que les abran posiciones y les motiven a seguir siendo lo que son en su esencia*

Las mujeres del mundo trabajan, y mucho. Si hablamos del trabajo de cuidados no remunerado, según el Informe sobre Desarrollo Humano, las mujeres abarcan entre dos y diez veces más que los hombres. El valor de este trabajo para la economía mundial asciende a **10 billones de dólares anuales**, cifra equivalente a más de una octava parte del PIB mundial, y superior a los PIB de la India, Japón y Brasil juntos. El 8 de marzo (Día Mundial de la Mujer) de 2018 se propuso una huelga de cuidados: si las mujeres hubieran dejado sus tareas, el mundo se habría parado. Como afirman las profesoras **Belén Brezmes** y **Silvia Martínez**, «la economía necesita ser revisada profundamente para tener **otra mirada** hacia la producción de riqueza, para que no esté centrada en los beneficios económicos, sino en los beneficios vitales y sociales de la persona». Como tantas veces hemos recordado desde este Blog (y otros medios, podéis leer más [en este artículo](#) que publiqué

hace algún tiempo en **El Mundo**), necesitamos **la mirada femenina**. En España, el avance de la mujer en la sociedad y en el mundo laboral ha sido rápido y espectacular. Pero al entrar en un mundo pensado por hombres y para hombres del siglo anterior, algunas han mimetizado al varón de entonces y han olvidado su **feminidad**, retrasando la maternidad y, en muchos casos, renunciando a ella. ¡Craso error! Necesitamos mujeres femeninas con éxito equilibrado en sus trayectorias vitales (profesionales, familiares, personales) que puedan ser referente de las que van llegando, para que les abran posiciones y les motiven a seguir siendo lo que son en su esencia. De hecho, éste podría ser el siglo de oro de las mujeres. Nunca antes tuvimos tantas mujeres tan preparadas y con tantos recursos para poder llevar adelante los cambios necesarios para construir una sociedad plural, eficiente, sostenible, feliz y en femenino. Mano a mano con los hombres, ¡por supuesto!

En los **últimos meses** hemos visto la aparición de varios libros sobre **liderazgo femenino**: **Mercè Brey** ha publicado **Alfas y omegas**, una guía práctica- según indica el editor- para lograr empresas más diversas y desarrollar un liderazgo incluyente. Basado en conversaciones con personas de distintos países, **Alfas y omegas** explica cómo el equilibrio entre lo femenino y lo masculino genera bienestar a los empleados y rentabilidad a las organizaciones.

**Gemma Cernuda-Canelles** acaba de publicar **Atrapados en el feminismo**. Y una frase de su entrevista en La Contra de **La Vanguardia** hizo rápidamente fortuna: «el consumo es femenino y la economía masculina» (leer más [aquí](#)). Experta en marketing en femenino, afirma que somos las mujeres (80%) las que compramos (y no solo en el súper), que las mujeres pagamos más que los hombres por un mismo producto, que solo el 7% de las mujeres decide en publicidad...

Según publica este año [ONU Mujeres](#), «el aumento de la **educación de las mujeres y las niñas contribuye a un mayor crecimiento económico**. Un mayor nivel educativo da cuenta de aproximadamente el 50 por ciento del crecimiento económico en los países de la OCDE durante los últimos 50 años, de lo cual más de la mitad se debe a que las niñas tuvieron acceso a niveles superiores de educación y al logro de una mayor igualdad en la cantidad de años de formación entre hombres y mujeres.»

Desde el IESE, con años de experiencia en la formación de directivos, ellos y ellas, apostamos por la formación de esa mirada femenina para que las organizaciones no sean tuertas, como explico en este vídeo sobre nuestro nuevo [Programa Online Mujer y Liderazgo](#)

## La mirada femenina: cómo ponerla en valor

Publicado: Lunes, 23 Septiembre 2019 20:33

Escrito por Nuria Chinchilla

---

[Más información](#)

**Nuria Chinchilla**, en [blog.iese.edu](http://blog.iese.edu).