

THE SEMINARIUM LETTER®

USA ■ COLOMBIA ■ COSTA RICA ■ PARAGUAY ■ URUGUAY ■ PERÚ ■ REP. DOMINICANA ■ PANAMÁ ■ ECUADOR ■ BRASIL ■ CHILE

Principales exponentes del mundo lideran primer congreso internacional de mujeres en los negocios

El Women in Business Conference 2014 se realizará en Colombia y Chile para hablar sobre la incorporación de mujeres al mundo laboral y su aumento en puestos de liderazgo.

Expositoras magistrales, reconocidas internacionalmente por su larga trayectoria en el ámbito, presentarán ideas prácticas y estrategias de liderazgo que se pueden aplicar tanto a nivel profesional como personal. El congreso además contará con una conversación abierta con panelistas del mundo ejecutivo y empresarial para abrir la discusión y aterrizar temas a la realidad local.

La incorporación cada vez mayor de la mujer en el mercado laboral es uno de los fenómenos más significativos de las últimas décadas. La participación femenina permite a las empresas aprovechar el talento humano y desarrollar una visión más amplia de negocios para atender las necesidades que demanda la sociedad en su conjunto.

En los países desarrollados y en menor medida, en los países en vías de desarrollo, la mujer tiene un lugar que antes no tenía en el mercado de trabajo remunerado. Sin embargo, la participación de la mujer en puestos directivos, pocas veces supera el 20% y cae hasta aproximadamente a un 3% en organizaciones más grandes y poderosas. El ritmo de avance de las mujeres es desigual en diferentes países y culturas, aun cuando en muchos lugares la proporción de mujeres en la universidad sea ahora igual o mayor que la de los hombres.

La diversidad de género en los directorios de las empresas se ha elevado en casi todos los países y en casi todos los sectores, progresando de 9,6% en 2010 a 12,7% a fines de 2013, según el informe "The CS Gender 3000: Women in Senior Management" elaborado por Credit Suisse Research.

La participación de las mujeres en los puestos de administración superior (definidos como puestos de CEO o de directores que reportan al CEO) subió a 12,9% en 2013, pese a que varió considerablemente entre sectores, así como entre países. Según el documento, existe una correlación positiva entre la capitalización de mercado de una empresa y el nivel de diversidad de género dentro de ésta. Así, pequeñas empresas tienden a ser menos diversas.

Seminarium presenta por primera vez y de forma exclusiva, el Women in Business Conference 2014, evento único en su tipo que busca analizar la diversificación laboral y la igualdad de género en el lugar de trabajo.

Betsy Myers, directora y fundadora del 'Center for



Women and Business' de Bentley University, exDirectora de Operaciones y presidente de asuntos de mujeres de la campaña presidencial de Barack Obama y exasesora principal del expresidente Bill Clinton sobre asuntos de mujeres, expondrá en Chile y Colombia junto a Avivah Wittenberg-Cox, Gerente General de 20-First, donde trabaja con directores ejecutivos, comités ejecutivos y equipos de alta dirección de las empresas más conocidas del mundo, en identificar oportunidades de negocio para crear un equilibrio de género, y la mejor manera de lograrlo.

Un evento que busca facilitar el espacio para escuchar los planteamientos, hallazgos, consejos y experiencias de éxito provenientes del mundo académico y empresarial para lograr definir una nueva cultura en los negocios y la implementación de liderazgos diferentes que faciliten la integración de la mujer en el lugar de trabajo.

Después de sus sesiones, Myers y Wittenberg-Cox se unirán a un panel de conversación con panelistas para abrir la discusión y aterrizar a la realidad local los temas tocados, además de escuchar las visiones de ejecutivos, empresarios y académicos en el ámbito. Los panelistas aportarán sus conceptos e historias personales para fomentar un debate e invitar a todos los asistentes a participar.

Según Credit Suisse, existen tres obstáculos principales que impiden una mayor diversidad de género: los prejuicios culturales, los sesgos relacionados con el lugar de trabajo y la política estructural. "Encontramos los temas culturales y de educación los más difíciles de superar en el corto plazo y creemos que la política estructural –pero no de cuotas– puede mejorar la situación actual de manera significativa", señaló.

El Women in Business Conference será la oportunidad para analizar la diversificación laboral, escuchar experiencias y perspectivas a alto nivel, además de fomentar y replicar las mejores prácticas, para aprovechar el talento humano, masculino y femenino. Se analizará cómo aprovechar ese talento humano, desarrollando las políticas y mejores prácticas que permiten a las empresas generar mayor valor agregado; buscando fomentar la diversidad, la equidad, inclusión y el balance vida-trabajo; en todas las personas sin ningún tipo de discriminación.

No se pierdan de este evento único con expositoras magistrales, reconocidas internacionalmente por su larga trayectoria, presentando una amplia gama de herramientas, ideas prácticas y estrategias de liderazgo, aplicables tanto a nivel profesional como personal. Hablaremos sobre:

- Cómo las empresas exitosas unen las fuerzas de hombres y mujeres.
 - El cambio en la cultura organizacional con la incorporación de mujeres a puestos directivos.
 - El enfoque para la asimilación de una nueva generación de mujeres líderes en las organizaciones.
 - El impacto del liderazgo femenino en el entorno público, empresarial y social.
 - Las Motivaciones y ambiciones de las mujeres en el lugar de trabajo.
 - Un programa de equilibrio de género que ofrece resultados.
- Y mucho más.

12 de Noviembre: Bogotá, Colombia

14 de Noviembre: Santiago, Chile

Más información en www.seminarium.com

Betsy Myers: Porque Todos Lideramos

Los líderes auténticos son accesibles, transparentes y apasionados a la vez de estar centrado en su misión. Los líderes auténticos crean tribus y predicán con el ejemplo. Confían en sus instintos. Aquellos que son auténticos mueven montañas. Por cierto, Betsy se apura a señalar que todo el mundo es un líder - ya sea un líder en su empresa, en una sala de clases o en casa. Te guste o no, tienes que estar preparado para liderar, ya que hay una buena posibilidad de que alguien te esté siguiendo.

Las cinco claves de Betsy Myers para vivir la vida bajo el modelo de liderazgo auténtico.

Claridad: ¿Qué es más importante para ti? ¿Tus acciones diarias y las interacciones sirven su propósito? Betsy explica que es fácil quedar atrapado perdiendo el tiempo en cosas que no importan a nuestro propósito general. Ella es clara en las cosas que más le importan a ella y cuando la solicitud de su tiempo no se alinea con su visión, ella simplemente dice no.

Tu red de contactos es como el buen vino: Se pone mejor con la edad. Myers dice que su red de contactos es un subproducto de su reputación. Si eres bueno con la gente, para mantener tu palabra, y eres accesible, tu red se expandirá exponencialmente cada año. Myers podría llenar libros con sus contactos y no tiene miedo de usarlos. Ella ha ayudado a hacer recomendaciones de empleo, conexiones de negocios para otros y ha ayudado a construir amistades dentro de su red. Ella dice estar feliz de compartir sus conexiones, pero sólo con los que ella confía que tienen una auténtica reputación. Por ejemplo, ha habido grandes estrellas que han trabajado para ella. Estos son los que superan todas las expectativas. Para gente así, Betsy es la primera en abrir su tarjetero para comunicarlo con otras personas excepcionales.

Betsy Myers ha pasado los últimos treinta años estudiando el liderazgo. ¿Por qué algunos líderes crean ejércitos de adeptos mientras otros líderes crean inquietud y falta de armonía? Betsy dice que se reduce a la autenticidad.

Brilla donde sea que estés: Betsy dice que la única manera de destacar en la vida y los negocios es ser excepcional en todo lo que haces. Si tu primer trabajo es estar en la sala de correos de una gran empresa, sé el mejor empleado que la sala de correos haya tenido alguna vez. Demasiados trabajadores malgastan su tiempo pensando que merecen algo mejor y nunca se toman el tiempo de demostrarlo. Betsy siente que no está haciendo su trabajo a menos que se haya hecho indispensable para la organización en que está trabajando. Ser un líder no tiene que ver con su ubicación dentro de una empresa, dice Myers. Hay muchos líderes increíbles que perfeccionan sus habilidades en todos los niveles de la organización. Estos son los trabajadores que las empresas no pueden vivir sin ellos. En un mundo donde mucha gente hace lo mínimo para salir adelante, hay muchas oportunidades para que líderes recién nacidos puedan brillar. Pocas veces las empresas tardan en darse cuenta, y cuando lo hacen, estos tesoros suelen comenzar a subir a la cima de la escalera corporativa.

Haz la diferencia: ¿Qué es lo que más le gusta a Betsy del liderazgo? Marcar la diferencia. El liderazgo es una calle de dos vías. Ella dice que cada persona desempeña un papel de liderazgo en la vida. A través de nuestro liderazgo tenemos la capacidad de hacer un impacto positivo en las vidas de otros. Además, otros tienen la capacidad de aumentar y mejorar la nuestra. Por ejemplo, Betsy tiene dos perros y ella dice que ellos afectan su vida de una manera positiva. Ellos calman su alma. Ella juega un papel importante en sus vidas al proporcionar alimento, refugio y ejercicio regular, y proporcionan una tranquilidad para ella. Es una calle de dos vías. Todo liderazgo es bidireccional y dinámico y puede crear un fuerte impacto positivo en ambos lados.

Lo que es importante tener en cuenta, es que cuando estás liderando, no siempre se trata de dar el ejemplo como líder en el trabajo y el hogar. De hecho, siempre se está dando un ejemplo como ser humano. Los que lideran sus vidas entregando lo mejor de ellos en todas sus interacciones durante todo el día, sin establecer una expectativa interna en cuanto a cómo deben comportarse los demás, son más que sólo líderes en su hogar y la oficina, ya que también establecen un increíble ejemplo de humanismo con todas las personas con quien se encuentran.


Lidérate a ti mismo: En el libro de Betsy, *Take the Lead*, ella comparte su historia personal de cómo perdió a su hijo a través de un aborto involuntario. Fue un tiempo muy ocupado

en su vida y ella recuerda que estaba programando un viaje de negocios que la llevaría a lo largo del país. No se sentía bien y consultó a su médico sobre las preocupaciones acerca de viajar. Su médico le dijo que no se preocupara, por lo que subió a bordo del vuelo y perdió a su hijo esa noche, en un hospital lejos de casa. Betsy dijo que lo importante de aquella pérdida fue que la experiencia le enseñó algo tan fundamental en la vida - que tú eres tu propio jefe. Tú debes escuchar a tu propio cuerpo y corazón. Debes hacer preguntas y siempre evangelizar para ti mismo, porque nadie en el mundo jamás te liderará mejor que tú mismo.

No se pierda la sesión de Betsy Myers, "Women in Leadership: El Liderazgo para la Próxima Generación de Mujeres", el 12 de noviembre en Colombia y el 14 de noviembre en Chile en el Women in Business Conference 2014. Más información en www.seminarium.com

Fuente: The Huffington Post




WiB Women in Business Conference 2014
Talento Empoderado
 12 Noviembre: Bogotá, Colombia
 14 Noviembre: Santiago, Chile

Dejen de intentar arreglar a las Mujeres

Por: Avivah Wittenberg-Cox

Es hora de un nuevo enfoque de los asuntos de género. El mundo del siglo 21 ha cambiado, el 60% de los graduados del mundo son mujeres, el 80% de los bienes de consumo (en una gama cada vez mayor de sectores) son hechos por mujeres de todo el mundo.

Esto en gran parte tiene que ver con cómo el género ha sido gestionado, investigado y descrito.

La mayoría de las empresas enmarcan el asunto del género como un problema de "diversidad", proclaman a viva voz que "la diversidad es mucho más que el género". Ellos, literalmente, tienen razón. El desafío es precisamente esta estructura. Se subestima el potencial de hacer frente con eficacia al 100% de un mercado potencial o retener el 100% de la reserva de talento. Los asuntos de género también son comúnmente vistos como un "asunto de mujeres", ya que centra todos sus esfuerzos en las mujeres. Esto ignora que el secreto para el equilibrio de género en la mayoría de las empresas dominadas por los hombres tiene que ver tanto con los líderes masculinos como el talento femenino.

Las empresas todavía están dominadas por líderes hombres y la mayoría de las personas - hombres y mujeres - no entienden realmente por qué. Los hombres por lo general señalan con el dedo a las mujeres. Las mujeres en su mayoría apuntan con el dedo a los hombres.

La mayoría de las empresas piensan que la falta de mujeres en puestos de alto rango es un asunto de mujeres. La pregunta que subyace detrás de casi todo el trabajo realizado en este espacio se puede resumir como: '¿Qué pasa con las mujeres que no están alcanzando el liderazgo? Ayudémoslas a...'

Y sí las hemos 'ayudado', desde hace décadas. El enfoque dominante en la falta de equilibrio de género en la mayoría de las empresas ha sido la de dar rienda suelta a una letanía de bien intencionados programas dirigidos a empoderar a las mujeres.

Esto suele incluir una gran cantidad de iniciativas que incluyen redes de las mujeres, coaching, tutorías, asertividad o la capacitación en liderazgo dirigido a las mujeres, o conferencias de mujeres.

Éstas son iniciativas bonitas, para sentirse bien. Las mujeres las aman y aprecian. Están encantadas de conseguir un poco de atención y ayuda. Pero lo que realmente comunica a las mujeres es que se están perdiendo de algo (habilidades, la confianza, el compromiso, las redes, la visión...) y deben trabajar más duro para adquirirla.

Los hombres también aman las iniciativas de las mujeres.

Esto los hace sentir como si estuvieran "haciendo algo" para empoderar a las mujeres y resolver el problema de equilibrio de género.

En un siglo donde las mujeres son una mayoría significativa de los graduados universitarios en un gran número de países de todo el mundo, ¿es razonable o siquiera relevante seguir pidiéndole a las mujeres adaptarse a las culturas históricas y modos de pensar de administración de sociedades dominadas por hombres? ¿Y juzgarlas como que carecen de ello si no lo hacen? Es quizá hora de dejar de tratar de arreglar a las mujeres.

Las empresas tratan de hacer sus estilos de carrera, de comportamientos y de liderazgo adaptándose a un molde masculino que socava sus puntos fuertes, que las juzga como si les faltara algo, y llegan a la conclusión de que no son aptas para el liderazgo.

Hemos visto que ahora varias generaciones de un número limitado de mujeres que aceptaron adaptarse a un estándar masculino pre-existente. Especialmente en los países anglosajones, las mujeres han sido promovidas en función de su capacidad y disposición a comportarse más como los hombres. No está resultando una imagen atractiva o motivadora para las siguientes generaciones de mujeres que venía detrás de ellas. No es un panorama muy atractivo o motivador para sus colegas masculinos tampoco.

El asunto no es simplemente ayudar a algunas mujeres llegar a lo más alto. El reto es más amplio, y más profundo. Reconociendo la realidad del asunto es la clave para resolverlo.

La realidad subyacente es que muchas empresas hoy en día siguen siendo no sólo dominadas por hombres, pero normado enteramente por ellos, con culturas corporativas, sistemas y procesos que han sido diseñados por los hombres para los hombres. Los hombres actualmente en el poder son las únicas personas capaces de cambiar esto, pero que necesitan liderar el cambio. Depende totalmente de ellos. Y si ellos no quieren, no cambia nada.

Se necesita habilidad, determinación y coraje. Se puede enseñar, fomentar y recompensar. Eso es lo que hacen las mejores empresas. Tienes que poner el foco y la rendición de cuentas donde se produce el cambio. Y eso está en las personas

con poder que establecen las reglas del juego.

Escuche más de Avivah Wittenberg-Cox y su tema "Siete Pasos para Liderar una Empresa Equilibrada de Género" durante el Women in Business Conference 2014 que se realizará el 12 de noviembre en Colombia y el 14 de noviembre en Chile. Más información en www.seminarium.com

Fuente: Talent Quarterly



© Sven Paustiar



ADMINISTRACIÓN
ESTRATÉGICA DE
PROYECTOS

NEGOCIACIÓN
AVANZADA:
ESTRATEGIAS Y
TÁCTICAS

5 - 6 Noviembre

Santiago, Chile



TECNOLÓGICO
DE MONTERREY

11- 12 Noviembre

Santiago, Chile



Boston University School of Management
Executive Programs

The Latin America General Management Program: Dos semanas en una de las mejores facultades de negocios

El tema de la gestión en cualquier organización o empresa debe ser una parte más de su actividad y hay que dedicarle tanto tiempo como a la estrategia comercial, la producción o la innovación.

La dirección financiera, el control de los presupuestos y de los cobros y pagos, son el día a día de toda empresa y tienen tanta repercusión en la actividad del negocio como la fabricación, la atención al cliente o el volumen de ventas. La gestión es coordinación, del personal, de los recursos y del capital de la empresa. De poco sirve tener cierta ventaja competitiva si luego no sabemos aplicarla correctamente en la organización.

Las organizaciones hoy en día enfrentan un gran reto con respecto al mercado, gracias a diversos factores tecnológicos, económicos, políticos, sociales, culturales, etc. Cada uno de estos factores obliga a las empresas a estar en constantes cambios de menor o mayor impacto a nivel interno o externo; sin embargo, se hace necesario de manera casi obligatoria responder a las necesidades generadas para que la compañía no caiga en pérdidas que sean lamentables.

Hay que sacar información de todos los agentes con los que interactuamos, clientes, proveedores, competidores. Obtener feed-back del mercado en el que nos movemos, es vital para tomar decisiones y preparar a nuestra empresa para los continuos cambios que ocurrirán. Nuestra orquesta debe estar afinada, todos los instrumentos deben sonar bien, pero, además, debe haber un director que sepa sacar provecho a cada uno de ellos.

Por lo anterior y reconociendo la importancia que posee la gestión empresarial para el crecimiento

y desarrollo empresarial de las compañías que se enfrentan constantemente a un mercado competitivo, Seminarium presenta por primera vez su programa **The Latin America General Management Program**, el único en su tipo por su duración de dos semanas.

Desarrollado en conjunto con **University of Chicago Booth School of Business** y diseñado exclusivamente para ejecutivos de alto nivel de las principales empresas latinoamericanas, el GMP está basado en el modelo de educación gerencial "Chicago Approach" que enseña a los ejecutivos a **resolver complejos problemas de negocios** usando herramientas conceptuales económicas, de finanza, ciencias del comportamiento y otras disciplinas.

El GMP es dictado por el internacionalmente renombrado cuerpo docente de Chicago Booth e incorpora sesiones que facilitan la perspectiva industrial, aplicación y creación de redes de negocio estratégicas y lo funde con las mejores prácticas del mundo real. Los participantes compartirán experiencias y **establecerán redes de contacto con pares de primer nivel**. Forja habilidades estratégicas de liderazgo y sintetiza conocimientos económicos, políticos, sociales y académicos para identificar y adaptar estrategias en condiciones de cambio constante.

El currículum del programa se enfocará en las

5 principales áreas de la gerencia:

- Liderazgo
- Estrategia
- Marketing
- Efectividad Organizacional
- Finanzas

Se llevará a cabo entre el **11 y el 22 de mayo de 2015** en el Gleacher Center de Chicago Booth en el centro de Chicago, IL, EEUU. Cuenta con **traducción simultánea en inglés y español** y todo el material en ambos idiomas.

¿Quiénes deberían postular?

Ejecutivos de alto nivel de empresas latinoamericanas y aquellos con la capacidad de llegar a desempeñar roles de alto liderazgo. El GMP está dirigido a líderes que se esmeran en lograr la excelencia y que quieren hacer la diferencia creando organizaciones excepcionales.

Los participantes tendrán una experiencia exitosa en una variedad de roles, desarrollando excelentes habilidades analíticas, de ejecución, interpersonales y de planificación estratégica. Representarán a empresas provenientes de una amplia gama de industrias. Sus cargos incluirán funcionarios corporativos, presidentes, vicepresidentes y directores de todas las diferentes áreas.

Postule: gmp@seminarium.com



THE STRATEGIC NEGOTIATION PROGRAM



Programa Único y Exclusivo para Ejecutivos Latinoamericanos

17 al 20 de Noviembre, 2014
Ritz-Carlton Hotel, Coconut Grove, Florida, EE.UU.

Cuando lo que sabes no es suficiente

Basado en la investigación de **Melissa Thomas-Hunt** y **Katherine W. Phillips**
Dinámicas de especialización y género en grupos de tareas

¿Está la experiencia, como la belleza, en el ojo del espectador? Un trabajo reciente de la profesora Katherine Phillips (Kellogg School of Management) y Melissa Thomas-Hunt (Universidad de Cornell) explora el papel de la dinámica de género en la expresión de la experiencia. En particular, Phillips y Thomas-Hunt encuentran que las expectativas de género interfieren con la expresión, la percepción y utilización de asesoramiento técnico, perjudicando tanto a los expertos y los grupos que dependen de ellos. Esta investigación explora la posibilidad de que la posesión de experiencia se basa en el ojo del espectador.

Trabajos anteriores de Phillips y colaboradores sugieren que los grupos no logran aprovechar la experiencia de sus integrantes porque las discusiones de grupo son intercambios sociales, no sólo intercambios de información. Cuando los grupos se reúnen, sus integrantes buscan objetivos sociales, tales como la aceptación, estatus y poder, no sólo los objetivos informativos. Bajo ciertas condiciones, estos objetivos sociales impiden que las personas con experiencia lo compartan, y otros miembros del grupo la acepten.

Una característica relevante al status que confunde constantemente juicios sobre los demás, es el género. La investigación ha demostrado que las mujeres reciben evaluaciones más bajas que los hombres por un rendimiento similar. Además, los perceptores tienen a las mujeres a un nivel superior al conferir. Es importante destacar que la mayor parte de la investigación detrás de estos resultados se deriva de tareas tradicionalmente orientadas por hombres, y los hallazgos se invierten un poco para las tareas tradicionalmente femeninas. Sin embargo, la tradicional asociación de los hombres con las tareas de las organizaciones significa que muchas de esas tareas son estereotípicamente masculinas. Así, las mujeres que discrepan en las tareas de organización deben tener un “doble golpe” sobre el status: uno para expresar una opinión opuesta, y otro para diferir de las expectativas basadas en género.

A partir de esta lógica, Phillips y Thomas-Hunt predijeron que ambos objetivos sociales y expectativas de género interfieren con la expresión, la percepción, y la incorporación de conocimientos. Su hipótesis es que los grupos, independientemente de su composición por género, juzgarían a las mujeres como menos expertas que los hombres, y como resultado las mujeres ejercerían

menos influencia y demostrarían menos confianza acerca de su influencia en el grupo. Phillips y Thomas-Hunt también predijeron que cuando las mujeres son expertas las expectativas de género llevarían a otros a percibir las como menos expertas que incluso mujeres no expertas, haciendo que se ejerza menos influencia y reporten menos confianza. En todas estas predicciones, anticiparon lo inverso para los hombres. En conjunto, estas predicciones implican una consecuencia severa a nivel grupal: grupos con mujeres expertas en realidad deberían desempeñarse peor que aquellos con expertos masculinos. El desempeño inferior del grupo resultaría de ambos géneros y sus implicaciones para la influencia de un individuo en la estrategia del grupo.

Para probar estas hipótesis, Phillips y Thomas-Hunt utilizaron una simulación de desarrollo de equipo en el que los participantes debían determinar qué elementos de supervivencia son más importantes para escapar de un incendio forestal. Esta es una tarea estereotípica masculina, sin embargo, es importante tener en cuenta que el rendimiento real de los hombres y mujeres en esta tarea no fue diferente.

Antes de agruparse, los participantes calificaron la importancia de varios elementos (por ejemplo, botas de cuero) individualmente. Se definieron como “expertos” a aquellos cuya clasificación más cerca se asemejaba al ranking de verdaderos expertos en supervivencia. Luego, los investigadores se reunieron en grupos con un hombre o mujer experta y pidieron a los participantes desarrollar una clasificación conjunta de los artículos. Después de la clasificación de los artículos, los participantes completaron cuestionarios individuales acerca de sí mismos y de los otros integrantes del grupo. Los investigadores midieron la influencia de los expertos como la similitud entre la estrategia individual de cada experto (como se refleja en los primeros y los últimos cuatro elementos en su clasificación) y la estrategia colectiva del grupo. Midieron las percepciones de los demás y uno mismo de las respuestas al cuestionario del rango.

Los resultados de esta tarea confirmaron en gran medida las predicciones. Los grupos juzgaron a las mujeres como menos expertas que los hombres y las mujeres reportaron menos influencia y confianza que los hombres.

Los grupos juzgaron a mujeres expertas como menos expertas que sus contrapartes femeninas no expertas, y las mujeres expertas reportaron menos influencia y confianza que esas mujeres no expertas. A los grupos con mujeres expertas les fue peor que aquellos con expertos masculinos, y el género impactó al rendimiento del grupo a través de la influencia individual en la estrategia del grupo. Hubo un hallazgo inesperado: los hombres expertos no demostraron más confianza acerca de su influencia individual en la estrategia del grupo que los hombres no expertos. Es decir, todos los hombres eran igualmente confiados.

A la luz de estos resultados, Phillips y Thomas-Hunt concluyeron que poseer experiencia en realidad puede convertirse en una desventaja para las mujeres. En general, los objetivos sociales impiden que cualquier persona con experiencia comparta esa información y esas metas sociales desalienten a otros disidentes potenciales de apoyarla. Los integrantes del grupo evalúan a los integrantes del equipo que cumplan con los roles de género de manera más positiva.

Sin embargo, las expectativas de género conducen a estereotipos que hacen que la situación sea peor para las mujeres. En concreto, los miembros del grupo usan estas atribuciones para desestimar las declaraciones discrepantes de las mujeres y hacer juicios de valor negativos sobre ellos, mientras que ellos aceptan las opiniones divergentes de los hombres más fácilmente.

Los investigadores sostienen que obviar la experiencia de las mujeres daña su confianza y las conduce a la autocensura. Cuando persiste, la autocensura toma la forma de una profecía autocumplida, en la que mujeres expertas son vistas por los demás y por ellas mismas como menos expertas de lo que son en realidad. Con el tiempo, por otra parte, el obviar la experiencia de las mujeres de forma crónica daña su confianza y refuerza los estereotipos existentes acerca de la experiencia relativa de las mujeres y los hombres en tareas particulares.

En resumen, Phillips y Thomas-Hunt proporcionan evidencia de que la expresión, la percepción, y el grupo de aprovechamiento real de los conocimientos se ve afectada por las expectativas de género. A pesar de la distribución real de la experiencia en grupos, el valor de esa experiencia para algunos grupos no se puede realizar.

LOS DEPORTES CREAN BUENAS INSTANCIAS PARA HACER NEGOCIOS



Aunque suene raro, el deporte y las empresas tienen muchas cosas en común. Si bien es cierto que el ambiente propicio para hablar de negocios depende de la importancia de tu cliente y del negocio para la empresa, en ocasiones, alejarse del ambiente laboral para discutir un negocio no sólo genera empatía y confianza, incluso puede ayudar a encontrar mejores tratos para ambas partes. Para los altos directivos y ejecutivos, los deportes son una gran oportunidad.

Algunos tips fundamentales de los deportes que las empresas pueden adoptar como propios: jugar para el equipo y no para uno mismo, estar dispuestos a hacer algunos sacrificios individuales en pos del bien común, perfeccionarse permanentemente a través del entrenamiento y medir los resultados para corregirlos cuando no funcionan.

El ambiente emocional juega un papel muy importante cuando se habla de compartir una actividad que te genera pasión con un cliente importante. Estamos hablando de lugares y ambientes reales donde tu mejor arma no es un proyector, sino tu persona. Hablar de negocios mientras practicas un deporte, es buscar empatía y confianza, nada mejor para tu empresa.

Pero, ¡cuidado! No todos los deportes son propicios para hablar de negocios. Para poder tomar en cuenta alguna

actividad, debes considerar dos aspectos: duración y oportunidades para negociar.

¿Y cuál es el deporte óptimo para hacer negocios?

El golf es el deporte más recurrido en el ambiente empresarial. Sus características: el lugar, la duración y la estrategia del juego, suelen ser la mejor arma para hablar de negocios mientras se practica. Aquí encontrarás un ambiente relajado donde la mente estará despejada de toda exigencia empresarial.

El golf se distingue por tener jugadas de entre tres y cinco horas de duración. Tu tiempo para hablar de negocios es igual de extenso. Como consejo, se recomienda no hablar de la parte medular de la negociación al principio o en medio de la jornada, esto apresuraría la estrategia para cerrar el negocio. Se recomienda para negociaciones difíciles, las cuales requieran charlas extensas y discusión de oportunidades.

Otro deporte que se practica bastante para hacer negocios es el tenis. Durante este deporte el tiempo de convivencia suele ser extenso, sin embargo, los puntos de encuentro son escasos. Desarrolla un ambiente competitivo y asegúrate de dejar que tu cliente tenga oportunidades de juego, el tenis es el mejor deporte para demostrar por qué eres la mejor opción para tu cliente.

Se recomienda hablar de negocios después del partido. El haber jugado tenis relajará a tu cliente para el momento de negociar.

Este deporte se recomienda para cerrar tratos que sean innovadores o diferentes para tu cliente, el agotamiento físico puede ayudar a ver más opciones.

No olvides las reglas de etiqueta

Toma en cuenta los siguientes puntos para asegurar una convivencia exitosa.

Conoce a tu cliente. Puedes ser amante del golf, sin embargo, debes tomar en cuenta qué deporte le agrada a tu cliente. Si lo invitas a realizar un deporte que no sea de su agrado puedes perjudicar gravemente cualquier negociación.

Encuentra el momento adecuado. Se necesita mucho tacto para saber cuándo es el momento de hablar. Evita hacerlo durante momentos de gran tensión o concentración, si tu cliente pierde por escuchar tus propuestas, seguro perjudicará el negocio.

¿Ganar o perder? Esa es la cuestión. Si bien a tu cliente no le agrada ser derrotado, tampoco podría ser bueno demostrar pasividad y espíritu conformista. Juega bien, pero evita ganar de forma que sea embarazosa para tu cliente.



SEMINARIOS DE ESPECIALIZACIÓN MODELOS DE GESTIÓN PARA LA DIRECCIÓN DE VENTAS

1 - 2 DICIEMBRE, BOGOTÁ, COLOMBIA

4 - 5 DICIEMBRE, SANTIAGO, CHILE



» SEMINARIO DÍA 1
METODOLOGÍA PARA LA DIRECCIÓN Y
GESTIÓN DE CUENTAS CLAVES



» SEMINARIO DÍA 2
MODELO DE MEDICIÓN, DESARROLLO Y
COMPENSACIÓN DE LA FUERZA DE
VENTAS PARA LOGRAR RESULTADOS

Programas de actualización y perfeccionamiento ejecutivo

