

Las mujeres consiguen más éxitos laborales cuando se apoyan unas a otras

escrito por Ana Vidu | mayo 23, 2019



Lo que la investigación sobre redes de solidaridad viene demostrando se demuestra ahora en el mundo empresarial. La revista [Harvard Business Review](#) publica un artículo sobre los diferentes tipos de redes que necesitan tanto los hombres como las mujeres para tener éxito en su trabajo y encuentra que tanto unos perfiles como los otros necesitan una red de iguales bien conectada.

Las redes que llevan al triunfo empresarial han sido

elementos de mucho análisis. Analizando la situación de las mujeres, la investigación [A network's gender composition and communication pattern predict women's leadership success](#) [*La composición de género y el patrón de comunicación de una red predicen el éxito del liderazgo femenino*] encuentra que las mujeres que tienen un círculo interno de contactos femeninos más cercanos tienen también más probabilidades de obtener cargos ejecutivos con mayor autoridad y un salario más alto, mientras que en este estudio no se encontró un vínculo que explique el éxito de los hombres en términos de composición de género en sus círculos internos.

En inglés, la palabra "work" (trabajo), tiene relación con "network" (red), lo que viene a determinar la tendencia a que las relaciones se extiendan más allá del trabajo. Las conexiones basadas en intereses y objetivos compartidos producen más éxito laboral ya que las personas tendemos a querer trabajar con la gente que conocemos y con la que nos llevamos bien.

Dado que las mujeres, para convertirse en líderes, enfrentan obstáculos culturales y sistémicos que les dificultan el avance, el estudio sugiere que una forma de superar algunos de estos obstáculos es establecer conexiones cercanas con otras mujeres con las que poder compartir experiencias, creando círculos de confianza para superar barreras y no darse las espaldas.

El estudio, elaborado por los investigadores Yang Yang, Nitesh V. Chawla y Brian Uzzi desde la Universidad de Northwestern y la de Notre Dame, utiliza una regresión cuasi-experimental y con variable-instrumental para analizar el vínculo entre las redes sociales de los y las graduadas y la posterior colocación en posiciones de liderazgo, en diferentes niveles de autoridad. Los datos

que barajaron (entre cientos de estudiantes que fueron colocados y colocadas directamente en posiciones de liderazgo) mezclan características personales, rendimiento académico y experiencia laboral, así como la información de su red social, extraída de 4.5 millones de correspondencias de correo electrónico.

Los resultados afirman que, de entre todas las variables analizadas, las redes sociales de las personas graduadas predicen firmemente la colocación en posiciones de liderazgo. Tanto en el caso de los hombres como en el caso de las mujeres, una centralidad superior en la red predecía la ubicación en los puestos de trabajos altamente cualificados. Sin embargo, para las mujeres, además, se ha destacado un círculo interno de contactos predominantemente femeninos, conectados a muchos contactos de terceros no superpuestos. Estas relaciones con un círculo interno dominado por mujeres han resultado en un nivel de colocación laboral esperado que es 2.5 veces mayor que el de las mujeres con una centralidad baja y un círculo interno dominado por hombres.

Se necesita más investigación y son más los factores que determinan el éxito de las mujeres en los puestos de liderazgo; sin embargo, las redes de solidaridad demuestran una vez más su influencia, así como la de una red solidaria formada por mujeres.