

EWMD España
Moll de Barcelona, Edifici Nord, 1ª Planta
08039 – Barcelona
spain@ewmd.org



Nº 11
Enero 2010
Publicación Trimestral



Índice

1. ¡Llega el Invierno 2010!
2. Actividades:
 - ⌘ Actividades en Barcelona y Madrid
 - ⌘ Jornadas de puertas abiertas
 - ⌘ Próximas actividades EWMD España
 - ⌘ EWMD International
3. Networking
 - ⌘ Global Summit of Women 2010 en Beijing (China), 20-22 Mayo 2010.
 - ⌘ EWMD Annual Conference 2010 en Basilea (Suiza) en 3, 4, 5 de Septiembre 2010.
4. Servicios:
 - a. Bolsa de Trabajo
 - b. Asesoría jurídica
 - c. Consultoría "Business Plan"
5. Noticias de Negocios

1. ¡Llega el Invierno 2010!

Y buen frío ha llegado, en todos los aspectos. Frío empresarial, ejecutivo, político, económico, tecnológico, legal, social y cultural: a cuál más frío!!!

Pero nosotras, mujeres duras y expertas, nos ponemos "la capa por montera" y tiramos "pa' lante", ¿o no?.

Sé que algunas de vosotras lo estáis pasando mal, unas peor que otras, y sólo os quiero hacer llegar una brisa de ÁNIMO, porque la primavera ya se acerca. Mientras tanto, espero veros pronto en el próximo encuentro de networking para compartir y siempre me tenéis a vuestra disposición. Cuidaros mucho y recordad lo que dice el dicho: al mal tiempo, buena cara!!!



Elizabeth Trallero Santamaría
Presidenta EWMD España

Para ser líderes, debes liderar tu vida.

Nguyen Thi Doan

Vice presidenta de Vietnam

2. Actividades

Actividades EWMD España

Barcelona:

Noviembre 2009

- ⌘ Presentación del "Charter de la Diversidad" en Caixaforum el 4 de Noviembre a las 9 a.m.
- ⌘ Jornada de puertas abiertas con la Sra. Magels Landete, autora de Unió Còsmica, escultura de hermanamiento entre las ciudades Colonia (Alemania) y Barcelona (España), para presentar sus novedades artísticas conjuntamente con otra de nuestras socias artista de Madrid.
- ⌘ Networking el 25 de Noviembre a las 7'30pm. en el Velódromo, con la invitada; Almudena Gallo, Directora de Recursos Humanos y R.S.C. de CRITERIA CaixaCorp, S.A.

Diciembre 2009

- ⌘ Cena de Navidad jueves 10 de Diciembre en el restaurante NOTI.
- ⌘ Presentación del libro "Secretos de Lujo" de María Eugenia Girón el miércoles 9 de Diciembre 2010 a las 7pm.

Madrid:

Noviembre 2009

- ⌘ Presentación del nuevo libro de Pino Bethencourt, Vamos a "TOMAR LAS RIENDAS" el 24 de Noviembre en el Aula Magna del Instituto de Empresa.

Próximas actividades de EWMD España

Barcelona:

Febrero 2010

- ⌘ Networking: Ejecutiva "agresiva" el viernes 19 de Febrero en el Hotel Wella a las 7'30pm.
- ⌘ Marketing Funerario con Felipe Botaya para explicar a nuestras socias cómo actuar, sus ventajas,... que tendrá lugar el 25 de Febrero en el Círculo Ecuestre.
- ⌘ Evento EWMD y AED con Rosa Cullell para comentar: " Mirada Plural"

Marzo 2010

- ⌘ Comida Presentación EWMD España en el Círculo Ecuestre
- ⌘ Evento conjunto EWMD & ACCE en la Cámara de Comercio de Barcelona

Madrid:

- ⌘ Cena-charla de socias de EWMD Madrid y Barcelona con la Dra. Julia Pulido para intercambiar opiniones sobre la inteligencia en la empresa y su enfoque hacia directiv@s.

EWMD International

⌘ **EWMD International Board**

Tendrá lugar en Lisboa el 26 y 27 de Febrero 2010.

⌘ **EWMD International Board**

"Il Barbiere di Sevilla" (Viena) el 7 y 8 de Mayo 2010.

⌘ **Global Summit of Women 2010 en Beijing, 20-22 de Mayo.**

⌘ **EWMD Annual Conference 2010 en Basilea (Suiza), 3, 4 y 5 de Septiembre 2010.**

3. Networking

Velódromo Barcelona 25 Noviembre 2009

Asistencia de 12 miembros con Almudena Gallo, directora de RRHH y RSC de Critería Caixacorp, que estuvo brillante "en su línea" y quedamos emplazadas en esta ocasión, ya que había ruido en el local.

Los temas fueron de índole femenina profesional y, aunque queríamos finalizar a las 21 horas, se alargó un poco más.



Cena de Navidad en el restaurante NOTI celebrada el 12 de Diciembre

Bonito comedor privado, con puerta/ventana exterior para las "fumadoras", pasamos una agradable velada, con risas mil y temas diversos: hijos, trabajo, "Taxi Rosa",... y asistencia de 14 miembros y amigas. Buena relación calidad/precio en la comida, servicio impecable (pobre camarero, tuvo que oír nuestras conversaciones, pero sonreía, o sea, que también se lo pasó bien) y la mesa redonda favoreció la comunicación y networking.

4. Servicios

a. Bolsa de Trabajo

Para más información poneros en contactos con:

Mercè Rius (mrb@sinergrup.com)

Isabel Trilla (its@sinergrup.com)

b. Asesoría Jurídica

Para más información:

Beatriz Fernández-Tubau (beatriz@fes-gestoria.com)

c. Consultoría "Business Plan"

Si alguna de vosotras tiene la intención de montar un negocio propio o ayudar a un amigo/a en el mismo, os ruego os pongáis en contacto conmigo y lo hablamos, ¿de acuerdo?

Para más información: smiling@elitrallero.com

El Ministerio de Industria y Comercio en su "Jornada informativa sobre instrumentos de Apoyo a la PYME" del día 27 de Enero de 2009 nos ha facilitado contactos y organismos para la posible financiación de las pymes, como son los siguientes enlaces:

- www.ico.es
- www.cersa.org
- www.ascricri.org
- www.enisa.es
- www.esban.com
- <http://ec.europa.eu>

6. Noticias de Negocios

Las mujeres lideran de forma más empática y participativa

I Congreso Internacional de Liderazgo Femenino 30/09/2009

Una de las conclusiones del I Congreso Internacional de Liderazgo Femenino, que ha organizado recientemente la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI) de la Universidad Pompeu Fabra, es que las ejecutivas hacen gala de mayor empatía que sus colegas masculinos.

Uno de los protagonistas de la última jornada fue el psicólogo y experto en Recursos Humanos, Ken Nowack, que además forma parte del Consorcio de

Inteligencia Emocional de Daniel Goleman. Nowack centró su ponencia en subrayar la diferente forma de liderar equipos que caracteriza a las mujeres. En parte por socialización y cultura, pero en gran parte por culpa de una hormona llamada oxitocina

El resultado es que las mujeres "lideran de una forma más participativa con respecto a sus homólogos masculinos y utilizan de forma natural el liderazgo transformacional, que hace especial hincapié en el trabajo en equipo, la cooperación, el networking y el apoyo interpersonal". No obstante, estas cualidades se desperdician en gran medida. En Estados Unidos, a pesar de que constituyen el 58% de las licenciaturas y un 30% de los titulados Executive MBA, tan sólo el 2,4% de las mujeres son CEO.



Los fichajes de mujeres profesionales en la alta dirección crecen un 45%

L. F. - Madrid - 13/01/2010

Cada vez hay más mujeres profesionales ocupando primeros puestos dentro de las empresas. Cecilia Taieb Walch, associate principal de Michael Page Executive Search, estima que en "este año se ha producido un aumento del 45% en contratación de mujeres directivas".

Las razones de este incremento son variadas. Según Taieb, "la mujer suele ser mucho más fiel a la compañía" y menos receptiva a escuchar propuestas, algo que empieza a cambiar ahora. La crisis, además, ha motivado más movimiento y

aunque los salarios son iguales para hombre y mujeres, es cierto que ambos han bajado. También ha influido en esta tendencia una mayor experiencia de la mujer en puestos relevantes. La directiva española avanza al ritmo de otros países europeos y tiene ahora más experiencia que antes".

A pesar de ello, César Castel, director de Adecco Professional, asegura que en el mercado se mantiene el porcentaje de 60% de puestos conseguidos por hombres frente a un 40% de puestos por mujeres.

ENTREVISTA: ALMUERZO CON... CARME GARCÍA RIBAS

"El hombre teme al fracaso y la mujer, al rechazo"

ARIADNA TRILLAS 04/12/2009

Elige un restaurante de Barcelona, Ego, de paredes blancas y lámparas rojas, a pocos metros de la Universitat Pompeu Fabra (UPF). Admite que le atrae "la sonoridad" de sus menús de batalla, aunque el de hoy no parece especialmente sonoro: *mix* de ensaladas con vinagreta de Módena y bacalao con escabeche y setas. Son los platos que escoge, más un yogur, tras haberse sentado con gracia en su mesa preferida, redonda y demasiado grande para dos. Llama "cariño" a la camarera y le suplica que le traiga "muchacha, mucha agua". Cuando una botella de litro y medio se planta sobre el mantel, enarca las cejas: "¡Hombre, tampoco tanta!".

Carme García Ribas, profesora de la Escuela Superior de Comercio Internacional de la Universitat Pompeu Fabra (ESCI-UPF), tiene una voz tremenda, maravillosa. No hacía falta decírselo, descubro enseguida. "Mi talento es la voz, trabajé 10 años en la radio y justamente acabé en la universidad porque un día me propusieron dar un curso de oratoria", cuenta. Por observación, cayó en la evidencia de que lo que distinguía a quienes comunican bien de quienes comunican mal era el miedo. "Lo leí todo sobre el miedo y comprendí que siempre se abordaba como una patología a curar. Nadie hablaba de nuestro miedo difuso y cotidiano. El hombre siente miedo al fracaso y la mujer, al rechazo. Él teme no ser alguien y ella teme serlo".

En el I Congreso Internacional de Liderazgo Femenino que se ha celebrado en Europa -Barcelona, septiembre de 2009-, a García Ribas se le ocurrió pedir a un

auditorio de 400 mujeres, muchas empresarias, que levantarán la mano si sentían miedo al rechazo. "Recuerdo todos esos brazos alzados de golpe, fue impresionante", explica la autora de *El Síndrome de Mari Pili* y de *Miedo a ser*.

Le digo que "liderazgo femenino" suena cursi y me envía una mirada severa desde el otro lado de la mesa, pero no estalla. Escucha, barrunta y dice que no encuentra alternativa mejor. También confiesa que su paradigma topa con mayor resistencia entre mujeres que entre hombres.

Tras el café y durante una larga sobremesa, se adentra en las explicaciones. Es fácil imaginarla en clase, en el posgrado sobre liderazgo femenino de la UPF, que ya va por su cuarta edición. "La mujer construye su identidad alrededor del miedo al rechazo y ésta es la clave de su escasez en los puestos de poder. ¡Eso no excluye la responsabilidad de la sociedad en esa falta!", proclama esta mujer expresiva sin currículum feminista.

¿Y la mujer que ya manda? "Se comporta con la docilidad del huésped", espeta, mientras aconseja la lectura de *El mundo de las mujeres*, del sociólogo Alain Touraine. "La traten bien o mal, la mujer no se zafa de cierta sensación de impostura, como si no mereciera estar ahí, le incomoda destacar, quiere ser una marca blanca".

La depresión total, coincidiendo con la llegada de la cuenta, sobreviene cuando García Ribas descarta que la cultura de la igualdad sea sinónimo automático de avance: "Está muy bien. La mujer tiene más formación, preparación, oportunidades, una vida sexual más activa... pero de poco sirve si persiste su actitud de sumisión". Pone el ejemplo de Carrie Bradshaw, protagonista de *Sexo en Nueva York*, y sus amigas. "Pasan por ser mujeres de hoy, profesionales, independientes, liberadas, pero, en el fondo, sólo quieren que las quieran".

Un mundo de mujeres

MONIKA ZGUSTOVA 24/01/2010 EL PAÍS

Mi editora alemana tiene en su equipo sólo a mujeres, como pude constatar durante mi última visita a la editorial con sede en Viena. Sólo hay un hombre: el señor de los recados, que también hace de *manitas*. Martina, la directora de esa

prestigiosa editorial que nada tiene que ver con publicaciones feministas, me contó que, puesto que en el mundo editorial las mujeres son una aplastante mayoría, ella trabaja sólo con ellas. Entre mujeres solas, dice, reina un ambiente amistoso y relajado, sin rivalidades ni luchas de poder.

"En vez de implantar un horario fijo, el equipo editorial trabaja en horarios flexibles y se centra en cumplir los objetivos establecidos. Las prisas y los nervios son relativos", me contó, y personalmente sólo encontré concentración, calma y armonía. Aquel día, Martina sacó de la nevera una botella de Veuve Cliquot que compartió con varias redactoras de la casa, además de su autora.

No sé si Martina ha leído a Judy Rosener u otras feministas de la última generación, que afirman que la mujer no puede desplegar todo su potencial si actúa según las reglas masculinas. Según sus teorías, es preferible que la mujer se rodee de otras mujeres y trabaje según sus propias pautas, porque la mujer es, según ellas, "más interactiva, intuitiva y flexible", además de "poseer más inteligencia emocional, ser menos agresiva y menos obsesionada con el poder individual y más orientada hacia el trabajo colectivo".

Aunque esas teorías tengan razón, vete a saber si esos atributos son los esenciales en el mundo laboral. El tiempo lo dirá. Lo cierto es que en el mundo occidental no sólo cada vez hay más mujeres que trabajan, sino que, según las estadísticas más recientes, en algunos países empieza a haber tantas o más mujeres que hombres en el mercado laboral. (Por cierto, habría que empezar a pensar en otra expresión: mercado laboral suena a ganado expuesto al mejor postor).

En Estados Unidos las mujeres, en estos momentos, representan la mitad de los trabajadores (un 51%), y dirigen algunas de las mayores empresas mundiales, como PepsiCo. En Occidente, gran parte del crecimiento económico de las últimas tres décadas se debe a la incorporación de la mujer al mercado laboral.

Según la tendencia actual, en el futuro trabajará cada vez un mayor número de mujeres. En el mundo occidental, las mujeres obtienen un 60% de los títulos

universitarios. En la Unión Europea, en los últimos diez años la mujer ocupó tres cuartas partes de los nuevos empleos. En Estados Unidos, tres de cada cuatro personas que han quedado en el paro desde el inicio de la crisis, son hombres, y el desempleo de las mujeres es del 8,6% contra el 11,2% de los hombres. Y se calcula que la creciente participación de la mujer en el mercado laboral hará que el PIB aumente un 19% en España y un 9% en Estados Unidos, Francia y Alemania (países donde la mujer se incorporó antes al mercado de trabajo).

¿Qué ha causado esa revolución pacífica de la mujer en esas últimas décadas? Las mujeres con carreras universitarias han querido poner sus conocimientos en práctica y se han convertido en profesionales con talento. Además, varias mujeres han accedido a puestos visibles e importantes, y han enseñado el camino a las demás: Madeleine Albright, Margaret Thatcher, Hillary Clinton o Angela Merkel, y en España, Carmen Alborch o Teresa Fernández de la Vega.

También fue muy importante la introducción de los electrodomésticos, y no olvidemos la píldora. Si hace medio siglo las mujeres estudiaban básicamente para llegar a ser enfermeras o maestras, hoy en Estados Unidos un 50% de las estudiantes saca el título en empresariales.

¿Y cómo reaccionan los hombres ante tanto cambio? Ellos han recibido esa revolución de las mujeres de modo sorprendentemente amistoso. Y no sólo eso: según ha demostrado una reciente encuesta en Estados Unidos, tres cuartas partes de los hombres consideran el cambio como positivo, y nueve de cada diez hombres americanos contestaron que no les causaba ningún problema que la mujer cobre un sueldo más elevado que ellos. Ahora urge que la mujer que es también madre gane el mismo sueldo que el hombre y que se le facilite la compaginación de la profesión y la maternidad.

Tras todo lo dicho queda claro que la mujer ya no necesita muletas. El paternalismo masculino, que se oculta detrás de programas progresistas orientados de cara al escaparate, como "el cupo" de Rodríguez Zapatero, es contraproducente porque provoca resentimiento en la sociedad, y a la imagen de

la mujer profesional le hace más daño que bien. La mujer camina sola, llega lejos y sabe sacar adelante grandes negocios, además de disfrutarlos, como Martina y su equipo editorial vienés.

Monika Zgustova es escritora, su última novela es *Jardín de invierno*.

Taxis rosas solo para chicas

Nancy Tarrasó 28-12-2009



La ciudad de Puebla, en Méjico, es una de las ciudades que se suma a esta iniciativa con el objetivo de ofrecer mayor seguridad a las mujeres en el transporte. Los taxis rosas son conducidos por ellas y, por supuesto, no paran a los hombres. Lo bueno de éstos taxis es que están totalmente equipados con un kit de belleza, un botón anti pánico y un GPS específicamente pensado para nosotras. Sesenta conductoras de taxis rosas de entre 25 y 45 años son las encargadas de trasladar a lo largo y ancho de la ciudad a las demás mujeres.

Una iniciativa que tiene mucho tirón en Londres, donde está todo pensado; se paga con tarjeta de crédito para evitar robos o se hacen dos llamadas perdidas al móvil para que la mujer baje justo en el momento que llega el taxi. En el caso de Barcelona han sido más discretos, los taxis no están pintados de rosa, simplemente llevan una discreta pegatina que las acredita como pink lady. Aun así, la iniciativa ha sido tachada de feminista y retrógrada.

Personalmente, pienso que es una buena opción para un segmento de marketing con un nuevo servicio a explotar. ¿Tú qué opinas? ¿Te gustaría un taxi rosa en tu ciudad?

Hide those tattoos and don't tower over your host

Advice and fashion tips for women lawyers conducting business overseas

By Jan Pudlow *Senior Editor*

That little red leather purse that looks so chic accenting your black outfit back home screams “bad luck!” in Taiwan, and in certain African countries red is associated with witchcraft or death. A smart white linen suit crisply beating the heat in Florida is reserved for funerals in India. The color yellow may send out cheerful vibes in the U.S., but take caution: It’s reserved for royalty in Malaysia. In Brazil, it’s considered offensive to wear green and yellow – the colors of the flag.

Avoiding a fashion faux pas is not the stuff of fluff when you are a successful international business lawyer like Olga Pina, a shareholder at Fowler White Boggs in Tampa who speaks three languages and has an AV Martindale Hubbell peer review rating.



“One of your negotiation tools is appearance. You want to convey that you are a person of status to be taken seriously, but that you are also considerate and respectful of the person you are visiting,” Pina said. For example, she said: “You

wouldn't want to tower over an Asian man in negotiations." Tip for tall women traveling to Asia: wear flats.

While men only have to worry about what color tie will accent their suits, business attire abroad is much trickier for women.

That's why Pina and colleague Jennifer Roeper, also a shareholder at the firm practicing in the international and immigrant practice group, teamed up to provide a seminar for business women on dressing for international travel. Roeper is president of the Tampa Bay Organization of Women in International Trade, and Pina is on the Style Council at Saks Fifth Avenue at Westshore Plaza in Tampa. So the natural choice for the September 24 event, "Dressing for Success in International Business," was the second floor of Saks, where chairs were arranged theatre style in the designer department, wine and light bites were served, and members of OWIT modeled fashions worthy of packing for worldwide business trips.

Jessica Muroff, Saks marketing director, called the event "a great success" and said she "pulled the looks that would provide great daytime to evening flexibility" so one suitcase easily holds enough for a four-day business trip. Fashions featured included Armani suits ("absolutely stunning, very classic, and embrace high professionalism") and Lida Baday and St. John outfits that "travel well." Also modeled were fashions by DKNY, Tahari, and Ralph Lauren. Prada shoes, both beautiful and comfortable, Muroff noted, are an especially good choice in Europe, where shoes and handbags are scrutinized and "where they are going to notice designer brands."

In Asian countries, it's best to keep it conservative, Muroff said, with navy or black suits worn with white or cream shirts.

"In Latin America, you can play with more color," she allowed. Using a Gucci square black wrap, Muroff showed how easily it switched into a hijab for traveling to Muslim countries, where head-covering traditions are maintained in government areas.

Louis Vuitton luggage was used to demonstrate how not to cram a suitcase, which only causes wrinkles. When every square inch is coveted in a suitcase, it's smart to tuck jewelry inside shoes and have a product serve multiple functions, such as a Giorgio Armani cleansing cream that also removes all makeup. When she was a young lawyer doing one of her first business deals in Mexico, Pina said she learned a lesson the hard way. There she was, all suited up for business, focused on getting through all of the necessary documents in a deal, when they broke for lunch. She thought they'd grab something quick and keep working, so was surprised when she "almost got kicked out of the building." Siesta time from 2 p.m. to 4 p.m. is taken very seriously in Latin America, she learned.

When business resumed, her business associates returned with their spouses all decked out in cocktail wear, ready to dine late into the evening. There was Pina in her business suit, feeling sadly underdressed. That's why Pina, with extensive experience in corporate transactions and international trade issues in Central and South America, stressed this tip showcased at Saks: Begin the day wearing a dress with a jacket that looks professional and conservative. After siesta, tuck the jacket in your brief case and pull out a vibrant flowered shawl to drape over the dress, and jazz it up with a different necklace and purse. Voila! An instant transition to evening mixing business and pleasure.

Other rules of thumb: It's a no-no to show your silhouette in the Middle East and Muslim countries, so don't wear pants unless you wear a skirt over the pants. In Saudi Arabia, hide collarbones and knees and think of the goal as "baggy concealment." Don't wear ostentatious jewelry in Sweden, where egalitarian values are embraced. In Japan, keep your makeup and jewelry minimal: no colored fingernail polish, and perhaps only a not-too-flashy strand of pearls. "Whereas, in France, it's better to wear the real thing, like a gold necklace, and wear it to all events," Pina advises. Individualism and drawing attention to self is expected in the United States and Europe, but it's the opposite in Asia. "In the Orient, if you are going to negotiate, you want to be a team with them, not

attracting attention to yourself as an individual," Pina said. "One of our staff members formerly worked at the American Embassy in Japan. She said, 'Keep in mind that if you are going out for dinner, you may be sitting on the floor. If you tuck your feet under your skirt that's too straight or tight-fitting, you may not be able to get back up,'" Pina said. "This girl also sports a tattoo. She was advised to wear pant suits, because in Asia, tattoos are a sign of the Mob." For anyone who doubts that clothes make the businesswoman, participants were advised: "In the international setting, your dress and appearance will often create a lasting first impression that assures your foreign counterpart that you are respectful of his or her culture; that you are trustworthy, reliable, competent, and successful."

Gemma Cernuda, Chile, Mayo 2009

**Para ser líder necesitas una dosis de pasión,
determinación y decisión.**

Nguyen Thi Doan

Vicepresidenta de Vietnam