

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO A TRAVÉS DEL LIDERAZGO FEMENINO COMO RECURSO ESENCIAL PARA LA COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL

(Knowledge management through the female leadership as an essential resource for organizational competitiveness)

Recibido: 22/06/2014 Revisado: 09/09/2016 Aceptado: 10/12/2016

Buitrago, Ramiro

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosos Chacín, URBE, Venezuela

aurelio_buitrago@hotmail.com

RESUMEN

En la actualidad las organizaciones están habidas por el manejo de información, la utilización de esta en beneficio de esta, aunque existen muchas herramientas o modelos con los que se pueda gestionar el conocimiento, medir el capital intelectual, las mismas persiguen contar con la figura líder, que haga un edificante y prolífico desarrollo de estructuras, con atención a ello, se realizó una exploración de la literatura disponible. El presente artículo fue desarrollado bajo el paradigma cualitativo, con método hermenéutico, del tipo descriptivo y documental, donde la observación indirecta fue aplicada por los autores como instrumento de medición, apoyándose en datos estadísticos ofrecidos por diferentes investigaciones, el mismo está orientado a analizar el liderazgo femenino como un nuevo estilo que gestione el conocimiento de forma más provechosa, en contraste con lo que lo haría cualquier otra forma de liderazgo, destacando como dicha gestión contribuye a mejorar los resultados económicos, financieros en las organizaciones a nivel mundial, dando paso al universo, llamado capital intelectual, todo lo cual se convierte en un valor agregado de innovación, donde la tendencia siempre será posicionar al ser humano como el eje central, que desarrolla las actuaciones en organizaciones del sector público y privado, dando origen a una suerte de ruptura, entre lo que antes era considerado de mayor valor como activo tangible, ahora surge en la realidad de lo intangible, la valía que realmente ostenta.

Palabras clave: liderazgo femenino, gestión del conocimiento y capital intelectual.

ABSTRACT

Today organizations are gotten by handling information, using it to benefit from this, although there are many tools or models that can manage knowledge, measure intellectual capital, they seek to have the leading figure, to make an uplifting and prolific development of structures, with attention to it, an exploration of the literature was conducted. This article was developed under the qualitative paradigm, with hermeneutical method, descriptive and documentary, where indirect observation was applied by the authors as a measuring tool, based on statistical data provided by various investigations, it is oriented to analyze women's leadership as a new way to manage knowledge more profitably, in contrast to what would otherwise leadership, highlighting how this management contributes to

improved economic performance, financial in organizations worldwide, giving way to the universe, called intellectual capital, all of which becomes an added value of innovation, where the tendency is always to position the human being as the central axis, like develops performances organizations in the public and private sector, giving rise to a sort of break between what was once considered more valuable as a tangible asset, now comes the reality of the intangible, the value that actually holds.

Keywords: female leadership, knowledge management and intellectual capital.

INTRODUCCIÓN

La gestión del conocimiento, el liderazgo femenino y el capital intelectual se han convertido en el centro de interés académico y organizacional en el panorama mundial, siendo estos algunos de los principales factores que han innovado, en la escala organizacional, generando riquezas a esta en su desarrollo, perfeccionamiento, así como completación, aportando un valor agregado a las empresas, mismas que con el tiempo entendieron que muchos recursos, de los cuales pudieran echar mano, en el aprovechamiento de estos como acervo propio, no estaban a simple vista, debían tomarse el tiempo, hacer el esfuerzo y la inversión de capital, a los fines de lograr determinar con cuales y cuantos intangibles contaban en su haber.

Así entonces, como algo novedoso, a finales de los noventa surgen estos conceptos, gestión del conocimiento y capital intelectual, cuestiones transformadoras de la visión global, en donde la vorágine de cambios sociales, económicos, culturales, hicieron de la información o el conocimiento, fuentes de ventaja competitiva en contextos organizacionales, independientemente del sector al que pertenezca, público, privado, mixto. Ahora bien, es necesario destacar como el proceso de globalización, así como las tecnologías de información, estrecharon los lazos entre naciones, acercando aún más a quienes viven en ellas, todo lo cual gravita en el hecho donde todo cuanto pueda ocurrir en cualquier parte del mundo, tendría quizás alguna forma de impacto en otro sitio, con atención a las relaciones e interconexión entre países.

Con relación a lo anterior, el mercado global ha mostrado una tendencia consumista por aquello que se desea, susceptible de ser intercambiado por dinero, por ello las organizaciones aspiran cubrir cada una de estas necesidades, aun siendo estas tan extravagantes, sin embargo, para poder entender e identificar lo deseado por los consumidores o usuarios en un mercado donde el intercambio de información es vertiginoso, espontaneo, abrupto, casi ni se percibe, es necesario contar con herramientas efectivas, cuyo aprovechamiento permita anticiparse a los intereses, pudiendo con ello ofrecer suficientes recursos capaces de satisfacer el gusto de los interesados, superando los límites de la imaginación, yendo más allá de las necesidades básicas, o las ya conocidas por la sociedad moderna.

De igual manera, las organizaciones persiguen contar con la información suficiente para lograr así, posicionarse como los proveedores de los productos, servicios ansiados por los consumidores, necesarios o no, lo anterior implica un cúmulo de información con el cual éstas mismas deben procurar contar, por ello la gestión del conocimiento se

vislumbra como la forma en que puede lograrse una mejor posición en la esfera corporativa, al contar con el conocimiento preciso, podrían incluso competir con bienes, servicios inexistentes en el mercado, lo anterior les proveería de mayores ganancias, mejor aprovechamiento de las condiciones y características del rubro integrados por estas.

Para Sanz y Crissien (2012) toda empresa u organización tiene entre sus pertenencias una serie de bienes, con mayor o menor componente tangible o no, pero de reconocida importancia estratégica, siendo entre otros, el conocimiento del mercado; capacidades así como los recursos para el desarrollo de productos; componente humano poseedor de determinadas habilidades, actitudes, experiencias, conocimientos; reglas y políticas de trabajo; sistemas de información así como bases de datos específicas; relaciones con otras organizaciones y entidades.

Así pues, el único resultado que esta crisis de necesidad de información ha traído consigo, deviene del cambio vertiginoso en la forma de hacer negocios. Las organizaciones han estado explorando nuevas formas de vender productos a través del conocimiento en relación a ellos, estrategias de publicidad enmarcadas en el propósito de dar a conocer las propiedades o características de lo que ofertan, en aras de la atención suficiente como para poder vender todo aquello, lo anterior ha generado crisis en la obtención del conocimiento, para lo cual se han propuesto distintas teorías para resolverlo.

Con relación a ello, Ramírez (2007) indica que los resultados de una gestión eficaz del conocimiento, configuran el capital intelectual de la empresa, esto es el conjunto de competencias personales, organizativas, relacionales, conocidas y medidas a través de una serie de indicadores genéricos, específicos. Dicho capital intelectual está siendo valorado por el mercado de capitales, en la medida que expresa la diferencia posible entre el valor de la capitalización y el valor contable, en consecuencia, el uso más eficaz de estos recursos críticos, facilitará la relación de la empresa con este mismo, aumentando la confianza de los inversionistas nacionales e internacionales.

En consecuencia, el capital intelectual de una empresa se convierte en gran parte de aquello que no solo genera riqueza o posicionamiento, también ofrece poder entre las demás organizaciones del contexto corporativo, hacia el resto de sus competidores, cada día son más las oportunidades donde el mercado crediticio está mostrándose interesado, en la determinación de este intangible, para incluirlo como valor intrínseco que haga figurar a las organizaciones como líderes en las casas de bolsa, esto les permite ser partícipes en el juego de la oferta y la demanda bursátil, mismo en el cual anteriormente, solo eran aptas empresas con grandes capitales líquidos e infinidad de recursos financieros.

Para autores como Mesén (2012) las circunstancias del entorno económico actual, sumadas al enorme valor estratégico y funcional que los activos intangibles, en particular, el capital intelectual, han tomado durante las últimas décadas, teniendo como consecuencia un giro radical a los modelos que los expertos utilizan para la valoración contable y financiera de una empresa, pasando de un esquema que originalmente se

basaba en activos tangibles a un nuevo esquema donde los activos intangibles son los principales generadores de valor.

Con relación a lo anterior, es fácil entender que el capital intelectual produce ganancias en un nivel superior, por cuanto y en cuanto, logra posicionar a las organizaciones en escalas corporativas, donde antes de haber surgido este gran concepto, jamás hubiesen podido lograrlo, lo cual les permite ofrecerse como garantes de este conocimiento en el intercambio comercial consecuente de las negociaciones, lo anterior estriba en la filosofía de las organizaciones globales, con atención a la integración económica mundial, así entonces, pudieran ser hábiles con relación al cuidado e intercambio de información preciada.

Según lo planteado por Ramírez (2007) vale destacar como las empresas a través del good will y el know how, se hacen mucho más grandes a nivel de mercado que lo que comúnmente serían en los libros, todos estos bienes inmateriales, llámense activos de mercado de una organización, entre los que se cuentan las marcas, los clientes, fidelidad, repetibilidad, el prestigio, los canales de distribución, contratos, acuerdos, licencias de franquicias, entre otros, tales activos aseguran que los interesados conozcan la identidad de la empresa y lo que hace.

Entre tanto, es claro que aquello entendido como good will, se refiere a la estela de acciones perfeccionadas por las organizaciones, en el despliegue actuarial, a lo largo de su experiencia y tiempo en el mercado, cuestiones como estrategias publicitarias, actividades atinentes a la responsabilidad socio-ambiental, desarrollo de actividades económicas y académicas en aras del progreso de otras organizaciones, así como también su participación del mercado bursátil y el alto costo de sus acciones, producto quizás del mismo capital intelectual reconocido por el mercado de valores.

En la opinión de Sanz y Crissien (2012) el capital intelectual, permite a las organizaciones diferenciarse y construir ventajas competitivas. Constituyendo así al recurso humano como elemento clave en el logro de sus objetivos, razón por la cual, debe ser gestionado de manera inteligente. A pesar de que el capital intelectual adquiere este valor estratégico para las organizaciones del sector, el ámbito laboral aún se encuentra dominado por factores cotidianos de producción y, por ello, en ocasiones puede limitar la valoración del rendimiento humano, el cual es determinante en todo sector.

Igualmente, el denominado know how, es ese saber ostentado por las organizaciones, caracterizándoles esencialmente, diferenciándoles a unas de otras, como el estilo con que cada cual realiza sus actividades, la mística y el espíritu con el que lo hacen, así como el mecanismo o formas ejecutorias de la producción de bienes, servicios de la manera como solo ellas en su ramo saben hacerlo, donde el panorama comercial entiende e identifica a las organizaciones, según sus características, riquezas, advertidos como el conglomerado de actores diferenciadores de las mismas entre sí.

Para Mesén (2012) en la actualidad, el capital intelectual, es decir, las destrezas, los conocimientos, la capacidad gerencial y de innovación del personal de las organizaciones, representa una de las principales fuentes de generación de valor para estas. Pese a lo

anterior, resulta clara la existencia de importantes dificultades implícitas en los procesos de valoración financiera, contable de este activo intangible, aspecto que incluso hoy día todavía hace que no sea factible dar fiabilidad a los resultados que se derivan de la aplicación de las diversas técnicas de valoración existentes.

De igual manera, en la actualidad la esfera organizacional se ha visto envuelta por la matriz cognitiva, así como el poder que esta genera, las organizaciones se hacen más poderosas según el conocimiento ostentado, ello les permite crecer de adentro hacia fuera, ensanchando también su estimación en casas de bolsa, de hecho pudiendo triplicarse, ahora bien, la respuesta a este cambio de valor entre el neto y el del mercado, tiene relación con el ambiente bajo el cual se desarrollan todos estos eventos, mismo en donde deben coincidir un cúmulo de características capaces de enriquecer este proceso, entiéndase excelentes relaciones con los clientes, proveedores, inversionistas, entidades financieras, lo cual debería estar orientado hacia la innovación.

Según González (2009) por ahora la mayoría de las empresas se basan en el modelo de gestión tradicional, apoyado en conceptos ya difundidos como la jerarquía y la dependencia, consecuentemente obsoletos. Pero, debe tenerse en cuenta que en el mediano plazo, el liderazgo en la economía mundial habrá pasado a aquellos países e industrias que hayan logrado elevar la productividad de las personas que trabajan con el conocimiento de manera más sistemática, teniendo como consecuencia el mayor éxito.

En ese mismo sentido, las organizaciones aprovechan el valor agregado de sus trabajadores de forma individual y como equipo, no ignoran factores como experiencia laboral dentro de la empresa, preparación académica, demostración de destrezas o habilidades propias, según su profesión u oficio, rendimiento en las aspiraciones corporativas del grupo, años de servicio en el rubro, mística, espíritu, talento, capacidad para trabajar en conjunto o bajo presión, rendimiento en costos, gastos; en fin todo un conglomerado de indicadores que estas no están dispuestas a ignorar, contrario a ello, más bien persiguen explorar nuevas formas de hacer rendir su capital intelectual.

Para Mesén (2012) dada su naturaleza y características, existe gran coincidencia entre los expertos acerca de la enorme importancia y valor estratégico, financiero y contable que el capital intelectual tiene para una empresa, sin embargo, al presente, aún no ha sido posible el diseño e implementación de un modelo de valoración, generalmente aceptado, que a su vez, permita medir de forma fiable el valor potentado del mismo, el cual es generado internamente por las empresas. En este punto, se plantea como un reto importante el establecimiento de un modelo estándar de valoración para tal fenómeno, contando con el reconocimiento generalizado de expertos, así también de entes competentes.

Ahora bien, aunque las organizaciones estén claras del valor que poseen estos bienes intangibles, la forma en cómo pueden prosperar por sí mismos, aún más si son identificados en provecho del equipo, también al ostentar toda esta información deben encontrar una figura líder que transforme esta serie de datos, en forma sistematizada, transformándoles en conocimiento, más allá de todo eso, aplicando este conocimiento a

favor de los objetivos, aspiraciones organizacionales, en el mejor de los planos, también cale en los deseos y necesidades de los elementos individuales del grupo.

Con relación a lo anterior, surge la figura del liderazgo, pero qué clase de líder podría hacer funcionar toda esta información, transformándola en conocimiento válido, con atención a los planes de la organización, esa persona a la que un grupo sigue reconociéndola su dirigente u orientador, recordando algunos de estos resultaría interesante como lo pudieran ser los líderes burocráticos quienes utilizarían el conocimiento para la realización de sus planes estandarizados, formas esquematizadas de desarrollo de obras y actividades en la empresa, sin embargo es bien sabido que este estilo de liderazgo funciona mejor con empresas del sector productivo en el que se manejen recursos y sustancias peligrosas, debiendo ser manipuladas de forma precisa, dejando a un lado distintos riesgos de seguridad.

Por otro lado, en el accionar del líder hacia lo que podría ser una gestión exitosa del capital intelectual, se considerarían a los líderes autocráticos, quienes utilizarían esta información para ser puesta al servicio de su gestión, siendo cierto, este estilo de liderazgo funciona en empresas donde el poder absoluto está centrado en una figura, organizaciones en las cuales el resto de los miembros tienen una pequeña oportunidad de participación, queda claro entonces que la transferencia de conocimiento no se perfeccionaría. Con frecuencia, este estilo propicia el ausentismo laboral y la rotación de personal, siendo solo para tareas o trabajos sin una calificación determinada, en tal escenario resultaría efectiva esta forma de dirigir a la organización.

Con respecto a ello, surge un canon que propone una manera distinta de cumplir las formas, el liderazgo carismático, esta persona que motiva en grandes proporciones a sus seguidores pero, que aun así cree más en sí mismo, en contraste a quienes le rodean, lo cual dificultaría el intercambio de información, pues podría, a juicio del líder carismático, carecer de valor, lo cual truncaría el proceso cognitivo de intercambio, esto traería consigo la caída de proyectos, su planificación y ejecución, con tan solo la ausencia del dirigente del grupo.

Así también, en la búsqueda de opciones hacia la figura precisa para tal rol, emerge el estilo de liderazgo participativo o democrático, donde este invita a los seguidores a contribuir en procesos de toma de decisiones, satisfaciendo así, una suerte de control a su propio destino en el equipo de trabajo, lo cual podría resultar efectivo en actuaciones donde se gestione el conocimiento. Sin embargo, en esta forma de liderazgo donde se promueva el intercambio de apreciaciones y acciones, termina siendo el líder quién tiene la última palabra, no se perfeccionaría la gestión del conocimiento ya que la información precisa pudiera estar o no en manos de una persona.

Por otro lado, en tal búsqueda de figuras idóneas hacia la gestión exitosa del conocimiento, pudiera considerarse al liderazgo *laissez – faire*, como una alternativa interesante en dicho proceso orientador llevado a cabo por las organizaciones, el cual propone, entre otras cosas, permitir el libre desenvolvimiento personal de los distintos elementos de un equipo, con respecto a ello, podría implicar la necesidad de que sus colaboradores estuviesen altamente calificados, tener la capacidad suficiente para saber

qué hacer del conocimiento del líder y que no, por lo tanto sería difícil la concertación del proceso cognitivo en forma limpia, impidiendo la trascendencia en términos organizacionales con la puesta en práctica de esta tendencia.

Por su parte, el liderazgo orientado a personas está prácticamente encauzado a organizar, hacer de soporte y desarrollar sus equipos, es participativo, tiende a fomentar la colaboración creativa, quizás, parecería el ideal en procesos de gestión del conocimiento, aun así, no todas las ideas aportadas por el equipo se convierten en conocimiento eficaz, debe existir una suerte del filtro, que destaque aquellas que posicionaría a la organización en un estándar más elevado, con mejor proyección, de ahí que las organizaciones estén habidas de un liderazgo materialmente indubitado, para promover el desarrollo de estrategias efectivas, viables y robustas.

Asimismo, se consideró al liderazgo natural en cual ejecuta sus actuaciones con la finalidad de satisfacer las necesidades del equipo, una forma democrática de dirección, en donde todos los miembros de la organización hacen su aporte, es también una forma de trabajo donde los valores son cada vez más importantes con este comportamiento. Aquellas organizaciones en donde todas y cada una de las voces que se pronuncien, sin contar con un filtro de atención a las más acertadas, asertivas, se ahogaría en un torbellino de conocimiento, donde saldría perdiendo por la ausencia de orientación precisa, encausada en el despunte la información valiosa y trascendental.

Aunado a ello, se abordó el liderazgo orientado a la tarea, en donde los líderes se concentran el trabajo cumplido de ordena, fiscalizar y controlar, se vislumbra un tanto autocrático, aunque quizás esta postura sirva de apoyo al equipo en su desarrollo, estos líderes particularmente no tienden a pensar mucho en los demás ni en el bienestar de sus equipos, puesto que el fin máximo es la realización de una tarea precisa, teniendo como resultado problemas para motivar y retener a los elementos de su equipo, por cuanto pudiera ocurrir, la transferencia cognitiva fracasaría por completo.

Aun entonces, se analizó el liderazgo transaccional en el que las actividades del equipo perciben alguna contraprestación, la transacción es un pago a cambio de su esfuerzo, nace con la idea donde los miembros del equipo acuerdan obedecer al líder con atención al trabajo, el cual tiene derecho a sancionar cuando considere que el trabajo no se realizó como esperaba, el foco está centrado en la ejecución de tareas a corto plazo. En la gestión del conocimiento se entienden que muchos de estos procesos se concretan a largo plazo, consecuentemente ello fracturaría el hilo conductor de la información, en un proceso complejo donde la negociación pierde frente a la razón, así como el abordaje estadístico.

De igual forma, se consideró el liderazgo transformacional, quienes inspiran de forma permanente a su equipo y saben transmitir su entusiasmo al equipo, a su vez, estos necesitan sentirse apoyados por ciertos empleados, de esta forma se quiebra la cadena de intercambio entre todos los elementos de la gestión del conocimiento, puesto que al sentir inclinación más hacia unos o a otros, se perderían oportunidades en la percepción de nuevas y muchas ideas, datos e información, quizás idónea procesos de creación de productos y servicios por parte del equipo.

Así entonces, surge una alternativa que quizás agrupe muchas de las características de los anteriores estilos, de hecho, las mejores de los mismos, aunado a nuevos matices propias del ser humano, quien lo practique podría desarrollar la gestión del conocimiento en otros niveles diferentes y quizás superiores a los que lo harían las demás tendencias, este sería el liderazgo femenino, practicado por mujeres en todo el mundo, el cual aprovecha las habilidades, cualidades y destrezas de las féminas en pro de los objetivos de la organización. Esta figura, quien asume el rol representativo de proyectos, más aún en la era del conocimiento con visión global.

Entre tanto, cuando se habla de liderazgo femenino, se hace referencia a las mujeres quienes pudieran liderar a partir de su propia feminidad, para ello es necesario reconocer que poseen algunas características distintivas con relación a los varones, por ello le son propias, estas mismas particularidades resultarían una fortaleza a la hora de dirigir una organización, en otros términos, dicho fenómeno no es más que el aprovechamiento de estas características propias en las mujeres para ejercer el liderazgo en las empresas, asumiendo todo ello como un distintivo esencial en ellas al ejercicio del poder.

Con relación a ello, es necesario mencionar el por qué estas características propias se convierten en una fortaleza para las mujeres a la hora de ejercer el poder y convertirse en líderes. Para entenderlo es necesario abordar aquellos aspectos que contribuyen en la formación y construcción de la identidad femenina, en este particular, existen dos aspectos esencialmente determinantes como los que atienden factores culturales, biológicos, es decir, aquello conformado según los parámetros, preceptos, otorgados por la sociedad, lo que se consigue directamente de las manos de la naturaleza.

Igualmente, para poder determinar si existe un vínculo estrecho entre estas características y el ejercicio del liderazgo, es necesario dejar claro que es ser mujer, todo cuanto significa. Tomando en cuenta como con los años, se infiere, pudo considerarse la edificación de la figura femenina, consecuencia de las presiones y aspiraciones sociales en torno a ella, lo cual, sugería cierta forma para el ejercicio de su rol en la sociedad, en este gran proceso psicológicamente complejo, ocupando con ello, el lugar que nacieron para conquistar.

Al respecto, autores como Fisher (2000) asegura que al nacer, cuando las mujeres son vestidas de rosa y los varones de azul, estos actúan como las fuerzas culturales y sociales les han orientado a hacerlo, construyendo una identidad a partir del vestuario, el lenguaje, las normas, todo como seres capaces de edificar a lo largo de la historia. Entre tanto, expone, la mujer nace mujer, esa sería la razón para afirmar, tiene sus propias características, porque esta es mujer aun en el vientre materno, por tanto la respuesta parece dicotómica y se debería determinar si serlo es un asunto cultural o una cuestión biológica.

Sin duda, lo que las mujeres son en su esencia está relacionado al entorno social, político y cultural, pero también a aquello que la naturaleza colocó en ellas en el momento de la gestación, todo lo cual incide en el fomento de un perfil psicológico totalmente desigual entre una hembra u otra, por ello, se infiere, cada mujer es un universo distinto a

otro, de manera que los aspectos psicológicos, intelectuales y profesionales, determinan aquello para lo cual biológicamente las mujeres nacieron.

Para Fisher (2000) lo cultural moldea las cualidades dadas a ellas naturalmente, a lo largo de la historia, las mujeres han desarrollado características propias más allá del entorno cultural donde están inmersas y el contexto de espacio, tiempo, lugar, del que se hubiere tratado, porque a lo largo de la historia profunda, ha sido posible advertir que tanto hombres como mujeres son distintos, pues ambos ostentan dotes naturales. Estas capacidades innatas son aquellas, precisamente siendo parte de la naturaleza de ser mujer, la sociedad ha modelado a través del tiempo.

Con relación a lo anterior, tales capacidades innatas son habilidades exhibidas por las féminas a razón de su propia esencia, el hecho mismo de ser lo que son, entre estas podría contarse, capacidad para interpretar posturas, gestos, expresiones faciales, miradas, otros signos no verbales, capacidad para pensar distinto al grupo que pertenezca, impulso maternal, preferencia de cooperar, habilidad verbal, sensibilidad emocional, excelente sentido del tacto, del olfato, oído, empatía, paciencia, hacer varias cosas simultáneamente, una amplia visión contextual de las cosas, afición a hacer planes a largo plazo, talento para crear redes de contacto, negociar, llegar a consensos, liderar sirviéndose de equipos igualitarios.

Así entonces, el espacio ocupado por las mujeres en la sociedad ha sido concebido con base a su rol procreador de vida, organizadora, proveedora, asimismo, es de gran relevancia, fenómenos históricos como lo fueron figuras medulares en términos sociales, culturales, tales como en efecto se proyectan el matriarcado y el patriarcado, siendo el primero donde se reconoce la importancia social, política de figura femenina, exhibiéndose económica y socialmente poderosa, contrario al anterior, en el segundo, con el acaecimiento de la sociedad agraria, sedentaria, el anterior quedaría relegado a un sitio de menor importancia, subordinado a la voluntad del varón.

Aun así, es destacable que la identidad de la mujer se construyó a partir de sus cualidades, habilidades y destrezas con las que nacieron en los momentos citados en el párrafo anterior, pudiera advertirse como fueron modificadas las expectativas que se sostenían con atención a ellas, pues, en el matriarcado resultaron ser figuras principales, más del patriarcado, asumieron un rol secundario. Sin embargo, en la actualidad todo ello ha cambiado, ellas se han emergido desde el mundo hogareño, familiar, a las filas del sector organizacional, político, científico, financiero y tecnológico, engrosando las filas de la población laboralmente activa, asalariada, mejorando su calidad de vida, compartiendo su rol de madre con el de estratega, disfrutando de su sexualidad, siendo seres humanos más felices.

Así pues, el liderazgo femenino ha podido plantearse como figura representativa del ejercicio del poder en el interior de las organizaciones, bien sea del sector público, privado o mixto, advirtiéndose ello, en términos de eficacia, motivación, satisfacción, compromiso, una líder efectiva ha de ser asertiva, conciliadora, motivadora, congruente, con relación a sus aspiraciones en otros o lo que pudiera ofrecer de sí misma, lo anterior, se constituye

como factores determinantes en la gestión del conocimiento, mismas que estriba en el intercambio de información u otros aspectos científicos de la esfera corporativa.

Con relación a ello, el liderazgo de la organización pudiera cambiar en lo que esta se desarrolla y madura entre factores, conductas que sean comprensibles, asumibles para los cargos y equipos directivos. Teniendo en cuenta tal comportamiento exhibe una cohesión entre características propias del género femenino y el ejercicio del poder, mismo que al gestionar el conocimiento puede ofrecer mejores resultados en diversos aspectos donde su esencia se distingue, llámese holismo, capacidad colaborativa, las féminas basan su accionar en la creatividad inventiva e innovación, emprendedoras de una visión común, asimismo, se podría analizar la relación entre los factores que conforman su actuación con relación a los conceptos ya planteados.

Igualmente, las mujeres líderes tienden a ser visionarias con una imagen clara del futuro, suele con frecuencia creer profundamente en sí misma, en sus oportunidades para lograr lo aspirado, de tal modo se conduce, orienta su actuación con total convicción y coherencia; esta determinación e integridad que manifiesta constituye un ejemplo de conducta para los miembros de la organización, pudiendo generar una profunda identificación con la líder, la cultura que representa; su entusiasmo suele generar un clima de confianza, respeto en el que las personas pueden sentirse orgullosas de su contribución.

Para González (2009) la gestión del conocimiento se ha convertido en un procedimiento enfocado a generar valor para la organización, procurando hacerlo cuantificable mediante métodos tales como el dividendo o valor del conocimiento, el capital intelectual, entre otros factores comunes en tal fenómeno. Para este fin se busca establecer mecanismos o prácticas encausadas a transformar el conocimiento en capital organizacional, relacional y humano que otorgue valor a las empresas.

Por ello, en la gestión del conocimiento y su prosperidad material en la organización, la líder debería ser capaz de transmitir a los colaboradores esa misión o visión, haciéndoles partícipes de la misma, dando sentido a las distintas actuaciones con la aspiración de encontrar en los miembros de su equipo, atisbos de identificación con los objetivos de la organización, contribuyendo a su consecución e involucrándose en su trabajo, más allá del simple cumplimiento de las funciones de su escaño; esto caracterizaría la motivación inspiracional, aborda el factor humano, el cual incide en conceptos como el capital intelectual.

Al respecto, Edvinsson & Malone (1997, citados por Sanz y Crissien, 2012) señalan que la gestión del capital intelectual establece la utilización conjunta del capital humano, estructural y relacional, incrementando de este modo la interacción entre sus componentes. Sin embargo, si se desea protegerles de las amenazas apoyadas en el abandono de la organización por parte de trabajadores clave, la pérdida de relaciones deben institucionalizar sus contenidos, sosteniendo ello en diversas tácticas, entre las que podrían contarse, rutinas organizacionales, cultura, estructuras, de esta forma, utilizar en toda la organización este conocimiento, el cual hace referencia al fenómeno sobre el cual versa el contenido del presente artículo.

Asimismo, es importante señalar que los miembros de la organización pudieran asumir los objetivos de la misma como propios, si perciben que con ello quizás satisfacen sus intereses y necesidades personales; de modo tal, la líder debería demostrar una máxima consideración individual, desde la cual cada miembro se sienta comprendido, valorado en sus contribuciones, posibilidades, recursos, donde pudieran ofrecerle oportunidades ajustadas a su desarrollo personal, profesional y laboral.

Para González (2009) es necesario establecer políticas de mayor apoyo y difusión al incremento del capital estructural, como soporte del homónimo intelectual, esto se logra por medio de estímulos, mayores facilidades a la generación de conocimiento que permitan fluir en las distintas direcciones, para hacer del discernimiento tácito el explícito en la estructura interna de la empresa. Aun así, sin importar el tamaño de la organización industrial, se deben establecer indicadores de desempeño, de cualificación hacia el talento humano, no solo a nivel micro, sino al macro, teniendo en cuenta todas las corporaciones vinculadas al entorno.

Aun así, para que la organización evolucione, se desarrolle y crezca, serían necesarios los esfuerzos de miembros orientados hacia la reflexión e innovación; pudiera no ser suficiente que las personas se sientan acogidas, cómodas en sus funciones laborales, requiriendo en algunos casos estimular su creatividad, racionalidad, potencial para tomar iniciativa, responsabilidad para afrontar y resolver problemas. Por tanto, debería transmitirse, generarse también confianza en su capacidad para hacer y pensar cuestiones propias de la estimulación intelectual.

LIDERAZGO Y GÉNERO EN LA ERA DE LA CONCIENCIA, UNA PERSPECTIVA COMPROMETIDA CON LA EVOLUCIÓN DE LA FIGURA FEMENINA EN LAS ORGANIZACIONES MODERNAS

Actualmente, la mujer está muy coartada por factores psicosociales, estos condicionamientos a su vez dependerán del país habitado por esta, si su origen deviene de comunidades rurales o urbanas, núcleo de familia, experiencias de infancia, adolescencia, nivel académico alcanzado en sus años de juventud, todos aquellos elementos orientativos de la psicología femenina, por ello la mujer moderna tiene una multiplicidad de funciones simultáneas, ama de casa, esposa, madre, así como las que tienen lugar fuera del hogar. Esta división de roles en muchas féminas vulnera su psicología.

Para autores como Buro (2005) describe el género como un conjunto de significados, mandatos que la sociedad le atribuye al rol femenino y masculino, en un determinado momento histórico y social. El concepto ideal de género, en un tiempo dado condiciona a la humanidad a través de la cultura, indicando una supuesta forma de ser para el varón o la mujer. En el contexto social, en la mayoría de los hogares se ve a la mujer como aquella encargada de cuidar la casa y dedicarse a sus hijos perdiendo de ese modo la valoración real de ser una mujer plena.

Con relación a lo anterior, se han desarrollado fenómenos tales como el empirismo contextual, donde se origina un enfoque para el análisis del conocimiento científico,

combinando algunas características tradicionales del empirismo filosófico con relación a los planteamientos generados por la filosofía de la ciencia. Por otra parte, este liderazgo propone una serie de valores a los que denomina virtudes feministas. Estos son alternativos, tienen una dimensión cognitiva y social, resultando ser guías de prácticas científicas igualitarias, democráticas, entre las que se cuentan heterogeneidad ontológica, novedad, interacción mutua, aplicabilidad a las necesidades humanas y difusión o descentralización del poder.

Igualmente, según Buero (2005) en el siglo XXI la mujer opta por papeles más profesionales, autosuficientes, compitiendo en muchas ocasiones con los varones, así ha alcanzado estratos protagónicos en ciencia, arte, filosofía, muchas de ellas ganadoras de premios nobel, en la actualidad la mujer decide o no consolidar una familia, es de épocas de las cavernas pensar que se les ha ido el tren, porque a los casi 30 aún no están casadas, bueno en realidad ya no van en tren, sino en avión, van y vienen de diferentes experiencias. Pero volviendo al tema de la familia, está ya no solo es madre o esposa, incluye a ello ser, educadora, profesional y amante.

Al respecto, superar los obstáculos y lograr evolucionar a un mejor negocio requiere un cambio de concepto en lo que significa ser líder, siguiendo las directrices del liderazgo tradicional, es continuar anclados a un pasado que progresa siempre hacia un mismo resultado, la crisis. Todo lo anterior da lugar a un momento de ruptura social y económica, organizacional, en la que un patrón comportamental característico emerge de lo intangible para ser perceptible, dejando atrás muchos postulados donde por tantos años le ignoraron, aun así, ahora en atención a las necesidades de la nueva era del conocimiento, se realza el valor de lo anteriormente invisible para muchos.

Así pues, existe hoy en día la necesidad urgente de realizar cambios de paradigmas para poder asumir los desafíos ante los que se encuentran las organizaciones en la era de la información, misma por la que atraviesa el orbe moderno, todo lo cual tiende a transformar aquella manera de entender el mundo del mercado, la empresa, familia, comunidad, de todos los escenarios donde los seres humanos pudieran liderar. La respuesta a esta llamada de auxilio se descubre en un fenómeno emergente, el liderazgo femenino.

Igualmente, por varios años la mujer ha sido vinculada de forma esencial con aquello relativo a las emociones, el drama de su actuación, la fragilidad o debilidad con que se exhibe en términos universales, aun así, tales consideraciones se tornan injustas al momento de evaluar el comportamiento femenino en la escala organizacional, independientemente del sector al que pertenezcan entiéndase, público, privado, mixto, actualmente la sociedad tiende a apoyarse en modelos de gestión más rígidos que dúctiles, lo cual pudiera ofrecer resultados precisos, a corto plazo, el sentido común opaca la percepción. En la era del conocimiento, se persigue promover al ser humano como el centro del interés mundial, retornando a ello la humanización situacional.

Entre tanto, los estilos de liderazgo referidos en los párrafos iniciales de este escrito, han exhibido características que con atención a las necesidades actuales, tienden a verse disminuidos al confrontar los retos organizacionales, exponiendo así, patrones

comportamentales, incongruentes en su planificación, desarrollo, ejecución de políticas, planes, expectativas, sin mayor arraigo o perspectiva material, efectiva, pues, sus propuestas suelen ser generalmente proyectos a corto plazo, por ello, quizás resulta necesario volver la mirada a modelos de gestión donde la sensibilidad y esencia femenina logre responder de forma innovadora a las circunstancias.

Con relación a lo anterior, puede percibirse como a razón de las grandes crisis mundiales comprendidas como sucesos históricos, determinantes de las circunstancias futuras, entre las cuales pudieran contarse tribulaciones políticas en países hispanohablantes, crisis energética, debacle monetaria y mengua del mercado petrolero, resultan como consecuencia de gestiones anacrónicas, obtusas, el abuso del poder gubernamental, todo lo cual se materializó con el interés de satisfacer diversidad de intereses, las personas quizás con el interés de satisfacer su ambición asumieron posturas coercitivas atinentes a la complacencia de propósitos propios.

Aun así, lo anterior permitió prosperar en la evolución humana y social, pues, debido a ello la humanidad comprendió cuan necesario era para esta desprenderse de escenarios donde la escases asociada a cifras impresionantes de hambre, desempleo, enfermedades, desigualdad económica y muerte, con el interés de resaltar al ser humano haciendo a un lado paradigmas anacrónicos que dejaran como resultado escenarios descritos anteriormente, recordando cuán importante es tener claro cuando se desarrolla cualquier actividad es de interés robustecer a quien la acomete, entender tal cuestión permitió a las organizaciones encontrarse con fenómenos socialmente profundos, psicológicamente complejos en la nueva era del conocimiento.

Es de entender, en una época donde el conocimiento es poder, las líderes que ostenten y le gestionen pudieran hacer prosperar el capital intelectual en el ejercicio del poder, procurando la evolución a las organizaciones modernas, por tanto resulta necesario derrumbar el modelo del líder ligado a la coerción, aprovechando a quien se apoye en la creatividad, el holismo, sensibilidad, ofreciendo así oportunidades al género femenino, quienes luchando por ello lograrían quizás de diversas formas, humanizar los procesos con lugar en el interior de estas.

Ahora bien, el sexo, en términos sociales, representa un conjunto de características, representaciones y expectativas con atención al hombre o la mujer. El género refiere específicamente a las características, rasgos que se consideran socio-culturalmente aceptados para unos u otras, el sexo es biológico, el género algo socialmente erigido. Por tanto, este último es una aseveración social y humana, como una forma de distinción entre ellos o ellas, apoyándose en el sexo que importan al nacer. Pudiendo así, inferir si las mujeres tienden a ser seres asertivos, emotivos, comunicativos, las líderes femeninas exhibirían dicho perfil haciéndose efectivo el ejercicio del poder de forma humana e integradora. Aun así, no se debe estereotipar a las féminas solo de esta forma ya que esta puede ofrecer aún más.

LIDERAZGO FEMENINO COMO PRINCIPIO CREATIVO PARA LA GESTIÓN EXITOSA DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LA GERENCIA MODERNA: UNA APROXIMACIÓN ONTOLÓGICA DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS AUTORES

De acuerdo a lo anterior, pudiera pensarse que el nuevo líder debería representar la inspiración, el entusiasmo, la protección y el apoyo, de esta forma y según el papel de una empresa actual, un proyecto empresarial convencional, para de la mejor forma poder funcionar, debe contar con elementos que integran parte de un estilo de pensamiento femenino. Es por ello, que quizás ha llegado el momento donde algunas veces la mujer se encuentra mejor preparada para ejercer su liderazgo, porque no tendrá que cambiar en pro de respuesta a la demanda del mundo laboral.

Así pues, mientras en su mayoría el hombre se orienta al cumplimiento de objetivos, la obediencia al líder y el acato de tareas orquestadas, el foco es hacia la ejecución de actividades a corto plazo, siguiendo a pies puntillas reglas claras y establecidas, por lo general las mujeres que intervienen en la esfera organizacional suelen mostrarse como seres con propósito de dar ejemplo, ser abiertas, detallistas, comunicativas, organizándose para desarrollar su vida más allá del trabajo. Así, tanto ellas como ellos, pudieran adoptar estilos complementarios, retroalimentándose y humanizando las organizaciones, acercándolas a ideal de líder global, universal, flexible y moderno. Un modelo con el que muchos se verían cargados de éxito orientados hacia una gerencia de la felicidad.

En ese mismo sentido, vale decir que las mujeres pudieran hacer las cosas de manera que parezcan más fáciles, acostumbradas a resolver diferentes problemas al mismo tiempo, con frecuencia, el objetivo perseguido está en la resolución del problema, no en alardear de ello. Tanto en la esfera privada como en la pública, esta actitud hace que su labor se muestre al servicio de alguien, quien, probablemente, recogerá los méritos. Quizás, sea hora de hacer las cosas de otra forma. Confiando en sus capacidades, perspectiva propia, permitiéndoles y empoderándolas a proponer tácticas o estrategias a los fines de resolver conflictos ajustándose a nuevos retos.

Asimismo, la líder suele percibir a las personas como buenas, vive feliz y cosecha el éxito. Cuando los líderes pueden amar a sus seguidores de esta forma, el rendimiento viene naturalmente por parte de los seguidores, que dan de sí lo mejor por sentido de pertenencia y confianza. La mujer sabe muy bien que el contacto desempeña un papel importante. El abrazo, el saludo que extiende a quienes manifiestan pesar, complejo, insatisfacción, cargado de emoción. Capta, absorbe, toma para sí el dolor de los demás, intentando compartirlo y sobrellevarlo, lo cual constituye empatía.

Ahora bien, el capital intelectual, el intangible que las organizaciones definen y aspiran considerar parte de su riqueza, con tanto valor que incluso les define un sitio en el mercado de valores, superando al contentivo en sus registros de gestión administrativa, este caudal etéreo, quien llega a las oficinas todos los días, ofreciendo su conocimiento, brillo, espíritu e intelecto, debe definírsele un espacio en la organización lleno de empatía y energía positiva que humanice su percepción, asimismo, pudiera sensibilizar la empresa

que integra. La empatía es una de las dimensiones más importantes de la inteligencia emocional, esta se desprende del genio humano en las empresas.

De igual manera, los líderes que la poseen no requieren de muchas energías para concitar el respaldo y afecto de sus colaboradores. Mientras quienes carecen de esta, por lo regular no crecen, pudiendo perder a sus trabajadores y seguidores, quienes quizás no se sienten valorados, protegidos o respetados. La empatía no se configura ofreciendo besos y abrazos a granel, pues, no solo de ese amor fingido vive el hombre, también es necesario el respaldo material, satisfaciendo las necesidades, siendo esta una de las aspiraciones de todo buen líder.

En ese mismo sentido, al ofrecer a los trabajadores todo cuanto piden tampoco se logra la empatía, por el contrario, con ello se refuerza el capricho y la excusa de quien no sabe qué hacer, enfrentando el temor con dadas o extravagancias, incapaces de llenar el vacío de la emoción no asistida, el líder crea más cuando atiende los sentimientos de los demás o asume decisiones que les tengan en cuenta. Lo antes planteado refuerza su presencia, aun cuando no este materializada en todo momento en los espacios administrativos de la organización, pues, aun sin estar a través de sus acciones sigue asistiendo en favor de sus seguidores.

Así entonces, aquel que expresa sus emociones es un líder empático, se comporta y actúa como un ser humano, posee una brújula emocional, conoce sus emociones, la sincroniza con las de otras personas, ello requiere de la adecuada autogestión, es decir, la capacidad de expresar las emociones sin sofocarlas. Hay veces en que la empatía del líder emocionalmente inteligente, le lleva a llorar con un empleado, ya sea por una tragedia personal o incluso por una amonestación o un despido, aunque una reacción más ponderada no necesariamente significa falta de empatía. En cualquiera de los casos, los líderes que no expresan sus emociones tienden a mostrarse como distantes, tal cuestión se aleja del concepto hacia el reconocimiento de lo intangible.

Igualmente, el líder empático pudiera lograr conexión con sus clientes y sus trabajadores, pues, reconoce y satisface sus necesidades, entre tanto las mujeres siempre se han destacado por sus cualidades de empatía e inteligencia emocional, en diversas ocasiones, mostrándose como seres capaces de orquestar el poder y la emoción, cuestión apreciada por sus seguidores o colaboradores, por ello la empatía depende tanto del estado de ánimo como de la satisfacción que irradia en la labor de liderar, las féminas pudieran mostrarse como líderes protectoras, quizás en algunas ocasiones luego de ser madres se sienten más cómodas en ese ejercicio del poder, lo cual le aproxima a sus colaboradores aspirando ayudarles.

Con relación a ello, en el mundo globalizado los líderes requieren de una empatía intercultural, este liderazgo empático arroja beneficios a su organización por diversas vías, sin embargo, una cosa es ser empático y otra querer pasarse de gracioso. Esta cumple su cometido cuando el líder es honesto, serio, congruente. Las organizaciones pudieran echar en falta personas oponentes de la mentira, o la manipulación, en ello, es la mujer quien culturalmente hubiera experimentado ser víctima de todo ello, lo cual puede ser

percibido por sus trabajadores, colaboradores, seguidores, socios, clientes y colegas. El capital intelectual requiere de un liderazgo orientado a la sinceridad.

En ese mismo orden, el arte de gestionar adecuadamente las relaciones se apoya en ser auténtico, ser quien es realmente, lo más parecido a aquello aspirado desde el interior, a los ojos de otros en una organización y conseguir así transpolar todos estos deseos y aspiraciones experimentados en el umbral emocional de un ser, transfiriéndolo a los demás, en ello, no solo compartir emociones, también conocimiento, es decir, la acción estrechamente conectada con los sentimientos verdaderos.

Así entonces, para que el líder gestione adecuadamente las relaciones, debe haber emoción, respeto, empatía, interés, entusiasmo, flexibilidad y armonía, estableciendo contacto con su propia visión y valores, estabilizar sus impresiones en un registro positivo, sintonizar luego con las emociones del grupo. El capital intelectual es un intangible preciado que las organizaciones deben ostentar el mayor tiempo posible, pues, al marcharse, estas últimas, pudieran ver disminuido su impacto en la sociedad moderna, esencialmente corporativa, todo lo cual traería consigo la pérdida de interés y tasación en el mercado bursátil, teniendo como consecuencia la pérdida de aquello para lo cual fueron creadas desde un principio.

METODOLOGÍA

El presente artículo fue desarrollado bajo el paradigma cualitativo, con método hermenéutico, del tipo descriptivo y documental, donde la observación indirecta fue aplicada por los autores como instrumento de medición, apoyándose en datos estadísticos ofrecidos por investigaciones anteriores, con el propósito de plantear nuevas perspectivas con apoyo en la abstracción e interpretación, así como la crítica del tópico tras el análisis de diversas publicaciones científicas, en distintas revistas versadas sobre tal fenómeno, a la par de diferentes textos donde el liderazgo femenino es un proceso social. Al mismo tiempo, se enfocó de forma ontológica y epistémica, en la comprensión de la gestión del conocimiento a través del liderazgo femenino como recurso esencial para la competitividad organizacional.

Así entonces, se reflexionó sobre el liderazgo femenino como fenómeno emergente en las organizaciones del sector público y privado venezolano, describiendo sus cualidades medulares por medio de la revisión bibliográfica documental. Destacando cómo las líderes orientan sus habilidades en la gestión del conocimiento, procurando diversas formas de evolución en el desarrollo organizacional, tomando en cuenta su creatividad como ápice de la gestión consciente; en el robustecimiento de patrones comportamentales exitosos. Al respecto, Sabino (2006) plantea que las investigaciones descriptivas se proponen conocer grupos homogéneos de fenómenos para establecer una descripción de sus características.

Ahora bien, el artículo en cuestión es del tipo documental, tomando en cuenta que el mismo se apoya en la investigación de documentos escritos y otras publicaciones, donde diferentes autores proponen bases teóricas resultantes de sus trabajos investigativos. Respecto de los estudios documentales, Sierra (2008) plantea que consisten en el análisis

de informaciones con apoyo en documentos, estos se organizan con el propósito de dar origen al conocimiento nuevo, considerando como referencia, publicaciones arbitradas válidas para el estudio.

Finalmente, el diseño de investigación de este artículo reflexivo, tomo en cuenta la revisión de bibliografía relacionada con la temática. Por ello, fueron escogidas diversas publicaciones científicas y artículos publicados, siendo estos el punto de anclaje hacia la generación de nuevo conocimiento, donde teorías emergentes atinentes al liderazgo femenino y la gestión del conocimiento, pudiendo ser contextualizados en las organizaciones modernas del sector público y privado, donde ejerciendo la gestión gerencial, quizás alcanzarían el éxito. Al respecto, Sabino (2006) establece que tales investigaciones se cimientan en la recopilación y análisis de contenidos documentales analizados mediante técnicas documentales.

A MANERA DE REFLEXIÓN

Si las mujeres llevan para todos lados su energía “itinerante”, se muestran como seres cuyo acaecimiento en el mundo se constituye al “dar”, dar a luz, dar amor. Entre otras tantas cosas, desde el origen mismo, en su entorno, estas no aspiran buscar en otros lo que bien pueden generar por sí mismas, desde una perspectiva psicológica o al menos no necesariamente, ni desde un principio. Por ello su energía se erige al servicio de su entorno, la familia, los amigos, en líneas generales de la organización a la que pertenezcan, dicho carácter femenino tiende a ser poderoso, contagioso y genera empatía, misma que emana de la mujer que la origina.

Entre tanto, incorporar herramientas del trabajo personal y utilizarlas en el ejercicio del liderazgo hace que los seres humanos se vuelvan más humanos, tanto que pudieran atravesar el frío y despersonalizado mundo laboral para ponerle pasión, amor, compasión y dedicación, palabras que, entre otras, solo estaban en el diccionario. Es destacable, en la actualidad, el interés universal para las organizaciones es encontrar el éxito desde la transformación, por ello en medio de la era del conocimiento la humanidad se encuentra con el fenómeno social, cultural, histórico del empoderamiento a partir del género, la energía femenina, teniendo como escenario cualquier acontecimiento en donde estas intervengan.

Asimismo, el entorno laboral no queda fuera de esto. Las mujeres que hoy ocupan cargos estratégicos y de liderazgo en las organizaciones del sector público y privado, aun en el mixto, pudieran ser parte de la transformación aseverada anteriormente, donde pudieran muy bien expandir sus habilidades para que otros les emulen, es una suerte de repetibilidad entre las líderes y sus seguidores varones u otras mujeres, quienes quizás replicarían tales patrones comportamentales de forma precisa, detallista, empática, acertada y asertiva.

De igual manera, estas líderes deben ir más allá de las acciones tomando en cuenta que en el desempeño de cada rol, deben estar capacitadas y preparadas para poner en práctica vuestra sensibilidad e intuición para liderar equipos constituidos por personas, identificar las debilidades, conversándolas en espacios de confianza, empatía y entrega.

Todo lo anterior genera un entorno de confianza, desarrollo y crecimiento, cuestión misma que persigue la gestión del conocimiento, comprender, pues, partiendo del hecho mismo de ser mujeres pudieran echar mano de herramientas naturales, al servicio de muchos, utilizarlas en todos los ámbitos donde se desarrollen como seres únicos, especiales y diferentes.

Aun así, desarrollar el desempeño de los equipos de trabajo hace que impacten directamente con los resultados en los negocios, ocuparse de lo que haya más allá de la típica definición de liderazgo al que las organizaciones estén acostumbradas, ir a la raíz y el origen de las cosas requiere de mucho compromiso. Uno de los propósitos de estas grandes corporaciones globales, es invitar a las mujeres líderes a traer una nueva conciencia a los negocios, a sus equipos de trabajo, esa que trasciende la inteligencia, dejar de operar desde el control unilateral para que exista un aprendizaje mutuo, un intercambio de sapiencias, proyecciones e innovación en las organizaciones del sector público, privado e incluso mixto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Buero, L. (2005). A ellas les salta la térmica. Temática: mujeres en los negocios. Documento en línea. Disponible en: http://www.degerencia.com/articulo/a_ellas_les_salta_la_termica. Consulta: 06/04/2005.
- Fisher, H. (2000). El Primer Sexo. Las capacidades innatas de las mujeres y cómo están cambiando el mundo. España. Editorial Taurus.
- González, J. (2009). El capital intelectual y sus indicadores en el sector industrial. Revista TEACS. Volumen 1, número 2, (Pp. 9-33).
- Mesén, V. (2012). Capital intelectual: Su valoración en el contexto empresarial. Revista Técnica Empresarial. Volumen 6, número 3, (Pp. 25-31).
- Ramírez, D. (2007). Capital intelectual. Algunas reflexiones sobre su importancia en las organizaciones. Colombia. Universidad de Manizales.
- Sabino, C. (2006). Los caminos de la ciencia: Una introducción al método científico. Argentina. Editorial Lumen-Humanitas.
- Sanz, D. y Crissien, T. (2012). Gerencia del capital intelectual. Dimens. empres. Volumen 10, número 2, (Pp. 70-75).
- Sierra, R. (2008). El método investigativo. Venezuela. Editorial Suramérica.