

Castellonplaza.com 20/01/2019

Samira Brigüech: “No podemos permitirnos que solo un 20% de los hombres esté por la igualdad”



La empresaria Samira Brigüech, en el campus castellonense.

20/01/2019 -

Este pasado jueves la Universitat Jaume I acogió una *masterclass* de la empresaria Samira Brigüech, que acudió a Castellón para respaldar la puesta en marcha del Programa de Empoderamiento y Liderazgo para Mujeres, organizado por el grupo GeST y que se va a impartir en breve en la FUE-UJI. Incluida en el ranking *Top 100 Mujeres Líderes en España 2018*, Brigüech dirige una agencia de marketing y relaciones públicas (Samira&Sineb) y a través de la Fundación Adalias contra la pobreza infantil, lidera proyectos de Responsabilidad Social Empresarial que están cambiando la vida de miles de niños en España y en Marruecos. Brigüech promueve el voluntariado corporativo para hacer participar a la sociedad civil en un cambio de mentalidad en empresas, y en 2010 participó en el Foro Mundial *A New Beginning: Entrepreneurship and Business Innovation*, impulsado por Barack Obama. Desde entonces, forma parte del programa de líderes emprendedoras diseñado por el Gobierno de Estados Unidos con el patrocinio de la Casa Blanca.

- El Programa de Emprendimiento y Liderazgo de Mujeres que va a poner en marcha la UJI busca que las mujeres “reconozcan su propio poder para superar las barreras personales, sociales y empresariales” que pueden encontrar en su futuro, especialmente en lo laboral. ¿Cuesta más que la mujer reconozca ese poder?

-Sí, claro, porque los hombres históricamente han sido más emprendedores que nosotras, nos hemos incorporado más tarde al emprendimiento. Nos comparamos con vosotros y debemos compararnos con otras mujeres. El peso de la historia influye mucho.

-¿Deben diferenciarse los liderazgos masculino y femenino?

-Ambos son formas diferentes de dirigir, pero es ideal que se mezclen ambos tipos de liderazgo, porque eso aporta mucho valor a la empresa: los hombres son más serios, autoexigentes, tienen mucho autocontrol y son más individualistas, mientras las mujeres son más empáticas, más asertivas, más de trabajar en equipo... si lo mezclas, obtienes un resultado perfecto de dirección de una organización, porque lo tienes todo. Una organización sólo de hombres está empobrecida y sólo de mujeres, también.

-¿Qué atributos cree que se corresponden con el liderazgo femenino?

-El problema que tenemos las mujeres es que tenemos menos capacidad para soportar el estrés, los hombres estáis más preparados. A nivel directivo, a nosotras se nos atribuyen esas cualidades de gestionar mejor el estrés, el conflicto, pero históricamente es el hombre el que realmente ha estado acostumbrado a esa presión de los números, de conseguir cerrar el trimestre, cerrar el año, tener que despedir gente... mientras que nosotras no tenemos tanta experiencia con eso. Nos falta que sepamos manejar mejor situaciones de estrés siendo pocas mujeres en grupos grandes de hombres.

-¿En qué consiste el “extraordinario poder de las palabras”, título de su conferencia? ¿Acaso no sabemos utilizarlo?

-A veces no sabemos utilizar las palabras adecuadas y a veces abusamos de ellas. Por ejemplo, abusamos de la palabra ‘feminismo’: tendríamos que ser capaces de explicar mejor a los hombres qué es el feminismo, porque al hombre le atterra esa palabra, es como si estuviéramos en contra de ellos, como si fuera algo agresivo... entonces pasáis un poco de nuestra guerra, tenéis una actitud pasiva ante nuestra guerra, nuestras reivindicaciones, y ese es un error que las mujeres no nos podemos permitir. Tenemos que conseguir que vosotros seáis activos, que os impliquéis pensando en vuestras madres, vuestras hijas, vuestras hermanas, vuestras mujeres, y seáis partícipes. Pero claro, ¿qué palabras utilizamos para convencerlos? “feminismo”, “nuestros derechos”, “nuestra igualdad”... que sí, es cierto, tenemos esa guerra pendiente, pero ¿y si fuésemos capaces de decirlo de otra manera? ¿y si fuésemos capaces de decirnos ‘chicos, es que os necesitamos, que la igualdad no la vamos a conseguir sin vosotros’?. No podemos conseguirla sólo las mujeres, haciendo ruido solo las mujeres. Solo un 20% de hombres está participando, se implica... el resto solo mira.



¿Hace una llamada a un mayor pragmatismo en la lucha por la igualdad?

-Pues sí, porque debemos ser capaces de expresar con las palabras adecuadas esto: con palabras como por ejemplo “ayúdame, participa, mójate, implícate, sé parte de la solución, deja de mirar por la ventana lo que está ocurriendo fuera, ayuda a tus hijas, a tus futuras nietas”, porque si seguimos así, hasta dentro de 150 años no habrá plena igualdad.

-¿Vemos hoy los hombres ya con normalidad el papel activo de la mujer de igual a igual en la empresa? ¿qué camino queda por recorrer?

-Todavía no, pero cada vez hay más hombres abiertos a tener una mujer que les dirija. La mujer está en la calle, está luchando en la calle, y eso hace que los hombres al final se digan ‘esto ya está aquí, las vamos a tener más aquí’. Y al final, como los hombres no son el enemigo, pese al gran error de algunas mujeres que lo plantean así, yo veo muchas posiciones cada vez más positivas. Se oyen cosas como “se merece ganar lo mismo, se debería denunciar este caso en Recursos Humanos...”, cosas que no oías antes. Es decir, creo que conseguimos avances, pero despacio. Las cosas van despacio, y los números cantan: en el Ibex 35, por ejemplo, donde a estas alturas sólo hay mujeres en 12 de los 35 consejos de administración. La obligación legal es llegar al 30% de mujeres, pero es que deberían ir más allá, hacerlo simplemente porque son las empresas de referencia, son el escaparate. Y si los líderes no se mojan, las demás empresas no copian. ¿A estas alturas y aún estamos así? Cuando algo así va tan despacio, hay colectivos que dicen con razón que no avanzamos lo suficiente.

-Usted es una empresaria de éxito, con una agencia que lleva 20 años en el mercado. ¿Qué cualidades no pueden faltar en una persona que decide emprender?

-Una de las más importantes es la perseverancia, porque te llevas muchos palos y es muy fácil tirar la toalla. Y más en un país en el que al emprendedor le dicen “por qué no te buscas un trabajo, ¿no has tenido más remedio que ponerte a montar algo? ¿eso es que no has encontrado nada, no?”. Es muy fácil desanimarse y dejarlo... la perseverancia es importantísima, junto al deseo de innovar y a la capacidad de superación. Es clave innovar, no vender más de lo mismo: hoy cada vez hay más startups innovadoras que llegan a todos los rincones del mundo, porque la gente se ha dado cuenta que ya no basta con montar una franquicia.



-¿Cómo recuerda su experiencia en el Fòrum Mundial?

-Aquello fue brutal, un programa en el que EEUU invirtió en 28 personas para darnos unas habilidades que no tenía nadie más en el mundo: nos llevó a las mejores universidades del mundo, como Berkeley, con los mejores gurús, para explicarnos lo más innovador en ventas y marketing, por ejemplo. o volví totalmente revolucionada, porque aunque ya tienes la semilla del emprendimiento, ellos te dicen “haz más, tienes que hacerlo mejor”. Y sobre todo, insisten en que tienes que mejorar la comunidad en la que vives, es tu obligación. Y en mi caso, que ya tenía mi fundación y ya hacía eso, me dieron mucho protagonismo. Te hacían firmar un contrato en el que firmabas que no podías ir a vivir a EEUU en 5 años, después de ese programa, tenías la obligación de devolver a tu sociedad lo que ellos te habían dado. Un enriquecimiento superpotente y como profesional, me dio mucho prestigio porque no puedes presentar candidatura, te tienen que elegir ellos.

-Usted preside la Fundación Adalias, que gestiona un hospital infantil, un orfanato, un colegio y un pasillo humanitario entre España y Marruecos. ¿Qué ha aprendido de esta iniciativa?

-A valorar más el dolor ajeno, a entenderlo mejor, a entender mejor cómo funciona el mundo de la salud en el mundo desarrollado y subdesarrollado, cómo se pueden entender personas de diferentes culturas e idiomas, si trabajan por un objetivo común. A comprender lo que eres capaz de conseguir si encuentras un objetivo común... en definitiva, la grandeza de la generosidad de las personas. Y también me ha servido para descubrir que hay muchos invisibles en la vida, más de los que parece. Esa es la magia de la vida, me ha dado mucha felicidad.

-Finalmente, como profesional del marketing y de la comunicación, ¿cómo se imagina este mundo dentro de 10 años?

-Pues no lo sé, pero me imagino mucha peso de la parte audiovisual: pocas palabras y muchas imágenes. La inmediatez del mundo actual hace pensar en trabajos de gran impacto, rápidos, no sé... es complicado. Ya ahora el móvil lo es todo, el video sube muchísimo, apenas se hacen folletos. Vivimos un cambio muy importante.