Japón promociona a mujer para diversificar

Bloomberg- En su primer empleo en Tokio en los años 1970, Yukako Uchinaga se ocultaba en el baño todos los días a las ocho de la noche mientras un inspector se aseguraba de que todas las empleadas se habían ido. Después salía y trabajaba más horas.

"Mi jefe solía decir 'No quiero que me lleven a la cárcel'", dijo Uchinaga, máxima responsable ejecutiva de Berlitz Co., refiriéndose a la ley laboral que limitaba a dos las horas extras de las mujeres. "Yo me quejaba diciendo que era injusto, como estar en una carrera de 100 metros con las manos y los pies atados mientras mis colegas varones corrían libremente".

Transcurridas cuatro décadas desde que Uchinaga jugaba a las escondidas, con la ley ya desaparecida como un ingeniero de sistemas de International Business Machines Corp., las mujeres ocupan apenas 1 sobre 70 puestos de dirección en las empresas japonesas.

Promocionar a las mujeres ayudaría a las empresas a ser más diversas y rompería la "monocultura del padre de familia empresario" que frena el cambio y el crecimiento, dijo.

"La diversidad es la clave que se necesita en Japón", dijo en una entrevista Uchinaga, de 65 años. "Aprovechar mejor los talentos de las mujeres de Japón, que se educan y capacitan igual que los hombres, debería ser el primer paso para favorecer la diversidad".

Las empresas deben cambiar a medida que el mundo evoluciona, dijo Uchinaga el 29 de febrero en Tokio. Berlitz, con sede en Princeton, Nueva Jersey, que maneja 565 centros de aprendizaje en el mundo entero, está respondiendo a las necesidades de los clientes, dijo.

Berlitz ofrece programas de capacitación de liderazgo para ejecutivos en Japón, Estados Unidos, Alemania y Francia, y está ampliando la actividad a China, Brasil, México, España, Bélgica y Colombia, dijo Uchinaga.

Su programa empresarial principal lleva a los ejecutivos a China y Brasil para enseñarles macroeconomía, gestión de la cadena de abastecimiento y política.

Berlitz, que vendió el control a Benesse Holdings Inc. con sede en Okayama, Japón en 1993, se propone una expansión de las ventas desde $563 millones en 2010 hasta $1.000 millones a mediados de esta década, dijo Uchinaga.

La diversidad es la clave para crecer en Japón y para lograrlo es necesario promover a la mujer, dicen representantes empresariales de ese país. *Bloomberg/La República*

Uchinaga forma parte de los consejos de dirección de Benesse y Sony Corp. y es auditora externa en Sompo Japan Insurance Inc. También es presidenta de la Red Innovadora Femenina de Japón, un grupo sin fines de lucro con sede en Tokio que investiga y asesora en materia de gestión de la diversidad, ayudando a miembros como Nissan Motor Co. a promover el rol de las mujeres en sus empresas.

Japón quiere incrementar la proporción de mujeres en funciones de conducción en las empresas y las oficinas públicas hasta 30 por ciento en 2020, según una ponencia del Gabinete de junio de 2011.