

La importancia de ser un aliado

En los meses que llevo trabajando como responsable del área de diversidad de Strategy& para Norteamérica, son muchas las personas que se han acercado a mí para preguntarme: "¿En qué puedo ayudar?" Y siempre es una alegría ver este tipo de actitudes. Sin embargo, me he dado cuenta de que, con frecuencia, la gente piensa muy a lo grande. Buscan poder participar en la planificación de un evento o en poner en marcha una nueva iniciativa. Este tipo de participación es importante — necesitamos gente que dé ese paso y dedique su tiempo y sus recursos a la causa de la diversidad. Pero hay otras maneras de conseguir impacto.

Veamos el siguiente caso: ¿Cuántas veces has asistido a una reunión y te has dado cuenta de que la mujer que tienes enfrente quería hacer una puntualización pero no se ha atrevido a hablar? ¿A cuántas mujeres sobradamente capacitadas has conocido que no se han atrevido a postularse para ascender a un puesto porque no se encontraban "100% preparadas" (mientras que los estudios revelan que los hombres están cómodos postulándose para un puesto [cuando cumplen tan solo el 60% de los requisitos](#))? ¿No te pasa con frecuencia que asistes a un panel de expertos y todos los panelistas te parecen iguales? En estos y otros escenarios similares, es importante que la gente no se quede al margen como meros testigos presenciales. Es importante que se conviertan en un aliado.

La definición más sencilla de aliado es alguien que respalda o da su apoyo a una persona o a un colectivo. A lo largo de nuestras vidas profesionales y personales no encontramos con muchas situaciones en las que podemos hacer algo al respecto. Pero quizá no nos demos cuenta de ellas, o pensemos que no tenemos nada que aportar.

En ocasiones anteriores he mencionado que a lo largo de mi carrera he actuado como mentora de muchas mujeres. En mi caso, nunca he tenido dudas al respecto — empatizo directamente con el tipo de desafíos y problemas a los que se enfrentan. Pero, con respecto a otros grupos, no he actuado como aliada porque no conocía necesariamente los problemas a los que se enfrentaban. No sabía qué podía hacer al respecto. Al poco tiempo de aceptar el cargo como responsable de diversidad, me llegó el caso de una serie de personas de dos grupos afines a la firma que tenían un problema.

Uno de ellos era Forum, un colectivo afroamericano afín a la firma, y el otro era Spectrum, que representa los intereses de nuestros empleados LGBT (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales). Estos grupos me comentaron que no contaban con ningún tipo de financiación para representar a la firma, sobre todo en eventos de reclutamiento de potenciales candidatos. Me explicaron que cuando solicitaron financiación para llevar a cabo estas actividades, les dijeron que no había fondos disponibles. Cuando analizamos la financiación disponible a nivel de firma, vimos que otro grupo afín dirigido a la mujer contaba con un excedente de financiación y a menudo "devolvía" al cierre del ejercicio los fondos no utilizados. De este modo, reequilibramos el presupuesto disponible para que todos los grupos pudieran operar de forma efectiva.

Puede que parezca algo sin importancia — y, de hecho, en términos de tiempo y de esfuerzo, lo fue. Pero el impacto fue significativo. Convertirse en aliado no significa necesariamente dedicar grandes cantidades de tiempo o de dinero. Puede que se trata sencillamente de dedicar un momento a escuchar con atención a alguien: comprender y ser consciente de los problemas a los que se enfrenta una persona o un colectivo. Se trata de empatizar con su situación y ofrecerles las herramientas que necesitan para resolver el problema por sí solos.

Fijaos la fuerza que puede tener una acción, a priori sin importancia, pero que puede derivar en un resultado que apoye no solo al personal actual de tu firma sino también a los futuros candidatos de la misma. Si viste la gala de los Óscar de este año, quizá recuerdes la actuación de John Legend y Common en la que interpretaron el tema central de la película Selma. Puede que no resulte fácil de ver a primera vista pero, si te fijas, solo los miembros afroamericanos del coro cantaron en la actuación. El resto se limitaron a figurar con su presencia, demostrando así su solidaridad —actuando como aliados.

¿Cómo puedes empezar a ayudar? Ser un aliado es cuestión de habilidad: has de desarrollar tus capacidades con el tiempo y tienes que estar dispuesto a cometer errores. Lo primero y más importante, debes conocer cuáles son los problemas que te rodean. Habla con tus compañeros para comprender cuáles son las dificultades a las que se enfrentan. La gente a menudo tiene miedo de dar este primer paso, porque no quieren parecer atrevidos o arriesgarse a ofender a un compañero. Pero, con el tiempo, me he dado cuenta de que a la gente le gusta hablar de sus problemas y agradecen que se les consulte. Puede que esto no te salga solo o la situación resulte incómoda; para ayudar a que las otras personas se sientan a gusto, empieza hablando de un problema al que tú te has enfrentado o de una experiencia que hayas tenido.

En segundo lugar, conócete a ti mismo. Haz referencia a los problemas que has vivido [en base a tu propias experiencias](#), y [comprende tu propia imparcialidad](#).

En tercer y último lugar, actúa siempre que puedas y en la medida que puedas. Puede ser tan fácil como interrumpir un chiste de mal gusto, promover una mayor participación en las conversaciones del equipo o asegurarte de que las invitaciones a una gala sean verdaderamente inclusivas. O puede conllevar una mayor dedicación, por ejemplo formando parte de un grupo afin o actuando como mentor o sponsor de un empleado que forme parte de un grupo con escasa representación en los puestos directivos. Por ejemplo, en mi área (tecnologías y negocios digitales), abordamos con frecuencia las cuestiones de género. Hemos mantenido conversaciones sobre cuestiones que son habituales entre las mujeres y que pueden beneficiarles en su trabajo, hemos incorporado la cuestión del género como tema habitual de nuestras revisiones posteriores a la ejecución de un proyecto, y hemos creado un "premio al campeón de la diversidad" que se otorga a un miembro de la práctica todos los años.

Sean grandes o pequeñas, cada acción positiva ayuda a promover un ambiente en el que los grupos más diversos puedan pedir lo que quieran — y tengan la seguridad de que recibirán el apoyo necesario para conseguirlo.

***Kelley Mavros** es socia del grupo de negocio digital y del área de tecnología, y es responsable de diversidad en Norteamérica de Strategy&, la consultora estratégica de PwC.*