

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ECUADOR



Es fundamental motivar
a más mujeres a superar sus límites

Ana María Sotomayor

CEO Grupo Empresarial SRS

El efecto transformador
del liderazgo femenino

● **Carolina Verdesoto**

Directora de People & Culture Roche

Compromiso claro con
la igualdad de género

● **Mariela Paredes**

Directora Ejecutiva de Desarrollo
Organizacional & Gerente General
GLOBAL-TRUE-ADVISORS

Desafiar el futuro
es romper con los
estereotipos de género

● **Catalina Parada**

COO AXON Marketing and Communications

Las mujeres podemos sentar
precedente
en nuestra sociedad

GENTE DE ÉXITO

Karen Montalva

Conferencista

La importancia de cultivar
el mundo interior



e·tech

Evolving Education
SUMMIT & EXPO

¿Desarrollas tecnología
para el **sector educativo?**
¡Súmate como aliado!



26, 27 Y 28 DE SEPTIEMBRE

Centro de Convenciones Puebla, México

www.etechevolvingeducation.com



CUMBRE **EXPO**
TUR
FACTOR DE ÉXITO 2023

SEPTIEMBRE
2023
CAP CANA



FDE
FACTOR DE ÉXITO

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

El poder transformador del **liderazgo femenino**

En un mundo cada vez más competitivo y cambiante, las empresas necesitan contar con líderes capaces de adaptarse, innovar y motivar a sus equipos para alcanzar los objetivos. En este escenario, las mujeres han demostrado desempeñar un rol fundamental y diferenciador.

Según diversos estudios, las mujeres tienden a ejercer un liderazgo participativo, empático, inspirador y comunicativo, que favorece el desarrollo de los talentos, la eficiencia, el clima organizacional y el cumplimiento de las metas. Además, las empresas que incorporan a mujeres en sus juntas directivas ven incrementados sus beneficios entre un 5 % y un 20 %.

Pero el liderazgo femenino no solo beneficia a las organizaciones, sino también a la sociedad en su conjunto. Las mujeres líderes contribuyen a cerrar las brechas de género, generan cambios positivos a nivel individual y colectivo, e impulsan el desarrollo económico, social y ambiental.

Por eso, en esta edición queremos reconocer y visibilizar el trabajo de las mujeres que lideran la transformación en diferentes ámbitos: político, empresarial y social. Compartiremos una selección de mujeres que nos contarán sus experiencias, desafíos y aprendizajes como líderes en sus respectivos campos. Sin embargo, somos conscientes de que hay muchas más que merecen nuestro aplauso y admiración.

Esta edición nos llena de orgullo y esperanza al ver cómo las mujeres asumen un rol protagónico en un mundo que necesita de su talento, creatividad y compromiso. También nos invita a reflexionar sobre los desafíos que aún quedan por superar para lograr la equidad de género y la participación plena de todas las personas en la construcción de un futuro mejor.



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



[contenido]



Es fundamental motivar a más mujeres a superar sus límites

pág. **12** | **Ana María Sotomayor**
CEO Grupo Empresarial SRS



Compromiso claro con la igualdad de género

pág. **20** | **Carolina Verdesoto**
Directora de People & Culture Roche



Desafiar el futuro es romper con los estereotipos de género

pág. **24** | **Mariela Paredes**
Directora Ejecutiva de Desarrollo Organizacional & Gerente General GLOBAL-TRUE-ADVISORS



Las mujeres podemos sentar precedente en nuestra sociedad

pág. **34** | **Catalina Parada**
COO AXON Marketing and Communications

gente de éxito



La importancia de cultivar el mundo interior

pág. **48** | **Karen Montalva**
Conferencista

empresarialesvip



MUJERES FACTOR DE ÉXITO
El efecto transformador

pág. **60** | Segundo conversatorio Mujeres Factor de Éxito
El efecto transformador del liderazgo femenino

directorio

► Revista Factor de Éxito Ecuador Número 9, Año 2



CEO y Directora Editorial:
Isabel Mariella Figueroa de Rolo
i.figueroaderolo@revistafactordeexito.com

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Periodistas:
Isamar Febres
Magnolia Sánchez

Coordinadora de contenidos:
Tina Pérez

Asesor comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Contenidos web:
Roberto Rolo

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Diseño y Diagramación:
Luis Gota

Webmaster:
Juan Rebolledo

Portada:
Ana María Sotomayor
CEO Grupo Empresarial SRS

Articulistas:
Álvaro "Cuco" de Venegas
Ingrid Soto

Revista Factor de Éxito Ecuador
info@colombia.revistafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9

Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6.

Ensanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito República Dominicana
info@revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Atlanta
info@atlanta.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Chile:
info@chile.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Colombia
info@ecuador.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito México
info@mexico.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Miami
info@miami.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Panamá
info@panama.revistafactordeexito.com

La maternidad y el empoderamiento femenino en la elección de vehículos

La llegada de la maternidad para muchas mujeres significa un cambio en su identidad y replanteo de sus necesidades. Ahora están dispuestas a ir más allá y potenciar sus habilidades de liderazgo y empoderamiento. Una mamá ecuatoriana combina su tiempo y responsabilidades con el ámbito profesional, familiar, académico y social. Su acelerado ritmo de vida requiere de optimización de tiempo al trasladarse de un lugar a otro, y esto solo lo puede lograr a bordo de un vehículo que le brinde la mayor tranquilidad y confort en sus trayectos.

Debido a la activa participación de la mujer en el mundo laboral, influyen en un 91% en la decisión de compra de un auto o inmueble. Alrededor del 52% de ventas a nivel mundial de vehículos han sido realizadas por el género femenino. Por ese motivo, empresas como Hyundai han destinado grandes esfuerzos en ofrecer opciones de modelos que se acoplen a cada una de sus etapas.

Cifras de Hyundai han demostrado que los vehículos preferidos por una mamá son los SUV, debido a su amplitud y seguridad. Además, se ha notado que un gran porcentaje de madres modernas se están orientando por los autos eléctricos o híbridos. Expertos de la compañía exponen 4 puntos para tomar en cuenta al momento de manejar:



- *Elige un vehículo seguro;
- *Mantén en perfectas condiciones el auto;
- *Compra repuestos originales;
- *Busca amplitud para toda la familia.

Con estas recomendaciones las mamás Hyundai podrán estar seguras y cómodas en todo momento de su día. Adicional, la marca quiere premiar a cada madre con un bono de mil dólares para el modelo Tucson ya que es uno de los vehículos más escogidos para vivir aventuras en familia.

Sony Pictures estrenó “Amor a Primer Mensaje” en Ecuador

El 11 de mayo, Sony Pictures estrenó en todos los cines de Ecuador la comedia romántica “Amor a Primer Mensaje”. Esta prometedora película tuvo un elenco de lujo, encabezado por la aclamada actriz Priyanka Chopra y el talentoso actor Sam Heughan.

La dirección estuvo a cargo del talentoso Michael Dowse y el guión fue escrito por Lauren Hertzberg. Contó también con la participación especial de la famosa cantante y actriz canadiense Céline Dion.

La cinta narró la historia de Mira Ray (Priyanka Chopra), una exitosa artista que envió una serie de mensajes de texto románticos al antiguo número de teléfono de su pareja fallecida. El número había sido reasignado al nuevo celular de trabajo del periodista Rob Burns (Sam Heughan). Rob quedó sorprendido por la honestidad y sinceridad de los mensajes y buscó conocer a Mira y conquistar su corazón.

“Amor a Primer Mensaje” fue una película que combinó el romance y la comedia en una historia fresca y original. La química entre Priyanka Chopra y Sam Heughan fue palpable en pantalla y hizo que la audiencia se enamorara de sus personajes. Sony Pictures invitó a todos los amantes del cine a disfrutar de esta encantadora historia de amor en todos los cines de Ecuador.



Renting aporta \$200M+ a la economía ecuatoriana

El sector del renting en Ecuador ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con una inversión de más de 200 millones de dólares en la adquisición de vehículos y otros activos, según datos de la Asociación de Empresas Rentadoras de Activos del Ecuador.

El renting ofrece una alternativa rentable y flexible para las empresas, permitiéndoles acceder a bienes y equipos estratégicamente seleccionados para su operación sin incurrir en altos costos de adquisición. El renting de activos también optimiza los recursos financieros de las empresas, permitiendo que destinen sus fondos a otras áreas estratégicas de su negocio.

Mareauto es uno de los líderes en el mercado del renting en Ecuador, con una facturación anual de más de \$90 millones. La compañía ha lanzado su nueva marca, Alivo Renting, para reforzar su innovación tecnológica y mejorar la calidad de su servicio. El renting ha contribuido a la dinamización de la economía ecuatoriana mediante la generación de más de 1.000 empleos directos y 14.000 indirectos, con una inversión en infraestructura e



innovación que supera el millón de dólares. Alivo Renting ofrece soluciones personalizadas para cada giro de negocio, permitiendo el desarrollo local y brindando una mayor gestión a varios sectores productivos.

DFAC ingresa al mercado ecuatoriano con el respaldo de Olímpica Corp.

La marca asiática automotriz DFAC generó una gran expectativa en la industria del transporte pesado, al anunciar su ingreso al mercado ecuatoriano con el respaldo de Olímpica Corp., grupo azuayo con 30 años de trayectoria industrial y 20 compañías bajo su liderazgo que posee una estrategia global 360.

El ingreso de la marca automotriz es parte de las proyecciones del 2023 de Olímpica Corp., holding que actualmente está presente en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Machala. La introducción de la marca se suma a la estrategia de dinamización de la economía del país ya que el ingreso de DFAC cuenta con una inversión de 12 millones de dólares que generará más de 50 plazas más de capital humano.

El portafolio comercial de la marca asiática en el Ecuador incluye los modelos DFAC 250, DFAC 350, DFAC 550, DFAC 800 y DFAC 1000. Además, la proyección de ingresar al mercado un tracto camión de 6x4. Los camiones DFAC se caracterizan por la versatilidad con la que se adaptan a diferentes tipos de trabajo productivos o de carga.



La llegada de DFAC al Ecuador permitirá a varias áreas productivas del país disponer de una oferta más amplia de movilidad y con precios muy accesibles que impulsarán al crecimiento de sus negocios y de la economía nacional.

Soluciones sostenibles

La empresa ecuatoriana Imptek, líder en impermeabilización y vialidad, está comprometida con la preservación del medio ambiente y ha implementado varias medidas para reducir su impacto ambiental. La industria de la construcción y los edificios son responsables del 38% de las emisiones globales de CO2 relacionadas con la energía, según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Por lo tanto, la reducción de estas emisiones es fundamental para limitar el calentamiento global. Imptek ha instalado 1000 paneles solares en su planta industrial en Quito para generar energía fotovoltaica y reducir su huella de carbono en 333 toneladas de CO2. La empresa promueve el uso de emulsiones asfálticas con bajo contenido de VOC y ha implementado un plan de reciclaje y economía circular.

Imptek también participó en la siembra de 1.000 árboles en el proyecto Siembratón para reducir su huella de carbono y cumplir con el Objetivo de Desarrollo Sostenible #15 - Ecosistemas Terrestres. La empresa ha ejecutado una nueva zona de desechos peligrosos para mejorar la gestión ambiental de desperdicios y disminuir la probabilidad de derrames que contaminen el suelo y fuentes de agua superficiales.



El gerente general de Imptek, Juan Pablo Sotomayor, destaca la importancia de repensar y rediseñar las construcciones para hacer frente a los desafíos del calentamiento global y promover prácticas sostenibles en el sector empresarial. La empresa es un ejemplo de compromiso con el medio ambiente y muestra que es posible lograr un equilibrio entre el crecimiento empresarial y la sostenibilidad ambiental.

Aviation Day en Guayaquil

Mónica Fistrovic, CEO de LATAM Airlines Ecuador participó del Aviation Day, el último miércoles 21 de junio en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Acompañada de Niels Olsen, Ministro de Turismo, César Rohón, Ministro de Transporte y Obras Públicas y representantes de operadores aéreos del Ecuador, Fistrovic participó del panel “Retos y prioridades para potenciar el impacto social del transporte aéreo en el Ecuador”.

“Tras las restricciones frente al Covid-19 para noviembre de 2022, la industria ha podido recuperarse llegando a más del 80% en promedio de recuperación frente a los niveles de 2019 (...) En esa línea es de resaltar el desempeño de Ecuador. Como LATAM Airlines Ecuador, hemos alcanzado una cifra superior al 130% de operación a nuestros destinos domésticos y hemos incorporado a esta red de destinos a partir de la pandemia, a Coca”, remarcó la CEO de LATAM Ecuador, quien destacó también el rol público y social, especialmente en zonas aisladas, como el caso de las Islas Galápagos, del transporte aéreo capaz de facilitar el acceso a bienes de primera necesidad y generar puentes de tránsito efectivo.

Precedida por una intervención del Presidente de la República del Ecuador, Guillermo Lasso, esta edición de Aviation Day se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil, congregando a expertos de la industria aérea, entre ellos a altos ejecutivos de aerolíneas, del sector turismo y a autoridades gubernamentales, quienes profundizaron en



Angela Meléndez, Corresponsal Bloomberg, Mónica Fistrovic - CEO LATAM Airlines Ecuador, César Rohón, Ministro de Transporte y Obras Públicas, Niels Olsen, Ministro de Turismo, Frederico Pedreira - COO Avianca, Christophe Didier - VP de Ventas Copa Airlines.

los retos y oportunidades que hoy en día tiene la aviación en Ecuador.

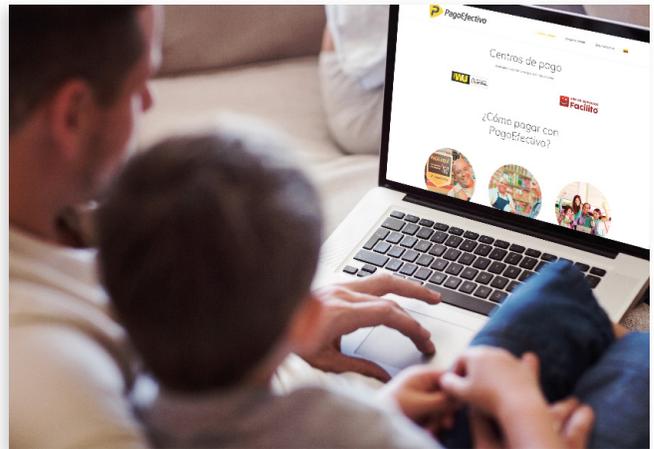
El espacio, organizado por la Asociación Internacional de Transporte Aéreo - IATA (International Air Transport Association, por sus siglas en inglés) permitió también dar visibilidad a una de las iniciativas más audaces de la compañía, su programa de compensación “1+1: Compensar para conservar”, que le da la posibilidad a los pasajeros LATAM de compensar la huella de carbono de sus viajes. Por cada tonelada que el cliente decida compensar, LATAM compensará una más, duplicando así el impacto positivo de esta iniciativa. Actualmente el programa tiene impacto directo sobre CO2Bio, un proyecto comunitario de más de 500 mil hectáreas de sábanas inundables en un área prioritaria de la Orinoquía colombiana y rica en su capacidad de captura de CO2.

Transferencias bancarias ganan terreno en comercio electrónico

Un estudio de Paysafe muestra el creciente interés de los ecuatorianos en el comercio electrónico y el uso de diferentes métodos de pago para realizar transacciones en línea. Las tarjetas de débito son el método más utilizado, seguidas de transferencias bancarias, tarjetas de crédito y pago por factura. El estudio destaca la importancia de los métodos alternativos, ya que el 21% abandonaría la compra si su monedero digital preferido no estuviera disponible.

El presidente de Paysafe para América Latina subraya la importancia de ofrecer opciones preferidas por los clientes para no perder ingresos potenciales. El estudio muestra que la inclusión financiera no depende necesariamente de una cuenta bancaria tradicional, ya que el 37% ha completado transacciones utilizando una cartera digital o una tarjeta de prepago y el 10% ha utilizado criptomonedas.

El estudio también revela tendencias emergentes en métodos de pago, como el aumento en el uso de monederos digitales, dinero electrónico y tarjetas de prepago. Esto refleja las necesidades y prioridades



de los consumidores ecuatorianos y demuestra una mayor confianza en el comercio electrónico en el país.

En cuanto a las compras en línea, el 64% de los encuestados las realiza habitualmente. El 63% ha comprado productos de ocio o entretenimiento y el 42% ha pagado por servicios de juego o apuestas en línea.

UTPL TEC organiza workshop sobre transformación digital

La Unidad Académica Técnica y Tecnológica UTPL TEC organizará el evento “¿Cómo utilizar la data y analítica en la transformación digital de empresas?” el próximo 6 de julio en Quito. El workshop tiene como objetivo brindar herramientas para que el sector empresarial, emprendedores y público en general puedan construir propuestas efectivas para posicionar sus negocios.

La UTPL TEC ha estado trabajando en los últimos años para contribuir a la transformación digital y productiva del país. A través de su oferta académica y espacios permanentes de formación, ofrece herramientas para mejorar las actividades económicas de la comunidad.

El workshop gratuito contará con la participación de expertos como Carlos Vayas, líder en el Área de Transformación Digital para Datafast; Valeria Ortiz, especialista en estrategias digitales; David Castellanos, gerente de Data y Analítica de Equifax Ecuador; y Karina Valarezo, directora de comunicación de la UTPL. Ellos abordarán temas relacionados con la aplicación práctica de la transformación digital y la creación de contenidos para el entorno digital.



Este evento responde a la demanda social de información sobre este tema y a la necesidad de transmitir contenidos aplicables a la realidad para potenciar las organizaciones, emprendimientos y empresas en pro del desarrollo económico local y nacional.

El evento se llevará a cabo el próximo 6 de julio a las 17:00 en el Centro Regional de la UTPL en Quito. El workshop es totalmente gratuito y se entregará certificado de participación.

Ana María Sotomayor

CEO Grupo Empresarial SRS

Es fundamental motivar a más mujeres a superar sus límites

Desde su experiencia, para impulsar el liderazgo femenino considera que es necesario fortalecer la autoestima, brindar acceso a herramientas prácticas y habilidades comunicacionales, promover acciones para aumentar la alfabetización financiera y programas de emprendimiento.



El Grupo Empresarial SRS, con más de tres décadas de trayectoria en el Ecuador, cuenta con Ana María Sotomayor como su CEO. Ella se ha forjado un camino de éxito dentro de la empresa familiar. Fue jefe Financiero, gerente de Evaluación y Soporte, gerente Administrativo Financiero de Imptek, que es parte del grupo, hasta que en 2013 se convirtió en la directora ejecutiva del conglomerado. Además, es magister en Administración de Negocios por la Universidad de León, España.

Cuando el grupo empresarial SRS, cumplió 36 años el pasado 2022, Ana María Sotomayor se esforzó por reunir a más de 150 personas, entre colaboradores, excolaboradores, clientes y proveedores para la celebración, porque es fiel creyente de los valores y la cultura empresarial. “La característica principal del liderazgo femenino es la distinta sensibilidad que tenemos respecto a los aspectos sociales. Por ejemplo, velar por mantener políticas de recursos humanos que promuevan y garanticen un equilibrio entre el trabajo y la familia”, señala.

Sotomayor considera que el liderazgo femenino tiene un efecto transformador en la sociedad, porque “las mujeres significamos sueños y visiones, que a través de nuestras emociones llevamos los proyectos empresariales a la realidad de una manera especial: palpamos las oportunidades con ambición y decisión”.

**¿Qué es lo mejor de su posición actual?
¿Cómo desde allí puede alcanzar ese efecto transformador del que hablamos?**

Un gerente tiene que aprender a soñar con los pies en la tierra y desde mi cargo la mejor sensación es poder plasmar esos sueños y proyectos en realidad, a través del análisis de los datos, observación del escenario actual y la correcta administración de recursos.

El cargo de CEO conlleva un alto nivel de responsabilidad, donde las decisiones no siempre son fáciles, hay momentos en los que decir no es la mejor opción para lograr un beneficio común positivo para toda la organización a largo plazo.



Desde mi rol siempre he velado por mantener una visión clara de ser los mejores, no sólo en los productos que fabricamos, sino también en la cultura organizacional, abrazando a todo el equipo bajo valores éticos, morales y de honestidad, lo que nos ha permitido convertirnos en un actor potente de generación de empleo y nuevas oportunidades.

¿Ha tenido que enfrentar algún estereotipo o discriminación de género en su carrera para alcanzar la posición que hoy tiene?

A pesar de que si he evidenciado que hay discriminación en el ámbito empresarial entre el género femenino y masculino, no comparto la búsqueda de la paridad de género porque es una realidad que hombres y mujeres somos diferentes, pero no desiguales en capacidades y habilidades.

Y considero que eso es justamente lo que debemos buscar en equidad: tener las mismas oportunidades, aprovecharlas y explotarlas al máximo marcando una diferencia.

No tengo remordimiento por ningún caso en específico, creo que nada es fácil en ningún ámbito empresarial o industrial, todo requiere un gran sacrificio y yo prefiero enforarme en lo que puedo dar como mujer.

¿Cómo considera que se puede conseguir más mujeres líderes en todos los ámbitos?

Desde mi experiencia una de las formas más seguras de promover y formar a más mujeres como líderes es a través de la confianza del equipo. Es fundamental motivar a más mujeres a superar sus límites y a reconocer su trabajo, fortaleciendo su autoestima y empoderamiento, permitiéndoles tener mayor seguridad en sus habilidades.

Otra manera de formar más mujeres líderes es compartiendo el

CUMBRE 360

LATINOAMERICANA DE MANAGEMENT



ADEN

Te acompaña

Edición Híbrida



4, 5 Y 6 DE JULIO DE 2023

+ 20 EVENTOS PRESENCIALES Y ONLINE

CONSULTA LA AGENDA COMPLETA EN
www.cumbre.aden.org

OBTÉN TU
ENTRADA POR

USD 50

CON CÓDIGO
EARLYBIRD

*VÁLIDO POR MES DE JUNIO DE 2023



¡Escaneá el QR y obtén ahora tu Team Ticket!

El futuro se juega en equipo

conocimiento, porque considero que, si las personas que trabajan conmigo crecen, esto también significa mi crecimiento y el de la compañía.

Prácticas adicionales que motivan al liderazgo femenino son: crear planes de desarrollo personal y profesional, brindar acceso a herramientas prácticas para desenvolver la inteligencia emocional y habilidades comunicacionales. También, promover acciones para aumentar la alfabetización financiera y programas de emprendimiento que fomenten la generación de sus propios ingresos.

Recientemente, SRS obtuvo el reconocimiento como Great Place to Work 2023-2024, ¿qué tipo de líder es usted? ¿Cuáles son las características de su liderazgo?

Desde el 2021 hemos sido acreedores de este reconocimiento Great Place To Work y ahora por segunda ocasión hasta 2024. Demostrando así, nuestro compromiso y filosofía de ser una organización con una cultura organizacional positiva que abraza a todo el personal e invierte en el crecimiento de sus colaboradores.

Me considero una líder motivada, soñadora y cautelosa al administrar los recursos en beneficio de cuidar las necesidades de toda la familia empresarial y, por sobre todo, que busca diversas alternativas para generar trabajo.

¿Cuáles son las políticas de igualdad de género de la empresa? ¿Cómo apoya al talento femenino?

Una de las políticas es tener un equipo diversificado en las diferentes áreas de la empresa. Actualmente, en Grupo SRS contamos con 14 mujeres liderando la toma de decisiones del holding. Esto se debe a que fomentamos programas como Mujer de Mil Maneras, el cual impulsa a la mujer en la Industria (STEAM).

Por otro lado, también se encuentra Mujer Emprendedora donde involucramos a las esposas de nuestros colaboradores. Este último nació bajo la inspiración de la Sra. Sonia Salvador, fundadora de Grupo SRS que, desde los primeros pasos del grupo, ha generado acercamientos con las parejas de los gerentes para ejecutar varias actividades de responsabilidad social, que van más allá de fines comerciales incentivando una filosofía colaborativa.

Madre, esposa, CEO de un grupo empresarial que alberga seis empresas diferentes, ¿cómo gestiona el equilibrio entre lo personal y lo laboral?

Velar por las empresas de todo el holding y mi familia ha sido un reto personal y profesional. Yo lo relaciono como una práctica de administración del capital financiero y humano.

ESARIA



Considero que existe un espacio y tiempo destinado para los asuntos de la familia que no son negociables. Para que el trabajo no intervenga, la clave es ser efectivos y productivos en cada área, sobre todo en una empresa familiar donde he separado el vínculo de la familia con los negocios y visualizo a las personas que laboran conmigo en la toma de decisiones como grandes socios y no con un lazo sentimental.

Además, hemos buscado el equilibrio con la liquidez de la empresa y la generación de nuevos proyectos e ideas que fortalezcan la productividad de todos.

¿Qué testimonio profesional le gustaría compartir con otras mujeres para ayudarlas a romper el techo de cristal?

Un título profesional es valioso y más aún, una maestría, pero tienen que tener presente y reconocer las competencias, habilidades, destrezas que uno tiene para desarrollar una marca personal y saber transmitir a qué segmento te quieres dirigir y cuáles son esas características que diseñan tu imagen para impresionar de la mejor manera.

En su carrera profesional, ¿cuál es la lección más valiosa que ha aprendido?

Creo que lo más valioso en mi vida profesional es tener la oportunidad de conocer y compartir con las personas. Siempre que puedo, trato de inspirar, trabajo junto a colaboradores que seguro me superan por mucho, pero eso me satisface porque yo también aprendo de ellos y me llena de orgullo saber que están haciendo bien y que ha valido la pena hacer un trabajo en conjunto.

Finalmente, ¿qué cambiaría del mundo si tuviera la oportunidad?

Cambiaría en los corazones de las personas la crítica negativa y el resentimiento. A veces se nos olvida que cada uno es un mundo aparte, y que necesitamos reconciliarnos a diario para poder vivir en sociedad, por ello, la familia, los amigos, todos somos importantes.



Donde Dios Descansó el Séptimo Día

Un paradisiaco lugar
en la isla del Gran Roque,
archipiélago de Los Roques - Venezuela

- Atención con calidez humana
- Confort, lujo y servicio de excelencia
 - Restaurante, bar y discoteca
- Respeto, Integridad, innovación y responsabilidad con los huéspedes



POSADA
GALAPAGOS

☎ +584142417377/04142649949/04142068137

✉ posadagalapagoslosroques@gmail.com

🌐 <https://posadagalapagos.com.ve>

📷 @posadagalapagoslosroques



Carolina Verdesoto

Directora de People & Culture Roche

Compromiso claro con la igualdad de género

En Roche Ecuador trabajan para garantizar que las mujeres tengan las mismas oportunidades de desarrollo profesional y de liderazgo que los hombres. Como resultado, el 60 % del Comité Ejecutivo está liderado por mujeres.

Durante los últimos años, Roche Ecuador ha liderado varias iniciativas que se han enfocado en promover a la mujer en cargos directivos o posiciones no tradicionales, los cuales en el pasado era ocupados por hombres. Gracias a esto, Roche ha sido reconocido por varias organizaciones, lo cual se ha constituido en un motor para continuar promoviendo la equidad de género. Además, la empresa se ha enfocado en generar iniciativas con un impacto a la comunidad, generando un alcance 360.

Para conocer más sobre estas políticas que Roche Ecuador ha venido implementado y sobre la importancia del empoderamiento femenino en el ámbito empresarial, Factor de éxito entrevistó Carolina Verdesoto, directora de People & Culture.

Verdesoto es psicóloga organizacional, coach ontológica, agile coach, scrum Master y está certificada profesionalmente en diversas metodologías ágiles e innovación. Su más de una década de experiencia con diferentes países de Latinoamérica en el desarrollo de estrategias de talento humano alineado a necesidades de negocio, diversidad e inclusión, transformación organizacional y cultural e innovación con propósito, le han permitido implementar con éxito las iniciativas de empoderamiento femenino en Roche Ecuador.

“Cada año, establecemos objetivos corporativos que nos esforzamos por lograr como organización colectivamente. Estas medidas sirven como representación de las numerosas dimensiones de diversidad que nuestros talentos aportan a Roche como lo son sus personalidades, experiencias, antecedentes y puntos de vista que generan nuevas ideas e impulsan la innovación. En 2023, continuamos enfocándonos en acelerar nuestro progreso para lograr nuestra ambición de diez años comprometiéndonos a aumentar la cantidad de mujeres en puestos ejecutivos en +2p%. El peso o la importancia de este compromiso se ve reflejado en nuestra estrategia corporativa, ya que así como la sostenibilidad financiera, la diversidad e inclusión es parte de nuestras ambiciones”, afirma Verdesoto.

Toda empresa busca rentabilidad, ¿el liderazgo femenino es rentable? ¿Cómo ha sido la experiencia de Roche?

Sí, el liderazgo femenino es rentable para las organizaciones, pero lo que hace que las organizaciones entreguen resultados extraordinarios, es la diversidad de talento del equipo de liderazgo y de la organización de manera general.

Diversos estudios han demostrado que las empresas con mayor diversidad en sus equipos de liderazgo, tienden a entregar mejores resultados financieros y a ser más innovadoras. Esto se debe en parte a que la diversidad de perspectivas, habilidades y pensamientos, aporta nuevas ideas y soluciones a los desafíos empresariales, así como a la toma de decisiones.

Para Roche el talento no tiene etiqueta. Tenemos un compromiso claro con la igualdad de género y trabajamos juntos para garantizar que las mujeres tengan las mismas oportunidades de desarrollo profesional y de liderazgo que los hombres. Como resultado, en América Latina, de las 8 posiciones de Gerentes Generales en Pharma, 6 son mujeres, y en el caso de Ecuador, el 60 % del Comité Ejecutivo está liderado por ejecutivas de género femenino. La experiencia de Roche ha demostrado que el liderazgo femenino puede ser altamente rentable y beneficioso para la empresa y la sociedad. Por ejemplo, Roche ha sido incluido en el índice de igualdad de género de Bloomberg y reconocido a nivel local y global por Great Place to Work como un gran lugar para trabajar por varios años consecutivos, y hemos obtenido resultados financieros positivos y sostenibles que se traducen en transformar la vida de millones de pacientes y sus familias.

En Roche, trabajamos juntos para crear un entorno en el que todos tengan un sentido de pertenencia y en el que podamos prosperar por igual; no importa qué es lo que nos hace únicos: edad, creencias, capacidades, cómo nos identificamos, cómo pensamos, de dónde somos o los idiomas que hablamos. Todos los días, contribuimos a nuestro propósito y éxito compartidos trabajando juntos y comprometiéndonos entre nosotros.



Para nosotros en Roche, la diversidad y la inclusión comienzan con la celebración de nuestras diferencias y la unión de nuestros puntos en común.

¿Cuáles han sido los resultados en concreto obtenidos al tomar la iniciativa de promover mujeres a puestos claves, anteriormente ocupados por hombres? ¿Tiene cifras que respalden los resultados?

En Roche promovemos activamente la diversidad y la inclusión, incluyendo el aumento del número de mujeres en posiciones de liderazgo que en el pasado eran ocupados principalmente por hombres. Los resultados de estas acciones han sido evidenciados en el desempeño organizacional en línea a impacto a pacientes y a su vez en el fortalecimiento de una cultura organizacional más equitativa, con igualdad de oportunidades para todos. En términos de cifras, la proporción de mujeres en los puestos de liderazgo de Roche ha aumentado un 20.03 % en los últimos 5 años, tomando en cuenta las cifras desde el año 2019:

2019: 54,9%,
2020: 57,4%
2021: 55,8%
2022: 61,9%
febrero 2023: 65,9%.

Adicionalmente, del total de colaboradores de Roche Ecuador, el 60 % somos mujeres y el 65,9 % de mujeres, ocupamos posiciones de liderazgo.

Con el objetivo de reducir las desigualdades en el ámbito

laboral, se creó una alianza a nivel mundial entre ONU Mujeres y Pacto Global de Naciones Unidas para desarrollar y promover los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs, por sus siglas en inglés). En Julio de 2021, como Roche Ecuador nos comprometimos a atraer el mejor talento del mercado, implementando una estrategia basada en garantizar que la demografía de nuestro liderazgo represente la demografía de nuestra fuerza laboral. Queremos lograr la representación de la sociedad, empleando a personas de una amplia gama de orígenes y culturas. Buscamos atraer al mejor talento, y apoyamos a todas las personas para que realicen su trabajo en un excelente entorno que permita lograr nuestro potencial individual y colectivo.

¿Qué características cree que tiene el liderazgo femenino que es tan positivo en el ámbito empresarial?

Hay varias características que puedo reconocer del liderazgo femenino y de grandes líderes que han sido mis mentoras en mi viaje de desarrollo profesional. Sin duda, resalto características de liderazgo creativo que marcan la diferencia en el desarrollo de personas, como lo son la integridad, conexión generosa, autenticidad con valentía, pensamiento sistémico, inteligencia interpersonal, la orientación a resultados, y la capacidad de actuar en diferentes situaciones son los sombreros de líder visionaria, arquitecta, catalizadora y coach.

¿Es cierto que las mujeres en puestos de liderazgo se inclinan más hacia la sostenibilidad? ¿Por qué?

Considero que, más allá del género, en la actualidad el liderazgo se inclina hacia la sostenibilidad por el impacto que tiene el mismo en la sociedad. Todas las organizaciones debemos estar comprometidas a reducir los riesgos ambientales, sociales, reputacionales ya que aumentan la eficiencia operativa, mejoran la capacidad de innovación y permiten a las organizaciones reducir sus costos a largo plazo.

Más allá de una tendencia de liderazgo femenino, los líderes actuales están muy comprometidos con la sostenibilidad y la contribución al bienestar social y ambiental.

¿Cuota de género o méritocracia, hacia dónde se inclina?

Me inclino a que el talento no tiene género ni etiqueta alguna, y que el desarrollo de talentos debe tener como base la igualdad en oportunidades.

¿Cuáles son los beneficios o los aspectos laborales más importantes que debe ofrecer una empresa para captar y desarrollar el talento femenino?

Para captar y desarrollar el talento femenino, es importante que las empresas establezcan su estrategia de diversidad e inclusión alineada a la estrategia de negocio, y en ese sentido implementen y fomenten prácticas, guías y políticas que aseguren la equidad de beneficios y forma de trabajo a nivel organizacional. En la actualidad los talentos valoran la flexibilidad laboral, salarios y beneficios competitivos, oportunidades de desarrollo profesional a corto, mediano y largo plazo, sentimientos de pertenencia hacia una cultura inclusiva y respetuosa donde puedan entregar su máximo potencial, y sin duda las redes de mentoría y coaching abiertas en función a cada necesidad.

¿Qué mensaje le daría a otras empresas para que también impulsen el liderazgo de la mujer?

Promover el liderazgo de la mujer es fundamental para construir organizaciones más inclusivas, innovadoras y sostenibles. La diversidad de género en la alta dirección y en todas las áreas de la empresa aporta una amplia gama de perspectivas, habilidades y conocimientos que pueden ser clave para el éxito de la organización en un mundo cada vez más complejo y competitivo.

Les invito a que todos nos comprometamos en fomentar la igualdad de género y promover el liderazgo de la mujer; esto puede implicar establecer objetivos y medidas para aumentar la representación de mujeres en puestos de liderazgo, ofrecer oportunidades de desarrollo profesional y mentoría a mujeres talentosas, y asegurarse de que los procesos de selección y promoción sean equitativos y libres de sesgos de género. Promover el liderazgo de la mujer es una inversión en el futuro de la empresa y de la sociedad en general; hago un llamado a todos los profesionales a comprometernos en crear entornos de trabajo más diversos e inclusivos.

Y para finalizar, la pregunta que da nombre a la edición, ¿considera que la mujer tiene un efecto transformador para la sociedad? ¿Por qué?

Sin duda alguna. Las mujeres hemos demostrado históricamente ser agentes de cambio en diferentes ámbitos, desde la familia y la comunidad hasta la política y los negocios. La mujer tiene un efecto transformador para la sociedad debido a su capacidad para asumir roles de liderazgo en entornos volátiles, inciertos, cambiantes y ambiguos, aportando una perspectiva única y una variedad de habilidades y experiencias que mejoran la eficacia y la calidad en la toma de decisiones.

Mariela Paredes

Directora Ejecutiva de Desarrollo Organizacional
& Gerente General GLOBAL-TRUE-ADVISORS

Desafiar el futuro es romper con los estereotipos de género

Así se fomenta en un ambiente de trabajo donde todas las personas, independientemente de su género, tengan las mismas oportunidades y sean valoradas por sus habilidades y contribuciones.

Líder, estratega, idealista, motivadora, agente de cambio, oradora, pintora y apasionada por el comportamiento humano, Mariela Paredes considera que los cambios en la cultura de una organización deben desafiar el futuro. “Simplemente reaccionar a los cambios no es suficiente en una sociedad en constante evolución, impulsada por avances tecnológicos, cambios demográficos y nuevas demandas sociales. Las organizaciones deben adoptar una actitud proactiva y visionaria. Esto implica cuestionar las prácticas y creencias tradicionales y fomentar una mentalidad de crecimiento y adaptación”.

En este contexto, la igualdad de género es un componente esencial de los cambios culturales necesarios, explica Paredes. “No solo es un imperativo moral y ético, sino también una estrategia para el éxito empresarial a largo plazo. La inclusión de mujeres en todos los niveles de una organización aporta una perspectiva diversa, promueve la innovación y el pensamiento creativo, mejora la toma de decisiones y fortalece la reputación y la relación con los clientes”.

Con más de 25 años de experiencia en empresas multinacionales y empresas líderes en el Ecuador, Mariela fue una ejecutiva clave en el proyecto más importante de Ecuador, el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre; además, se convirtió en la primera mujer en alcanzar el techo de cristal en una industria dominada por hombres actuando como Directora de RH&EHS.

Actualmente, es directora ejecutiva de Desarrollo Organizacional, CEO y cofundadora de GLOBAL-TRUE-ADVISORS, una consultora especializada en procesos de transformación cultural y desarrollo de habilidades blandas.

¿Considera que el liderazgo femenino tiene un efecto transformador en las sociedades? ¿Por qué?

Sí, considero que el liderazgo femenino tiene un efecto transformador en las sociedades debido a diversas razones:

Diversidad de perspectivas: El liderazgo femenino aporta diferentes perspectivas y enfoques a la toma de decisiones. Las mujeres suelen tener experiencias y visiones únicas debido a sus contextos sociales, culturales y personales. Al tener una mayor diversidad de perspectivas, se fomenta la innovación, se generan soluciones más creativas y se abordan mejor los desafíos complejos.

Habilidades de colaboración y empatía: Las mujeres a menudo poseen habilidades de colaboración y empatía altamente desarrolladas. Estas habilidades son esenciales para construir relaciones sólidas, fomentar la comunicación efectiva

y promover un clima de trabajo inclusivo. El liderazgo femenino tiende a priorizar la participación de todos los miembros del equipo, promoviendo un sentido de pertenencia y compromiso.

Enfoque en la igualdad y la justicia: Las líderes femeninas suelen estar comprometidas con la promoción de la igualdad de género y la justicia social. Su presencia y voz en posiciones de liderazgo pueden contribuir a abordar desigualdades sistémicas y promover cambios en las estructuras y normas sociales con un gran efecto transformador.

Modelos a seguir y empoderamiento: La presencia de mujeres en roles de liderazgo puede servir como modelos a seguir para otras mujeres y niñas, inspirándolas a buscar sus propias metas y aspiraciones. El liderazgo femenino exitoso desafía los estereotipos de género y empodera a otras mujeres a creer en su capacidad para lograr el éxito en cualquier campo, creando un efecto multiplicador.

Siendo las mujeres agentes de cambio, ¿Cómo impulsar el liderazgo femenino en las empresas?

Impulsar el liderazgo femenino en las empresas requiere de un enfoque integral y compromiso por parte de la organización especialmente de la alta dirección. La experiencia me ha enseñado la efectividad de algunas estrategias:

La organización debe establecer metas específicas y medibles para aumentar la representación y participación de mujeres en roles de liderazgo y estas metas deben ser respaldadas por políticas y programas concretos para garantizar su cumplimiento.

Fomentar la igualdad de oportunidades, eliminando cualquier forma de discriminación de género en los procesos de selección, promoción y compensación e implementando prácticas basadas en el mérito para garantizar que todas las personas tengan igualdad de oportunidades para acceder a posiciones de liderazgo.

Proporcionar capacitación y desarrollo profesional específicos para mujeres, como mentorías, coaching y programas de liderazgo, que ayuden a fortalecer sus habilidades y competencias, avanzar en sus carreras y desempeñarse con éxito en roles de liderazgo.

Fomentar una cultura inclusiva donde se valore la diversidad, se fomente la colaboración, el respeto y la participación activa de todas las personas, independientemente de su género. Concientizar para eliminar estereotipos y prejuicios de género, y promover un ambiente de trabajo seguro y respetuoso con un enfoque profundo de equidad, que incluya los ajustes necesarios para garantizar una conciliación trabajo-vida personal.

Visibilizar y reconocer los logros de las mujeres para destacar su liderazgo y éxito a través de premios o programas de reconocimiento específicos.

Promover modelos a seguir para inspirar y motivar a otras mujeres a seguir sus pasos a través de eventos, conferencias, paneles de discusión y otras iniciativas que permitan compartir experiencias y promover la inspiración.

¿Está de acuerdo con las cuotas de género en las empresas?

Mi posición personal es que las cuotas de género pueden ser una herramienta útil y necesaria para acelerar el progreso hacia la igualdad de género en las empresas. Sin embargo, también reconozco los argumentos en contra y entiendo que hay preocupaciones legítimas sobre la selección basada únicamente en el género y el posible impacto en el principio del mérito.

Es importante tener en cuenta que las cuotas de género no deben ser vistas como la única solución, sino como una medida temporal para corregir desequilibrios existentes y fomentar un cambio cultural en las organizaciones. Además, es crucial que las mujeres seleccionadas bajo estas cuotas sean evaluadas y reconocidas por su capacidad y mérito, demostrando así su liderazgo y contribución efectiva.

En última instancia, considero que el enfoque debería estar en promover una cultura inclusiva y proporcionar igualdad de oportunidades para que todas las personas, independientemente de su género, puedan acceder a roles de liderazgo. Esto implica abordar las barreras estructurales y culturales que dificultan la participación equitativa de las mujeres, así como ofrecer apoyo y desarrollo profesional para que puedan prosperar en sus carreras.

Trabajó muchos años en una industria tradicionalmente masculina, ¿cuáles fueron las claves para mantenerse y lograr la posición de Directora de RH&EHS? ¿Alguna vez sintió discriminación de género?

Yo podría resumir tres claves que me permitieron convertirme en Directora de RH&EHS y que fueron fundamentales para superar los desafíos y lograr el éxito:

Adquisición de conocimientos técnicos: Reconocí que contar con una base sólida de conocimientos técnicos era esencial para ganar respeto y eliminar objeciones en un entorno predominantemente masculino. Por esta razón, me enfoqué en mejorar mis habilidades a través de dos diplomados y una Maestría en Gestión Aeroportuaria y Aeronáutica, así como diversas especializaciones. Estos logros académicos me brindaron la confianza y la

credibilidad necesarias para participar en decisiones estratégicas y demostrar mi valía.

Superación de la discriminación de género: En mi experiencia, enfrenté tanto la discriminación consciente como los sesgos inconscientes. Algunas personas se sintieron intimidadas por una mujer inteligente y empoderada, lo que provocó respuestas defensivas y discriminación directa. Otros mostraron sesgos inconscientes, como expresiones de sorpresa o dudas sobre mis habilidades y capacidades. Ante estos desafíos, mi enfoque fue demostrar resultados tangibles y dejar que mi trabajo hable por sí mismo.

Perspectiva global del negocio: Reconocí la importancia de comprender todos los aspectos del negocio, no solo mi área de especialización. Para lograrlo, decidí ampliar mis conocimientos obteniendo una Maestría en Administración de Empresas. Esta educación adicional me permitió tener una visión más amplia de la organización, comprender los aspectos estratégicos y financieros, y contribuir de manera efectiva en la toma de decisiones a nivel ejecutivo.

Es importante destacar que nunca me he sentido en desventaja por ser mujer. En cambio, he abordado los desafíos desde una mentalidad de aprovechar la oportunidad para demostrar mi capacidad y marcar la diferencia. Mi enfoque se ha centrado en agregar valor, cultivar autenticidad y liderar con pasión y compromiso.

¿Cómo las mujeres en espacios de toma de decisiones pueden crear un impacto positivo? ¿Cuál ha sido su experiencia personal al respecto?

Las mujeres en espacios de toma de decisiones tenemos el poder para que las cosas sucedan. Podemos abogar por la equidad de género en todas las áreas de la organización. Podemos promover políticas y prácticas que fomenten la igualdad de oportunidades, la remuneración justa y la promoción basada en el mérito, lo que contribuye a crear entornos laborales más inclusivos y justos. Podemos aportar perspectivas únicas y diferentes experiencias a los espacios de toma de decisiones, diversificar el pensamiento y enriquecer las discusiones, lo que puede conducir a decisiones más informadas y soluciones más creativas. Podemos desempeñar un papel importante como defensoras de otras mujeres en la organización. Podemos brindar orientación, apoyo y oportunidades de desarrollo profesional, ayudando así a cerrar la brecha de género y fomentando el crecimiento y la promoción de más mujeres.

Mi experiencia respalda lo que he mencionado. Gracias a mis posiciones he podido ejercer influencia en los espacios de toma de decisiones, teniendo la oportunidad de proponer e implementar políticas

y prácticas que fomentan la equidad de género, la promoción de la diversidad de pensamiento y apoyar el crecimiento y desarrollo de otras mujeres.

¿Cómo surgió la idea de crear “Hoy por ti, mañana por mí”? ¿Cuál fue el impacto?

La idea de crear “Hoy por ti, mañana por mí” surgió de mi experiencia previa en el manejo de crisis y mi deseo de ayudar durante la pandemia del COVID-19. Como líder de la Célula Psicológica en el aeropuerto Internacional Mariscal Sucre por durante más de 10 años, adquirí conocimientos especializados en el manejo de crisis en varios países. Decidí aprovechar ese conocimiento y ponerlo al servicio de las personas afectas, ofreciendo webinars, consultorías y charlas gratuitas. La campaña también incluyó la creación de 8 videos formativos que abordaban diferentes aspectos relacionados con la crisis, las emociones y los comportamientos asociados. También produjimos una canción inspiradora llamada “Que brille la Luz”. El impacto de estas iniciativas fue significativo, alcanzado un promedio de 100,000 visualizaciones en redes sociales y recibiendo numerosos mensajes de agradecimiento por proporcionar herramientas, comprensión y esperanza a quienes se vieron afectados. Siempre he creído en la importancia de utilizar nuestros conocimientos para servir a los demás, y esta campaña fue una forma concreta de poner ese principio en acción.

Hoy día, ¿cuál podría decir que es la lección más importante que aprendido en su carrera profesional?

Mi camino de carrera ha estado lleno de lecciones de vida, no obstante, si tuviera que escoger la más significativa, creo que podría resaltar la importancia de la perseverancia y la resiliencia. A lo largo de mi trayectoria, he enfrentado numerosos desafíos y obstáculos, pero mi determinación y capacidad para superarlos han sido fundamentales para mi éxito.

Aprendí a no rendirme ante las dificultades y a buscar soluciones creativas y alternativas. Ver soluciones donde los demás ven problemas, ver retos donde los demás ven obstáculos. Ser protagonista en lugar de víctima, buscar oportunidades en lugar de esperarlas.

Esta lección me ha permitido crecer y alcanzar mis metas profesionales, incluso en los momentos más difíciles y estoy lista para enfrentar cualquier desafío futuro con determinación y confianza.



Fundación Inspiring Girls Ecuador

La Fundación Inspiring Girls Ecuador, reconocida por ser una organización y red internacional que busca el empoderamiento de las niñas y jóvenes, anunció el lanzamiento de su primer programa de Jóvenes Embajadoras 2023. El cual promueve y refuerza las aptitudes de liderazgo de mujeres de entre 15 y 20 años.

En este programa las Jóvenes Embajadoras de Inspiring Girls desempeñarán un papel fundamental al impulsar la participación de niñas, niños y adolescentes en la organización, alzando sus voces, pensamientos y sueños para inspirar a más personas en el país, debido a que será una gran oportunidad de crecer, desarrollarse y colaborar con mujeres ejemplares que están dejando huella tanto en Ecuador como en el mundo.

El programa Jóvenes Embajadoras fomentará el contacto y la conexión entre las participantes, creando un espacio donde podrán intercambiar

ideas, consejos e impulsarse mutuamente. Además, se reconocerá y valorará su contribución, celebrando su liderazgo y su impacto en la comunidad con un evento especial y una certificación.

Los requisitos para formar parte del programa de Jóvenes Embajadoras consisten:

Ser ecuatoriana, entre los 10 y 16 años;

- Compartir el compromiso y la pasión de Inspiring Girls Ecuador por empoderar a las niñas, niños y adolescentes y eliminar estigmas.

La Fundación Inspiring Girls Ecuador invita a todas las niñas y adolescentes interesadas a postularse como Jóvenes Embajadoras y unirse a esta oportunidad única de crecimiento, desarrollo personal y empoderamiento. Juntas, trabajarán para construir un futuro donde se destaque el su máximo potencial

● Alianza

La Fundación Inspiring Girls Ecuador y MC Group, una de las agencias de comunicación y relaciones públicas más importantes del país, firmaron un convenio de cooperación que tiene como objetivo inspirar y empoderar a niñas y jóvenes, a través de mentorías, talleres de liderazgo y eventos especiales para potenciar habilidades que les servirá en el mundo laboral y desarrollo personal.

Inspiring Girls es una fundación sin fines de lucro que llegó al país en marzo de este año, con el objetivo de inspirar y empoderar a las niñas y mujeres, mediante diversas actividades que eleven la autoestima y su ambición profesional. Han trabajado con instituciones educativas, organizaciones y empresas para llevar a cabo programas a nivel local y nacional.

“Para MC Group es un orgullo ser parte de un cambio positivo en la sociedad, contribuyendo con herramientas esenciales como es la comunicación que harán que niñas y jóvenes destaquen y lideren en diversos campos de forma exitosa. Estamos seguros de que en conjunto marcaremos un hito

para las nuevas generaciones”, comentó Mercedes Córdova, CEO MC GROUP.

Inspiring Girls trabaja con escuelas, organizaciones y empresas para llevar a cabo programas a nivel local y nacional; entidades que están comprometidas en trabajar de la mano para lograr un cambio positivo, a través de mentorías de mujeres que lideran y son un referente para la sociedad ecuatoriana

“Estamos entusiasmados de contar con el apoyo de MC Group, una agencia comprometida en brindar oportunidades a niñas para explorar y desarrollar sus habilidades en campos, como la comunicación y las relaciones públicas para así prepararlas y puedan enfrentar cualquier desafío y contribuir activamente en la sociedad.” comentó July Maldonado, presidenta de Inspiring Girls Ecuador.

MC Group e Inspiring Girls Ecuador a través de este convenio, buscan marcar la diferencia en la vida de muchas niñas y jóvenes, abriendo puertas y rompiendo barreras en el mundo de la comunicación.





Vita: La Marca de Consumo Más Elegida en los Hogares de Ecuador

Es la #1 en el sector de “Lácteos y Sustitutos de Lácteos”, una distinción que logran por séptimo año consecutivo.

Como resultado de una sólida estrategia comercial que se fundamenta sobre pilares de responsabilidad social y ambiental, Vita fue reconocida como la marca de consumo más elegida en los hogares ecuatorianos, de acuerdo con el ranking global Brand Footprint de la prestigiosa consultora Kantar Division World Panel. Este estudio, que mide el momento de compra de un producto en los diferentes canales de venta, determinó que Vita ocupa el primer lugar del listado, tras obtener 92 millones de Puntos de Alcance del Consumidor (CRP, por sus siglas en inglés), medida utilizada para determinar los resultados.

Esta es la primera vez que una marca ecuatoriana lidera este ranking en el país, ya que en años anteriores lo han liderado marcas internacionales. Además, por séptimo año consecutivo, Vita mantiene su liderazgo como No. 1 en el sector de “Lácteos y Sustitutos de Lácteos”.

La calificación otorgada, que corresponde a la medición realizada en un periodo de 1 año, obedece al análisis de 3 variables: número de hogares, porcentaje que compra la marca, y frecuencia con

que los consumidores interactúan con la marca en todas las categorías.

De acuerdo con el Ec. Patricio Calderón Segovia, Gerente General de Vita Alimentos, esta distinción representa un reconocimiento al compromiso y esfuerzo constante de colaboradores, distribuidores, ganaderos, proveedores y clientes; y es un aval de que los consumidores reconocen y valoran los esfuerzos de la marca y de los productores, que son sus principales aliados para llevar la pureza del campo a sus hogares. Asimismo, constituye una señal muy clara de que la leche, como alimento natural y de alto valor nutricional, está recuperando el espacio que siempre tuvo en la mesa de los ecuatorianos, al ser fundamental para el desarrollo muscular, óseo, de las defensas y del cerebro por su aporte significativo de proteína de alto valor biológico. “Esto, sin lugar a dudas, nos impulsa a seguir avanzando a paso firme en un entorno competitivo y complejo, con prácticas que son muy propias de nuestra compañía, y que marcan nuestro ADN corporativo. Me refiero, por supuesto, al comercio justo en todas nuestras transacciones, empezando por el pago de la materia prima a los



productores del campo; a la óptima relación precio/calidad de todos los productos de nuestro portafolio; al sistema de distribución con el que llegamos todos los días a los puntos de venta del país con productos frescos y naturales; y a las inversiones en tecnología, que permiten que Vita lleve a la ciudadanía productos altamente nutritivos, en empaques seguros y herméticos 100% reciclables”.

El liderazgo de Vita se relaciona también al claro entendimiento que tiene la marca de las necesidades de sus consumidores. “Conocedores de las demandas y preferencias de los ecuatorianos, en el último año ampliamos aún más nuestro portafolio, incorporando productos innovadores y deliciosos, con nuevos formatos y tamaños, acorde al bolsillo de cada hogar”, comenta Calderón. Muestra de aquello fue el lanzamiento de Vita café mocachino y capuchino, elaborado con leche baja en lactosa y en porciones individuales.

Con este galardón, Vita Alimentos reafirma su misión de ser aliada estratégica para la salud y correcta alimentación de los ecuatorianos, impulsando iniciativas que refuercen el mensaje en torno a la importancia de consumir de productos sanos y nutritivos, con un enfoque especial en la leche, que ha sido y sigue siendo uno de los mejores alimentos que la humanidad ha incorporado a su dieta.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA 
ISSN 2570-0100

Antonia Antón de Hernández

Vicepresidenta ejecutiva senior de Gestión Humana, Transformación Cultural, Administración de Créditos y Cumplimiento del Banco Popular Dominicano.

Gente feliz es gente más plena y productiva

El talento humano como motor de crecimiento empresarial

Annerys Rodríguez

Directora senior de Gestión Humana de AFP Reservas

Nuestra gente no son colaboradores, somos una gran familia

Janelle Ramos

Directora de Gestión Humana de V Energy

Las personas son las responsables de dar vida a las organizaciones

Laura Haché

2da. VP Talento y Cultura de APAP

APAPsionada, la clave está en la cultura empresarial

Thony Da Silva

Socio director de Pizzolante

Cada día de ejercicio profesional representa un nuevo desafío

@RevistaFactordeExito | Facebook Factor de Éxito | @RevistaFactordeExito



PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

CHILE | COLOMBIA | ECUADOR | MÉXICO | PANAMÁ
REPÚBLICA DOMINICANA | MIAMI | ATLANTA | NEW YORK



DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUÍ >>>



Catalina Parada

COO AXON Marketing and Communications

Las mujeres podemos sentar precedente en nuestra sociedad

Una líder que transforma es una líder que está haciendo bien su trabajo y que estimula el crecimiento de cualquier mercado y cualquier sector.

Casada, madre de siete hijos – seis varones y una niña, Catalina Parada siempre ha trabajado para promover el valor de las mujeres como emprendedoras, apostando también por un modelo de balance vida y trabajo, en el cual las mujeres no deben renunciar a sus sueños personales o proyectos familiares.

Junto a su esposo, Catalina fundó **AXON Marketing and Communications**, la primera multinacional colombiana de comunicación, marketing y relaciones públicas. “No podré negar que no ha sido un camino fácil, porque liderar una familia, una empresa y una carrera al mismo tiempo, no lo es, pero conozco el potencial que tenemos las mujeres, las capacidades que desarrollamos en cada reto profesional y personal”.

Parada señala que en la empresa “no nos cansamos de recordarles a las mujeres, que no hay que tener miedo a contar que además de nuestros sueños profesionales queremos tener una familia, no hay que tener miedo en contar que estamos o queremos estar embarazadas; es un camino que yo ya caminé 7 veces y precisamente porque reconocemos la importancia de la familia como base de la sociedad es que nos interesa apoyarlas en cada decisión de vida, sin dejar de lado el compromiso laboral.

En **AXON Marketing and Communications** predicán con el ejemplo. “Celebramos la vida y nos alegramos de saber que gracias a lo que aportamos como compañía estamos apoyando a la sociedad familiar y uno de nuestros pilares definitivamente es que no exigimos algo que nosotros no somos capaces de hacer como líderes de la agencia. Si yo soy capaz de mantener una familia de 9 personas al día, una casa, una empresa, una operación en más de 8 países en Latinoamérica y Estados Unidos, estamos seguros que nuestros axones también podrán hacerlo (...) Somos testigos de la relación positiva que existe cuando incorpora como propuesta de valor empoderar el talento femenino, la integración vida – trabajo y propuesta abierta a la promoción de la familia como fundamental de la sociedad, y de la industria”.

Usted dirige el departamento de RRHH en las ocho oficinas regionales de Axon Marketing

Communications, ¿Qué políticas de igualdad de género implementa?

*Desde que iniciamos **AXON Marketing and Communications** con mi socio y esposo, siempre tuvimos claro que esta empresa debía promover el mismo compromiso y la misma calidad de resultados entre hombres y mujeres. Para AXON el género de nuestros colaboradores jamás será un determinante ni de funciones ni de asignación de salario; nuestra política se basa en que cada uno de nuestros axones, demuestre interés y entereza a la hora de presentar resultados ante cada cliente, aquí todos pueden ascender, pues nos enfocamos en las capacidades y las ganas de hacer siempre las cosas mejor.*



Además, sabemos que el balance entre la vida profesional y las expectativas de los proyectos personales, la promoción y desarrollo de una familia; son factores relevantes para los profesionales y las compañías de las industrias creativas, la comunicación y el marketing hoy en Colombia y América Latina. Los altos niveles diversidad e igualdad, así como espacios familiares sanos con tiempo de calidad luego del trabajo, están asociados a una mayor innovación, productividad, rendimiento y retención de talentos según las investigaciones de la Organización Mundial del Trabajo (OIT).

Dentro de la data y métricas que manejan para el diseño de las estrategias, ¿cómo se posicionan los temas de igualdad de género y liderazgo femenino dentro del mercado latinoamericano y de los Estados Unidos?

*Es importante resaltar el sector en el que se encuentra **AXON Marketing and Communications**, en comunicaciones el mercado está liderado por talento femenino, por esta razón y aunque la mayoría del talento que busca oportunidades en agencias como la nuestra es femenino, no quiere decir que vetemos el talento masculino.*

Sin embargo, puedo entregarles algunas cifras internas...

► El 77 % de los consultores en AXON identifica el plan de beneficios y los programas de integración vida-trabajo como muy importantes para su desarrollo profesional, hombres y mujeres.

► El total de 12 días libres, pagos, diferentes a las vacaciones cada año en los mercados promueve el acompañamiento de los hombres y las mujeres al espacio del hogar, está tipificado como tiempo de calidad para sus familias.

► Un promedio de 30 días pagos adicionales a los establecidos por ley por licencia de maternidad y/o paternidad, definitivamente nos destaca en el sector.

- El 70 % del equipo son mujeres
- El 40 % del equipo tiene hijos.

► El 67 % del Comité Directivo son mujeres, todas madres de familia.

Dentro de su rol como asesor estratégico a clientes, ¿qué lugar ocupa la sostenibilidad dentro del diseño de las estrategias de marketing?

En este momento de transiciones económicas, cambios de políticas y hasta de visiones mundiales, la sostenibilidad es un factor determinante a la hora de crear y desarrollar estrategias en todo lo que hacemos, la sostenibilidad es como hablar de calidad también; la comunicación integrada que ponemos a disposición de nuestros clientes focaliza cada avance de nuevas herramientas que aporten a la optimización de procesos y mejora de resultados.

Desde su perspectiva, ¿considera que el liderazgo femenino tiene un efecto transformador y de impacto en una sociedad? ¿Por qué?

Las mujeres por nuestra naturaleza tenemos una capacidad mayormente desarrollada para cumplir a cabalidad diferentes tareas casi al mismo tiempo, lo que puede posicionarnos como líderes capacitadas para llevar nuestros lugares de liderazgo lejos y servir como ejemplo a seguir frente a todos los que nos rodean.

Podemos sentar precedentes en la sociedad y fortalecer bases en la vida de nuestros hijos y de aquellos que vienen caminando detrás de nosotros. Un líder que transforma es un líder que está haciendo bien su trabajo y que estimula el crecimiento de cualquier mercado y cualquier sector.

Aquí lo importante es identificar talentos en las mujeres y saberlos aprovechar en pro de cada negocio.

¿Qué consejos le daría a una mujer con talento que aspira a ocupar puestos de dirección?

Evitar darle poder al miedo, al miedo a ser juzgada, al miedo a priorizar una familia; es necesario reconocerse como mujer antes que como profesional, para no perder su esencia dentro de los cargos directivos, y no darle cabida a la mediocridad. Como mujeres estoy segura de que podemos brillar y cubrir todas las necesidades de los retos que nos proponemos.

¿Qué consejo le dieron a usted que ha sido relevante en su carrera y de quién vino?

Aprovechando el mes del padre, les comparto el consejo que recibí de mi papá: “todo lo que venga para alimentar la vida personal y la vida profesional, tiene que ser bienvenido y debe hacerse con pasión y bien hecho; nuevos estudios, nuevas decisiones de carrera, pasos de espiritualidad, todo hace crecer y todo aporta”

Eso me lo dijo cuando quise pasar de mi carrera de médica a la comunicación organizacional, y hoy se lo agradezco porque puedo decir que gracias a ese impulso, hoy mi perfil se complementa en pro de mi empresa, de quienes trabajan conmigo y en pro de nuestros clientes.

Finalmente, como estrategia en mercadeo, ¿cómo se construiría una campaña que impulse el liderazgo femenino? ¿Cuáles serían las bases?

Una campaña que logre impulsar el liderazgo femenino debe ser construida desde las experiencias propias de quien la diseña, experiencias de las mujeres reales en el sector para el que se proponga la campaña; hay que pensar en las mujeres como lo que son, desde todos los aspectos de su vida, siendo profesionales, esposas, madres, hijas, abuelas brillantes que no le hayan tenido miedo a trabajar, aunque tengan el retiro, tías, hermanas.

Hay que tener en cuenta como se incentivan los valores y como el contexto social, político y económico tuvo influencia en las decisiones que cada mujer tomó.



Ana Karina López Cárdenas

Estratega de negocios, reputación, crisis y sostenibilidad/
Speaker EXMA Global

La maternidad ha sido el mejor boost de energía y creatividad en mi vida y mi mejor proyecto

Disfruto muchísimo escuchar a mis clientes, sus preocupaciones y sueños, sus necesidades y por otro lado activar mi lado creativo y estratégico para poner manos a la obra en los caminos que sugiero tomar.

Ana Karina Cárdenas López es una fiel creyente de la posibilidad de escalar negocios de una manera muy distinta a la tradicional, con metodologías comprobadas en empresas en el ámbito LATAM. Con más de 16 años de experiencia en estructuras corporativas trabajando con empresas y empresarios de transnacionales y empresas familiares, conoce muy bien de las distintas posibilidades que pueden surgir para un liderazgo femenino de impacto.

Ganadora de premios internacionales como Stevie, IABC Award y Récord Guinness. Articulista y conferencista internacional EXMA, considera que si es posible integrar todos los aspectos de la vida de una mujer para liderar con éxito. “Definitivamente en el equilibrio y entender que no siempre serás la mejor en todo. A veces eres la mejor profesional, o la mejor mamá, la mejor atleta, esposa o destacas en otro rol. Lo clave es organizarse, planificarse, encontrar como hacer sinergias entre horarios, hábitos y ser muy disciplinada. Pero sobre todo entender que el equilibrio es necesario”, recalca.

Conversamos con esta consultora de negocios, especialista en Reputación, Crisis y Sostenibilidad. Experta en crear estrategias de crecimiento, transformación y acompañamiento (diseñado para cada caso) con análisis, estrategia y creatividad, que busca dejar un impacto positivo en las marcas (personal o empresarial) y la sociedad, para trascender. Y esto fue lo que nos compartió la miembro del Women Economic Forum del Caribe.

¿Qué es una mujer líder? ¿Por qué el liderazgo femenino tiene un efecto transformador?

Una mujer líder significa para mí, esa mujer que, con su dedicación, disciplina y habilidades, logra un mayor compromiso social y bienestar en las distintas facetas de su vida: profesional y personal.

Soy fiel creyente de la necesidad por un equilibrio real. Todos: mujeres, hombres somos necesarios, todos tenemos aptitudes y habilidades distintas. Sin embargo, hay algo que definitivamente llama la atención en aquellas mujeres que lideran empresas, procesos, áreas, proyectos, emprendimientos u otros. Después de mucho analizarlo y verlo con clientes, colegas y amigas, definitivamente apunto a sus habilidades blandas, especialmente la capacidad de comunicación, resiliencia y empatía. Cuando combinas estos tres, tienes un poder extraordinario porque logras influir de manera significativa y trascender en lo que te propongas.

¿Cuál es el peor estereotipo al que ha tenido que hacer frente como consultora empresarial?

Pregunta compleja, dura y difícil, pero sensata a la vez. “Una consultora con hijos no es igual de productiva, los niños pequeños quitan mucho tiempo”, diría que es este.

Y ¿cuál es mi respuesta? Si, los niños pequeños necesitan mucha atención, al igual que un adulto



mayor en casa o un proyecto personal importante. Todo recae en cómo planificas, organizas y aprendes a poner límites. Siempre he pensado y así lo aplico en mi vida, aunque suene cliché, que la clave está en la organización, donde por cierto a veces el premio se lo lleva la mejor mamá, a veces la mejor profesional, a veces la mejor amiga, esposa. Lo importante es que cada una encuentre su manera de hacerlo y romper con estas barreras. La maternidad nunca ha sido una barrera en mi vida, por ejemplo, al contrario, ha sido mi mejor etapa profesional pues la comunicación, resiliencia y compromiso justamente han aflorado a su máximo nivel. Si volviera a ese momento le diría con argumentos, que estaba equivocado a esa persona, pues la maternidad ha sido el mejor boost de energía y creatividad en mi vida y mi mejor proyecto.

¿Cuál considera que es esa misión única e irrepetible, que solo usted puede hacer con sus clientes?

¡Me encanta! La misión de escucharlos y ayudarlos a ver lo que ellos no han visto. Uno como consultor tiene varias gorras: la de amiga, psicóloga, estratega, ejecutora, resolutora de conflictos y demás. Es lo que siempre digo por más Al que haya (que la amo, aplico y me fascina), la capacidad de ayudarlos a trascender a través de pensamiento estratégico y soluciones sencillas, prácticas y rentables es lo que más repiten con gran cariño hacia lo que hago.

¿Cómo las mujeres en espacios de toma de decisiones pueden crear un impacto positivo?

Con su efecto transformador en las sociedades. Creando espacios que trascienden.

¿Se ha encontrado con algún indicio en el avance hacia la igualdad de género que indique que vamos en la buena dirección?

Ha sido lento, pero sí. La pandemia lo retrocedió. Ahora, siento que los gobiernos, empresas y empresarios cada vez lo entienden más y lo están incorporando a sus realidades. Lo que preocupa es como en otros aspectos de la vida, esto va más lento. Por ejemplo, por un lado, las empresas están creando programas de diversidad y aplicándolos, pero cuando hay grupos de chats de colegios solo incluyen a las mamás y uno se pregunta ¿por qué en algo tan clave como la educación seguimos igual? Allí es donde siento que hay avances importantes en unos aspectos y en otros no. Pero el trabajo se seguirá haciendo y los logros, aunque sean pequeños hay que celebrarlos.

¿Qué es lo mejor de su rol actual de consultora de reputación, crisis y sostenibilidad?

Es mi gran pasión. Disfruto muchísimo escuchar a mis clientes sus preocupaciones y sueños, sus necesidades y por otro lado activar mi lado creativo y estratégico para poner manos a la obra en los caminos que sugiero tomar. Algo que disfruto mucho de mi nueva etapa es la diversidad de clientes, la posibilidad de volar mi imaginación y darle una perspectiva muy distinta de soluciones a la del mercado, con una cercanía y personalización que todos agradecen muchísimo.



¿Cuál es el mejor consejo profesional que ha recibido y de quién vino?

Diversifica tus ingresos, no solo trabajes para una empresa. Necesitas distintas fuentes de negocio, sin que necesiten de ti. De una gran amiga y profesional de las finanzas, Livi Silva.

Esto es clave y más con las mujeres que a veces por ser conservadoras no nos atrevemos a veces por no salirnos de lo 100% seguro. De hecho, es algo que ahora le repito a muchas e incluso estoy trabajando proyectos asociados a ello.

Brecha salarial, techo de cristal, convivencia de estereotipos masculinos en la socialización y educación... Se plantean muchos problemas para la vida empresarial de la mujer, pero ¿alguna solución? ¿Cuál debería ser la prioridad?

Siempre mi respuesta será la educación desde casa. Los estereotipos se rompen desde que eres pequeño. No es fácil lidiar con esto y te encuentras con muchas piedras en el camino, pero educar desde el inicio es la clave que cambiará todo el norte. Estamos en un proceso continuo, pero depende de todos.

¿Cuáles considera que son esas características del liderazgo femenino que lo hace tener impacto en la sociedad?

Resiliencia, empatía y compromiso.

¿Por qué el liderazgo femenino es fundamental para el desarrollo de las sociedades hoy día?

Porque un mundo donde ha quedado claro que no todo es blanco o negro o unos números exactos y perfectos siempre, sino que hay necesidades humanas relevantes y que harán sostenible este mundo, las mujeres tienen el don de la empatía en todas sus facetas y unas habilidades blandas que serán el mejor driver en lo que estamos viviendo.

¿Cuáles crees que son los obstáculos más relevantes con los que se puede encontrar una mujer que aspira a una posición de liderazgo?

Depende de cómo lo veas y la empresa, pero diría que los que más uno ve y escucha:

1. Ver la maternidad como un obstáculo, lo cual es tan incorrecto
2. El síndrome del impostor
3. El miedo a retornos

Pero como todo, depende de cómo uno lo enfrente tienes el éxito que buscas. No es imposible, solo debes tener muy claro tu norte.

¿Qué consejos le darías a una mujer con talento que aspira a ocupar puestos de dirección?

Que lo haga, que cumpla sus sueños. Dirigir una operación es y será siempre para mí un gran honor y responsabilidad y lo haré por todo el tiempo que la salud me lo permita. ¡A disfrutarlo!

¿Qué cambiaría del mundo empresarial si tuviera la oportunidad?

Entender que no todo es blanco o negro y que la necesidad de equivocarnos es clave, pues de allí se sorprenderían lo que sale y siempre para MEJOR!

¿Cómo se construyen las bases para impulso del liderazgo femenino?

Con resiliencia, compromiso y comunicación.

¿Cómo conseguir más mujeres líderes en todos los ámbitos?

Con educación desde la infancia. ¡En este mundo todo empieza por allí! No es que sea tendencia, es que debemos cambiar nuestro lenguaje y educación.

EDITORIAL
IMPACTOS
MOCKUPS
LOGOS REDES
RENDERS PACKAGING
REVISTAS
ETIQUETAS
DESARROLLO DE MARCA
PRE-PRENSA
RETOQUE DIGITAL

LEGO
estudio creativo

✉ lgota30@gmail.com

☎ +57 314 7450003

Maribel Resende

Head of Marketing para el Negocio de Celulares de Samsung Electronics en Centroamérica y El Caribe

Rompiendo barreras: Samsung lidera el camino hacia el empoderamiento femenino en el mundo laboral



Samsung ha sido durante mucho tiempo una de las compañías más reconocidas en el mercado de la tecnología, destacando en una gran variedad de áreas, desde dispositivos móviles hasta televisores y electrodomésticos. Pero lo que quizá no sea tan conocido es su compromiso con la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo, y en particular, su dedicación al fomento del liderazgo femenino en los países en los que tiene presencia.

Tuvimos la oportunidad de charlar con Maribel Resende, la Head of Marketing para el Negocio de Celulares de Samsung Electronics en Centroamérica y El Caribe, quien nos contó sobre los esfuerzos de la empresa surcoreana para fomentar la igualdad de género. De su mano, descubrimos las innovadoras iniciativas que Samsung está implementando para fomentar la participación femenina en todos los niveles de la empresa y en la sociedad.

¿Qué tipo de iniciativas ha implementado Samsung para fomentar el liderazgo femenino?

En Samsung, tenemos un compromiso con la diversidad y la inclusión en todas sus formas, y esto incluye asegurarnos de que las mujeres estén representadas en los puestos de liderazgo y gerencia. Para lograr esto, hemos aumentado el número de ejecutivas y gerentes femeninas, proporcionamos programas de capacitación y mentoría para mujeres, así como apoyo para las madres que trabajan. Y como resultado, hemos visto un aumento cinco veces mayor en ejecutivas femeninas y casi el doble de aumento en el nivel de gerentes en los últimos diez años.

Abrazamos el hecho de que la diversidad en la fuerza laboral no solo enriquece la cultura interna, sino que también impulsa la innovación y el éxito empresarial en un mundo cada vez más globalizado y diverso, por eso creemos en la necesidad de impulsar líderes femeninas.

De igual forma buscamos llevar esa cultura empresarial al resto del mundo e impulsar iniciativas en las que se fomente el liderazgo femenino. Recientemente participamos en Nicaragua del evento Bootcamp Empresarias Disruptivas para fomentar el empoderamiento de las mujeres emprendedoras de ese país centroamericano, e impulsar en ellas el desarrollo de habilidades de liderazgo, visibilizamos los logros de mujeres nacidas para brillar, en diversos campos como la ciencia, el arte y la innovación.

¿Cómo hace Samsung para garantizar que estos esfuerzos sean sostenibles en el tiempo?

Sin duda es importante tener un compromiso constante. Día a día seguimos proporcionando programas de capacitación y mentoría para mujeres, ampliando nuestro enfoque en la diversidad e inclusión, llevando a cabo nuevas iniciativas y medidas para brindarles todo lo que necesitan para mostrar su potencial.

Samsung nos proporciona a las mujeres todas las herramientas necesarias para crecer y desarrollarnos, no solo por medio de oportunidades para avanzar en roles de liderazgo, sino también impulsándonos a superar nuestras metas y aspiraciones. La empresa

reconoce que el crecimiento profesional no se limita únicamente a ocupar puestos de liderazgo, sino que implica ir más allá, explorando nuevas áreas de interés y desafiando los límites preexistentes.

También entendemos que esta debe ser una iniciativa integradora, por ello involucramos aliados masculinos en la tarea de fomentar el liderazgo femenino.

Los aliados masculinos pueden desempeñar un papel fundamental al respaldar que las voces de las mujeres sean escuchadas y representadas en todas las interacciones empresariales. Desde las reuniones cotidianas hasta los niveles superiores de la organización, los aliados masculinos pueden trabajar para garantizar la participación de las mujeres, promoviendo su presencia en la toma de decisiones y asegurándose de que sus ideas y contribuciones sean valoradas.

¿De qué forma el liderazgo femenino que Samsung promueve a lo interno se refleja a lo externo de la compañía?

Samsung se compromete a impulsar el liderazgo femenino desde múltiples perspectivas, y una de ellas es a través de su destacado programa llamado Samsung Innovation Campus. Este programa ha demostrado ser un gran impulsor para el desarrollo de habilidades en áreas clave como la codificación y programación, y se enorgullece de alcanzar una notable participación femenina del 47%.

En cada una de sus ediciones, el Samsung Innovation Campus permite brindar oportunidades educativas de calidad a estudiantes, entre ellos a jóvenes mujeres, fomentando su participación activa en campos que tradicionalmente han estado dominados por hombres. A través de esta iniciativa, Samsung busca cerrar la brecha de género en el ámbito tecnológico y empoderar a las mujeres para que se conviertan en líderes en estas áreas.

El programa ofrece una amplia variedad de cursos y capacitaciones especializadas en codificación y programación, brindando a las participantes los conocimientos necesarios para tener éxito en el mundo digital. Estas habilidades son cada vez más relevantes en la sociedad actual, y Samsung reconoce la importancia de asegurarse de que las mujeres estén equipadas con las herramientas adecuadas para prosperar en esta era tecnológica.

Además, el Samsung Innovation Campus no solo se centra en el desarrollo de habilidades técnicas, sino que también se preocupa por impulsar el espíritu emprendedor y fomentar la creatividad en los participantes. A través de proyectos prácticos y desafiantes, las mujeres tienen la oportunidad de aplicar sus conocimientos recién adquiridos y desarrollar soluciones innovadoras a problemas del mundo real.

Samsung ha sido reconocida por su enfoque en la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo en varios mercados, ¿puede referirse a algunos de estos reconocimientos?

Claro, en Corea, hemos sido certificados como una empresa amigable para la familia durante ocho años consecutivos por el Ministerio de Igualdad de Género y Familia de Corea. El Gobierno Estatal de Texas nos reconoció como un lugar de trabajo amigable para las madres en 2020, mientras que en Canadá fuimos nombrados el "Mejor Empleador para Jóvenes". Además, la filial de Samsung en Estados Unidos obtuvo las mejores calificaciones en la evaluación del Índice de Igualdad Corporativa de la Fundación de la Campaña de Derechos Humanos durante dos años consecutivos, en reconocimiento a nuestras prácticas inclusivas para empleados LGBTQ+.

Parece que Samsung ha sido muy exitoso en impulsar el liderazgo femenino. ¿Cómo planean seguirlo liderando este camino?

Samsung ha estado trabajando arduamente para promover la igualdad de género y el liderazgo. En nuestra compañía, valoramos la diversidad, la equidad y la inclusión, ya que sabemos que son fundamentales para seguir innovando.

Pero aquí está la clave: creemos firmemente que la mejor manera de liderar en este tema es ser un ejemplo. Queremos que las mujeres sepan que los puestos de liderazgo están a su alcance. Por eso, estamos implementando iniciativas que las inspiren y las motiven a dar lo mejor de sí. Queremos que otras compañías, tanto grandes como pequeñas, nos sigan el paso. Si todos tomamos pequeñas acciones juntos, podemos cerrar la brecha de género de forma segura. Y cuando eso suceda, veremos cada vez más mujeres ocupando puestos de liderazgo en todas partes.



FACTOR DE ÉXITO

emprende

La visibilidad efectiva para
emprendedores y nuevos negocios

CHILE | COLOMBIA | ECUADOR | MÉXICO | PANAMÁ | REPÚBLICA DOMINICANA | MIAMI | ATLANTA | NEW YORK

3 razones

para elegir esta plataforma

1 Audiencia clave



2 Impacto en varios formatos



3 Inversión accesible



CONOCE MÁS AQUÍ >>>



Karen Montalva

Conferencista

La importancia de cultivar el mundo interior

En el libro Soy Monarka despliega esta propuesta a través de relatos autobiográficos, para que la lectora, al igual que la mariposa, haga su propia transformación.

SI TU AGENCIA PIENSA QUE SOLO NECESITAS ANUNCIOS

NECESITAS CAMBIAR

DE AGENCIA

Brandstore

LA PRIMERA
COMUNIDAD
CREATIVA
COLABORATIVA



La chilena Karen Montalva es TEDx & Keynotes Speaker, Conferencista Internacional. Contribuye, entrena y asesora a personas y organizaciones a alcanzar su máximo desempeño, a través del aprendizaje de las habilidades y herramientas claves de ventas, desarrollo personal y de equipos.

Es Ingeniero Comercial, Magíster en Comunicación Estratégica de la Universidad Católica de Valparaíso, Docente Postgrado Universidad Técnica Federico Santa María y otras Instituciones Educativas y Columnista de Flumarketing.com. Tiene 15 años de experiencia implementando contenido digital y de marketing para iniciativas tecnológicas y 25 en el mundo del marketing y las ventas B2B y B2C. Además, es autora del modelo y libro #YOVENDO.

Su portafolio de conferencias (Ventas, Liderazgo Transformacional, Inteligencia Conversacional, entre otras) ha llegado a 16.000 personas en 16 países del mundo.

En los últimos años, Karen Montalva ha transitado un camino donde cultivar el mundo interior ha tomado una gran relevancia para ella. Hoy, con SOY MONARKA hace una invitación a hacer una pausa en el torbellino diario para ingresar a ese mundo interior de la mujer y reconocer lo esencial de ella misma; este libro fue presentado recientemente en Chile y está disponible en todo el mundo en Amazon.

Para esta edición, donde buscamos celebrar a la mujer y el efecto transformador de su liderazgo, quisimos conocer más de la carrera de Karen, así como su visión del empoderamiento femenino.

¿Qué es una mujer Monarka? ¿Cómo consiguió usted llegar a ser una mujer Monarka?

Una mujer MONARKA es una mujer en construcción. Es una mujer que se cultiva a sí misma diariamente, primero, desde su interior. Ella comprende que es arquitecta de su vida y que, por serlo, ella se conoce, abraza su esencia y talentos. Ella entiende que los resultados, victorias y logros de su vida dependen en gran medida de cuánto trabaje sus pensamientos, emociones, duendes y relación con el tiempo. Una mujer MONARKA comprende que tiene una oportunidad increíble: la de volar alto, muy alto para ser una influencia positiva en la vida de todos quienes la rodean. Una mujer MONARKA comprende que tendrá desafíos, que el vuelo no será simple ni fácil, sin embargo, ella emprende el vuelo a pesar de sus miedos. Da un paso a la vez, porque está segura que hay un destino increíble final de la travesía. Una mujer MONARKA comprende que su vida es el momento que vive y evita la tentación de anclarse en el pasado o abrumarse por el futuro. Ella avanza sabiendo que la dirección es más importante que la velocidad y que su vuelo empujará probablemente sin quererlo, el vuelo de otras mujeres.

Estoy cultivando mi interior para conseguir llegar a ser una mujer MONARKA. El compartir los principios de mis conferencias es un recordatorio constante para mi propio proceso de transformación interior.

Pero ir hacia adentro suele ser muy duro, ¿qué recomienda como primer paso para hacer este viaje al interior?

Ir hacia adentro no necesariamente tiene que ser duro. Ni tampoco debería ser un jardín de rosas. En realidad la invitación no es a etiquetar el viaje sino que a vivirlo. Siempre podemos decidir cómo queremos vivir nuestra existencia: en total inconsciencia o en absoluta conciencia de quienes somos y qué queremos llegar a ser. La inconsciencia nos lleva incluso, como afirman estudios de neurociencia, a no grabar momentos significativos,

es decir, a mirar hacia atrás y no levantar recuerdos con sentido.

Una vida con mayor conciencia, es una vida más plena, feliz y memorable. Ingresar a nuestro interior es valorarnos, es visibilizarnos para las personas más importantes en este mundo: nosotros mismos.

¿Qué la motivó a escribir un libro con sus propios relatos de vida? ¿Cuán difícil ha sido compartir esa intimidad con el público?

Hace varios años me di cuenta de que el punto de partida de una vida plena y con sentido era el cultivo del propio mundo interior. Luego pensé que la mejor forma de visibilizarlo en mi libro SOY MONARKA era a través de relatos reales, porque serían esas historias las que conectarían con la lectoras. Pero en ese punto me di cuenta que no podía invitar a mis lectoras a ingresar a sus mundos interiores si yo no ingresaba al mío. Entonces decidí hacerlo y lo hice a través de un trabajo terapéutico que duró varios años y que sumé al registro de eventos que marcaron mi vida.

Sí fue difícil visibilizar estos punto de inflexión, de hecho, me debatí por varios meses si daría ese paso para mostrarme vulnerable. Sin embargo y luego de un par de conversaciones conmigo misma, me di cuenta que eso era el camino. Y sí fue un desafío hacerlo, ya que escribir esas historias implicaba recordar y para el cerebro este ejercicio es volver a vivir.

¿A qué le atribuye el éxito en su carrera, sus conferencias y sus libros? ¿Cuál ha sido su secreto?

Considero que he sido privilegiada pero no me siento cómoda con afirmar que sustento el éxito laboral. Me reconozco como una activa aprendiz y eso me ha permitido estudiar de diversas disciplinas, descubrir mundos detrás de interesantes investigaciones y poner en simple para mis audiencias y entrenados, herramientas de bienestar personal y profesional. Todo esto con un único objetivo: facilitar espacios de inspiración y aprendizaje en mis conferencias y programas de entrenamiento corporativo.

He procurado curar contenidos de valor para hacer más simple la vida al interior de los equipos y al interior de las personas. Creo que vivimos tiempos turbulentos, lo que probablemente no es ninguna novedad, sin embargo, la turbulencia exterior no debería silenciar, para nosotros, lo que ocurre en nuestro interior.

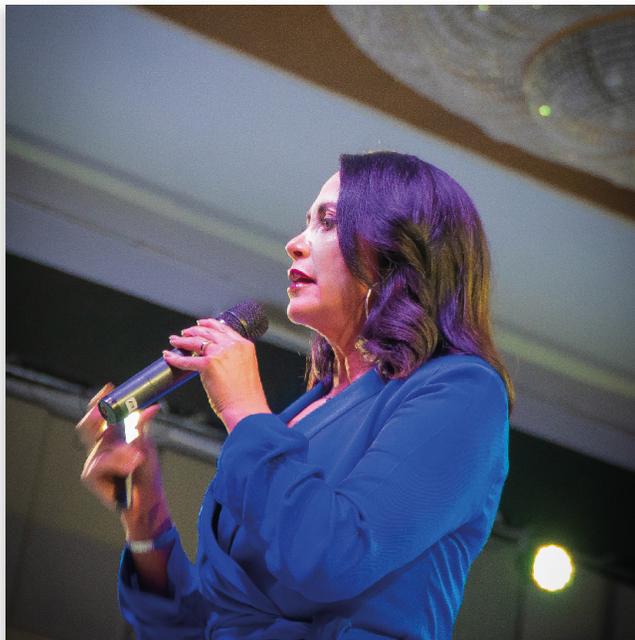
Estamos acostumbrados a relacionarnos a través de lo que vemos, del mundo tangible en el que vivimos, sin embargo, los resultados en ese mundo que vemos depende de cuánto cultivemos el mundo que no se ve. En

nuestro mundo interior se encuentran nuestras emociones, pensamientos, miedos, deseos, duelos, anhelos, recuerdos, entre otros importantes componentes de nuestro ser. Sin embargo y luego de cientos de conversaciones con personas, equipos y líderes y mi propia investigación sostenida, particularmente para mi último libro (SOY MONARKA), creo que tenemos una gran oportunidad para conectarnos con ese espacio íntimo y fundamental.

He querido, desde el día en que decidí lanzarme como marca personal, visibilizar ese mundo interior que todos tenemos, para poner en relieve la importancia de cultivarlo como inicio o re-inicio de una vida con mayor sentido e influencia.

¿Tiene algún hobby o pasión? ¿Cómo lo conecta con sus conferencias y libros?

Tengo varios hobbies. Bailo flamenco, trabajo mi cuerpo a través del ejercicio de pilates y ejercicios funcionales. Amo la música y el arte. Me gusta vivir experiencias al aire libre y procuro cada vez que puedo, hacer algo de deporte aventura. Creo que todas las pasiones que vengan de diversos mundos desarrollan nuestra capacidad creativa. Disfrutar estos diversos mundos me ha enriquecido enormemente.



¿Qué fue lo que la sedujo para seguir por este camino que hoy lleva en pro de la mujer?

Tengo una herencia femenina. Mi bisabuela Irene, mi abuela Laura, mi madre María Teresa trabajaron para y por mujeres. Al mirar hacia atrás y ver mi historia sentí la responsabilidad de continuar su legado y de sumarme a la cadena de mujeres sirviendo a otras mujeres. Es un llamado de mi propio ADN, pero también es un llamado de mi corazón. Me siento feliz y plena cada vez que puedo sumar a la vida de una mujer y también de hombres que impactan con sus decisiones, a mujeres. Estoy

convencida de que estamos en este plano para desarrollar nuestro máximo potencial y no nuestro mínimo. ¡Ser la mejor versión de nosotras mismas! Para eso debemos decidir ser nuestras propias coaches, cada día y en conciencia. Estas certezas personales me invitan a facilitar momentos de aprendizaje y de descubrimiento en quienes me escuchan. Ese es el propósito que me guía.

¿Tiene algún sueño por cumplir?

Muchos! Me gustaría llegar a todas las mujeres del mundo con este mensaje. Me gustaría hablar otros idiomas además del inglés, (japonés, chino y portugués... por qué no?). Otros sueños pendientes en la lista: volver a pintar acuarela y retomar mis estudios de piano.

Verónica Arosemena

Por una comunicación clara, concisa,
consciente y compasiva

La importancia de cultivar el mundo interior

Afirma la especialista que usamos el lenguaje no solo para entender la realidad, sino para crearla, de allí la importancia de manejar una comunicación asertiva.

“Si la comunicación es algo inevitable, ¿cómo podemos usarla a nuestro favor?” Con esta pregunta contundente y directa recibe Verónica Arosemena a quien visita su página web, dejando muy claro que es una profesional motivada a trabajar ayudando a que las empresas y personas se comuniquen mejor.

“Desde pequeña sentí pasión por la comunicación. Pasados los años, hice de esa vocación mi carrera. Soy consultora de Comunicación y Periodista. Trabajo con personas interesadas en que su comunicación y redacción sean herramientas para el éxito, mediante asesorías, estudios de comunicación interna, producción de contenidos y talleres especializados. Mi objetivo es poner la comunicación al servicio de las empresas y la comunidad”, afirma en conversación para Factor de Éxito.

Con más de 12 años de experiencia dictando talleres y realizando asesorías a clientes dentro y fuera del Ecuador, Verónica puede decir con orgullo que entre su portafolio de clientes se encuentra empresas como Banco Bolivariano, Intaco, Primax, Banco del Pacífico, Global Hitss, Vitapro, BYD Electric, Alicorp, La Fabril, Banred, Claro Ecuador, entre otros.

Graduada de Comunicadora en la Universidad de Especialidad de Espíritu Santo, Ecuador, trabajó en Relaciones Públicas del Hotel Oro Verde Guayaquil y como jefe de redacción en Open Magazine.

Hoy, como profesional independiente, ofrece en su catálogo los siguientes servicios:

Diagnóstico de la Comunicación Organizacional, que permite evaluar el estado actual de la Comunicación Interna mediante un proceso de observación, encuestas y entrevistas. Así como ayuda a contestar preguntas como:

- ¿Qué tan comprometidos se sienten los trabajadores con la empresa?
- ¿Cómo se están comunicando los empleados a todo nivel?



- ¿Tienen los trabajadores la información necesaria para hacer su trabajo?
- ¿Qué tan efectivas son la cartelera de información, los boletines o el intranet?
- ¿De qué forma podemos mejorar nuestra comunicación para tener éxito?

Plan Estratégico de Comunicación Interna, establece las estrategias y las tácticas que realizará la organización en torno a la gestión de la comunicación y la información en un tiempo determinado, con el objetivo principal de obtener la fidelización de sus trabajadores.

Cuanto más claro se diga qué es lo que hace la empresa, cuál es su razón de ser, y cuáles son sus objetivos, más evidente será para todos los trabajadores cómo se debe trabajar para alcanzar las metas propuestas.

Asesoría en Comunicación Efectiva, para descubrir cómo vender exitosamente un proyecto, hacer una presentación o llegar a tu público objetivo, mediante la construcción de mensajes estratégicos y su comunicación efectiva

“Mi tema preferido para trabajar junto a mis clientes es ayudarlos a dar Presentaciones Poderosas”,

señala. Según la necesidad del cliente, trabaja en una consultoría personalizada basada en la experiencia, la investigación y la psicología de la comunicación. Para comunicar con eficacia será necesario establecer una relación en que las acciones, pensamientos e intenciones de una persona (el emisor) desencadenen una respuesta deseada en otra persona (el receptor).

Producción de Contenido, para la redacción y edición de: Políticas Empresariales, Manuales, Folletos, Boletines, Planes de Negocio, Páginas Web, Textos varios, Tesis, Libros, Piezas Periodísticas

Por otro lado, sus capacitaciones se especializan en el desarrollo de habilidades de comunicación interpersonal y oratoria. Imparte talleres de Redacción Profesional en el Correo Electrónico Laboral, Reuniones Laborales Eficientes, Comunicación Efectiva, Redacción Corporativa en Canales de Comunicación Interna

Pero Verónica afirma que hace nueve años la meditación cambió su vida. En los últimos tiempos, ha incorporado esta práctica milenaria en el taller llamado: “Ser asertivo y sobrevivir en el intento”. Así invita a todo el que tiene curiosidad por aprender a meditar o a aquellas personas que lo han intentado y no les ha funcionado a este curso, donde además de Mindfulness y Meditación, enseña claves sobre Comunicación Asertiva. “Poder compartir lo aprendido me hace muy feliz”, concluye.





A la Revolución Digital hay que oponer una Revolución de la **INTELIGENCIA**

www.mytalent360.com



Florida Global University
USA



Certified by:
CEL
Center for Employment
Leadership



Novedades del Grupo LATAM y Delta: la primera operación del grupo LATAM a Atlanta (Lima-Atlanta) y nuevas rutas en conjunto, incluida Miami-Medellín

Las aerolíneas anunciaron cuatro nuevas rutas entre Sudamérica y Estados Unidos, y un aumento de un 75% de la capacidad de transporte de pasajeros desde la implementación del acuerdo comercial.



Quito, 16 de junio de 2023 - El grupo LATAM y Delta Air Lines incorporarán cuatro rutas a sus redes de conectividad global, en el marco del acuerdo JV estratégico entre las principales aerolíneas de las Américas.

El 29 de octubre, LATAM Airlines Perú introducirá vuelos tres veces por semana (miércoles, viernes y domingo), entre su centro de conexiones en Lima y el hub de Delta en Atlanta (sujeto a aprobación gubernamental). La primera ruta de LATAM a la capital del Estado de Georgia será complementaria al actual servicio diario de Delta, y operará con aviones Boeing 767 con cabinas Premium Business, LATAM+ y Economy. Además, en la misma fecha, LATAM Airlines Colombia lanzará un nuevo servicio diario entre Miami y Medellín a partir del 29 de octubre, que operará con aeronaves Airbus 320 equipada con cabinas Premium Economy y Economy.

Por otra parte, Delta relanzará el servicio entre su centro de operaciones de Atlanta y Cartagena, Colombia. La ruta comenzará el 22 de diciembre y ofrecerá tres vuelos semanales en aviones Boeing 737 con servicio de First Class, Delta Comfort+ y Main Cabin. Delta también añadirá un segundo vuelo diario entre Atlanta y Bogotá (Colombia), a partir del 28 de octubre con aviones Boeing 757 que ofrecerán servicios de First Class, Delta Comfort+ y Main Cabin. Las rutas estarán disponibles para reservar a partir del 17 de junio en latam.com y delta.com.

Norte y Sudamérica, más cerca que nunca

El acuerdo JV estratégico entre el grupo LATAM y Delta se ha traducido en las redes con mejor conectividad en la industria, uniendo los más de 120 destinos sudamericanos atendidos por el grupo LATAM con los más de 200 destinos norteamericanos atendidos por Delta. Las rutas que se incorporan a la red conjunta permitirán explorar Atlanta, Miami, Lima, Cartagena, Bogotá, y Medellín, y aumentarán las oportunidades de conectar con otros destinos interesantes en ambos continentes. Desde Atlanta, Delta ofrece más de 780 vuelos diarios a 143 destinos en EE.UU. y Canadá. Desde Miami, Delta ofrece más de 30 vuelos diarios a 11 destinos en EE.UU., mientras que el grupo LATAM ofrece 102 vuelos semanales desde Miami a 5 ciudades en Sudamérica. Desde Medellín, el grupo LATAM opera 33 vuelos diarios a 11 destinos en Sudamérica, mientras que, desde Lima, el grupo LATAM ofrece más de 108 vuelos diarios a 37 destinos en Sudamérica. Desde su centro de operaciones en Bogotá, el grupo LATAM ofrece 84 vuelos a 21 destinos en Sudamérica.



“La misión del acuerdo comercial entre Delta y el grupo LATAM es hacer que los viajes entre ciertos países de América del Norte y del Sur sean más fáciles y agradables, acercando los continentes más que nunca”, dijo Alex Antilla, vicepresidente de Delta para América Latina. “Estamos agradecidos por la respuesta de los clientes que están eligiendo a Delta y al grupo LATAM. Estas nuevas rutas y servicios adicionales, combinados con nuestros beneficios para pasajeros frecuentes, proporcionarán aún más

formas de descubrir y hacer negocios en estos mercados. Igual de importante es que esperamos dar la bienvenida a LATAM Airlines Perú en su primera ruta a Atlanta, facilitando más conexiones a través del hub más grande de Delta”.

“Estamos muy contentos de la nueva ruta entre Miami y Medellín anunciada por LATAM Airlines Colombia, uno de los principales centros financieros, industriales y comerciales de Colombia. Al mismo tiempo, el servicio de LATAM Airlines Perú entre Lima y el principal centro de conexiones de Delta en Atlanta, que además refuerza el compromiso conjunto de entregar más y mejores opciones de conectividad para los clientes”, comenta Martin St. George, vocero oficial del Grupo LATAM. “Seguiremos trabajando arduamente para elevar la experiencia de los pasajeros con un servicio aclamado internacionalmente y con un decidido énfasis en la sostenibilidad a los cielos de América y del mundo”.

El acuerdo comercial entre Norte y Sudamérica Desde la implementación de su acuerdo estratégico, en octubre de 2022, el grupo LATAM y Delta han aumentado su capacidad en un 75% y es el JV número 1 en participación de mercado, medido en pasajeros, y en número de vuelos entre Nueva York y Los Ángeles por un lado y ciertos países en Sudamérica. Con estas últimas rutas, el acuerdo ha duplicado con creces la capacidad desde el hub de Delta en Atlanta, y casi ha duplicado la capacidad hacia los centros de conexiones del grupo LATAM en ciertos países de Sudamérica, ofreciendo al mismo tiempo la mejor experiencia tanto en tierra como en el aire. El acuerdo se aplica a mercados específicos, ofreciendo beneficios a los clientes y conexiones más rápidas a más de 300 destinos entre EE.UU./Canadá y Sudamérica (Perú, Brasil, Chile, Colombia, Paraguay y Uruguay), incluyendo:

- ▶ Bogotá-Orlando: A partir del 1 de julio
- ▶ Sao Paulo (GRU)-Los Ángeles: A partir del 1 de agosto
- ▶ Miami-Medellín: Desde el 29 de octubre
- ▶ Nueva York (JFK)-Río de Janeiro: A partir del 16 de diciembre
- ▶ Cartagena-Atlanta: Reinicia el 22 de diciembre

Los socios de los programas de viajero frecuente LATAM Pass y Delta SkyMiles pueden acumular y canjear puntos/millas y disfrutar de beneficios Elite recíprocos al volar en servicios de la otra aerolínea. Dependiendo de la categoría de socio del programa de viajero frecuente, los beneficios incluyen:

- ▶ Exención de la tarifa de selección de asiento
- ▶ Embarque prioritario
- ▶ Asientos preferentes
- ▶ Facturación prioritaria

- ▶ Equipaje adicional permitido
- ▶ Gestión prioritaria del equipaje
- ▶ Control de seguridad prioritario a través de TSA

El grupo LATAM y Delta seguirán trabajando juntos creando una mejor experiencia de viaje para sus clientes. Las aerolíneas ya comparten terminales en aeropuertos como Nueva York (JFK), São Paulo/ Guarulhos (Brasil) y Santiago (Chile), además de permitir el acceso a 53 salones Delta Sky Club en Estados Unidos y cinco LATAM Lounges en Sudamérica.

Miami-Medellín

Vuelo	Salida	Llegada	Frecuencia
LA 4409	Miami - 6:30 p.m.	Medellín - 9:55 p.m.	Diario
LA 4408	Medellín - 12:30 p.m.	Miami - 3:55 p.m.	Diario

Itinerario de las nuevas rutas entre Latam Airlines y Delta Air Lines.

Latam Airlines y Delta Air Lines.

Vuelo	Salida	Llegada	Frecuencia
DL 1851*	Atlanta - 9:50 a.m.	Cartagena - 1:55 p.m.	Miércoles, viernes, domingo
DL 1852*	Cartagena - 3:20 p.m.	Atlanta - 7:35 p.m.	Miércoles, viernes, domingo

Atlanta-Bogotá

Vuelo	Salida	Llegada	Frecuencia
DL 981	Atlanta - 3:00 p.m.	Bogotá - 7:45 p.m.	Diaria
DL 980	Bogotá - 9:00 a.m.	Atlanta - 2:35 p.m.	Diaria
DL 589*/***	Atlanta - 9:45 a.m.	Bogotá - 2:30 p.m.	Diaria
DL 590*/***	Bogotá - 4:00 p.m.	Atlanta - 9:00 p.m.	Diaria

Lima-Atlanta (incluye nuevo servicio LATAM Airlines Perú)

Vuelo	Salida	Llegada	Frecuencia
DL 151	Atlanta - 3:30 p.m.	Lima - 9:45 p.m.	Diaria
DL 150	Lima - 11:55 p.m.	Atlanta - 6:40 a.m. (+1)	Diaria
LA 2483	Atlanta - 10:45 p.m.	Lima - 5:40 a.m. (+1)	Miércoles, viernes, domingo
LA 2482	Lima - 12:00 p.m.	Atlanta - 7:10 p.m.	Miércoles, viernes, domingo

Itinerario de las nuevas rutas entre Latam Airlines y Delta Air Lines.

Latam Airlines y Delta Air Lines.

* Los horarios pueden sufrir modificaciones. Sujeto a aprobación gubernamental

** Nuevo servicio LATAM Atlanta-Lima a partir del 29 de octubre

*** Nuevo vuelo adicional Delta Atlanta-Bogotá a partir del 29 de octubre



Vielka Guzmán Gerente de Relaciones Públicas y Comunicaciones de Barrick Pueblo Viejo **Isabel Figueroa de Rolo** CEO Factor de Éxito
Juan Manuel Martín de oliva Vicepresidente del Área de Turismo del Banco Popular **Marianna Vargas** Directora general de DGCINE
Odile Camilo Rectora de Unibe **Isabel Cristina Rolo** Directora ejecutiva Factor de Éxito

Segundo conversatorio Mujeres Factor de Éxito

► El efecto transformador del liderazgo femenino

Factor de Éxito, comprometido con aportar contenido y espacios de valor a su audiencia y a la sociedad, realizó un encuentro en el que realzó el impacto positivo que tienen las mujeres líderes de la República Dominicana.



Isabel Cristina Rolo
Directora ejecutiva de Factor de Éxito

Conscientes de que el mundo de hoy exige la participación de hombres y mujeres por igual, y que el liderazgo femenino tiene un evidente y poderoso impacto en todas las áreas de desarrollo del país, Factor de Éxito reunió en un grato encuentro, titulado “El efecto transformador del liderazgo femenino”, a mujeres de influencia en diferentes ámbitos, que permitió escuchar, de primera mano, las experiencias de estas mujeres en el ejercicio de su liderazgo.

La bienvenida al conversatorio estuvo a cargo de Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de la revista, quien exaltó el aporte del liderazgo femenino en la construcción de un mundo mejor, más justo y, sobre todo, más sostenible.

En la apertura oficial, Inka Mattila, representante residente del PNUD en República Dominicana, afirmó: “Desde el PNUD impulsamos iniciativas para la participación de mujeres en puestos de liderazgo. Sin equidad de género es imposible lograr desarrollo sostenible”.



Inka Mattila
Representante Residente para República Dominicana del PNUD

A continuación, Juan Manuel Martín de Oliva, vicepresidente del área de turismo del Banco Popular Dominicano, moderó el primer panel, en el que Marianna Vargas, directora general de DGCINE; Odile Camilo, rectora de Unibe; y Vielka Guzmán, gerente de Relaciones Públicas y Comunicaciones de Barrick Pueblo Viejo, expusieron su visión como mujeres líderes dentro de importantes áreas de desarrollo del país.

“El equal pay es la primera lucha que tiene la mujer en la cinematografía. En RD hemos logrado vencer ese obstáculo con un mecanismo de regulación de los presupuestos, mediante políticas públicas. Si tú tienes una determinada experiencia, el monto a ganar es el mismo si eres hombre o mujer”, dijo la directora general de DGCINE.

La perspectiva de una institución tan relevante como el Banco Mundial sobre el liderazgo de la mujer también estuvo presente en el conversatorio. “Todas somos líderes, ejercemos nuestro liderazgo en diferentes entornos: trabajo, comunidades, sociedades, todas lideramos en nuestros entornos todos los días”, expresó en su participación de Alexandria Valerio, representante residente de esa institución en el país.

Las mujeres también están liderando exitosamente la construcción de relaciones internacionales y diplomáticas. Así lo demostró Angie Martínez, embajadora de la República Dominicana en Jamaica, quien fue entrevistada por Guillem Martí, director del Centro de Investigación en Sostenibilidad de Barna Management School.

“Una mujer líder es aquella capaz de soñar en grande, romper estereotipos, paradigmas, atreverse a hacer las cosas diferentes y crear ideas





Isabel Cristina Rolo Directora ejecutiva Factor de Éxito y **Darys Estrella** Consultora y Conferencista internacional



Guillem Martí Director del Centro de Investigación en Sostenibilidad Barna Management School y **Angie Martínez** Embajadora de República Dominicana en Jamaica



Monika Infante CEO Aerodom, **Pierina Pumarol** CEO Mapfre BHD Seguros y **Circe Almanzar** Socia gerente de CAPA



Karina Castellanos CEO Grupo Eulen



Isabel Cristina Rolo Directora ejecutiva Factor de Éxito
Angie Martínez Embajadora de RD en Jamaica e **Isabel Figueroa de Rolo** CEO Factor de Éxito

innovadoras. Hacer que las cosas sucedan y convertir las ideas en resultados y acciones concretas”, dijo la embajadora.

La equidad de género en el sector seguridad, tradicionalmente dirigido por hombres, fue expuesto por Karina Castellanos, CEO Grupo Eulen República Dominicana, durante su ponencia. Por su parte, la viceministra Técnica de Turismo, Jacqueline Mora, contó con un espacio para hablar del rol de la mujer en el desarrollo de la industria turística nacional. “¿Cómo generar las oportunidades económicas que necesitan las mujeres? Las estadísticas demuestran que las mujeres tienden a buscar empleos más estables que los hombres”, señaló.

El logro de la igualdad de género debe comenzar por empoderar a las niñas, constituyéndose esto en la semilla para construir economías fuertes y alcanzar sociedades más estables. En este sentido, Katherine Durán, directora ejecutiva de la Fundación Tropicalia, conversó sobre el trabajo que realiza esta fundación en la comunidad de Miches, con Soy niña, soy importante. “Estamos incidiendo en fortalecer todo el sistema de protección a nuestras niñas, tenemos que reconocer que es un camino que nos falta por recorrer para lograr nuestros objetivos”, señaló Durán.

Para finalizar el enriquecedor encuentro, se realizó el panel “El papel de las mujeres en el liderazgo empresarial”, conducido por Thony Da Silva, socio director de Pizzolante, junto a Mónica Infante, CEO de AERODOM; Pierina Pumarol, CEO MAPFRE BHD Seguros y Circe Almánzar, especialista en Asuntos Públicos y socia gerente de CA Public Affairs.

“La empresa ha decidido feminizar los grupos de trabajo para igualar la participación de la mujer en puestos de dirección. A nivel local nosotros tenemos una política activa en cuanto a la contratación, por ejemplo no recibo propuestas de candidatos si no hay mujeres. Tampoco hay desigualdad salariales, no se permite”, dijo la CEO de AERODOM.

Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito finalizó el conversatorio agradeciendo a los presentes y reiteró el compromiso del medio de comunicación con la sociedad dominicana. “Nos quedamos con un sabor a esperanza, porque con mujeres como ustedes, conscientes de su papel y responsabilidad, no hay dudas, ¡vamos por buen camino!”



Viella Guzmán Gerente de Relaciones Públicas y Comunicaciones de Barrick Pueblo Viejo **Karina Castellanos** CEO del Grupo Eulen en RD
Isabel Figueroa de Rolo CEO Factor de Éxito **Inka Mattila** Representante residente PNUD en RD **Isabel Cristina Rolo** Directora ejecutiva Factor de Éxito **Alexandria Valerio** Representante residente para RD del Banco Mundial **Monika Infante** CEO AERODOM



DESENTRAÑANDO EL DESEQUILIBRIO DE GÉNERO EN LOS DIRECTORIOS DE AMÉRICA LATINA: UN ANÁLISIS DE LAS CAUSAS HISTÓRICAS

Ingrid Soto González

Directora Ejecutiva de Reactive Consultores

[in linkedin.com/in/ingridsoto](https://www.linkedin.com/in/ingridsoto)

Los directorios en América Latina, históricamente, han sido ocupados por hombres, lo que ha limitado la diversidad y la inclusión en la toma de decisiones empresariales. Aunque las mujeres han avanzado en su participación en el mercado laboral en la región, todavía enfrentan barreras en el acceso a puestos de liderazgo y en la representación en los consejos de administración.

Según un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) de 2019, solo el 7,4 % de los miembros de los directorios de empresas en la región son mujeres. Además, solo el 3,3 % de las empresas en América Latina tienen una presidenta o directora ejecutiva.

La falta de representación de las mujeres en los directorios empresariales no solo es un problema de justicia social, sino que también tiene implicaciones económicas y empresariales. La diversidad en la toma de decisiones ha sido asociada con mejores resultados empresariales y mayor innovación.

Entonces, ¿qué se puede hacer para aumentar la participación de las mujeres en los directorios en América Latina? Una posible solución es establecer cuotas de

género, una práctica que ha sido adoptada en varios países europeos y que ha demostrado ser efectiva. Sin embargo, esta opción es controversial en algunos círculos empresariales y políticos.

Otra opción es promover la educación y el desarrollo profesional de las mujeres para prepararlas para puestos de liderazgo. Las empresas pueden establecer programas de mentoría, capacitación y desarrollo de habilidades para mujeres que estén interesadas en ingresar en el mundo empresarial y en ocupar puestos de liderazgo.

También es importante fomentar una cultura empresarial inclusiva que promueva la diversidad y la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres por igual. Las empresas pueden establecer políticas de igualdad salarial, programas de equilibrio entre trabajo y vida personal, y políticas de no discriminación para garantizar que las mujeres tengan las mismas oportunidades que los hombres para avanzar en sus carreras.

En conclusión, la falta de representación de las mujeres en los directorios empresariales en América Latina es un problema que requiere atención. Las empresas y los gobiernos pueden tomar medidas para promover la igualdad de género en la toma de decisiones empresariales y fomentar una cultura empresarial inclusiva que promueva la diversidad y la igualdad de oportunidades para todos.



FEMINA VIS: QUEREMOS MUJERES, FUERZA FEMENINA

Álvaro "Cuco" de Venegas

International Senior Advisor for Growing Trends & Innovation

<https://linkedin.com/in/cucodevenegas>

El Latín nos regala este juego de palabras. En una sola frase "Femina Vis", podemos referirnos a la fuerza al mismo tiempo a las ganas que tenemos de contar con ellas.

Un 77% de las empresas informan que carecen de liderazgo de cualquier tipo en algunas líneas de negocio. No hay vacantes. Suelen tener los puestos cubiertos y con poca rotación, sin embargo, la productividad en esos sitios donde se echa en falta el liderazgo, suele ser mediocre, incluso decadente.

A esas empresas, a esas áreas son a las que más les haría falta la incorporación de mujeres, en el liderazgo o en mandos medios, pero con capacidad de tomar las riendas y marcar el Norte a sus equipos, incluyendo a los directivos.

Si pensamos que sólo el 10% de la población son líderes naturales, dejamos, cada vez que las corporaciones vetan a una mujer por su género -no por sus capacidades-, al escaso cinco por ciento de líderes femeninas sin ser tomado en cuenta.

Además de ser justa, equilibrada e indudablemente natural, la toma de decisiones femenina suele aportar un punto de vista más humanitario, empático y preparado para el cambio, esto también apoyado por las estadísticas.

Entonces, ¿cuáles son las razones por la que sigue desequilibrándose la cantidad de damas y caballeros?

Hay al menos tres causas:

Las organizaciones se excusan demasiado en sus "tradiciones" y prefieren no intervenir en materia de diversidad, en vez de modernizar

estamentos o pensar fuera de la caja. Definitivamente el fomento de las mujeres en puestos de liderazgo no es actualmente -y tal vez hasta dentro de unas cuantas generaciones no será- una prioridad empresarial en serio.

Muchas instituciones no están completamente convencidas de los beneficios que aporta la equiparidad de género en el liderazgo, aunque exista una abundante evidencia de la correlación entre la equidad de género y los mayores niveles de éxito financiero y ventajas competitivas.

Los hombres, que ocupan la gran mayoría de los puestos de liderazgo ejecutivo en todo el mundo, tienden a subestimar la magnitud del prejuicio de género en sus lugares de trabajo. Deberían ser ellos los aliados de la igualdad de género en sus organizaciones y expresarse al respecto.

Si nos centramos en aquellas empresas que sí han abierto la mente y llevan la delantera en este tema, han demostrado que el índice de abandonos y conflictos laborales, disminuye entre el 7 y el 11%. Si tomamos como ejemplo la gestión de las mujeres, la rentabilidad de las organizaciones donde están involucradas en la toma de decisiones, las damas están al frente de 22% de plusvalía en promedio, por encima de aquellas denominadas "tradicionales".

Donde más se concentran y más se valora la aportación femenina, es en las empresas multinacionales, donde un 74,2% lideran las funciones de Recursos Humanos, muy por encima de cualquier otro colectivo y en donde el rol masculino recibe cucharadas de su propia medicina.

Le siguen servicios Médicos y de Salud, con un 72,3%, Relaciones Públicas con un 70,9%, Servicios Comunitarios un 70,5%, Educación con 65,1%, Publicidad un 56,5%, Servicios Financieros el 52,5% y Hostelería y Turismo bordeando el 50%

El liderazgo, entonces, si clama por la presencia femenina, y nosotros los empresarios, también: ¡Femina Vis!

SANCTUARY

CAP CANA

A LUXURY COLLECTION
ADULT ALL-INCLUSIVE RESORT



Un Paraíso

SOLO PARA ADULTOS

EN CAP CANA

Sanctuary Cap Cana es un sofisticado y romántico resort situado junto a las hermosas playas de la exclusiva comunidad de Cap Cana. Este paraíso solo para adultos cautiva a todos sus huéspedes, gracias al excepcional servicio que ofrece y los increíbles beneficios de Marriott Bonvoy; sin duda, un auténtico santuario que deslumbrará todos sus sentidos.

ASPECTOS DESTACADOS

- 19 categorías de suites, incluida una lujosa colección de villas frente al mar
- A tan solo 10 minutos del mundialmente famoso Club de Golf Punta Espada
- 5 restaurantes de alta cocina, además de 7 bares y lounges
- 6 piscinas, incluida una de agua salada y nuestro bar swim-up Freshco
- Sanctuary Spa, un relajante santuario para los sentidos
- Servicio a la habitación las 24 horas
- Sanctuary Town, una colección de bistrós gourmet, bares y restaurantes para disfrutar





SAVE THE DATE
29 DE JULIO 2023

PUNTA ESPADA - CAP CANA

**WORLD
CORPORATE
GOLF CHALLENGE**



ANFITRIONES

FDE | **FACTOR DE ÉXITO** | **FDE**
SPORTS | FACTOR DE ÉXITO | FACTOR DE ÉXITO

