

OCT-NOV N° 203

# ME

MUJER EJECUTIVA

## Alejandra Alvarado

UN RECONOCIMIENTO A SU TRAYECTORIA Y LABOR

# 30 LÍDERES



BIMESTRAL \$69.00 | \$4.00 USD  
002.03  
7 503022 794948

ANGÉLICA RUIZ | LOURDES CASTAÑEDA | LINA LOPERA | CAROLINA MEJÍA | GEMMA SANTANA | CONSTANZA LOSADA | YESSICA PÉREZ |  
FABIANA ZEPEDA | PERLA BASALDÚA | NEXIELI GONZÁLEZ | SANDRA RAMÍREZ | AILÍN HERNÁNDEZ | MARCELA DEL CARMEN AMAYA |  
OLIMPIA CORAL | MA. FERNANDA OCHOA | JUANA RAMÍREZ | HANNIA NOVELL | GEORGINA JESÚS CERVANTES | ARACELI BECERRIL |  
MA. ESTHER DELGADILLO | ELENA ACHAR | FABIOLA ORTIZ DE GONZÁLEZ | KORINA VELÁZQUEZ | MARIEL HAWLEY | PENÉLOPE VERNIS |  
NOELIA LORENZO | KARINA BALDERAS | SILVIA SINGER | TATIANA FERNÁNDEZ

Actualmente, **más de 4,000 mujeres** forman parte del equipo de Agentes Quálitas.

## ¡Emprende tu propio negocio con la compañía líder en seguro automotriz, a través del Programa de Formación de Agentes!

### Requisitos para participar en el programa:

- **Edad mínima:** 20 años
- **Estudios mínimos:** preparatoria, equivalente o profesional.

### Beneficios:

- Apoyo económico para trámites y curso preparatorio para presentar el examen de certificación ante la CNSF.
- Capacitación en técnicas de venta y desarrollo profesional.
- Apoyo económico durante la etapa de arranque con base en resultados.



**f** Revista Mujer Ejecutiva

**ME**  
MUJER EJECUTIVA

**t** @MujerEjecutiva\_

NO 203  
OCT-NOV 2020

**S**in lugar a dudas vamos a recordar por mucho el 2020 y lo que representó para el mundo no solo por la pandemia, sino por los distintos movimientos que se han visto en estos meses, las movilizaciones de mujeres a principios de este año, los eventos de "Black Lives Matter" y otras plataformas que hablan de la urgencia de un cambio en el mundo.

Para nuestra revista y el Grupo ésta es una de las ediciones más importantes y esperadas, ya que celebramos desde hace más de dos décadas el empoderamiento femenino. Esta lista ha sido una referencia y termómetro de las mujeres que representan un cambio desde distintas trincheras, no solo desde cuánto facturan sus empresas.

Hoy son 30 líderes, lo cual es un reflejo de que cada vez más abarcan distintos ámbitos. Este año en especial hacemos énfasis en las heroínas del sector salud que han estado en la primera línea de batalla en contra del COVID-19, manteniéndonos a salvo, al igual que miles de mujeres y hombres que siguen luchando sin descanso.

La situación de igualdad avanza pero aún falta un gran trabajo por hacer. En un estudio realizado por la compañía Kantar, 7 de cada 10 mujeres mexicanas consideran que no hay igualdad de género. Si hablamos de la posición de ellas en las empresas en México, en 2019 26% ocupaba puestos directivos (8% menos que en 2018). Sin embargo, entender la brecha en el liderazgo es solo la punta del iceberg. El segundo paso es comprender e identificar las medidas que como corporación se pueden implementar, romper el llamado "techo de cristal", que es el conjunto de normas no escritas al interior de las organizaciones que dificulta a las mujeres tener acceso a los puestos de alta dirección.



**ARLENNE MUÑOZ**  
DIRECTORA EDITORIAL  
GRUPO MUNDO EJECUTIVO

**ivm**  
Instituto Verificador de Medios

Circulación certificada por el Instituto Verificador de Medios Registro No. 198/17 MUJER EJECUTIVA

**ESR**  
EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

**GRUPO MUNDO EJECUTIVO**

**Presidente Ejecutivo**  
Walter Coratella C.

**Vicepresidente**  
Raúl Beyruti Sánchez

**Director General de Trinchera Empresarial TV**  
Fernando Ferrer

**Director Comercial**  
Benjamín Fontaine

**Gerente de Distribución**  
Roberto Herrera

**Directora Editorial y Publisher**  
Arlenne Muñoz  
arlenne.munoz@mundoejecutivo.com.mx

**EDITORIAL**  
**Editor en jefe**  
Aramis Flores  
aramis.flores@mundoejecutivo.com.mx

**Coeditora**  
Diana Salado  
diana.salado@mundoejecutivo.com.mx

**Reporteros**  
Gonzalo Martínez y Hector Meza

**Asistente Editorial**  
Eugenia Mata

**Editor de Moda**  
Roberto Yañez

**Colaboradores**  
Enrique Miranda, Selene Ramírez, Ivana Roldan, Josue Rodríguez, Rosa María Verján, María Fernanda Hernández, Alberto Martínez

**Fotografía**  
Antonio Soto y Mario Martínez

**Coordinadora de Diseño**  
Nayheli Hernández

**Diseño**  
Gustavo Gómez

**Arte Digital**  
Lizbeth Ventura

**Gerente de Producción y Compras**  
Zitlaltzin Villagrán

**Producción y Control de Calidad**  
Aarón Rangel

**Responsable de Suscripciones**  
Irma Ruiz  
irma.ruiz@mundoejecutivo.com.mx

Tels: 5002 9429, 5002 9513  
5002 9431 y 5002 9428

**Asesor Legal**  
Jorge A. Chavez Enríquez

ANGÉLICA RUIZ  
 LOURDES CASTAÑEDA  
 LINA LOPERA  
 CAROLINA MEJÍA  
 GEMMA SANTANA  
 CONSTANZA LOSADA  
 ALEJANDRA ALVARADO  
 YESSICA PÉREZ  
 FABIANA ZEPEDA  
 PERLA BASALDÚA  
 NEXIELI GONZÁLEZ  
 SANDRA RAMÍREZ  
 AILÍN HERNÁNDEZ  
 MARCELA DEL CARMEN AMAYA  
 OLIMPIA CORAL  
 MA. FERNANDA OCHOA  
 JUANA RAMÍREZ  
 HANNIA NOVELL  
 GEORGINA JESÚS CERVANTES  
 ARACELI BECERRIL  
 MA. ESTHER DELGADILLO  
 ELENA ACHAR  
 FABIOLA ORTIZ DE GONZÁLEZ  
 KORINA VELÁZQUEZ  
 MARIEL HAWLEY  
 PENÉLOPE VERNIS  
 NOELIA LORENZO  
 KARINA BALDERAS  
 SILVIA SINGER  
 TATIANA FERNÁNDEZ

# Contenido

10

## TENDENCIAS

Por Justo Grau



13

## ESTUDIO

El rol de la mujer



OPINIÓN



08

Antoine  
Zervudaki



09

Enrique  
Hernández  
Pons



80

Multisistemas

30

LÍDERES



## HSBC Premier Executive.

Un servicio al nivel de banca privada que le reconoce por quien es y lo que ha logrado.

Para usted que:

**Tiene tiempo limitado.**

Atención directa en su oficina y 24/7 vía WhatsApp.  
Garantía de 48 horas para resolver sus solicitudes.

**Busca hacer crecer su patrimonio.**

Gestión y protección de su patrimonio con un experto de confianza.

**Vive sin fronteras.**

Acceso al único banco con presencia en más de 30 países.  
Conectividad para sus cuentas HSBC alrededor del mundo con Global View y Global Transfers.

**Necesita algo más allá de lo usual.**

Oferta de productos al nivel de sus más altas expectativas.

**Servicio disponible sólo por invitación.**

Conozca más:



# GALERÍA DE LOS CIEN

## plataforma de intercambio cultural

Juan Monterrosa destaca la importancia de la gestión cultural que conlleva el arte



El artista asegura que la galería nació después de 18 años de experiencia en el arte y su idea era tener un espacio fijo en la ciudad de Oaxaca y con el tiempo moverse a otros lugares, no solo en la ciudad, sino también en otras partes del país, lo cual lo llevó a materializar su proyecto en el Centro Histórico de su urbe original.

Hablar de arte para Monterrosa es remontarse a su niñez en la ciudad de Juchitán de Zaragoza, en Oaxaca, cuando iba con su hermano mayor (artista plástico) a la Casa de Cultura y aprendía algunas técnicas.

El fundador de la Galería de los Cien Arte Contemporáneo, eligió la carrera de arquitectura y a su vez promovió la obra de su hermano y poco a poco fue abriéndose espacio en el complejo medio artístico mexicano.

“Yo le diría a los artistas que sigan trabajando y que jamás dejen de crear, pues tienen el respaldo de Juan Monterrosa de la Galería de los Cien para seguir llevando sus obras y difundirlas por todo el país”, expresó al exhortar a los creadores artísticos a no rendirse ante la emergencia sanitaria que vivimos.

Por último, señaló que la galería no ha parado de trabajar ante la pandemia, gracias a la tecnología y ahora hacen citas personalizadas

y utilizan plataformas virtuales para seguir innovando y difundiendo las obras de arte que son necesarias siempre. ■■



### STAFF MUJER EJECUTIVA

El director y fundador de la Galería de los Cien Arte Contemporáneo, Juan Monterrosa, explicó que la función del recinto es promover el arte de los jóvenes y artistas consagrados en el país y en todo el mundo.

“Lo que nosotros buscamos es el intercambio cultural entre otros países. Como empresa, hemos hecho eventos tanto públicos como privados en todo México y difundimos las obras de diversos artistas para que se conozcan y se consoliden”, dijo Monterrosa en entrevista.



# LOS MEJORES DESARROLLOS DE MIAMI

¡En todas las áreas y de todos los precios!



NATIIVO



ELY SSE



PRIVÉ



THE MARKERS  
GROVE ISLE



2000 OCEAN

## ESTOS DESARROLLOS Y MUCHOS MÁS

Número UNO en ventas por  
10 años consecutivos

Nombrada por la revista Inc. 5000  
"Empresa #1 de Bienes Raíces con  
mayor crecimiento en Estados Unidos"

Condecorada por la Casa Blanca  
como Personalidad Hispana



PERLA MACHAEN

Con más de 10 años de  
experiencia en Bienes Raíces

Ha escrito para revistas como:  
Forbes, Rob Report,  
Mundo Ejecutivo, Status,  
Inmobiliare, entre otras

Considerada como la  
"GURU" del Real Estate



## ORLANDO

Propiedades Productoras de Ingreso

### The Flats Resort & Spa

- Con retornos súper atractivos
- Primer Wellness Condo-Hotel en Orlando
- Una inversión que puedes disfrutar y rentar
- A minutos de los parques de Disney
- Listo a finales del 2022

# Innovación, disrupción e inclusión para la recuperación económica

Sonia Michaca Tapia, Directora Senior Digital Partnerships, Fintech and Venture Capital en Visa México, nos explica cuáles son las nuevas tendencias de mercado, proyectos e importancia de las Pymes y las mujeres para la recuperación económica post-pandemia

SELENE RAMÍREZ

Más allá de la crisis, la pandemia ha sido un detonante de innovación y cambios en prácticamente todos los sectores; el impacto no está reservado para uno de los jugadores: comercios y consumidores de bienes y servicios se vieron obligados a modificar desde la oferta hasta lo que consumen y cómo lo hacen.

Los métodos de pago digitales, que por cierto ya venían con un crecimiento acelerado, dieron pasos agigantados; quienes no los utilizaban, los adoptaron casi como una herramienta de supervivencia comercial y una forma de conexión sencilla, segura y que se apegaba a los lineamientos de distancia dictados por las autoridades durante la contingencia.

“Ahora vemos que cada vez hay más personas que están usando plataformas de comercio digital; ya que los medios de pago digitales, además de la conveniencia, rapidez y seguridad que siempre han ofrecido, por su naturaleza disminuyen o eliminan el contacto durante la experiencia de compra contribuyendo a la protección personal en momentos en los que hay que tomar mayores precauciones”, apunta en entrevista para Mujer Ejecutiva, Sonia Michaca Tapia, Directora Senior Digital Partnerships, Fintech and Venture Capital en Visa México.

## 2. Experiencias de pagos digitales

“Personas que antes no compraban con tarjeta se han visto en la necesidad de pedir sus insumos, a través del comercio electrónico, llámese compras del supermercado, alimentos o cualquier otro producto, lo que ha permitido un crecimiento en este canal. Al final, esto está ayudando a desplazar el efectivo”, señala Sonia.

En esta encuesta de Visa, el 70% de los consumidores dijeron que usaron menos efectivo en todo este periodo de contingencia, incluso al adquirir productos en tiendas físicas, siendo el pago digital la principal herramienta para efectuar sus pagos.

“De acuerdo a los consumidores, ahora están usando tarjetas de débito, crédito, transferencias electrónicas u otras alternativas que no requieren el intercambio de efectivo. Esto no sólo sucede en grandes comercios, es una práctica que ya está puesta en marcha incluso por los comercios locales, lo que por supuesto es un factor clave en esta aceleración digital”.

## 3. Compras en distintas plataformas

“Ahorita, por ejemplo, no hay sólo plataformas ‘on demand’ donde tú puedes pedir tu comida, sino que tienes a todos estos comercios locales que puedes ubicar a través de redes sociales o market places, a los que además, la misma gente de su localidad les está dando soporte y apoyo”.

Al respecto, la adopción de medios digitales de pago es, nuevamente, una herramienta fundamental. Para estos negocios locales suele ir desde transferencias, pasando por ligas de pago, hasta el uso de terminales de pago móviles o lectores de tarjeta que se conectan a un smartphone.

La aplicación de todas estas alternativas tiene que ver con una creciente exigencia parte de los consumidores, de hecho, el 80% de los encuestados por Visa comenta que le gustaría poder pagar a través del mismo servicio de mensajería por el que hacen sus pedidos: WhatsApp.

“La adopción de nuevas tecnologías con gran certeza permanecerá aun cuando la vida vuelva a la normalidad. Visa está com-

## NUEVAS TENDENCIAS DE COMPRA

Por supuesto, estos nuevos hábitos del consumidor estimulan la aceleración digital. Michaca Tapia explica tres tendencias:

### 1. Prioridad en las compras

De acuerdo con la experta en Fintech, a raíz de la pandemia, las personas se están replanteando el valor de las cosas:

Justo en este replanteamiento, los consumidores han comenzado a gastar de manera diferente, de acuerdo con la encuesta de Visa en América Latina, algunas de las prioridades de compra son: equipos de protección para la salud (58%); productos de limpieza y para el hogar (49%); servicios de streaming (55%); y productos de higiene, belleza y cuidado personal (41%).



SONIA MICHACA TAPIA, DIRECTORA SENIOR DIGITAL PARTNERSHIPS, FINTECH AND VENTURE CAPITAL EN VISA MÉXICO

prometida a continuar innovando y a ofrecer las formas más seguras y confiables de pagar, ya sea desde nuestro hogar o nuestro negocio, por comercio electrónico o en el punto de venta” comentó

## EL APOYO A LAS PYMES ES LA CLAVE

Las Pequeñas y medianas empresas (Pymes) son uno de los actores más relevantes para la economía mundial; específicamente en México, el 99% de las empresas son Pymes, según explica Michaca, es por ello que en momentos como el que pasamos, resulta fundamental fortalecerlas y apoyarlas de manera constante, independientemente del panorama económico.

Consientes de ello, Visa y sus socios comerciales ayudan a las Pymes y emprendedores locales a expandir sus negocios y alcance digital con soluciones tecnológicas y contenido educativo. Estas herramientas e información están disponibles en Visa.mx.

También Visa impulsó la iniciativa VEI (Visa Everywhere Initiative), a través de la cual startups y Fintech de la región participan para buscar soluciones que ayuden a las Pymes.

Este programa de innovación asigna a las empresas emergentes la tarea de resolver los desafíos de pago y proporcionar soluciones visionarias que no sólo permitan mejorar la experiencia del consumidor, sino aportar al desarrollo de una economía inclusiva, no sólo financieramente, también digital. Los retos a enfrentar en el caso de América Latina tienen como finalidad trabajar en la búsqueda de soluciones innovadoras que aporten a la recuperación económica de las Pymes, así como ideas para mejorar la experiencia en el transporte público.

“En Visa estamos comprometidos en trabajar de la mano con Fintechs y startups ya sea desarrollando pruebas piloto, programas de emisión con Visa o a generar servicios que amplíen la aceptación incorporando nuevas tecnologías y las capacidades que podemos ofrecer. Colaboramos con nuevos jugadores para crear la próxima generación de soluciones de pago que estén más alineadas con el mercado, mejoren la experiencia del consumidor y contribuyan con la inclusión digital. Visa ofrece distintos programas para poder darle la bienvenida a todas las empresas Fintech y ayudarlos a escalar y crecer, ya sea

El **70%** de los consumidores de América Latina dicen que **usan menos efectivo** en este periodo de contingencia: **Encuesta Visa**



La **tecnología e innovación en pagos digitales** y la búsqueda de soluciones constante, son pilares fundamentales para **Visa**



en su país o en cualquier otro de Latinoamérica, esa es la ventaja que Visa les da”.

## EL ROL DE LAS MUJERES HACIA LA TRASFORMACIÓN DIGITAL

El papel que juegan las mujeres como fuerza motriz de la economía es indudable, probablemente la pandemia lo haya exacerbado aún más. Es crucial que la recuperación económica global tengan en cuenta las funciones y contribuciones económicas específicas de las mujeres, y que aprovechen al máximo esta oportunidad para situarlas en el centro del diseño de las inversiones en aras de una recuperación sostenible.

“En Visa sabemos que la igualdad de género y la paridad digital impulsan el crecimiento económico y cada vez son más esa fuerza promotora de la creación de nuevos negocios. Lo vemos en todo este mundo Fintech. Sí, sigue predominando la figura masculina, pero también estamos muy contentos de ver que hay muchas fundadoras de nuevas soluciones y que justo están ayudando a emprender y generar soluciones disruptivas que nos pueden complementar en todo el mundo”.

Tomando en cuenta el papel fundamental que juegan las mujeres hacia la transformación digital, Visa busca e innova de manera constante con programas que sirvan de apoyo para ellas. De hecho, durante 2019, la edición global de la iniciativa VEI estuvo concentrada en las mujeres, ahí homenajeó a las fundadoras y cofundadoras que están cambiando el mundo al superar desafíos comerciales y sociales. Sonia Michaca también cita dos proyectos recientes:

She's Next, Empowered by Visa, es una iniciativa para que mujeres dueñas de Pymes reciban talleres con el objetivo de impulsarlas a través de la red de Visa, brindándoles herramientas para que logren empujar sus negocios y que éstos sigan creciendo.

En abril del 2020, la Fundación Visa anunció un compromiso de dos programas por un total de 210 millones de dólares para apoyar a micro y pequeñas empresas, en consonancia con el objetivo a largo plazo de la Fundación de fomentar el progreso económico de las mujeres y el desarrollo económico inclusivo y para atender una necesidad urgente de las comunidades locales tras la pandemia de COVID-19.

“Al final el punto de vista y habilidades de la mujer complementan, es un tema de diversidad e inclusión. Entre nosotras siempre debemos pedir y exigir que haya mujeres expositoras, que compartan su perspectiva. En Visa hemos desarrollado diferentes programas para seguir apoyando el empoderamiento de todas estas mujeres emprendedoras, buscamos aprovechar el alcance de nuestra red para ser una influencia positiva a favor de la igualdad de género y la paridad digital.”, concluyó Michaca Tapia...MI

STK<sup>®</sup>  
MEXICO

Conoce nuestro nuevo menú  
*y vive esta increíble experiencia*



Tennyson 117, Polanco.  
Tel. 55 5280 0858

STK-MEXICO.COM

•  OpenTable<sup>®</sup>

@STKMEXICOCITY

MUNDO EJEUTIVO PRESENTA



# TRINCHERA

---

## EMPRESARIAL TV

EMPRESARIOS POR MÉXICO



Gerardo  
Gutiérrez  
Candiani



Agustín  
Barrios  
Gómez



Verónica  
Baz



Dieter  
Holtz



Larry  
Rubin

Martes a las 19:00 hrs  LIVE @MundoEjecutivo

 YouTube Martes a las 20:00 hrs



CENTRAL FM  
@OpinionCentralFM



ViBE.  
76 de  
iZZI!  
Martes 23:00 hrs



77 de  
Totalplay  
Miércoles 22:30 hrs

VEEME  
digital

<https://veme.digital/>  
@VEME.digital  
23:00-24:00 hrs



528 Totalplay  
323 MEGACABLE  
23:00-24:00 hrs

**COMPARTE LA  
ALEGRÍA DE  
REGALAR UN  
FUTURO SOSTENIBLE**



6 CAJAS DE REGALO SOSTENIBLES  
Y REUTILIZABLES, ESPECÍFICAS  
PARA CADA TIPO DE CABELLO,  
ADEMÁS, CADA DISEÑO CUENTA  
UNA HISTORIA.

PRODUCTOS FORMULADOS EN  
LOS LABORATORIOS DAVINES  
CON ALTOS PORCENTAJES DE  
INGREDIENTES DE ORIGEN  
NATURAL Y PRODUCIDOS  
CON FUENTES DE ENERGÍA  
RENOVABLE.



PACKAGING  
NEUTRO EN CO<sub>2</sub>

Certified



MX.DAVINES.COM  
WWW.FACEBOOK.COM/DAVINES.MEXICO.OFICIAL



**VOLAMOS AL ALCANCE DE TUS NEGOCIOS**



- Excelentes precios.
- Vuela a cualquier destino
- Rigurosos protocolos de sanitización



**6 Meses  
sin Intereses\***

\*Las imágenes que aquí aparecen son usadas como referencia y pueden ser modificadas sin previo aviso.

**[www.millenniumair.com.mx](http://www.millenniumair.com.mx)**

Reservaciones: +1 (252) 489 4607 / [contacto@millenniumair.com.mx](mailto:contacto@millenniumair.com.mx)

\* Consulta los términos y condiciones en [www.millenniumair.com.mx](http://www.millenniumair.com.mx)

# Ihualiz\*

## Mujeres

**H**ablar sobre liderazgo femenino nunca ha sido tan trascendente como ahora. Esto significa que no es un tema coyuntural y mucho menos es una “moda”, como tal vez algunos han considerado ante las crecientes manifestaciones de inconformidad por la situación social, de seguridad, laboral, económica y política de las mujeres, de las cuales hemos sido testigos en este 2020.

A lo largo de mi experiencia en gestión empresarial, de innovación y liderazgo, he trabajado con organizaciones de todos tamaños, en donde he encontrado un punto en común: las razones de la desigualdad en el tema de mujeres son de índole educativo y cultural.

Esto no es un hallazgo, pero sí nos da luz para responder a lo que verdaderamente nos ocupa: ¿Cómo romper con la inercia cultural que limita el talento femenino en nuestras organizaciones? 2. ¿La actual crisis global

nos facilita o hace más complejo posicionar a las mujeres en espacios de liderazgo?

Sobre el primer cuestionamiento dejo tres certezas:

1. Sí, existe un liderazgo femenino con características propias, las cuales son necesarias para la innovación.
2. Las culturas organizacionales poderosas saben enriquecerse con la diversidad de género.
3. Necesitamos mantener despierto, y en ocasiones despertar, este liderazgo en las organizaciones si queremos mujeres que hablen y se expresen, porque cuando lo hacen, transforman.

Es necesario eliminar prejuicios y falsas discusiones sobre si las mujeres “tienen o no tienen el carácter de liderar” o “la familia e hijos son un obstáculo”. Debemos romper con patrones verticales autoritarios, paternalistas, culturalmente arraigados, para cambiarlos por dinámicas horizontales y circulares, en las que las mujeres puedan encarnar más fácilmente su talento orgánico de agilidad y flexibilidad para llevar a cabo procesos de transformación.

Las organizaciones deben comprender que el liderazgo femenino es

un catalizador para el crecimiento y desarrollo. De acuerdo con estudios internacionales, los ingresos de las compañías y su desempeño puede ser 50% más alto cuando mujeres se encuentran entre los primeros cinco puestos de liderazgo.

Sobre el segundo cuestionamiento, las organizaciones deben consolidarse con las mejores prácticas del liderazgo femenino: su esencia, ciencia y arte. ¿Cómo? Fortaleciendo los procesos colaborativos entre nuestro equipo de trabajo, consolidando una Cultura Organizacional con miras a desarrollar la mejor versión de un liderazgo capaz de encabezar un mundo que se transforma constantemente y es muy competitivo.

Éste es el momento en el cual las empresas mexicanas deben romper esquemas que han dejado de lado al talento femenino, sesgando sus oportunidades de crecimiento y desaprovechando su liderazgo orgánico. Las organizaciones no pueden darse el lujo de perder a mujeres líderes. Aprovechemos la crisis global que nos obliga a reinventarnos organizacionalmente, a transformar la cultura empresarial e implementar sistemas de innovación que nos posicione al frente de la línea de arranque para el 2021. **ME**



*Antoine Zewudaki*  
CEO de Letsmake Innovation

*\*Ihualiz: despertar espiritual, entrar en estado de gloria en náhuatl*

Tus **ALIADOS**  
en la **gestión eficaz**  
del mundo **LABORAL**



REVISTA IMPRESA

SITIO WEB INFORMATIVO

Una gestión eficaz del **TALENTO HUMANO**, es el principal activo que hace funcionar a cualquier **organización**

— **CUENTA CON NOSOTROS** —

**factorcapitalhumano.com**

factorcapitalhumano@ginmedia.com



**IPADE**  
BUSINESS SCHOOL  
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

# ¿QUÉ HACER EN LA INCERTIDUMBRE? QUÉ TAL PENSAR JUNTOS CÓMO ENFRENTARLA.

Hoy el empresario necesita el mejor foro para analizar problemas y encontrar alternativas de solución a situaciones complejas. No hay tiempo que esperar. Nunca el mundo ha necesitado líderes más resilientes y mejor preparados que ahora.

Descubre el valor que el IPADE puede sumar a tu liderazgo con los Programas de Alta Dirección. Prepárate para responder.

[ipade.mx](http://ipade.mx)  
contacto: [garuiz@ipade.mx](mailto:garuiz@ipade.mx)

THE  
WORLD  
CALLS

# MUNDO EJECUTIVO TV

Conoce la nueva programación



Donde los empresarios  
comparten sus  
secretos al éxito



Mundo Ejecutivo



Mundo Ejecutivo



Mundo Ejecutivo TV



mundoejecutivo



Grupo Mundo Ejecutivo

[www.mundoejecutivo.com.mx](http://www.mundoejecutivo.com.mx)

# Pilares

## *del desarrollo*

**L**as mujeres son el pilar del desarrollo y de la estabilidad de cualquier sociedad. Desde el seno del hogar hasta la responsabilidad de educar a los niños y en muchos casos ser el sustento económico de los hogares. Habiendo dicho esto, me parece que deben ser el pilar de la toma de decisiones en cualquier organización, creo que cada vez podemos ver una mayor igualdad, pero aún hay un largo camino por recorrer.

En el marco de la muerte de Ruth Bader Ginsburg, que decía que “Las mujeres pertenecen al lugar donde las decisiones son tomadas. Ellos no deben ser la excepción”. Creo que hoy más que nunca, en un mundo lleno de complejidades y situaciones difíciles, debemos de reconocer la importancia de las mujeres en las empresas y en las organizaciones.

Aún podemos ver que la mayoría de las empresas son lideradas por hombres. Aunque hemos visto que cada vez hay más mujeres en puestos clave, sabemos que todavía hay un largo camino por recorrer.

Es increíble, además, que sigan existiendo sociedades donde no se tiene una equidad desde un nivel cultural y es aquí donde sé que nos vamos a tardar más en lograr un balance en términos de igualdad de oportunidades. Sin duda, cuando vemos a mujeres en puestos clave podemos observar un mejor trabajo que el resto de sus iguales, y esto lo percibimos en diferentes índices de desempeño. En México existe esta diferencia cultural que menciono, sin embargo, hay un mayor número de mujeres en posiciones importantes.

No obstante encontramos también, un gran maltrato hacia ellas que hasta no erradicarlo no podremos considerarnos como una sociedad equitativa.

En Aires de Campo nos regimos por tres pilares, uno de ellos es el del cuidado a la sociedad, en nuestro caso esto tiene muchas implicaciones, una de ellas es la equidad. Creemos firmemente que no es cuestión de incluir mujeres en nuestra empresa, sino que debemos de contar con el mejor talento sin importar su género, preferencia sexual, raza, etc.

La verdadera equidad se logrará cuando no tengamos que hablar de ella. En lo personal, creo que hablar de equidad ya es segmentar a las personas.

En la compañía y en lo personal, considero que para tener a las personas indicadas en una organización, simplemente se debe buscar a la mejor persona para ese puesto. Por ello la relevancia de la mujer en una organización es tan importante, además creo que las mujeres por su naturaleza son más aptas que los hombres en muchos aspectos para desempeñar posiciones de liderazgo. **ME**



*Enrique Hernández-Pons*  
Director General de Aires de Campo

Lifetime

# Pasaporte al Amor

TU PRÓXIMO DESTINO, ES EL AMOR

NUEVA SERIE  
ESTRENO

*Martes 22 de septiembre*

*8:10 PM*



# Podere imagen

La vestimenta va de la mano del poder y con ello del liderazgo. La ropa de negocios es vista como un instrumento que conduce (o facilita) el logro del éxito en el trabajo



JUSTO GRAU\*

En tiempos tan convulsos en México respecto a la mujer, bien merece hacer una reflexión sobre el papel del género femenino en el ámbito corporativo, poner en alza su trascendencia y defender sus virtudes. Este artículo no tiene como objetivo confrontar hombre y mujer. Su finalidad es llevar a una reflexión, de modo constructivo, sobre cómo puede dinamizar la mujer su liderazgo en el rol de lideresa. Obviamente me centraré en mis disciplinas: la imagen profesional y la comunicación, dejando otros aspectos, igualmente interesantes, a voces de otros expertos.

Sorprende el dato de que, de todos los bancos que conforman la Asociación de Bancos de México, 50 en total, tan solo uno de ellos está dirigido por una mujer. Por otra parte, este año el Centro de Investigación de la Mujer en Alta Dirección (CIMAD) reveló que un solo día sin la aportación del trabajo de la mujer en México costaría a la economía del país más de 26 mil 301 millones 370 mil pesos. Para dimensionar el impacto de este dato, pensemos que la economía mexicana genera 65 mil 753 millones de pesos diarios (datos actuales).

Con esta radiografía de la situación actual conviene saber cómo transmitir mayor liderazgo y poder, empezando por una misma: la imagen que se transmite a nuestros interlocutores.

## VESTIMENTA E IMAGEN... VESTIRSE PARA EL ÉXITO

La imagen profesional está constituida por varios aspectos como son la vestimenta, la higiene personal, cuidado del cabello, uñas, etc. y los elementos de la comunicación, analizados más adelante.

La vestimenta contribuye a la creación de la identidad, de la marca personal que toda persona tiene de modo único. Tanto es así que, por el tipo de ropa que usamos, podemos ser percibidos como inteligentes, amigables, amables, competentes, respetuosos, atractivos, entre otros. Hay decenas de estudios que defienden que, cuando los profesionales se visten de una manera formal, se los calificaba como más conocedores y más competentes en su disciplina profesional.

Históricamente la ropa se ha utilizado para identificar y separar clases sociales y estructuras de poder. En la actualidad el traje sastre, en particular, se ha asociado con el poder. Para las mujeres, el traje sastre evolucionó como una contraparte femenina del traje de negocios masculino. Tanto para hombres como para mujeres, dicha opción es la vestimenta por excelencia en el mundo corporativo. Está demostrado, como he indicado, que es fuente de empoderamiento para

### Consejo 7

Hacer una "cúpula" con los dedos proyecta seguridad y decisión.

### Consejo 15

Mientras más sonoro es el golpe en el piso al caminar, más dominante es la personalidad.

quien lo viste. Y esto lo defienden las universidades de Columbia (NY) y California en un estudio conjunto.

Así, las percepciones del profesionalismo femenino pueden verse afectadas por cómo se viste. En diferentes estudios de vestimenta se defiende que ésta afecta a la percepción de la competencia de una mujer en el entorno empresarial. Una mujer con vestido se percibe como menos competente en comparación con la misma persona vestida con traje sastre, debido a nociones preconcebidas sobre los rasgos tradicionalmente masculinos asociados con los trajes. Queda claro que la vestimenta va de la mano del poder y con ello del liderazgo (no estoy equiparando ambos conceptos, el liderazgo va mucho más allá). Por tanto, el estilo de la ropa de negocios es visto como un instrumento que conduce (o facilita) el logro del éxito en el trabajo. Los estudios indican que las mujeres que retratan una apariencia gerencial son percibidas como más ambiciosas, orientadas a la carrera, más asertivas y seguras, más responsables financieramente, más inteligentes, más propensas a ser tomadas en serio, más intrínsecamente interesadas en el trabajo y más independientes.

Al hilo de esto último, distingo 10 áreas de información que nos transmite el modo en que van vestidas las personas con las que interactuamos en nuestro día a día:

1. Nivel económico
2. Nivel educativo
3. Confiabilidad
4. Posición social
5. Nivel de éxito
6. Contexto económico
7. Antecedentes sociales
8. Formación educativa
9. Nivel de sofisticación
10. Carácter moral

Es más, incluso solo viendo los zapatos que calza una mujer nos hacemos una imagen de la persona respecto a las áreas mencionadas. Es lo que defiende un estudio realizado por la Universidad de Kansas.

De la mano del concepto liderazgo siempre sitúo el de credibilidad. Por eso no equiparo poder y liderazgo, porque a este último se enlazan valores que pueden estar unidos o no al poder. La credibilidad es importante porque existe una relación con la persuasión (no tomen este concepto en su sentido peyorativo, más bien tómenlo unido a la empatía con sus colaboradores y clientes). Sean creíbles, convincentes, persuasivos y empáticos para ser líderes.

### Consejo 23

No es necesario que tus tacones midan más de 3 pulgadas para proyectar poder. (Es más importante que sean cómodos y que estén en perfecto estado).

### Consejo 52

¿Quieres convencer? Siéntate a su izquierda.



AS Mantenimiento



En

# Lider Mundial Limpieza Natural®

Limpieza, desinfección y protección de alfombras y muebles

SERVICIO RESIDENCIAL Y COMERCIAL

[chemdryasmantenimiento.com.mx](http://chemdryasmantenimiento.com.mx)



ALFOMBRAS



MUEBLES



PIEL



TAPETES



INTERIORES



PISOS



COLCHONES



MANCHAS



ORINA



DESINFECCIÓN

☎ 55 5290 5480

📞 55 7955 2662

📌 [as.mantenimiento.chemdry](https://www.facebook.com/as.mantenimiento.chemdry)

📷 [chem\\_dry\\_as\\_mantenimiento](https://www.instagram.com/chem_dry_as_mantenimiento)



**LA VESTIMENTA**  
afecta a la percepción  
de la **competencia**  
**de una mujer** en el  
entorno empresarial

**SOMOS SERES  
EMOCIONALES**  
y sin transmisión  
de emociones no  
hay comunicación  
efectiva

### COMUNICACIÓN

Otra disciplina unida al liderazgo es la comunicación, entendida en todos sus planos: comunicación con colaboradores y empleados, clientes y clientes potenciales, cómo comunicamos en una entrevista a un medio de comunicación o en nuestras redes sociales y, en definitiva, cómo hablamos en público.

Para empezar, ¿por qué se teme a hablar en público y, con ello, no se comunica con eficacia?:

- Ausencia de capacitación.
- Tenemos mucho sentido del ridículo, timidez y vergüenza.
- Nos afectan los chismes y críticas.
- Se tienen complejos físicos.
- No tenemos conocimiento suficiente del tema del que hablamos.
- No estar convencido del mensaje que se transmite.
- Desconocimiento del perfil con el que interactuamos.

Hoy otros, pero estos son los que más podemos trabajar para dinamizar nuestra comunicación efectiva. Por otra parte, es oportuno saber qué define a un buen comunicador:

- Naturalidad. Ser nosotros mismos en un entorno.

- Credibilidad. Hablar con conocimiento, firmeza y claridad.
- Conexión con la audiencia. A través de la mirada, los gestos y la empatía.
- Ser concretos, claros y centrarse en lo importante.
- Poner entusiasmo y pasión en el proceso de comunicación.

Habitualmente se olvida prestar atención a otras circunstancias que transmiten mucha información de la persona que comunica. Como pueden ver en las infografías (cuatro seleccionadas de entre las más de 50 que explico en mi trabajo de consultor) que acompañan este artículo, la comunicación gestual dice mucho, por lo que debemos trabajar sobre ello y no descuidar este asunto. Me resulta curioso cómo, de modo irracional, muchas mujeres ejecutivas (también hombres, por supuesto) se muestran ante las cámaras fotográficas con las manos cruzadas a la altura de la zona genital. Esta postura únicamente propia en un partido de fútbol a la hora de defender el lanzamiento de un penalti, es muy frecuente en fotografías corporativas y en entrevistas en medios de comunicación. Lo único que transmite esta posición corporal es miedo e inseguridad... algo que nunca deben comunicar. Les aconsejo que dejen caer sus brazos de modo natural. Es mucho más adecuado.

Por otra parte, asimilen que el estrés no lo causan las circunstancias, lo ocasiona la actitud con la que nos enfrentamos a ellas. Perciban el proceso de hablar en público como un reto ilusionante y no como una amenaza frustrante. Es más, usted habla a personas, no a fieras salvajes... ¿por qué tener miedo a sus semejantes?

Para comunicar eficazmente, usted debe transmitir emociones: "El pájaro es feliz porque canta, pero también canta porque es feliz", esta frase condensa las emociones primarias y secundarias que, como humanos, tenemos. Y qué mejor recurso que el storytelling: el arte de contar historias. Incluso el libro más antiguo de la historia, la Biblia, está contada a través de historias. A la gente le gusta que le cuenten historias, genera más impacto emocional a quien le está escuchando.

Y una última reflexión. Si usted me preguntara que es lo primero que analizo en comunicación, le diría: "quiero ver el brillo en tus ojos". Somos seres emocionales y sin transmisión de emociones no hay comunicación efectiva. Deje el mejor recuerdo en la memoria de quienes le escuchan. **ME**



\*[www.justgrausartorial.com](http://www.justgrausartorial.com)  
[info@justgrausartorial.com](mailto:info@justgrausartorial.com)  
[www.linkedin.com/in/justgrau/](https://www.linkedin.com/in/justgrau/)



Capacitación  
oportuna e  
información  
precisa

**idc** Seminarios

GINcapacitación  
IDC

 **STREAMING**

**TEMAS** en **ÁREAS** de  
especialidad, Fiscal, Laboral,  
Jurídico, Comercio Exterior  
*y más*

**idconline.mx**

Más información (55)7100.1229 [seminarios@idconline.mx](mailto:seminarios@idconline.mx)

-  IDConline
-  IDConline
-  [idconline.mx](http://idconline.mx)
-  IDConline
-  [idconline](https://www.instagram.com/idconline)

SOMOS: REVISTA • DIGITAL • MEMBRESÍAS • IDC TV • CAPACITACIÓN • ESPACIOS • CONSULTORÍA

[ **comfort zone** ]

SKIN SCIENCE SOUL

GIFT COLLECTION  
THE GIFTS OF NATURE



Esta temporada de celebración, regala inspiración y alegría con nuestra colección limitada Regalos de la Naturaleza. Increíbles productos de cuidado para la piel y los diseños festivos que celebran los ingredientes naturales de nuestras Science-based Conscious Formulas™.

Creadas en Italia con un enfoque sostenible certificado.



Para más información, envíanos un mensaje a  
Facebook/ComfortZoneMexico o Instagram @comfortzonemexico

Presentado por:  GRUPO  
MUNDO  
EJECUTIVO



La plataforma donde  
vives los mejores eventos

Obras de Teatro · Conciertos · Stand Up · Shows en vivo · Meet & Greet

[meshow.com.mx](https://meshow.com.mx)



MEshow



MEshow

# El Rol de la mujer

La importancia de revalorizar la participación de las mujeres con una perspectiva de equidad

ANA VALDESPINO\*

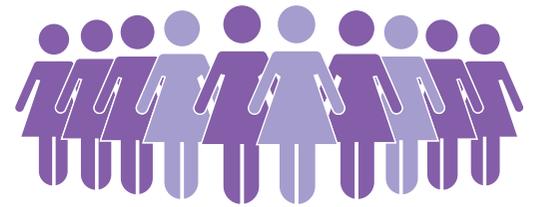
El 2020 ha sido un año donde movimientos nacionales e internacionales se enfocaron en equidad de género. Con la llegada de la pandemia, esta discusión se movió al mundo online y sigue teniendo un lugar relevante en la agenda mediática. Desde el enfoque corporativo hoy es más importante que nunca que las empresas se re-

planteen el rol que tiene la mujer tanto desde el interior de la empresa para promover la diversidad y un liderazgo incluyente, como desde la perspectiva externa para trabajar en un posicionamiento con equidad de género y comunicación incluyente, que contribuya en la construcción de marca y por tanto en el crecimiento del negocio.

# ¿Qué cambios se necesitan hacer al interior de las organizaciones?

De acuerdo con el estudio de la mujer realizado por Kantar, 7 de cada 10 mujeres mexicanas considera que no hay igualdad de género. Adicionalmente, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) informó que 28 billones de dólares podrían añadirse al Producto Interno Bruto (PIB) global si todos los países alcanzaran la equidad de género. Si hablamos de la posición de la mujer en las empresas en México, en 2019 26% ocupaba puestos directivos (8% menos que en 2018). Sin embargo, entender la brecha en el liderazgo es sólo la punta del iceberg. El segundo paso es comprender e identificar las medidas que como corporación podemos implementar para romper el llamado “techo de cristal”, conjunto de normas no escritas al interior de las organizaciones que dificulta a las mujeres tener acceso a los puestos de alta dirección.

Una investigación realizada por el Banco Mundial a más de mil 500 empresas reveló que una de las principales barreras para el crecimiento son los estereotipos internos que subyacen en cada una de las personas. Alice Eagly en su teoría de roles sociales apunta sobre las opiniones que tenemos como hombres y mujeres del “deber ser” y que son llevadas al ambiente laboral. La mujer mexicana se ve así misma con roles mucho más estereotipados, de servicio y atención a otros, entre otros. Por tanto, las medidas “top down” de imponer cuotas de género no son siempre efectivas, un enfoque alternativo es “bottom up” con acciones que comienzan a nivel individual para empoderar a la mujer y promover internamente prototipos de mujeres líderes mediante entrenamientos, una cultura inclusiva y actividades de mentoría.



**7 de cada 10 mujeres mexicanas considera que no hay igualdad de género**



**28 billones de dólares** podrían añadirse al Producto Interno Bruto (PIB) global si todos los países alcanzaran la equidad de género



# ¿Qué hay detrás de la percepción de los roles de género?

De acuerdo con el modelo de Hofstede de dimensiones culturales, en México los roles sociales entre hombres y mujeres son claramente distintos, con un nivel similar a países de medio oriente.

Sabemos por estudios cualitativos que los hombres tienen una percepción de la “mujer perfecta” más apegada a los roles tradicionales.

Como consecuencia de estos roles sociales tres de cada 10 se han sentido presionadas para dedicarle más tiempo al hogar y dedican en promedio 9 horas a la semana en las tareas de casa. Previo a la pandemia sólo el 30% de las mamás tenía permisos especiales en su trabajo si su hijo se enfermaba y menos del 20% un horario flexible.

Lo anterior es un ejemplo de las consecuencias de los estereotipos de género y con esto se hace vital comprender que la equidad es una de las claves para reducir la pobreza y lograr una prosperidad compartida. Cuando las mujeres pueden realizar plenamente su potencial laboral, hay crecimiento económico. Cuando hay igualdad de género, la productividad de las empresas aumenta. Y cuando la mujer cuenta con mejores ingresos, la inversión en capital humano es mayor.

Estas consecuencias también afectan a los hombres, quienes enfrentan una constante presión social. Existe una oportunidad para deconstruir el estereotipo de lo que se espera de los hombres y dejar atrás las percepciones de su rol tradicional.

En este sentido, el 46% se ha sentido presionado por tener una vida laboral exitosa. Otro 40% se siente juzgado por expresar sus sentimientos en público. El 30% siente presión



**Los hombres mencionan atributos emocionales/sociales** tales como “amorosas”, “cariñosas”.

De igual forma **consideran importante el aspecto físico.**

**42% está de acuerdo en que la mujer juega un rol central en la familia.**



**Para las mujeres, el concepto de la mujer perfecta está construido con atributos más actitudinales como ser inteligentes, trabajadoras, seguras y responsables.**

por demostrar valentía y un mismo porcentaje se siente juzgado de que su pareja sea quien tome las decisiones en la relación.

Y no queda ahí. Un 26% siente presión porque “deban” interesarle temas o actividades populares para hombres, mientras que el 16% se siente juzgado cuando su pareja es más exitosa en el ámbito laboral.

Como puede verse, tanto mujeres como hombres se enfrentan en su día a día a estereotipos ligados al género que les obligan a cumplir con ciertas expectativas no sólo en el plano laboral, y con distintas consecuencias que afectan su crecimiento y la manera en la que se relacionan entre sí.

Actualmente, las mujeres representan más de dos quintos de la fuerza de trabajo en la mayoría de las economías desarrolladas, pero en algunos mercados emergentes, particularmente en África y Medio Oriente, esta cifra es mucho menor. Sin embargo, las mujeres de la generación Y están participando en el mercado laboral en mayor número en lugares como la India.

La participación femenina en la fuerza laboral se ha mantenido por debajo de la participación masculina; las mujeres realizan la mayor parte de los trabajos no remunerados y, cuando tienen un empleo remunerado, están sobrerrepresentadas en el sector informal y entre la población con menores ingresos económicos.

Países desarrollados y en desarrollo ya cuentan con iniciativas para aumentar la proporción de mujeres en ámbitos como la ciencia, tecnología, ingenierías y matemáticas. Las marcas y la iniciativa privada no se quedan atrás.



# CADENA TRENDY

SOLO POR  
CANAL 77 DE



# Protocolizar la inclusión

A lo largo de los últimos años se han dado grandes pasos para incluir a las mujeres en el mercado laboral en condiciones de igualdad, para reducir las brechas de inequidad y para construir empresas incluyentes.

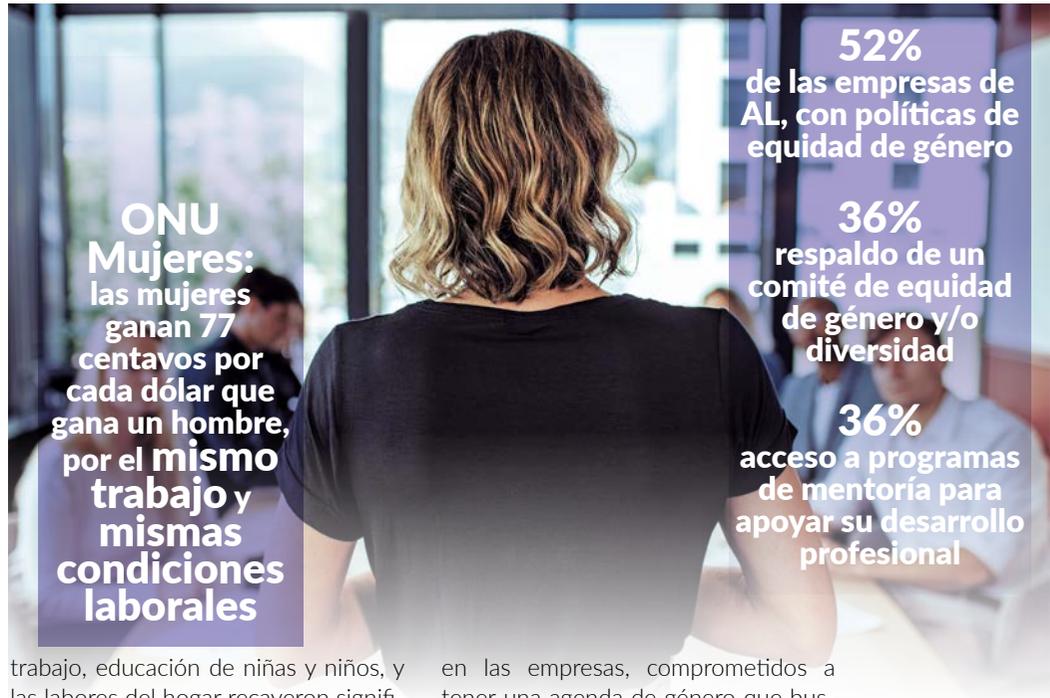
Estas acciones son tangibles, por ejemplo, 52% de las empresas de América Latina cuenta con políticas de equidad de género, 36% tiene el respaldo de un comité de equidad de género y/o diversidad, el 36% tiene acceso a programas de mentoría para apoyar su desarrollo profesional.

Sin embargo, aún quedan muchos retos. La situación de las mujeres y los problemas que enfrentan varían ampliamente dentro de la región y al interior de los países.

Particularmente en Colombia las mujeres constituyen sólo el 18% de los miembros de juntas directivas y el 7% de los cargos de presidencia. Las mujeres dedican en promedio 25 horas semanales a las labores del hogar y del cuidado, mientras que los hombres dedican solamente siete horas.

Otro grave ejemplo es la disparidad salarial. Según datos de ONU Mujeres, las mujeres ganan 77 centavos por cada dólar que gana un hombre, por el mismo trabajo y mismas condiciones laborales.

Aunado a este contexto, la pandemia de este 2020 ha tenido un grave impacto en cuestiones de género. Derivado del confinamiento las cargas de



**ONU  
Mujeres:  
las mujeres  
ganan 77  
centavos por  
cada dólar que  
gana un hombre,  
por el mismo  
trabajo y  
mismas  
condiciones  
laborales**

**52%**  
de las empresas de  
AL, con políticas de  
equidad de género

**36%**  
respaldo de un  
comité de equidad  
de género y/o  
diversidad

**36%**  
acceso a programas  
de mentoría para  
apoyar su desarrollo  
profesional

trabajo, educación de niñas y niños, y las labores del hogar recayeron significativamente en la mujer.

Datos del estudio “Stay at Home” realizado por Kantar reportan que las mujeres se sienten más estresadas que los hombres trabajando en home office.

Esto se ha convertido en un foco rojo para las empresas. La pandemia puso en evidencia una necesidad urgente por renovar el compromiso con la equidad de género.

Para combatir estas prácticas se requiere de inicio contar con líderes sensibles a las condiciones de desigualdad

en las empresas, comprometidos a tener una agenda de género que busque el beneficio de sus colaboradores y apuesten por crear condiciones de igualdad en un clima laboral libre de estereotipos.

Es importante destacar que en las condiciones actuales las mujeres demandan beneficios particulares: Servicios que den respuesta a las situaciones de violencia que viven derivadas del confinamiento y que afectan su rendimiento laboral, flexibilidad en horarios a partir de que niñas y niños no asisten a escuela y requieren atención extra en el mismo horario laboral, entre otros.

La pandemia cambió el mundo, y las empresas que busquen ser inclusivas y reducir sus brechas de género deben hacerlo también, modificar ciertos lineamientos y estructuras que se adecuen a la realidad que la sociedad vive actualmente y que se traducirá en una mejora en su productividad.

Un producto de  GRUPO  
MUNDO  
EJECUTIVO

Compras inteligentes,  
entregas inmediatas

 **ME**   
**SHOP**

Alimentos · Cava · Protégete · Higiene personal y belleza · Arte · Life&Style



Elige, da click y recibe

[meshop.com.mx](https://meshop.com.mx)



**70%**  
de las mexicanas  
considera que  
la publicidad no  
las representa



## ¿Qué pasa con las marcas?

Cada día estamos expuestos a miles de anuncios que nos son presentados en las diferentes plataformas a las que nos exponemos, como la calle, las redes sociales, radio o televisión, y aunque 9 de cada 10 mercadólogos en Latinoamérica piensan que están mostrando a la mujer en roles positivos en su comunicación, la realidad es que 70% de las mexicanas considera que la publicidad no las representa, principalmente porque los anuncios muestran a la mujer en actividades "tradicionales" que no corresponden con su realidad actual o porque la apariencia física de las mujeres en la publicidad no representa a una mexicana común.

De acuerdo con los resultados del estudio de Kantar, AdReaction, titulado "GettingGenderRight", en el que se realizaron 30 mil pruebas publicitarias, 450 entrevistas a profesionales globales de marketing y 40 mil a consumidores alrededor del mundo, podemos observar que los retratos de género en la publicidad continúan estereotipados, con la mayoría de los anuncios mostrando mujeres como "simpáticas" o "afectuosas".

A nivel categoría también se observan roles segmentados, las marcas de limpieza de hogar, productos para bebé y limpieza de ropa están dirigiendo en un 98% su comunicación hacia las mujeres y en un 2% hacia los hombres. En la misma línea, la comunicación de la industria de autos y aceite para motores se dirige a hombres.

Adicional el costo social de los roles estereotipados, AdReaction calcula que se pierden 9 mil millones de dólares en valoración de marca a nivel mundial por no dirigirse a las mujeres de forma adecuada. En contraste, el promedio de valor de marcas es más alto entre las marcas que trabajan con géneros de forma equilibrada (20 mil 600 millones de dólares frente a los 16 mil 100 millones

de dólares para marcas dirigidas exclusivamente a mujeres y 11 mil 500 millones de dólares para marcas dirigidas exclusivamente a los hombres); sin embargo, solo el 33% de las marcas globales alcanza ese equilibrio.

En ese sentido, afortunadamente, cada vez más comenzamos a percibir un cambio de roles, tal es el caso de anunciantes de las categorías de aseo personal y alimentos que han comenzado a incluir al género masculino en 3 de cada 10 casos y las de electrodomésticos que incluyen en 47% de los casos modelos masculinos.

Los consumidores ya están percibiendo estos esfuerzos de comunicación de las marcas, 41% reconocen que las marcas buscan la equidad de género y 37% que se interesan por cambiar su perspectiva hacia la mujer.

Si bien es cierto que las marcas con una estrategia de comunicación que refuerza el empoderamiento de la mujer obtienen una respuesta positiva en términos de imagen entre el público femenino, no se trata de modificar la comunicación sin una estrategia clara. En la búsqueda de una visión con equidad de género las marcas deben ser cuidadosas de plantear una estrategia que sea congruente con su ADN y propósito.

Ejemplo de esta premisa es la campaña ganadora del Effie de Oro México en 2017 para la categoría de Bebidas Alcohólicas, creada por Tecate, titulada: "A un hombre lo define cómo trata a una mujer". La premisa era modificar su discurso de hipermasculinidad para dar un mensaje social. El comercial televisivo cerraba con una frase retadora: "Si no la respetas, Tecate no es para ti". La campaña fue más allá de un anuncio para incluir alianzas con el gobierno y la Red Nacional de Refugios para financiar un centro de empoderamiento y línea de ayuda.



# Batidora de Pedestal Metálica

Potencia sin límites

Cuerpo completo de acero y **12** velocidades



**Incluye 3 accesorios** y adaptador para aditamentos adicionales



**Adquiere-la en línea o en tienda**



# ¿Han cambiado las prioridades como resultado de la pandemia?



De acuerdo con la ONU, las mujeres y las minorías han sentido más presión durante la crisis de COVID-19 debido a las implicaciones económicas y estrés. Se calcula que una mayor proporción de mujeres que de hombres ha perdido el empleo en los últimos meses, y en ese sentido lanzó un protocolo en agosto titulado “Promover roles de género positivos en el marketing y la publicidad”.

Propone tres puntos principales:

- **Presencia.** Considerar a quién se incluye en la comunicación para asegurarse que haya diferentes géneros.

- **Perspectiva igualitaria** en la manera en que los géneros femenino y masculino son mostrados.
- **Personalidad.** Mostrar personajes en la comunicación con una personalidad no estereotipada.

Las empresas tienen una oportunidad única de modificar la forma en que serán vistas a medida que los países y las economías se recuperen del COVID-19. Las marcas pueden determinar el liderazgo resolviendo problemas, actuando en beneficio de sus empleados y de la sociedad en general. Adicio-

nal a las ganancias intrínsecas de estas acciones, las marcas se verán beneficiadas en su imagen de marca, 76% de los mexicanos espera que las marcas tengan un impacto social y 64% considera que las compañías pueden ser agentes de cambio positivo para luchar contra la crisis del COVID.

En todo el mundo las personas y empresas están expresando su deseo de cambiar y ven el COVID-19 como un punto de quiebre. Este momento histórico que vivimos puede ayudarnos a replantear roles de género y buscar una mayor equidad en nuestros hogares, empresas y sociedad en general. ■■



\*Marketing Director,  
Hispanic Latam & Brazil  
en Kantar



# 30 LÍDERES

2020 es un parteaguas en la historia de la humanidad. Esta edición es extraordinaria, pues no sólo son las líderes que han impulsado el empoderamiento femenino, también las grandes heroínas de la salud que están al frente de las líneas de batalla para luchar contra el COVID-19

FOTOS ANTONIO SOTO  
HUMBERTO ESTRADA



**30**  
LÍDERES  
NEGOCIOS



*Angélica Ruiz*

Vicepresidenta de BP Latinoamérica

**Techos de cristal  
están listos para  
romperse**

## LAS MUJERES TIENEN MUCHO POTENCIAL, SOLO NECESITAN CREER EN SÍ MISMAS PARA ALCANZAR TODAS SUS METAS

ROSA MARÍA VERJÁN GUTIÉRREZ

La participación de la mujer en el ámbito profesional cada vez es mayor, y aunque existen sectores económicos en los cuales pareciera que ellas no tendrían cabida, esto se ha roto con el paso del tiempo.

Angélica Ruiz Celis es una prueba de ello, pues con más de 15 años de experiencia en el sector energético, se ha construido un camino que la ha llevado a convertirse en presidenta y directora general de BP México y VP de Latam una empresa de energía con más de 50 años en el país, pero que existe desde hace 110 en el mundo.

El sector energético es muy noble, y de largo plazo, en el cual se combinan el medio ambiente y aspectos sociales en proyectos muy específicos, mismos que generan crecimiento económico en las regiones, además de beneficiar a las comunidades al generar empleo y/o educación. En pocas palabras, en este sector se compaginan economía, sociedad y ambiente.

Sin embargo, estos tres aspectos no lo son todo, la equidad de género también hace su aparición en el sector, Ruiz Celis señaló que hay estadísticas en las que se ve claramente cómo la mujer está presente en posiciones directivas, en donde manifiestan su potencial de liderazgo y que permite tomar otros caminos en la resolución de problemas, pues no solo basta con enfocarse en temas de ingeniería, sino que toman en cuenta el desarrollo social, económico y ambiental, es decir, es necesario contar con una diversidad de pensamientos.

“Ahora mientras más soluciones tengas a los problemas, puedes seleccionar y tomar la mejor



“La principal barrera que tienes eres tú; recuerda que capaz de llegar a donde quieras”

está comprobado, además, que tener equipos diversos te genera mayor retorno financiero”.

Como líder, Angélica tiene claro que es necesario crear estrategias que favorezcan a la mujer, voltear a ver sus necesidades y trabajar para que tengan un desarrollo pleno. Por ejemplo, desde BP México, el desarrollo de la mujer empieza desde que ingresa a la empresa, hasta que tiene hijos, crece y llega a posiciones de liderazgo. Además, existen programas de apoyo durante su embarazo y después del nacimiento, etapa en la cual se busca reinsertarlas al mercado laboral, cuando ya se sientan preparadas para ello.

“Cuando estás en posiciones de liderazgo, representas a una empresa y a muchas personas, todos tus colaboradores ven cómo te manejas y actúas, entonces tú marcas una pauta; me considero muy afortunada de tomar decisiones en ciertas ideas y, sobre todo, pensar que mi intención es positiva no solo para las mujeres y para los hombres, sino para mi país”.

En el caso de las mujeres, trata de recordarles en cada oportunidad que el ser exitosa no solo depende de las políticas de una empresa. Por ejemplo, “hay un tema interno que tú tienes que superar y estar consciente de que la principal barrera que tienes eres tú, recuerda que capaz de llegar a donde quieras”.

Finalmente, tiene la firme convicción de que “cada mujer debe abrirse brecha, tiene que trabajar mucho y necesita entender que el potencial está dentro de sí misma y que los techos de cristal están para romperse”. III

Las características de su liderazgo son: **Reconocer a sus equipos**, buscar siempre el **ganar-ganar** y **considerar las personas**

La **mayor inspiración** es su **hija**, verla crecer le recuerda, que se debe aprender, disfrutar de **cada día** y ser muy **agradecidos con la vida**

Fue directora **Financiera de Petrofac**

Se desempeñó como directora general de **Grupo Mexicano de Servicios Subacuáticos**

Es licenciada en **Economía** y maestra en **Administración de Empresas** por el **ITAM**

**30**  
LÍDERES  
MARKETING



*Lourdes Castañeda*

Vicepresidenta de Marketing Foods Unilever Latam

**Una carrera llena de  
trabajo, corazón y  
grandes resultados**

## PARA LOURDES, ALZAR LA VOZ TIENE QUE SER PARTE DEL DÍA A DÍA Y ASÍ GENERAR UN CAMBIO

ARAMIS FLORES CARRANZA

Uno de los pilares de Unilever es sin lugar a dudas Lourdes Castañeda, quien con más de tres lustros de carrera ha desarrollado estrategias para posicionar a la compañía dentro de las líderes en nuestro mercado y en el extranjero.

Entró a Unilever al terminar la universidad con el programa de *trainees* enfrentando la vida del mundo corporativo. “Me di cuenta que en ese entonces los espacios que ocupaban las mujeres la verdad eran muy limitados, entonces empecé mi carrera con ganas de crecer y desarrollarme profesionalmente”.

La empresa anunció recientemente que a nivel global alcanzó el 50% de las posiciones de liderazgo ocupadas por mujeres, un año antes del compromiso que había hecho. “Quiero recalcar que en México alcanzamos esa equidad del 50% de mujeres en posiciones de liderazgo hace un año, entonces me siento orgullosa de estar en la compañía que genuinamente ha trabajado en dar estas

oportunidades a las mujeres. Me siento feliz en la firma en la cual trabajo y del rol que me ha tocado desempeñar, para hoy poderte contar esto”.

Sobre la importancia de los movimientos feministas señala que se ha avanzado en muchos temas, pero no estamos donde debemos y toda-

vía hay muchas problemáticas que son evidentes, “para mí es un primer punto levantar la voz, para buscar que nos escuchen y creo, lo más importante, es que no debe terminar ahí, debemos hacerlo parte de nuestro día a día, para efectivamente generar un cambio. Hablo de alzar la voz dentro de los corporativos, dentro de las familias y dentro de la educación”.

Sobre las bases y apoyo que ha recibido para seguir adelante, expresa que ha sido su esposo, un gran compañero de vida, “porque entre los dos hemos construido grandes cosas, hemos formado un gran equipo en igualdad de circunstancias y eso, sin duda, ha hecho la diferencia. Además del apoyo de mujeres dentro de la organización, otras mujeres líderes me han inspirado, ayudado, coacheado, en diferentes etapas de mi vida y esto me ha permitido crecer”.

Un tema importante en la división que maneja son los alimentos, por ello Unilever durante las últimas dos décadas ha creado una serie de acciones que involucran a cada una de sus marcas de alimentos, a fin de jugar un papel más relevante en la procuración de la salud de los mexicanos, “la intención es crear un sistema alimentario inclusivo para contribuir a que todas las personas puedan acceder a una alimentación más nutritiva, justa y sustentable”, finaliza. **ME**



“Para mí un primer punto es levantar la voz dentro de los corporativos, dentro de las familias y la educación para que nos escuchen”

**Unilever** es una de las compañías que recientemente anunció que a nivel global alcanzó el **50%** de las posiciones de **liderazgo** ocupadas por **mujeres**

De acuerdo con la **FAO**, actualmente más de **2 mil millones** de personas **no tienen acceso** suficiente a **alimentos sanos y nutritivos**

Ella se ha desarrollado en diferentes áreas de la organización: **ventas, customer marketing, marketing regional y local** para los distintos portafolios de Unilever (foods, personal care, ice cream).

Tiene bajo su responsabilidad el desarrollo de marcas como **Knorr, Hellmann's y Maizena**.

**30**  
LÍDERES  
LUJO



*Lina Lopera*

Country Manager Tous México

**Impulso a las  
personas para dar  
lo mejor de sí**

**México** es el segundo mercado más importante para Tous, **marca española** que cumplió **100 años**

“Tengo una especial **admiración** por las **mujeres** que cada día abren más **camino** en un mundo que se está **transformando**”

Fue **directora comercial** en L'Oréal y **directora general** en Studio F



“Siempre he sido una mujer apasionada y convencida de que con dedicación uno puede lograr lo que desea”

## UNA TRAYECTORIA DE TRABAJO ARDUO Y RESULTADOS POSITIVOS

**ARAMIS FLORES**  
**FOTOS CORTESÍA**

La llegada de la PANDEMIA al mundo ha desafiado la capacidad de adaptabilidad de todas las organizaciones a nuevos contextos. Es por eso que para Lina Lopera, la Country Manager de la marca catalana Tous en México, ha sido un reto salir adelante en estos momentos.

Cuenta con una amplia trayectoria en ventas en L'Oréal, fue directora general en Studio F y ahora con dos años al frente de Tous en nuestro país, el segundo mercado más importante para la compañía española.

Lopera asegura que la firma estaba preparada para este momento de retos. “Habíamos adquirido una herramienta de comunicación corporativa, lo cual nos ha permitido tener una cohesión interna increíble, que con el poder de un clic, se puede estar cerca de cada uno de nuestros colaboradores sin importar la región”.

Su carrera llena de éxito, señala, no fue un plan: “Siempre he sido una mujer apasionada y convencida de que con dedicación uno puede lograr lo que desea. Me encantan los retos y siempre he pensado que hay mejores maneras de hacer las cosas, lo cual me ha llevado a alcanzar metas personales y profesionales”.

Los aprendizajes que ha tenido en este camino, comenta, se trabajan en equipo, porque “solos no llegamos a ningún lado”.

Como líder tengo la responsabilidad de desarrollar e impulsar a las personas para que den

también lo mejor de sí mismas; así como actualizarme constantemente para entender los cambiantes desafíos que se presentan y saber el camino a tomar para enfrentarlos de la mejor manera. Un ejemplo claro es lo que estamos viviendo este año, en el cual tuvimos que reinventar y ajustar rápidamente nuestra visión estratégica, porque el negocio de retail se transformó radicalmente”.

Sobre los retos que la han marcado, platica que cada día trae nuevos desafíos. “Me hace pensar que sin duda el mayor reto siempre será el que está por venir. Como cabeza de la marca en nuestro país, contar con una matriz en España, cuya cultura organizacional es flexible y ágil, me facilita liderar un equipo talentoso y confiable que nos ha permitido lograr resultados sobresalientes en México, en medio de un ambiente de negocios muy retador”.

Lina impulsa a más mujeres desde su actual posición, “la compañía desde siempre se ha caracterizado por destacar y reconocer la importancia de la mujer en el desarrollo de la empresa. Actualmente contamos con colaboradoras en distintos ámbitos, tanto en los órganos de gobierno, consejo de administración, comité ejecutivo, comité de dirección y posiciones que normalmente no suelen ser mujeres en la parte corporativa. Un ejemplo de ello, es mi caso, como directora de México”, afirma. **ME**

30

LÍDERES

EMPRESA



*Carolina Mejía*

Vicepresidenta Canon Mexicana

**La construcción  
de un camino para  
las mujeres**

## ORGULLOSA DEL CAMINO QUE HA FORJADO Y DE AYUDAR A LAS MUJERES QUE TRABAJAN EN LA EMPRESA Y QUE VENDRÁN DETRÁS

ARAMIS FLORES

**R**econocida como una de las mujeres detrás del desarrollo de la empresa japonesa Canon en México, Carolina Mejía empezó su trayectoria después de graduarse y estudiar un posgrado en el extranjero y entrar directamente a la compañía.

“Entré a una compañía global de origen japonés que en aquella época no era fácil para las mujeres. Pero me gustó mucho y me sentí inmediatamente identificada con ella gracias a su sólido sentido de la ética, del honor y del trabajo arduo, así que analicé cuáles eran las oportunidades de crecimiento y me dediqué a aprender y poco a poco a contribuir con el cumplimiento de los fines de la empresa. Desde el inicio de mi carrera supe que tenía que crearme una reputación que me identificara como una profesional confiable, congruente y comprometida”.



“Analiza todos los elementos con los que cuentas en el momento de tu decisión y, entonces, elige lo que consideres es correcto”

Carolina nunca mostró miedo ni al trabajo ni a las responsabilidades y eso fue lo que le ayudó a crecer dentro de la organización. De ser una asesora legal, a lo largo de los años fue asumiendo responsabilidades sobre otras áreas, hasta llegar a ser la primera mexicana en asumir los puestos que ha ostentado, “siendo mujer, además, me lleno de orgullo al pensar que ayudé a facilitar el camino de las mujeres que vienen detrás de mí”.

Uno de los retos más importantes en su desarrollo ha sido criar a sus hijos siendo una madre soltera. “Me tocó ser una madre con muchas ausencias en momentos importantes de su vida. Pero creo que superé el reto, porque ahora mis hijos son dos adultos felices, realizados y que pudieron entender perfectamente el tipo de madre que les tocó y que tuvo que hacer lo necesario para que ellos pudieran florecer de la manera en que ellos mismos lo han elegido”.

Durante la pandemia Canon buscó la manera de contribuir con la comunidad de la mejor forma que pudiera y desde su trinchera colaborar. En abril inició el proyecto de “El rostro detrás de la mascarilla” para dotar a hospitales públicos y privados con equipos de impresión fotográfica para permitir que el personal sanitario pueda mostrar a los pacientes que luchan contra la enfermedad, el rostro que se encuentra oculto detrás del equipo de protección personal.

También inició un puente continuo que a la fecha persiste, para donar alimentos a los niños de la Casa Hogar “La Divina Providencia”, que se encuentra en San Vicente Chicoloapan, Estado de México. Además de un programa de donación de equipos de cómputo para apoyar a niños en Oaxaca y en la Alcaldía Iztapalapa, para continuar sus clases a distancia.

“Estas pequeñas historias son justamente las que nos hacen guardar la esperanza de la que hablaba antes. Descubrir que hay personas que aún a costa de ellos mismos siguen luchando de manera incansable en los ámbitos sanitarios, asistenciales y educativos. No podemos más que sentir una gran admiración por todos ellos”. **ME**

## DECÁLOGO

1. **Trabaja** como mujer

2. Sé siempre **congruente**

3.- Sé **fiel** a ti misma

4. **Representa** a tu país

5. Representa **dignamente** a las mujeres

6. Sé siempre **humilde**

7. **Nunca** te **olvides** de los que tienen menos oportunidades que tú

8. **Enseña** a las nuevas generaciones

9. **Facilita** el camino a los que vienen detrás de ti

10. **Sé feliz**

**30**  
LÍDERES

SUSTENTABILIDAD



*Gemma Santana*

Directora de la Agenda 2030 en la Jefatura de la oficina  
de la Presidencia de la República

**Por un México  
más sostenible**

## EL TRABAJO DE LA FUNCIONARIA ES FUNDAMENTAL PARA EL FUTURO DEL PAÍS

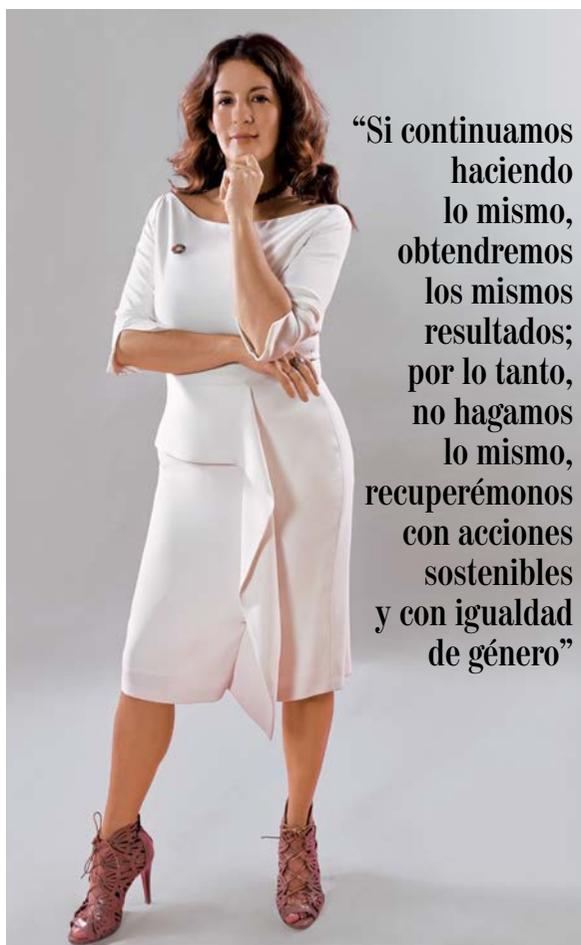
ARAMIS FLORES

**G**emma Santana es la responsable de dirigir la coordinación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en nuestro país. Es emprendedora social y pública tiene 15 años de experiencia en organizaciones internacionales, organizaciones de la sociedad civil, el sector privado y gobierno.

“A lo largo de mi vida he aprendiendo de varias comunidades y culturas de nuestro país y del mundo, así como de grandes maestros que me enseñaron la aplicación de la sostenibilidad, innovación y economía con impacto. He trabajado en un sin fin de ambientes contrastantes, viviendo en comunidades indígenas, trabajando con medianas y grandes empresas”.

Santana es una ciudadana comprometida con las tres dimensiones del desarrollo: una economía incluyente y sostenible, conservar y restaurar nuestro patrimonio natural y cultural, así como la protección y ejecución de los derechos humanos.

“Los mayores aprendizajes que he tenido se basan en nunca perder la pasión por lo que haces, ser empático porque no todos tienen tu visión, formación y es importante tratar de hablar el mismo lenguaje, ser paciente



**“Si continuamos  
haciendo  
lo mismo,  
obtendremos  
los mismos  
resultados;  
por lo tanto,  
no hagamos  
lo mismo,  
recuperémonos  
con acciones  
sostenibles  
y con igualdad  
de género”**

y resiliente para que lo que uno diseña, planea e implementa, se cumpla. Estar enfocado en tus objetivos y no tomarte las cosas personales”.

“Es más rápido destruir que construir”, por ello, el mayor reto para Gemma ha sido coordinar la implementación de la Agenda 2030 en un país con múltiples crisis, con el gran desafío de generar impacto con tanto cambio, con tantas visiones, y con tantos intereses. “Mantenerme enfocada, resiliente, hacer mi parte y tratar de llevar el mensaje a la mayor cantidad de aliados posibles para avanzar en las alianzas que necesitamos en lograr los 17 objetivos del desarrollo sostenible en México”.

Para Santana el valor fundamental para el desarrollo de todas las personas y de la sociedad misma es la igualdad de género, “sin mujeres fuertes, emocional y económicamente, no garantizaremos el bienestar de nuestro país. Todos los proyectos que impulso son relacionados con el valor de la mujer, dentro de todas las áreas, económica, social, cultural, medio ambiente, tecnología; porque la igualdad de género es transversal para disminuir la pobreza, cuidar el medio ambiente y lograr una economía para todas y todos”. III

En el año **2011** fue Nominada **Premio Nacional de la Juventud** en la categoría de **compromiso social**

Es autora del libro **Emprendimiento Social Negocios para la Paz**

Su compromiso con la sociedad la llevó a ser una empresaria social y fundó las empresas **Transfo y Ecotienda GDL**

Fue **directora de Programas en Enactus México y América Latina**

Estuvo en el Instituto Nacional de Emprendedor, como **directora general adjunta de Programas de Desarrollo Empresarial**

**30**  
LÍDERES  
SALUD



*Constanza Losada*

Presidenta Pfizer México

**Rompiendo  
paradigmas**

Fue **directora senior de Finanzas** para Pfizer Latinoamérica

En **2019** fue designada **presidenta y directora general** Interina para el Clúster de Centroamérica y El Caribe (CAC)

Fungió como **Líder de Finanzas para Mercados Emergentes** de Pfizer, apoyando a Latinoamérica, África, Medio Oriente, Asia y China

Fue **Directora de Finanzas** para Argentina, Uruguay y Paraguay, logrando una gran contribución al implementar un acuerdo de transferencia de tecnología de cinco años con un socio local.

Después de graduarse **trabajó para KPMG** y como **Gerente de Finanzas** en AES Argentina

## SIENTE UNA GRAN RESPONSABILIDAD COMO LÍDER DE APOYAR A LAS MUJERES EN SU ORGANIZACIÓN PARA QUE TENGAN OPORTUNIDADES

MUJER STAFF  
FOTOS CORTESÍA

**M**aría Constanza Losada inició el año con una gran noticia: fue presentada como presidenta y directora general de Pfizer en México, convirtiéndose en la primera mujer en asumir este cargo en el país.

“Es un honor, un orgullo y como siempre digo también una responsabilidad, una responsabilidad de marcar el camino para otras mujeres, para aspirar a tener posiciones de liderazgo; sin duda en Pfizer venimos trabajando en pos de este logro. Incluso en México, revisando las estadísticas, en el 2019 contratamos 59% de mujeres, así que estamos en el camino correcto y ya tenemos el 49% de esas mujeres ocupando posiciones gerenciales o directivas en Pfizer México; así que es un orgullo ser parte de esta compañía en este país”.

Previo al actual nombramiento, fue directora senior de Finanzas para Pfizer Latinoamérica y en 2019 designada presidenta y directora general interina para el Clúster de Centroamérica y El Caribe (CAC). También fungió como Líder de Finanzas para Mercados Emergentes de Pfizer apoyando a Latinoamérica, África, Medio Oriente, Asia y China.

Asimismo, Constanza Losada fue directora de Finanzas para Argentina, Uruguay y Paraguay, logrando una gran contribución al implementar un acuerdo de transferencia de tecnología de cinco años con un socio local.

La posición en México llegó en el momento en que comenzaba la pandemia, lo que representa un reto importante. “Como compañía nos hemos enfocado básicamente en la prioridad número uno en asegurarnos que nuestros pacientes continúen recibiendo los tratamientos. Si bien todos nuestros colegas de oficina están desde 18 de marzo trabajando en sus casas, nuestros colegas de planta continúan para asegurarse que siga el proceso productivo y los pacientes están recibiendo los tratamientos”.

Para Losada es muy importante estar en México al ser una de las operaciones más importantes de Pfizer, representando el mercado número 13 a nivel global. “Pfizer México es una

compañía que ha tenido grandes logros, recientemente por octavo año consecutivo recibimos la mención de la compañía farmacéutica con mejor reputación de Merco”.

El mensaje de Losada a las mujeres es que crean que pueden lograr todo lo que desean, que no hay que elegir una cosa o la otra, que se puede tener una carrera profesional exitosa. “Sin duda es importante el apoyo de las personas que nos rodean y también el apoyo de los líderes, digamos yo siento una responsabilidad como líder de apoyar a las mujeres en mi organización para que tengan oportunidades como la que yo he tenido”.



“No es un tema de elegir una cosa u otra, sino seguir nuestros sueños”

**30**  
LÍDERES  
SALUD



*Dra. Alejandra Alvarado*

Directora general de Médica AL

**Enfrentar la vida con  
fortaleza y pasión**

## PARA ELLA ES UNA GRAN SATISFACCIÓN AYUDAR A MUJERES Y EMPODERARLAS

**MARÍA FERNANDA HERNÁNDEZ**

**M**ujer apasionada, entusiasta, alegre, constante y fuerte, que aprendió a vivir su momento, así se describe Alejandra Alvarado Torres, médico, empresaria y directora general de Médica AL, Doctor 24/7 y AL Genetics. Originaria de Hermosillo, Sonora, platica que “su determinación la llevo al éxito”.

La decisión más difícil de su vida fue al momento de terminar la carrera de medicina, decidió mudarse a Nueva York y continuar su especialidad médica en cirugía láser, para realizar procedimientos quirúrgicos mínimamente invasivos, momento en el cual vivió adversidades como adaptarse a un nuevo país y padecer cáncer de tiroides. Alejandra comenta: “Después del cáncer, aprendí es a no guardar las cosas para mañana, una ocasión especial no existe, todos los días para mí son especiales, vivo cada día al máximo”. “Yo nada más respiraba y decía ‘tranquila, todo es pasajero, esto no durará para siempre’, pero en mi mente nunca pasó la idea de que me iba a morir, jamás, ni cuando me dijeron que tenía metástasis ganglionar, siempre firme como un roble frente a mis tratamientos que recibía.

En el ámbito profesional, explica que uno de los grandes retos más importantes a los que se enfrentó fue compartir su vida entre nueva York y México para poder emprender sus negocios.

Investigando las incidencias de la mala praxis en la cirugía estética por médicos no certificados en México, decidió regresar empleando una técnica innovadora, reconstrucción abdominal por medio de la cirugía láser, para pacientes con complicaciones en cirugía estética, como quemaduras, fibrosis y piel laxa. No solo trabaja el área estética, también ayuda a la pa-

ciente a recuperar su autoestima, sin olvidar mencionar que hoy en día es pionera en cirugía láser en México y cuenta con plataformas de tecnología muy innovadora para rejuvenecimiento facial y corporal.

La Dra. Alejandra pertenece a consejos americanos de cirugía láser y actualmente es numerario de la sociedad española de laser médico quirúrgico.

Hablando de Médica AL, sus clínicas ubicadas en CDMX, Guadalajara y Hermosillo, comenta que sólo trabajan mujeres y tiene muy claro que estando siempre unidas no habrá nada imposible, de lo contrario todo puede fallar. Ella es el pilar de Medica Al y cada día se encarga de que su equipo tenga el enfoque suficiente para que cada una pueda creer en sí misma y desarrollarse profesionalmente.

Apasionada de cambiar vidas, señala la satisfacción de ayudar a mujeres, que se sientan guapas, felices, radiantes y hacerles ver la capacidad de lo grande que pueden llegar a ser si se lo proponen. Esa es mi parte favorita, empoderar a la mujer.

“Quien no ha vivido adversidades en su vida, no conoce su propia fuerza”. Destaca y subraya que en estas situaciones se debe de actuar con fuerte determinación y disciplina.

“Me siento feliz porque he logrado mis metas y éstas también van para el equipo que me ha acompañado. Este reconocimiento reafirma todos mis esfuerzos e ideales, y deseo demostrar que cuando una mujer tiene convicción no existen imposibles. III

.....  
**Clínica Médica AL**

Petrarca 133, Piso 7 – 703, Polanco,  
Tel. 55 6448 0849



“Quien no ha vivido adversidades en su vida no conoce su propia fuerza”

**Padeció cáncer de tiroides y nunca se rindió.**

**Desea seguir empoderando a las mujeres**

**Es apasionada del arte y en tiempos libres realiza escultura**

**El equipo de Médica AL está conformado por mujeres**

**Se describe como una mujer apasionada, entusiasta, constante y fuerte**

**30**  
LÍDERES  
SALUD



*Dra. Jessica Pérez*

Subdirectora Médica del Hospital de Infectología  
del Centro Médico Nacional La Raza

**La fortaleza de  
creer en ti**

Los mayores aprendizajes que le ha dejado su carrera son: **empatía, cercanía con la gente y fuerza**

Su figuras femeninas de **inspiración** son su **mamá** y su **hermana**

Su **ejemplo de vida** es su **padre**

En su tiempo libre le gusta hacer **ejercicio** y **aprender idiomas**

“Que mi trabajo sea **reconocido** me parece **muy motivante**, porque de pronto sí, estos puestos son difíciles. Por eso, cuando alguien ve más allá es muy **enriquecedor**”

“Lo que tenemos que enseñarle a las **generaciones venideras** es que todos pueden ser un **líder**”

## ELLA ESTÁ CONVENCIDA DE QUE LA MAYOR LECCIÓN QUE HA DEJADO LA PANDEMIA ES QUE RESULTA INDISPENSABLE APOSTAR AL TALENTO Y EDUCACIÓN DE LAS NUEVAS GENERACIONES

SELENE RAMÍREZ

**E**l papel del personal de salud trascendió este año. Los médicos, ahora más que nunca, se convirtieron en héroes –y heroínas, por supuesto– que pusieron su conocimiento, tiempo y seguridad al frente de una batalla mundial: la pandemia por COVID-19.

¿Qué inspira a alguien a luchar de esta forma? ¿De dónde surge la fuerza y pasión para continuar aún conociendo los riesgos? En el caso de la Doctora Yessica Sara Pérez González, Infectóloga y Subdirectora Médica del Hospital de Infectología del Centro Médico Nacional La Raza, la respuesta a estas preguntas se encuentra en su niñez.

Según relata, tuvo que pasar buena parte de su infancia en hospitales al lado de su hermano por distintos padecimientos; ahí presenciaba el desfile de esos seres vestidos con una bata blanca que dedican su vida a aliviar el dolor de los demás, a curarlos y cuidar de su salud. La loable labor de la que fue testigo la inspiró al grado de querer convertirse en una de ellos.

“Me llamaba mucho la atención ver a los doctores, me ilusionaba verlos como personas especiales. A partir de ahí nacieron estas ganas, desde que yo puedo recordar todo el tiempo estuve diciéndole a mis papás que yo quería ser médico y pues bueno, me fui por esa línea. No recuerdo haber tenido dudas, incluso ahora, si me lo preguntan, lo volvería a hacer”, recuerda.

De acuerdo con Pérez González, las dificultades de estudiar y dedicarse a una carrera como la medicina son proporcionales a la satisfacción de hacerlo. Desde su trinchera ha tenido la oportunidad de interactuar con la gente,

de ser más empática y de convertirse en una persona más fuerte.

“Ahorita prácticamente lo que vemos es COVID, pero también tenemos mucho contacto con otro tipo de infecciones como VIH. Son padecimientos a los que la gente normalmente les tienen mucho miedo o pacientes que de pronto nadie quiere tratar y es lamentable porque nosotros hemos visto que son personas que pueden salir adelante”.

Llegar hasta donde hoy se encuentra no ha sido nada fácil, sin embargo, considera que su instinto natural de liderazgo la llevó a descubrir su potencial y a aceptar oportunidades que ayudaron en su crecimiento.

“Todo este tiempo he intentado guiarme bajo la idea de que el personal es los más valioso que tenemos en el hospital. Por supuesto el insumo material es esencial, pero yo creo que el recurso humano es invaluable”, comenta.

En este sentido, ha compartido con sus compañeros la filosofía que la guía: “Sé el médico que tus papás creen que eres.

Pienso que tus papás siempre te veneran, te ven como lo máximo y pienso que si tú intentas llegar a ese objetivo vas a ser mucho mejor”, añade.

Finalmente, señala que la reflexión que le ha dejado su carrera y la situación de salud por la que pasamos, es que hay que apostar por la gente joven:

“Lo que a mí me gustaría dejarle a mi equipo de trabajo es que no se conformen; no puedes pensar que tu límite está aquí, puedes seguir adelante. Lo que tenemos que enseñarle a las generaciones venideras es que todos pueden ser un líder”, finalizó. **ME**



**30**  
LÍDERES  
SALUD



*Enfermera Fabiana Zepeda*

Titular de la División de Programas de Enfermería del IMSS

**Convicción, pasión y  
sentido humano**

## LA “JEFA FABIANA” TRABAJA DÍA CON DÍA PARA SALVAGUARDAR LA SALUD DE LOS PACIENTES

JOSUÉ ROGELIO RODRÍGUEZ PILÓN  
FOTOS CORTESÍA IMSS

Con orgullo, pasión y tenacidad es como a lo largo de 27 años de trayectoria Fabiana Maribel Zepeda Arias, titular de la División de Programas de Enfermería del IMSS, desempeña su trabajo día con día con el único objetivo de salvaguardar la salud de la sociedad.

“Ha sido una carrera fantástica. Ha estado llena de momentos críticos, porque uno tiene que aprender con el tiempo a ser resiliente. Entonces esa resiliencia la vas superando a partir de todas la experiencias que te encuentras todos los días, cuando te enfrentas a los pacientes o a sus seres queridos que están en un momento de dolor, pero también de alegría”, comparte.

La “Jefa Fabiana”, como también es conocida, considera que el gremio está conformado por valiosas mujeres que con el tiempo han impulsado y transmitido la relevancia de la labor de enfermería en el mundo. Aunque en la actualidad el rol de enfermería cede paso a los hombres, quienes ya conforman el 17% de la plantilla de servidores de la salud de este gremio, cifras que comienzan a equilibrar la balanza.

Cabe destacar que para Fabiana el mayor aprendizaje ha sido lograr empatía con la gente y tomar decisiones con la firme convicción de que éstas serán la mejor op-

ción para el paciente, aunque en ocasiones impliquen soluciones complicadas de asimilar tanto para el enfermo como para sus familiares.

“Son momentos de mucha toma de decisiones, momentos sencillos y momentos complejos. Entonces, estas experiencias son las que yo creo que han sido las más fuertes, entender al ser humano para poder ayudarlo”.

Por otra parte, desempeñarse en la enfermería la ha llevado a saber manejar la crisis de la pandemia por COVID-19, reto que le ha traído consigo grandes dosis de aprendizaje a nivel personal y de equipo, sobre todo por tratarse de un virus nuevo y desconocido.

“Hubo que partir de cero en muchas cosas, enfrentar y aprender junto a mis colegas ¿cómo íbamos a cuidar un paciente? ¿Cómo los íbamos a poner en posición prono? (boca abajo) ¿Cómo les daríamos los cuidados necesarios? O simplemente, ¿Cómo acercarlos agua?”, asegura.

“Son cosas tan sencillas y tan básicas para un paciente, pero eso lo tuvimos que escribir, tuvimos que capacitar al personal para usar el equipo de protección, el cual fue un tema muy importante en el entendido que para nuestra institución el traba-



“Hay que entender al ser humano para poder ayudarlo”

ador de la salud es lo más importante. Entonces, nos dimos a la tarea de protegerlo lo más que se pudo”.

Como persona, vivió en carne propia lo que es estar en el hospital, luchando por salir adelante y siempre manteniéndose positiva por los buenos deseos que su familia le enviaba a través de videollamadas, en las que le decían: “te espero mamá, te espero hermana o te espero hija”.

La “Jefa Fabiana” destaca que el mayor reconocimiento de su vida es trabajar para el IMSS, los pacientes y la gente a la que ha ayudado, pues cada esfuerzo realizado y cada reto cumplido le dan fuerzas para seguir adelante. ■

Fue conocida por su participación en la **conferencia vespertina** al hablar de las **agresiones** que ha sido objeto el **personal de salud**

Técnico en Enfermería por la **UNAM** y Licenciada en Enfermería por el **IPN**

**Maestra en Ciencias**, en el área de Investigación en Sistemas de Salud por la Universidad de **Aguascalientes**

Brindó **apoyo en la epidemia de VIH** en México en los años 80; atendió en la **epidemia de cólera en los 90** y la de influenza **AH1N1 en 2009**

**Doctora** en Alta Dirección por el Centro de Posgrado del **Estado de México**

**30**  
LÍDERES  
SALUD



*Dra. Perla Basaldua*

Directora de la Clínica de Fibrosis Pulmonar  
del Centro Médico La Raza y directora de CREPID

**Ser médico y  
emprendedora  
su pasión**

## LA NEUMÓLOGA HA APRENDIDO A VIVIR CON ESTE VIRUS; SE HA VUELTO MÁS FUERTE Y ENFRENTA SU LABOR CON FORTALEZA

**DIANA SALADO LUCERO**

La lucha diaria contra el Coronavirus sin duda ha marcado a todo el personal médico. Compromiso, fortaleza, pero también miedo, desesperación y depresión se presentaron en estos nuevos héroes.

Para Perla Basaldua, encargada de la Clínica de Fibrosis Pulmonar del Centro Médico La Raza, esta lucha contra el COVID ha sido devastadora. “Nos enfrentábamos a algo desconocido; veíamos cómo las personas se morían y no podíamos ofrecerles nada. Como médicos estamos acostumbrados a dar todo por los pacientes, pero se salía de nuestras manos poder curarlos y lo que hacíamos no funcionaba”, recuerda, pero ahora asegura que se han vuelto más fuertes, más seguros, han estudiado y afortunadamente hay menos muertes.

Como personal médico ha aprendido a vivir con esta enfermedad, hace su labor con mayor seguridad y la mayor reflexión es “valorar a nuestras familias y nuestra salud; el saber que somos humanos, vulnerables y que aunque esté en nuestra ética profesional ayudar a los pacientes esto se nos va de las manos. En definitiva el mundo nos quiere decir algo y hay que escucharlo”. Perla cuenta que desde que tiene uso de razón quería ser doctor y estudió Medicina en la UNAM. El camino para ser especialista fue más largo y complicado, pero logró una Alta Especialidad en Fibrosis Pulmonar en el INER.

A raíz de ver el gran número de personas que requieren atención y que en ocasiones no tienen acceso a estudios específicos o fármacos, decidió emprender en el ámbito de la

salud y fundó el Centro de Referencia de Enfermedades Pulmonares Intersticiales Difusas (CREPID), en donde se da atención integral a pacientes con fibrosis.

Tener la oportunidad de crear su propio centro de alta especialidad y a la vez seguir laborando en el IMSS es una motivación, compromiso y una manera de seguir contribuyendo socialmente en una institución que le ha dado mucho en cuanto a formación.

Su mayor logro es ser mamá de María Fernanda. “Llevar mi embarazo y al mismo tiempo una subespecialidad, pero además ser mamá soltera y sacarla adelante con todos los valores y principios es el más grande logro; también es mi mayor inspiración, mi familia es mi segunda fuente de inspiración”.

Su segundo logro es la creación del centro de enfermedades pulmonares, un emprendimiento familiar de apoyo a pacientes. Sus hermanos colaboran con ella en CREPID y, al igual que sus padres, la apoyaron desde el primer momento y la motivaron para continuar con este propósito.

Al emprender se enfrentó a muchas complicaciones, principalmente al cuestionamiento de ¿por qué quería emprender si es médico? o querer lucrar con la salud; sin embargo, ella siempre tuvo claro su compromiso de apoyar a más personas con tratamientos específicos.

“Lo más importante es nunca perder tu objetivo y mucho menos sentirte menos por ser mujer o porque te digan que no tienes la capacidad; se deben mostrar las habilidades y capacidades”, finaliza. **ME**

Egresada de la UNAM con un **Posgrado en Fibrosis Pulmonar en el INER**

Se inclinó por una **especialidad en Neumología** por ser un área para ver pacientes críticos, dar consulta a pacientes estables y hacer procedimientos invasivos

Este año **CREPID** ha atendido a poco más de **mil pacientes**

Su **hija y familia** son su **inspiración, tesoro y motor**

“La pandemia **vino a darnos una lección** en cuanto a **valorar lo que tenemos**”



“No nos daremos por vencidos y junto con mis compañeros y residentes seguiremos en la línea de batalla”

**30**  
LÍDERES  
SALUD



*Enfermera Nexieli González*

Supervisora de Enfermería del área COVID-19  
del Hospital Juárez de México

**Comprometida a  
seguir adelante**

## UNA DE SUS MÁS GRANDES PASIONES ES LA DOCENCIA Y AHORA ES PARTE DEL FRENTE DE BATALLA CONTRA LA CRISIS SANITARIA

MARÍA FERNANDA HERNÁNDEZ

**S**in duda, la pandemia del COVID-19 ha llegado a impactar a todos, especialmente al personal de salud. Tal es el caso de Nexieli González de la Paz, supervisora de Enfermería del área COVID del Hospital Juárez de México, quien asegura que su dinámica ha cambiado totalmente, desde la convivencia con sus dos hijas y su esposo, hasta una nueva rutina para ingresar a casa.

En ese sentido, comenta que para el personal de enfermería, la responsabilidad y el compromiso es cada vez mayor. “El paciente se encuentra totalmente en aislamiento, el único contacto que tiene y la mayor parte del tiempo es con el personal de enfermería. Los médicos entran a las visitas y seguimientos, pero realmente quien está las 24 horas es el profesional de enfermería”.

Durante todo este tiempo ha visto a colegas médicos y enfermeras que llegan a los hospitales contagiados, lo cual, asegura, es algo difícil, pues “te hace ver lo vulnerable que eres y pensar que puedes ser tú”.

Sin embargo, para Nexieli una forma de enfrentar al virus es capacitarse. “Entre mejor preparados estemos, vamos a disminuir ese temor y la angustia al entrar a lo desconocido”. Ante ello, señala que el personal de enfermería debe tener un mayor compromiso y conocimiento para entrar sin miedo a situaciones difíciles y ella es el ejemplo.

Una de las frases que más la ha acompañado en estos meses de crisis es “estudiar te va a sacar siempre adelante”. Y es



que aún con más de 16 años de experiencia laboral, una de sus más grandes pasiones es la docencia, pues menciona que gracias al estudio es como ha podido prepararse para ser cada día mejor, pero, sobre todo, porque los pacientes y la vida de las personas están en sus manos. “Desde que te comprometes a estudiar cualquier carrera de la salud, decides ser estudiante de por vida y creo que ése es uno de los lemas que siempre tengo, nunca dejes de estudiar, prepárate de la mejor forma porque una vida te espera”, y eso transmite a sus alumnos.

La enfermera comenta que su camino no ha sido fácil, uno de sus más grandes retos ha sido estudiar la especialidad en Enfermería Neurológica, para lo que requirió noches de desvelo, dejar a sus hijas y a toda su familia para dedicarse de lleno.

No obstante, señala que desde joven su vida ha sido impulsada por otras mujeres, principalmente su mamá, su primera inspiración y quien sacó adelante a su familia. Después, menciona la mayoría de sus maestras han sido mujeres líderes que la han ayudado a salir adelante y a quienes reconoce.

“Todas han inspirado a que yo tome algún rasgo de ellas, algo para mi propia enseñanza, muchas me han dejado el carácter, algunas la empatía y el amor, otras me han inspirado ese compromiso hacia el trabajo, algunas me han generado más conocimiento y, la mayoría, el amor a lo que haces, sea pequeño, sea grande, hazlo con cariño y creo que eso es lo que me ha sacado adelante”. **ME**

**16 años**  
de trayectoria  
laboral

**Posgrado**  
en  
Enfermería  
Neurológica  
por la  
**UNAM**

**Maestría** en  
Administración  
de Hospitales  
por el  
**Colegio**  
**Tecnológico**  
**de México**

**Apasionada**  
de la docencia,  
la música, el  
baile y los viajes

**A futuro,**  
se ve como  
**docente**  
y **mujer**  
**empresaria**

**30**  
LÍDERES

SALUD



*Sandra Ramírez*

Gerente General de Bristol Myers Squibb para México y Colombia

**Ser genuinos, tener  
sueños y proyectos  
de vida**

**Administración y Gestión de Empresas** por parte del Centro Europeo para el Desarrollo Ejecutivo (CEDEP), en Francia

Tiene 28 años en **Bristol Myers Squibb México**; actualmente es la gerente general

Se ha centrado en acercar a los sistemas de salud **medicamentos innovadores** para mejorar la vida de los pacientes

Con ella al frente, la compañía ha logrado un **crecimiento de dos dígitos** en mercados como **Colombia, Venezuela y México**

**Presidential Award**, máxima distinción otorgada a un colaborador; **Pinnacle Award**, a los gerentes generales que superan el cumplimiento de sus objetivos de negocio; **Achievement Award**, por la implementación de un nuevo modelo de negocio para Latinoamérica y Canadá

ESTÁ AL FRENTE DE UNA EMPRESA QUE A LO LARGO DE 28 AÑOS LE HA PERMITIDO ESCALAR POSICIONES, PERO TAMBIÉN CRECER PERSONALMENTE

**GONZALO MARTÍNEZ**

Con cerca de tres décadas de experiencia, Sandra le ha demostrado a la vida que los retos son para brincarlos y seguir escalando peldaños.

Sandra Ramírez es la actual gerente general de Bristol Myers Squibb de México y Colombia, donde comenzó en el rango de análisis de sistemas.

“Tengo 28 años de experiencia en esta empresa. Soy ingeniero en sistemas y tuve oportunidad de escalar, desde ser analista de sistemas hasta ahora que soy directora general de la compañía”.

Durante su trayectoria, la directora ha liderado equipos internacionales y multidisciplinarios consolidando una exitosa carrera.

“Cuento con experiencias profesionales internacionales, viví 5 años en Estados Unidos manejando todos los países de intercambio. Esto incluye la oportunidad de trabajar con diferentes culturas, gente de Asia, Europa y América”, explica.

“Llevo 11 años como gerente general, primero en Colombia, después ya me hice cargo de México y Colombia al mismo tiempo”, agregó Sandra Ramírez.

En cuanto a retos se refiere, Sandra solo ha visto estos en el nivel laboral porque se enfoca en seguir escalando peldaños para crecer tanto laboral como personalmente.

“Bristol Mayers es una compañía bastante inclusiva, diversa y promovemos mucho esta situación en los países donde estamos. Creo que un gran reto como mujer ha sido tener la oportunidad de seguir escalando posiciones y el trabajar con diferentes culturas hace que uno sea más activo, tenga más compromiso y, sobre todo, más competitivo en el ambiente laboral”.

Al dar un vistazo a su carrera profesional, Sandra se da cuenta que ha estado llena de éxitos gracias a su perseverancia y el apoyo de su familia, que siempre ha estado con ella.

“La verdad es que estoy feliz al pertenecer a esta compañía porque no hay ningún tipo de racismo u opresión por nadie. Sino todo lo contrario, te ayudan mucho a crecer, solo es cuestión de uno para crecer y seguir adelante para tener una posición de liderazgo en su totalidad”.

Además del desarrollo laboral, en Bristol Myers también es parte de los proyectos de la



“Los límites los pones tú. Lo más importante es estar convencido de poder hacerlo”.

empresa impulsar en lo personal a los colaboradores, tanto hombres como mujeres, porque siempre ven la inclusión y equidad.

A consecuencia de la pandemia, tienen la posibilidad de llevar a cabo el “home office” para quien lo necesite. Cuentan con el programa de “Servicios de lactancia” para las mujeres y hay días de maternidad o paternidad, “permitiendo que todas las personas, tanto hombres como mujeres, estén atendiendo el trabajo y su familia sin presiones”.

“Contamos con programas muy estructurados para promover a que más mujeres cuenten con posiciones de liderazgo. Nuestro comité operativo está conformado por 56% en mujeres y 45% hombres. Por otro lado, seguimos promoviendo para que tanto hombres como mujeres tengan las mismas oportunidades laborales y derechos en general”.

Esta carrera se dice fácil y debe serlo si estás preparado, con ganas y sobre todo perseverancia como lo ha hecho hasta el momento Sandra Ramírez.

Los consejos que puede dar desde su experiencia y filosofía de vida es que “sean genuinos, tengan sueños y proyectos de vida. En el caso de las mujeres que piensen que no hay límites porque podemos ser ejecutivas y contar con una posición de liderazgo y a su vez tener una linda familia. Lo más importante es estar convencido de poder hacerlo, sin mayor problema”, compartió. **ME**

**30**  
LÍDERES  
SALUD



*Ailin Hernández*

Directora de operaciones de Laboratorios ANTEll

**Siempre en la lucha  
y la mejora continua**

“LUCHEN POR SUS SUEÑOS Y NO HAY QUE PONERSE LÍMITES”, ES EL IMPULSO QUE LES DA A SUS COLABORADORAS, HIJAS Y A TODA MUJER

DIANA SALADO LUCERO

**H**ace 31 años Ailín Hernández emprendió la aventura, junto a su esposo, de crear una empresa. Bajo el nombre de Laboratorios Anteií crean productos cosméticos y de cuidado personal y ella es la directora operativa y de maquila.

Le gusta apoyar y empoderar a las mujeres que la rodean e inspirarlas a superarse. “Ha habido casos de empleadas que en su familia les dicen que no pueden crecer, y yo les digo ¡claro que puedes!”.

En Anteií el 85% de la plantilla laboral son mujeres y por esta razón les dan el tiempo y flexibilidad para que cumplan con sus responsabilidades como mamás y esposas.

El “no” que más le dolió a Ailín fue cuando le negaron la inscripción para ser ingeniera automotriz en tres universidades y en su propia familia. “Me dijeron lo mismo que mi papá: que no era una carrera para mujeres”, recuerda y terminó estudiando algo que no le gustaba, aunque le serviría en un futuro.

Por eso ahora apoya a su personal femenino y a sus hijas. “Luchen por sus sueños”, les recuerda todo el tiempo, “háganlo bien, no a medias y demuestren que van a sobresalir”, porque “a mí me faltó luchar en ese momento, cuando recibes no, no, no, es horrible”.

Cuenta que el logro más importante es su carrera es el crecimiento de la compañía, de haber comenzado tres personas ahora son más de un centenar.

“30 años se dicen fácil, pero no lo es. Yo sola no he hecho esto, ha sido en equipo y hemos logrado posicionar nuestras marcas en el mercado con productos mexicanos”, explica orgullosa.



“Lucha por lo que quieres, hazlo bien, no a medias y demuestra que vas a sobresalir”

De los retos que más recuerda es que en los primeros años del laboratorio a muchos clientes no les gustaba tener relación con ella ‘por ser mujer o la esposa’. “Querían hablar con el hombre y mi esposo tenía que ir para cerrar los contratos”, recuerda y aunque para ella esta situación ha cambiado, considera que se tiene que trabajar más para que no siga sucediendo.

Su filosofía de vida lo lleva en el ámbito profesional y laboral. “Siempre en la lucha y en la mejora continua. Todos tenemos errores, pero todos podemos mejorar.”

“Si una mujer se limita, no se actualiza o no está a la vanguardia, se queda atrás”, reflexiona, de hecho para ella el empoderamiento femenino empieza en casa.

Al venir de una familia de mujeres, cree firmemente en que ellas pueden hacer lo que se propongan. “Quiero demostrar que no existe ninguna limitación para crecer y ser alguien”.

Su familia y esposo han jugado un papel importante para lograr sus objetivos y dejar huella. Aunque reconoce que ha sido difícil trabajar en pareja, la clave es definir muy bien los roles y áreas. “No es un patriarcado, no es un matriarcado, es institucional. Yo hago esto y tú aquello, pero siempre definimos los proyectos y estrategias juntos, aunque no estemos de acuerdo y alguien tiene que ceder”.

Ser mamá le ha traído muchas satisfacciones, pero ser profesionista la ha hecho la mujer más feliz, “también porque mi esposo ha visto mis logros y los reconoce, sin esto yo creo que no estaría aquí”. **ME**

Viene de una familia de mujeres: seis hermanas y tiene dos hijas

Fundó junto a su esposo Laboratorios Anteií en 1989, los mismos años que lleva de casada

85% de la plantilla laboral son mujeres

Todos los proyectos tienen como líder a una mujer

Sus productos están hechos a base de sustancias naturales, sin conservadores añadidos, materias primas orgánicas

Exportan sus productos a 23 países; así como sus fórmulas a otros laboratorios

**30**  
LÍDERES

INVESTIGACIÓN  
Y DESARROLLO



*Dra. Marcela Del Carmen*

Directora del hospital de Massachussets,  
Hospital de Investigación y Atención Contra COVID-19

**Por la igualdad  
desde la primera  
línea de batalla**

ENFRENTA EL RETO DE REESTRUCTURAR  
LA LABOR DE 3 MIL 200 MÉDICOS PARA  
ENFRENTAR LA PANDEMIA, SIN DESCUIDAR  
SU LUCHA CONTRA LA DESIGUALDAD  
EN EL SISTEMA DE SALUD

ENRIQUE DAMIÁN MIRANDA  
FOTOS CORTESÍA

Su labor profesional durante la pandemia sólo puede calificarse como titánica y profundamente humana, reflejo del sentido que ha definido la carrera médica de la actual directora médica del Hospital General de Massachusetts, la igualdad en el sistema de salud.

La Dra. Marcela del Carmen ha estado en la primera línea de batalla durante la pandemia de COVID-19 en Estados Unidos. A su mando, más de 3 mil 200 médicos atienden mil camas para pacientes contagiados con el SARS-CoV-2 en el hospital de la prestigiosa Universidad de Harvard, en Boston.

“Las médicas y médicos de aquí están afiliados como miembros de la facultad de la Escuela de Medicina Harvard y del Mass General, que es el más grande y antiguo del instituto”, comenta la doctora, quien lleva la dirección del nosocomio desde hace tres años.

La líder explica que ante un evento de emergencia, como la pandemia, el presidente del hospital cede el comando y manejo a un grupo que se especializa en montar programas rápidos que atiendan las necesidades específicas.

“Entramos en estado de emergencia la primera semana de enero. Organizamos varias iniciativas y se montaron clínicas para atender personas con síntomas de enfermedad respiratoria, hacer la evaluación adecuada y poderles proveer acceso a pruebas de Covid de manera rápida, así como hospitalizarlos de manera eficiente si ya había síntomas moderados o severos en casos positivos”.

En el pico de la pandemia, relata la líder nicaragüense que llegó a Estados Unidos a los 10 años debido a la Revolución Sandinista, se registraron hasta 400 pacientes con diagnóstico de Covid-19.

Durante ese periodo, en abril, entre 45% y 50% de esas personas ingresadas estaban intubadas, en cuidados intensivos.

“Un reto imprevisto fue que 30% de los pacientes era de etnia latina. Muchas de estas personas sólo hablaban español y, como parte del apoyo, organizamos un grupo de médicos bilingües dentro de la facultad, quienes fueron destinados a las áreas donde la proporción de latinos era más alta”, comenta.

Además, se formó un programa de docencia en el que quienes estuvieron involucrados en los protocolos clínicos tradujeron los mismos al español para compartirlos con países de Latinoamérica.

Durante los últimos meses y en su documentación de la experiencia en el hospital ante la pandemia, la doctora afirma que existen dos importantes lecciones.

“Aprendimos que en la medicina existe la posibilidad de implementar programas rápidos, pero tenemos que apoyarnos en la evidencia, que, en este caso, ya tenían China y Europa. Asimismo, nos dimos cuenta que en este país, donde hay muchísimos recursos, también existen grandes desigualdades en salud, sobre todo con poblaciones vulnerables”, reflexiona.

A pesar de sus notables avances en investigación e impulso a la inclusión en el sistema de salud, la doctora Marcela del Carmen mantiene metas profesionales que pretende alcanzar a través de la virtud que le ha permitido llegar a su posición actual, la disciplina.

“Es imposible lograr algo en la vida sin disciplina y capacitación. Y, ante el racismo y la discriminación, para que se nos valore y reconozca muchas veces debemos estar más preparados que quienes no son parte de etnias minoritarias”, concluye. **ME**

Se graduó de la Escuela de Medicina **Johns Hopkins**.

**Autora** de más de **200 artículos en la literatura** y de un libro de texto

Su investigación se enfoca en el **tratamiento quirúrgico de neoplasias ginecológicas**, específicamente el **cáncer de ovario**, el manejo de **tumores ginecológicos raros** y la mejora del **acceso a los servicios de atención médica** para las poblaciones desatendidas, comunidades y países en Latinoamérica

“La pandemia nos ha dejado claro que debemos terminar con las inequidades sociales, sobre todo las del sistema de salud”



30  
LÍDERES

ACTIVISTA  
SOCIAL



*Olimpia Coral*

Vocera del Frente Nacional para la Sororidad

Revolución de las  
mujeres: “Felicidad”

Impulsora de la **Ley Olimpia**, la cual se ha **tipificado** en **26 estados** de la República

La Ley Olimpia **sanciona la violencia digital** y contempla hasta **6 años de cárcel** a quienes graben, difundan y elaboren fotos, audios y videos de índole sexual, sin el consentimiento de la persona

**Apasionada** de los perros, los caballos, las tortas de tamal, las enchiladas verdes con queso y los antojitos mexicanos de la sierra norte de **Puebla**

Se describe como una mujer **orgullosamente feminista**, poblana que desea el fin del sistema patriarcal

Hija de Josefina, nieta de Teresa, hermana de Abigail, bisnieta de Olimpia y **sobreviviente de violencia digital**

## DEJÓ DE SER VÍCTIMA DE VIOLENCIA SEXUAL DIGITAL Y SE CONVIRTIÓ EN DEFENSORA E IMPULSORA DE UNA LEY QUE LLEVA SU NOMBRE

**MARÍA FERNANDA HERNÁNDEZ**

La vida de Olimpia Coral cambió hace siete años después de que se filtrara un video sexual de ella sin su consentimiento. “Fue difícil, fue una situación en la que te sientes expuesta, invadida y violada, aunque no te toquen”. La ahora defensora había sido víctima de violencia sexual digital, un concepto que en ese entonces era desconocido.

Originaria de Huauchinango, Puebla, se enfrentó a burlas y cuestionamientos, así como a la objetivización de su cuerpo, aunque sufrió una revictimización cuando su imagen comenzó a exhibirse en cientos de mercados de explotación sexual en varios países.

Sin embargo, su lucha por justicia inició el día en el cual su familia se enteró del video. La defensora cuenta que después de que su mamá lo vio, le preguntó si ella había decidido difundirlo, su respuesta fue negativa. “No hiciste nada malo, porque tú no quisiste que te vieran, tú no decidiste y alguien está violando tu confianza”, recuerda Olimpia las palabras de su madre. Fue en ese momento cuando encontró un espacio seguro bajo los brazos y el apoyo de su familia.

Sin duda, el camino de Olimpia ha sido complicado, pero entre muchos de los aprendizajes está el no sentir vergüenza de su cuerpo, pues las mujeres siempre han vivido en un sistema de opresión.

“Le perdí el miedo a llamarme Olimpia porque lo primero que ponían cuando me buscaban en cualquier servidor de Internet era un video sexual. Después de seis años buscas mi nombre y lo primero que te sale es la Ley Olimpia. Debo reconocer que lo más duro de todo esto fue existir en un mundo donde me dijeron que no valía, no existía y era nadie porque fui la mala, la indecente, la exhibicionista. Aprendí que no era cierto y a poder existir por mi nombre, por mi piel, por todo lo que yo signífico”.

Su inspiración son sus ancestros, su mamá Josefina, su abuela Teresa y su hermana Abigail, pues sin su apoyo no estaría viva. También sus compañeras del Frente Nacional por la Sororidad y Defensoras Digitales, con quienes realizó la reforma en la cochera de su casa para una Ley que hasta el momento, ha sido aprobada en 26 estados y contempla hasta seis años de cárcel a quienes graben y difundan fotos, videos y audios de índole sexual, sin el consentimiento de la persona.

“Hacemos política feminista con nuestras reglas en nuestros espacios con nuestras formas, aunque al mundo le parezcan malas porque lo pedimos bailando, llorando, lo suplicamos afuera de los congresos, de los centros de justicia y no se nos hace caso; la única condición que les queda a las mujeres es luchar con las herramientas que nos dejan”.

“Quiero dar el mensaje de que en este mundo que está destinado para que las mujeres seamos infelices, nuestra revolución es ser feliz, es la mejor venganza que tenemos, ser felices en un mundo patriarcal que nos ha instalado a las mujeres como antagonicas de todas las situaciones y no protagonistas. En este mundo donde diario todos los estereotipos, violencia, injusticia e impunidad nos dicen que no seamos felices [...] Seamos felices como mejor revolución”. **ME**

“Lo que no fue para mí, que sea para ellas, que sea para las que vienen”



**30**  
LÍDERES  
FINANZAS



*María Fernanda Ochoa*

Directora de Finanzas de CTC Telecom

**Empresaria  
de toda la vida**

## DE EMPRENDER CON "TIENDITAS" DESDE CASA DURANTE SU NIÑEZ, SE CONVIRTIÓ EN EMPRESARIA Y DIRECTIVA DE UNA COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES

**ALBERTO MARTÍNEZ ESCAMILLA**

Desde siempre se recuerda en busca de solucionar problemas, enfrentar nuevos retos y emprender. Aunque apenas aprendía a contar ya realizaba sus primeras incursiones en el mundo de los negocios con la instauración de "tienditas" en las casas de su mamá y su abuelita. Fue así que con la venta de dulces iniciaba la historia de María Fernanda Ochoa Ibarra, una joven mujer que actualmente se desempeña como directora de Finanzas de CTC Telecom.

Al terminar la licenciatura en Negocios y Comercio Internacional en la Universidad Autónoma de Sinaloa, el camino de Fernanda la llevó a generar ideas y crear proyectos que terminaba vendiendo ante la falta de confianza para llevarlos a cabo. Pero el tiempo pasa y la experiencia llega, en 2016 se convirtió en la cofundadora de la organización sin fines de lucro Motiva Sinaloa; tan sólo un año más tarde también impulsaría el desarrollo de la firma donde está actualmente.

María Fernanda ya no era sólo una emprendedora, se había convertido en una mujer de negocios que continuaba sumando logros a su breve, pero exitosa carrera. Su nuevo proyecto surgió hace un año y bajo el nombre de CTC Logistics busca convertirse en un protagonista del sector logístico.

Sus logros profesionales no serían lo mismo sin el apoyo y la compañía de personas que hacen que los triunfos se disfruten más. En el caso de la joven directiva, su pareja, Horacio López, se convirtió en un catalizador importante, pues de él ha aprendido que todo se puede lograr. Sus colaboradores y clientes también son de gran importancia en este sentido, al ser un impulso para seguir mejorando.

A lo largo de su carrera hay cosas que aprendió sobre la marcha, pero su mayor reto, hasta el momento, fue aprender a ser dinámica, "necesitas tener una solución para todo y ver los problemas desde diferentes perspectivas", comentó.

El ser galardonada como una de las Líderes de Mujer Ejecutiva es un reconocimiento que otorga un valor a lo que se hace, además de ser una "motivación para que todas las mujeres

vean que, aunque no existe la equidad deseada, sí se pueden alcanzar puestos altos, emprender y ser exitosa", afirmó.

La pandemia de COVID-19 se convirtió en un parteaguas que nadie vio venir, hasta que ya estuvo aquí y aunque sus afectaciones han sido muchas, también dejó aprendizajes y algunos beneficios.

Para Fernanda Ochoa vivir una coyuntura, como la actual, es algo fuerte, sin embargo, permite valorar más la vida, a los seres queridos y el tiempo.

Algo positivo de esta situación es el aspecto profesional, donde el negocio sufrió un incremento en la demanda y "nos ha enseñado que hay nuevas formas de trabajar, más dinámicas y con mejores resultados, como el trabajo desde casa", concluyó. **ME**



"Siempre he admirado a las personas que son congruentes entre lo que dicen y lo que hacen"

En **2016** fundó la organización sin fines de lucro **Motiva Sinaloa**.

Ha mantenido un margen de **E-vida** del **55%** de rentabilidad de **CTC Telecom**.

Cuenta con estudios en **Comercio y Turismo** en la Universidad Complutense de Madrid.

Ha creado **alianzas** con productores nacionales para **exportar productos agrícolas y ganaderos**.

Domina los idiomas **inglés y francés**.

En los inicios de su carrera impartió clases de **idiomas, emprendimiento y administración**.

30  
LÍDERES

EMPRENDEDORA



*Juana Ramirez*

CEO de Grupo SOHIN

**Compromiso con la  
salud y el bienestar**

## SU COMPAÑÍA SE ESPECIALIZA EN EL ACOMPAÑAMIENTO DE ENFERMEDADES CRÓNICO-DEGENERATIVAS

SELENE RAMÍREZ

**J**uana Marcela Ramírez Bustos es una mujer que rompe brecha; colombiana de nacimiento y mexicana por elección. Es psicóloga con un MBA y estudios de Alta Dirección en el Instituto Panamericano de Alta Dirección Empresarial (IPADE). En 2009 fundó Soluciones Hospitalarias Integrales (SOHIN), empresa especializada en la atención de pacientes con enfermedades crónico-degenerativas a través de la cual pudo –y puede– atender una de sus pasiones: la salud.

Según cuenta Ramírez, trabajó durante 12 años en hospitales públicos y privados, así como laboratorios farmacéuticos; fue ahí donde comenzó a crecer este interés por desarrollarse en el sector.

“Para la creación de SOHIN se juntaron varios factores: a mí siempre me ha gustado ayudar y el trato cercano con la gente y estando en Colombia ya había trabajado en programas relacionados a la salud (...) Ahí me di cuenta de la dura realidad por la que tienen que pasar a veces los pacientes y sus familias”, recuerda.

Bajo este precepto fue que creó Grupo SOHIN, compañía que la ha puesto en la mira como una mujer influyente y poderosa, y con la cual ha revolucionado el mercado de la salud en América Latina.

Durante esta contingencia, y conscientes de la importancia de la salud mental, Grupo SOHIN puso en marcha la campaña #EstarMejor, a través de la cual brindó ayuda psicológica gratuita a personas que son vulnerables a pasar por crisis de ansiedad.

“La enfermedad ya nos había dejado ver cómo actúa, ya sabíamos quiénes tendrán

complicaciones y es ahí donde enfocamos nuestros esfuerzos. (...) En este momento somos un aliado ideal para cuidar de estos grupos de alto riesgo”, comentó en su momento Ramírez.

La campaña constaba de una línea telefónica de atención gratuita para cualquier paciente con una enfermedad crónico-degenerativa o adulto mayor en cuarentena que requiriera de los servicios, fuese cliente de SOHIN o no. Además, usando el hashtag homónimo de la campaña se compartieron tips de salud integral a través de redes sociales y comunicados.

“Creo que independientemente de lo que hagamos, siempre es importante que pongamos lo mejor de nosotros en esa actividad”, esta es la idea bajo la que Ramírez sigue día a día.

En este sentido admite ser una persona entregada a su trabajo, es por ello que su mayor fuente de inspiración y motor para seguir son los pacientes.

“A mí me encanta mi trabajo, y no es que no haga otras cosas, pero en verdad es lo que más me apasiona, porque sé que gracias a eso puedo ayudar a otras personas y a sus familias, sus parejas, sus amigos y en realidad todos quienes lo rodean, porque el paciente no es el único que enfrenta a la enfermedad. Y creo que entender eso es fundamental, tenemos que ser más humanos y empáticos”.

Esta conciencia, cercanía, empatía y trabajo constante, es lo que ha logrado que la pequeña empresa que surgió en 2009 con dos personas y muchos sueños, hoy brinde servicios en 25 ciudades de México y atienda a cerca de 25 mil pacientes mensualmente. **ME**



“Creo que independientemente de lo que hagamos, siempre es importante que pongamos lo mejor de nosotros en esa actividad”

Ganadora del premio anual de **Ernest and Young Entrepreneur of the Year 2015**

En **2009** fundó su empresa **Grupo SOHIN**

Durante la pandemia, **Grupo SOHIN** puso en marcha el programa **#EstarMejor**, a través del cual brindó atención psicológica gratuita

Actualmente el grupo atiende a cerca de **25 mil** pacientes cada mes

En **2017** recibió la **mención honorífica** como Mujer Emprendedora del Instituto Nacional del Emprendedor

30  
LÍDERES

PERIODISMO



*Flannia Novell*

Periodista

# Una guerrera de la comunicación

## EL TRABAJO ARDUO Y LA DISCIPLINA LA HAN LLEVADO A ALCANZAR EL ÉXITO

ROSA MARÍA VERJÁN GUTIÉRREZ

Los medios de comunicación han pasado por diversas etapas desde su creación, hoy, la globalización permite que la información llegue de una manera tan veloz a manos, oídos y ojos de las audiencias, que es necesario crearse una mirada crítica y objetiva para realmente entender el fondo de cada una de las notas que vemos a diario. Sin embargo, esto no sería posible si no se contara con comunicadores comprometidos no sólo con su profesión, sino con todo el país, tal es el caso de Hannia.

Ella es reportera, conductora y comunicóloga, actualmente se desempeña como jefa editorial del noticiario ADN 40, donde a diario se preocupa y, sobre todo, se ocupa, desde hace 13 años, en ofrecer información veraz, con calidad, en un espacio informativo en el cual, a través de sus mensajes, trastoca de alguna manera, por más mínima que ésta sea, la conciencia de quien la ve y la escucha.

“Si bien es cierto que, antes los espacios informativos, principalmente los *prime time* eran ocupados por hombres, ahora más mujeres están al frente, y no sólo por cumplir una cuota de género, sino porque ellas se lo han ganado”, así lo señala Hannia, quien está segura que los lugares los merece quien trabaja, se esfuerza, estudia, se empeña, quien persigue sueños y metas, situaciones, que bien la describen.

Pero el periodismo no sólo es sentarse frente a una cámara y leer un guión, hay un trabajo previo en el que están involucradas muchas figuras. En su experiencia, ser reportera y estar en

la calle, le ha dado las bases, pues es estar buscando la nota, cuestionando, entrevistando, conociendo gente y tratando de ayudarla desde su trinchera; eso significa para ella esta labor informativa. Narra que cuando comenzaba a estudiar sabía que quería ser corresponsal de guerra y lo consiguió, sabe que “para cosechar”, primero hay que sembrar.

La disciplina ha sido siempre su base, no sólo en el ámbito profesional, sino en el personal, como mujer, como madre, como hija. Tiene claro que para lograr los sueños, hay que trabajar duro; sabe que sus palabras impactan a otras personas, de ahí su figura de liderazgo. “Siempre he creído que quien pregona con el ejemplo tiene que ser coherente y congruente con su vida, lo que digo, hago, y lo que hago, pienso. Esto me da la oportunidad

de decir así lo quiero y así me siguen, creo que ése es un líder, el que tiene una opinión sobre un tema, lo defiende, quien pelea por él. Yo tengo muchas causas en la vida, entonces creo que sí soy una líder”.

Al final de la jornada viene un momento para pensar y analizar todo lo que hizo y comenzar un nuevo reto. “Las metas no sólo tienen que ser a largo plazo, dice, hay que pensar en aquellas a corto y mediano, cada día debe haber algo nuevo, algo por qué trabajar y, por supuesto, poner manos a la obra.

“Soy una persona agradecida con todo, con Dios y con lo que tengo, cuando hay algo que no me sale, también lo agradezco porque sé que tengo que mejorarlo, o parar y decir, ‘alto, este reto no es para mí’”. ME



Fue **corresponsal de guerra** en Irak, en la llamada “**Tormenta del Desierto**”; en la intervención de la **Alianza del Norte en Afganistán** y realizó reportajes en vivo desde Nueva York y Washington tras los ataques del **11 de septiembre del 2001**

Cubrió la **renuncia de SS Benedicto XVI y Cónclave 2013** desde el Vaticano

En **2003** recibió el **Premio Nacional de Periodismo**, por parte del Club de Periodistas de México

Recibió el **Laurel de Oro a la Calidad** que otorga la **Asociación de Locutores de México**, en **2004 y 2012**

En **2009** fue reconocida como **Joven Líder Mundial del Foro Económico de Davos**, Suiza

30

LÍDERES

PROMOCIÓN  
DEPORTIVA



*Georgina Jesús Cervantes*

Directora de Marketing de la MLB México

**Trabajo duro y  
estrategia**

## INICIÓ EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA Y LLEGÓ A LA DEL DEPORTE, DONDE SE CONVIRTIÓ EN FUNDADORA DE DOS STARTUPS: WWE Y MLB MÉXICO

ALBERTO MARTÍNEZ ESCAMILLA

Aunque en ocasiones el camino no era tan claro, el objetivo siempre estuvo en su mira. Con sus padres como ejemplo, Georgina, directora de Marketing de la Major League Baseball (MLB) México, pertenece a una generación de mujeres que ya no sólo piensan en casarse y tener hijos, sino en crear una carrera exitosa de forma profesional, y vaya que lo está logrando, y se escribe en gerundio porque aún queda un sendero por recorrer.

Su historia profesional comenzó en la industria farmacéutica, sin embargo, a pesar de lo atrayente que pudiera ser el aspecto económico, como muchas jóvenes, prefirió ir tras sus sueños. Pasó a la publicidad y de ahí al entretenimiento, hasta llegar al deporte.

Mucho se dice que esta industria está marcada por el dominio de los hombres dentro y fuera de las canchas, sin embargo, esos paradigmas están para romperse, poco a poco las mujeres comienzan a ocupar cargos cada vez más importantes dentro del sector y muestran que el talento y la capacidad no tienen género.

Una de esas mujeres talentosas es Georgina, quien a pesar de dudarlo decidió tomar el reto de incursionar en el deporte como parte del equipo fundador de las oficinas de la World Wrestling Entertainment (WWE) en México. Después del éxito logrado llegó el llamado de las grandes ligas y desde sus oficinas en la MLB busca apoyar la inclusión de las mujeres, lo que además ayuda a enriquecer la visión que se puede tener del llamado "Rey de los deportes".

Todo este trabajo llevó a la directiva a convertirse en una de Las 30 Líderes de Mujer Ejecutiva, quien además de aplaudir que esta premiación se lleve a cabo desde hace 20 años, pues considera que en aquel momento pocos visibilizaban la labor de las mujeres, también reconoció sentirse halagada, "siempre un reconocimiento es bonito", dijo.

La pandemia de COVID-19 modificó la vida de las personas y la de Georgina no fue la excepción. Una de sus mayores pasiones es viajar y ante la coyuntura actual le ha sido prácticamente imposible. Pero eso no es lo único, su trabajo también sufrió algunas alteraciones, ya que la industria en la cual se desarrolla fue una de las más perjudicadas con las medidas implementadas para evitar la propagación de la nueva cepa de coronavirus.

"Nosotros teníamos un México Series por primera vez en la historia, en el estadio Harp Helú de la Ciudad de México a mediados de abril, y después de un año trabajando en él tuvimos que cancelarlo", comentó.

Finalmente, destacó que a pesar de que la pandemia mostró el lado egoísta de muchas personas al no tomar las medidas para evitar propagar la enfermedad; también hubo aprendizajes, tanto en la vida personal como profesional, aprovechando la tecnología con la cual se cuenta para mejorar en los diversos aspectos. III



“Así como mi mamá, mi prima y mi abuela me inspiraron, ojalá que yo deje una inspiración en alguien, algún día”

Estudió la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Tecnológico de Monterrey

Cuenta con una especialización en **Marketing Internacional** por el London College of International Business Studies

En **2014** formó parte del equipo fundador de las oficinas de la **WWE en México**

En **2017** se convirtió en miembro fundador de las oficinas de la **MLB en México**

Sus mayores pasiones son **viajar** y practicar **yoga**

Su **misión** es **acercar** a más audiencias **al beisbol**

**30**  
LÍDERES

COMUNICACIÓN  
Y RP



*Araceli Becerra*

L'Oréal CPD Integrated Communications & Digital Head

# Responsabilidad social y empoderamiento, sus valores

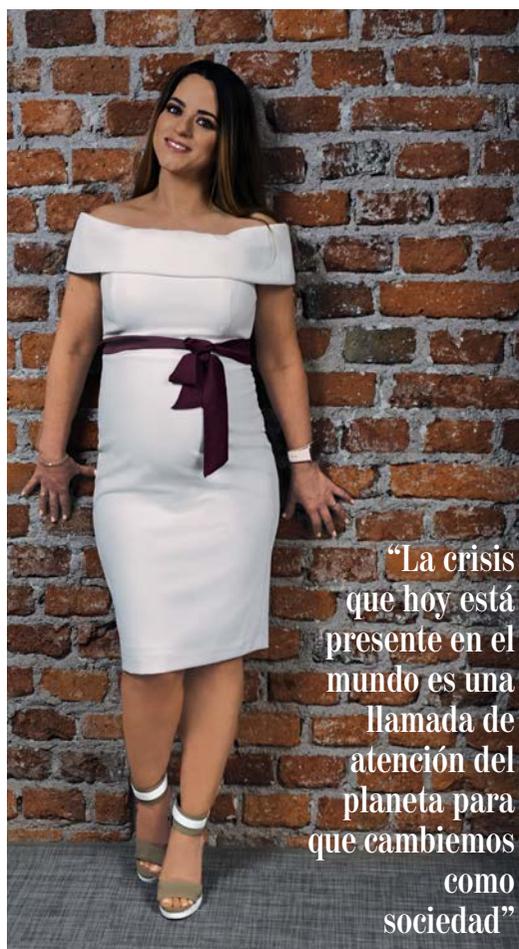
## UNA CARRERA LLENA DE PASIÓN POR EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

ARAMIS FLORES

**A**raceli Becerril ha desarrollado una sólida carrera a través de los años. Inició en la agencia de relaciones públicas donde llevaba la cuenta de Bonafont y ahí fue una de las desarrolladoras del evento fundamental, “la Carrera Bonafont”, para mujeres que impulsaba una vida más sana y que hoy es un evento icónico.

Su camino siguió en Avon como Jefa de Comunicación Externa, donde encontró una gran pasión por la responsabilidad social. “Me tocó crecer e impulsar la Cruzada contra el cáncer de mama y lanzar el proyecto social Alza la Voz contra la Violencia. Después siguió con L’Oréal, “un sueño hecho realidad, el emporio de la belleza. Pero no es todo, es muy apasionante no sólo por sus marcas, sino porque nada es imposible aquí, mientras tengas claro tu objetivo. He podido implementar estrategias de comunicación 360 y me ha tocado abrazar la evolución digital, transformando la forma en la cual las marcas interactúan con los consumidores y co-creando el futuro de las experiencias de belleza. Un camino que me encanta”.

L’Oréal es una empresa comprometida con las mujeres y tiene varias iniciativas dentro de las que destaca el programa “Para las mujeres en la ciencia”, con la que desde 1998 visibiliza el problema de desigualdad que existe en el sector de la ciencia, y han reconocido a 69 científicas mexicanas



“La crisis que hoy está presente en el mundo es una llamada de atención del planeta para que cambiemos como sociedad”

con un apoyo económico para sus investigaciones. “Este año, una científica mexicana ha sido distinguida a nivel internacional, Esperanza Martínez Romero, quien se convirtió en la sexta laureada local en recibir la más alta distinción del programa”, explica.

Por otro lado, tienen el programa “Belleza por un futuro”, con el que apoyan a mujeres en situación de vulnerabilidad (pobreza/violencia) proporcionándoles las capacidades para convertirse en estilistas y maquillistas profesionales. “Hasta el momento hemos apoyado a 279 personas, sin embargo, nuestro objetivo es crecer este programa a nivel nacional y así ofrecerles este oficio a más de cinco mil mujeres mexicanas para 2023”, detalla.

Asimismo, destaca la iniciativa “Mujeres de Valor” que reconoce proyectos y a sus creadoras que hacen la diferencia en el mundo.

Sobre el papel de las mujeres en este momento de pandemia, Araceli señala que son la primera célula que forma a la sociedad y tienen un papel fundamental. “Desafortunadamente las emergencias humanitarias, los desastres y las pandemias mundiales ponen a las mujeres y las niñas en mayor riesgo de violencia. La actual crisis de COVID-19 no es una excepción. La violencia contra las mujeres y niñas es la violación de los derechos humanos de las mujeres más extendida que las afecta en todo el mundo, tanto en espacios privados como públicos.” ■

L’Oréal Paris refuerza la importancia de las mujeres con programas como **Mujeres de Valor**, que busca reconocerlas y celebrarlas

L’Oreal es reconocido como el #1 por **Equileap** en temas de **Equidad de Género**

La empresa busca beneficiar a más de **5 mil mujeres** al **2023** dándoles **capacitación** para que sean **estilistas**

**Belleza por un futuro** apoya a mujeres en situación de pobreza y violencia

**30**  
LÍDERES  
CAPITAL  
HUMANO



*María Esther Delgadillo*

Directora de Recursos Humanos en Scania México

**Seguridad para  
llegar a la cima**

Licenciada en  
**Administración**

Maestra en **Derecho Corporativo** porque le gustan mucho las leyes, pero no como para ser abogada

Es la **primera mujer directora** de Recursos Humanos en **Scania**



“Apasionarte por lo que haces te va a permitir llegar hasta donde tú quieras”

## EN SU CAMINO PROFESIONAL HA CONOCIDO PERSONAS QUE LA HAN SACUDIDO, PERO SACADO LO MEJOR DE ELLA

**DIANA SALADO LUCERO**

**A**l terminar la carrera de Administración, María Esther Delgadillo se fue a vivir a Londres un tiempo. Practicó idiomas y regresó a México con la firme idea de trabajar. Tomó un puesto de asistente de dirección en una empresa automotriz alemana sin saber el camino que ella trazaría.

“Mis amigas me decían que yo había estudiado no para ser asistente; pero yo lo que quería era trabajar y que el director conociera mi trabajo y luego irme moviendo”, recuerda quien ahora es la directora de Recursos Humanos de Scania México.

Esa historia no fue en esta empresa, lo que sí hizo fue crear la dirección de Recursos Humanos en ambas compañías y ser, además, la primera mujer en estar en ese puesto directivo.

Estos grandes retos se los ha propuesto y los ha superado muy bien. En Scania, también fue la primera mujer dentro del management, ese equipo directivo que le reporta al director general y que juntos se encargan de gestionar la dirección de la empresa.

Sus jefes han sido un gran soporte para su desempeño y desarrollo; siempre la han impulsado y no ha recibido ninguna discriminación. De hecho, los llama mentores, pues “me han sacado de mi zona de confort y obligado a dar lo mejor de mí; me siguen sacudiendo de una forma muy buena”.

María Esther ha logrado en recursos humanos crear y gestionar proyectos gracias a su inquietud y observación; pues ha visto lo que otros no. “Si yo tuviera la respuesta, tú no estarías aquí”, fue la frase de un director general que le abrió los sentidos para encontrar esas soluciones que faltaban. “Me enseñaron a ver más allá”, recuerda.

A pesar de su seguridad, se enfrentó a la actitud de sus compañeros de trabajo,

pues no estaban acostumbrados a un área de Recursos Humanos y mucho menos que fuera mujer. “Era muy joven y mujer y no me tomaban en serio o me hacían poco caso, pero para mí fue lo más satisfactorio porque yo desarrollé esa área”.

Como mujer sí ha sentido un rechazo por parte de los hombres en congresos o reuniones laborales. “En el trabajo me respetan y apoyan muchísimo, pero siempre me ha costado en las reuniones o foros ‘estar igual que ellos’, para eso yo sí he tenido que prepararme, estudiar muchísimo y quemarme las pestañas”, dice orgullosa.

Explica que no es que los hombres no quieran que las mujeres se superen, “creo que para ellos es natural marcar una diferencia porque así nos han educado”. Por eso vivió experiencias en las que sentía que sus compañeros no le daban el valor correspondiente y “querían darme lecciones cuando yo era la experta y aún así me costaba decirles que no”, sin embargo, con la experiencia profesional que fue adquiriendo descubrió que ella era quien se ponía los límites.

“En el momento que me di cuenta y me quité los límites mentales, esa situación desapareció”, dice satisfecha de haber superado eso y alienta a más mujeres a que se quiten esas ideas y logren sobresalir.

El rol de su familia y pareja han sido claves para el éxito profesional. En algún momento pensó en renunciar a su puesto porque sentía mucha culpa pues no pasaba el tiempo necesario con sus hijos pequeños, pero el apoyo y comprensión de su esposo la mantienen fuerte y empoderada.

¿Cómo inspirar a más mujeres? “Apasionarte por lo que haces, porque eso te va a llevar hasta donde tú quieras. Si lo haces por la causa equivocada, sería muchísimo más difícil porque existen sacrificios que tienes que hacer”. ■

**30**  
LÍDERES

EMPRENDEDURISMO



*Elena Achar*

Fundadora Mujeres Conectadas

**Construye un mejor  
futuro para las  
mujeres**

## LUCHA POR UN MUNDO DONDE LAS MUJERES TENGAN LAS MISMAS OPORTUNIDADES

ARAMIS FLORES  
FOTOS CORTESÍA

“Soy madre y por ello emprendí Mujeres Conectadas, con la misión de que mi hija crezca en un mundo donde las mujeres tengan las mismas oportunidades para que ella se desarrolle libre y sin barreras”, detalla. Elena Achar con el desarrollo de la plataforma, de la mano de su amiga Fabiola Ortiz, promueve a las empresas y las vincula a la demanda de bienes y servicios de compañías de diferentes sectores.

“Es una empresa que detona las oportunidades de negocios y financiamiento para las mujeres. Ahí trabajamos asimismo con el fin de que los gobiernos dediquen parte de sus compras o licitaciones públicas a empresas lideradas por mujeres. Ellas deben tener oportunidades económicas para ser menos vulnerables”, agrega.

Elena trabajó 12 años en el servicio público, fue invitada a ser Jefa de la Unidad de Promoción de Exportaciones e Internalización de Empresas de ProMéxico. “Ahí impulsé una serie de políticas públicas enfocadas en la equidad de género. Tras ello, formé parte de la Secretaría de Turismo, donde implantamos un programa llamado “Conéctate al Turismo”, que ofrecía oportunidades de negocio y financiamiento a las mujeres. Siempre me dediqué a luchar por la inclusión laboral y la independencia económica para todas nosotras”.

Elena señala que el camino de toda mujer es difícil debido a que, desde que nacen, son víctimas del

machismo. “Yo no constituyo ninguna excepción a esta nefasta regla. Mi familia viene de la Península Arábiga y crecí en México, así que fui criada en un entorno donde no había muchas perspectivas de desarrollo académico ni laboral para mí”.

Agrega que tuvo que luchar por estudiar. “Decidí inscribirme en la carrera de Ciencias Políticas en la Ibero y llevar a cabo en España una maestría en Políticas Públicas, precisamente porque de ese modo era posible cambiar las condiciones en las cuales yo viví y con las que no estaba de acuerdo. En otras palabras: decidí estudiar para contribuir a que otras mujeres puedan estudiar”.

Uno de sus grandes retos fue cuando se convirtió en madre, “me sensibilicé ante un enorme problema: que en nuestro país (y en muchos otros) se cree que la maternidad supone el fin de la vida productiva. Yo decidí integrar mi desarrollo profesional con mi maternidad, lo cual significó un reto enorme”.

Agrega que en este camino los retos que ha enfrentado han fortalecido su carácter, “soy una mujer combativa y trabajadora. Las dificultades también han hecho que cobre conciencia de la terrible desigualdad de género que todavía existe. Al mismo tiempo, he descubierto que, cuando las mujeres somos independientes económicamente y estamos articuladas, podemos combatir la desigualdad de género”. ■■



“Cuando las mujeres somos independientes económicamente y estamos articuladas podemos combatir contra la desigualdad de género”

Directora de Asuntos Públicos de GINgroup, donde ha **implementado** medidas de **inclusión y equidad de género con** apoyando a las **emprendedoras**

Forma parte de la **OCDE Business for Inclusive Growth group (B4IG)**, cuyo objetivo es agrupar y estrechar los lazos de 40 empresas trasnacionales para llevar a cabo acciones que permitan **reducir las desigualdades**, especialmente las de género

**Consejera** del Consejo Coordinador Empresarial (**CCE**)

Vicepresidenta de Promoción de Exportaciones e Internacionalización de las Empresas en CONCANACO SERVYTUR

**30**  
LÍDERES

EMPRENDEDURISMO



*Fabiola Ortiz De González*

Fundadora Mujeres Conectadas

**Trabaja en  
pro de ellas**

## SU PLATAFORMA OFRECE UNA ALTERNATIVA AL EMPODERAMIENTO FEMENINO

ARAMIS FLORES  
FOTOS CORTESÍA

La falta de oportunidades laborales, confianza y poca credibilidad financiera ha generado una línea muy inequitativa en México para impulsar negocios encabezados por mujeres, es por eso que Fabiola Ortiz De González desarrolló el emprendimiento Mujeres Conectadas con su amiga Elena Achar.

“Impulsamos la participación económica de mujeres para apoyar la eliminación de esa brecha de género. El proyecto es crear buenas y mejores oportunidades económicas, que tengan seguridad social, reducir la violencia por temas de libertad financiera, empoderarlas, capacitarlas, inclusión financiera y que crean en su autosuficiencia y poder; todo esto a través de una plataforma, donde hay una comunidad de hermandad y apoyo para todas”.

Fabiola creció en una familia promujer y de muchas mujeres, “hoy lo que más me gusta es hacer cosas en beneficio de nosotras, buscar más espacios, a luchar por la equidad de género. Cada vez que conozco una mujer le aprendo muchísimas cosas y las admiro. Multifacéticas, fuertes, ‘entronas’, tenemos tantas cosas tan increíbles que me motivaba mucho hacer cosas a favor de ellas”.

Agrega que las mujeres son portadoras de vida, “tenemos una belleza natural por el simple hecho de ser mujeres, necesitamos ser reveladas y reconocidas sinceramente por lo que somos y representamos, cuando nos sentimos empoderadas somos capaces de mostrarnos auténticas, haciendo un verdadero aporte a la humanidad”.



“Tú eres la llave maestra que abre cualquier puerta, créetela”

Fabiola fue voluntaria en la Fundación La Luz de Vida, que ayuda a niños con cáncer, ha sido parte del Consejo de la Comisión Contra la Trata de Personas y la invitaron a ser la directora de Programas de Desarrollo Social en la Fundación Peace For Life, en apoyo a los niños.

Uno de los retos más importantes para ella fue triunfar muy joven. “A algunas personas, incluyendo mujeres, no le gustaba tratar conmigo, porque les parecía con poca experiencia. Tuve colaboradores que no apreciaban tener una líder de departamento más joven y mujer. Siempre he sido muy diferente a la mujer empresaria prototipo que esperan ver”.

El aprendizaje más grande durante este gran camino, señala, que fue dar importancia a las cosas que verdaderamente la hacen

feliz, disfrutar, dar paz y bienestar. “La vida se trata de disfrutarla y encontrarle sentido, esa razón que te apasiona, te hace mover y dar lo mejor de tí misma, para que todos los días valgan la pena, eso y mi familia son mi motor”.

En estos momentos de pandemia se detiene y reflexiona que son tiempos inciertos, pero prefiere ver el lado positivo de todo esto, “me enfoqué en administrar mi tiempo, en parar la cotidianidad, puse más atención en mi salud, prioricé y trabajé mucho en mi persona, me di cuenta que vivía en excesos y que me mal pasaba mucho. Así que para mí representó un tiempo de conectar conmigo misma, mi familia y con lo que de verdad quiero en mi vida”. ME

### “En Mujeres Conectadas

estamos dispuestas a **disminuir la brecha de género** tomando orgullosamente el reto de **conectar** a cada vez **más mujeres** en todo el mundo y **concientizando a la sociedad**, para que sea un tema de todas y todos”

**Voluntaria** en la **Fundación La Luz de Vida**, que ayuda a niños con cáncer

**Consejera** de la **Comisión Contra la Trata de Personas**

**Directora** de **Programas de Desarrollo Social** en la **Fundación Peace For Life**, en apoyo a los niños

**30**  
LÍDERES

TECNOLOGÍA



*Korina Velázquez*

Evangelizadora Digital

**La tecnología es  
empoderamiento**

Galardonada a la **Personalidad Digital del año 2019** en los eAwards de eShow Latam por trabajo de Evangelizadora Digital

Premiada en **“Las más innovadoras 2020”** de Netmedia y IT Masters Mag

Presea a la **Mejor Campaña Tecnológica (IoT, Big Data, IA)** en los eAwards de eShow México 2020 como Directora de TIC en Pronósticos y Lotería Nacional

**Premio U-Gob** al proyecto de **Innovación Pública 2020** como **Directora de TIC en Pronósticos y Lotería Nacional**

**Reconocimiento a la innovación gubernamental 2017** en categoría **iniciativa propia con Datos Abiertos** de la CEDN de Presidencia de la República

Reconocimiento a la **Excelencia INFOTEC, 2011**

Es miembro del **Padrón Nacional de Mentores de Innovación de Startup México**

Coautora de la **Agenda Digital Nacional** elaborada con AMITI, CANIETI, Asociación de Internet MX, ANIEL y el Congreso de la Unión

Autora del libro: **“Gobierno electrónico en México”**

Ha sido consultada por CONACYT como experta dentro del **7o Programa Marco de la Comisión Europea, PRO-ideal y FORESTA**

## PARA ELLA LAS MUJERES SON VALIOSAS Y A VECES SÓLO NECESITAN DE UN EMPUJÓN PARA CRECER

### MUJER EJECUTIVA STAFF

**K**orina Velázquez fue fundadora de “Civismo Digital MX”, organización que desde hace diez años es promotora de derechos digitales y del aprovechamiento ético de las tecnologías de la información.

“Fundé una de las primeras organizaciones en México donde, entre otras cosas, se fomenta el uso de las Tecnologías de la Información para empoderar a las mujeres. Para que ellas sepan que pueden seguir trabajando o estudiando en casa, aunque tengan hijos, que pueden emprender y generar ingresos con el apoyo de Internet y la tecnología. En mi camino profesional he encontrado mujeres valiosas y sólo necesitan que alguien les de ‘un empujón’ para crecer”.

Actualmente, Korina es Directora General de Ferrocarriles Nacionales de México en Liquidación. Fue CIO (Chief Information Officer) en Pronósticos para la Asistencia Pública y en Lotería Nacional para la Asistencia Pública donde obtuvo importantes logros durante el proceso de fusión de ambas instituciones en 2020.

Ocupó diversos cargos directivos en la Coordinación de Estrategia Digital Nacional de la Presidencia de la República, la Unidad de Gobierno de Tecnologías de la Información de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en la Secretaría de Economía y, la Comisión de Acceso Digital de la H. Cámara de Diputados, siendo proponente de un marco normativo pionero en materia tecnológica en el país. También ha sido capacitadora de funcionarios públicos de alto nivel en la Organización de los Estados Americanos (OEA).

Uno de sus retos más importantes ha sido “ser madre y desarrollarme profesionalmente, pero no me gusta seguir estereotipos, no soy una mamá abnegada. Creo que mi hijo se sentirá más orgulloso de tener una mamá feliz, que se cuida a sí misma y que logra sus sueños; en vez de tener una mamá que se sacrifica por él, perdiéndose a sí misma. Por eso he logrado acoplar mi entorno para trabajar y tener cerca a mi hijo, cuidando su desarrollo”.

Pero el camino no ha sido fácil para llegar a sus metas. “No sabía qué quería hacer de mi vida, pero sí tenía claro lo que no quería hacer. Creí en un pueblo pequeño en el Estado de Hidalgo donde se tenía la idea de que las mujeres no estudian porque se casan. Siempre he pensado: ‘nuestro planeta es tan grande, por qué quedarse en un sólo sitio, repitiendo lo que hacen los demás, cuando hay más cosas allá fuera que podrían ser mejores o más interesantes’”.



“Las oportunidades sólo llegan una vez y hay que tomarlas; es mejor decir ‘lo intenté’, que que quedarse a ver si alguien más lo logra”

Sobre los aprendizajes de este camino señala que es importante atreverse y aprovechar oportunidades. “Éstas sólo llegan una vez y hay que tomarlas. Es importante dar lo mejor de sí. Es mejor decir ‘lo intenté’, que quedarse a ver si alguien más lo logra. Y es fundamental aprender de los errores”.

Agrega que el primer obstáculo es uno mismo. “Hay que educar a la mente, el cuerpo y el alma. Vencer los pensamientos negativos, cuidar la salud física y desarrollar el espíritu”.

Sobre la relevancia del reconocimiento de Mujer Ejecutiva, señala que hay pocas mujeres en el ámbito tecnológico y esto puede inspirar a que más niñas y mujeres vean que son capaces de hacer cosas importantes para la sociedad en un medio que era de hombres. “Las carreras de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, actualmente son mejores pagadas que las tradicionales y son las que van a definir el rumbo del futuro de la sociedad”. **ME**

**30**  
LÍDERES  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL



*Mariel Hawley*

Presidenta Ejecutiva de Queremos Mexicanos Activos A.C.

**Una esperanza en  
cada brazada**

ES LA 15° PERSONA EN COMPLETAR EL RETO DE LOS SIETE MARES. EN CADA CADA TRAVESÍA EN AGUAS ABIERTAS GENERA RECURSOS PARA APOYAR A NIÑOS CON LABIO/PALADAR HENDIDO

ENRIQUE DAMIÁN MIRANDA

**M**ariel es la primera mujer mexicana en obtener la Triple Corona de natación en aguas abiertas. Su victoria no fue únicamente el resultado de un compromiso con la máxima disciplina mental, física y emocional, sino del impulso que le permite dar cada brazada, el ayudar a transformar vidas.

Cada una de las tres demandantes travesías que permiten otorgar esta distinción tuvo como motor para la activista el obtener recursos para realizar cirugías a niños con labio/paladar hendido.

“Fue un proyecto que inicié con mi papá desde finales de 2005, en el que cada uno de mis nados tenía esta razón de ser: recaudar y generar fondos para quienes nacen con esta enfermedad congénita”, explica Hawley.

El padre de la nadadora con causa fue un médico cirujano reconstructivo del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), quien, una vez jubilado, fue invitado por una institución médica privada para trabajar con menores de escasos recursos y necesidad quirúrgica.

A ello se sumó la empresaria y deportista, quien en 2009, nadando, rodeó la isla de Manhattan (Estados Unidos), mientras que en 2011 hizo lo mismo en el Canal de La Mancha (Francia/Gran Bretaña) y un año después cruzó el Canal de Catalina (California, EU).

Hoy, Mariel Hawley es directora ejecutiva de Queremos Mexicanos Activos

(Quema), asociación que promueve la actividad física con el fin de preservar la salud, revertir los efectos del sedentarismo y prevenir enfermedades.

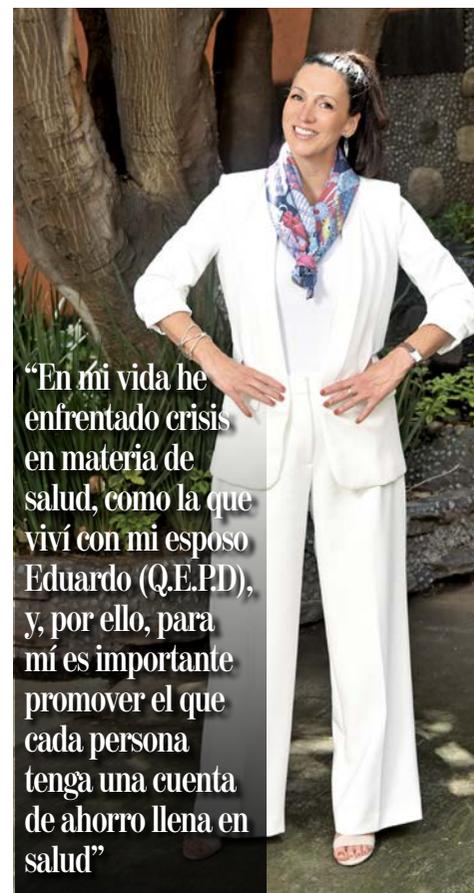
“Es importante que estemos conscientes de que para estar saludables no necesitamos nada extraordinario ni un talento deportivo, sino la voluntad de generarnos la disciplina de una actividad física como parte integral de nuestra rutina”, indica.

A través de Quema, la ejecutiva y deportista implementa programas en esta materia para compañías, así como para instituciones educativas, públicas y privadas. Esta activación, afirma, “no implica desempeñarse en un deporte, sino que tengamos un gasto calórico que puede ir desde caminar un kilómetro o dos todos los días, subir y bajar escaleras y tener ejercicios en casa”.

Hay un aspecto más que modeló la visión altruista y espíritu incansable de Mariel Hawley: el fallecimiento de su pareja sentimental.

“Mi esposo Eduardo tuvo una enfermedad muy complicada, cáncer en el cerebro. Y pudo sobrellevar esa crisis tan fuerte porque era una persona sana, porque había hecho ejercicio toda su vida. No fumaba y tenía hábitos de alimentación adecuados”, relata.

Para Mariel, esta pérdida supuso un punto de inflexión personal y familiar, tras el cual salió adelante acompañada por sus dos hijos. Actualmente, la dirección ejecutiva de Que-



“En mi vida he enfrentado crisis en materia de salud, como la que viví con mi esposo Eduardo (Q.E.P.D), y, por ello, para mí es importante promover el que cada persona tenga una cuenta de ahorro llena en salud”

ma y el nado con causa son dos aspectos que profesan las convicciones de salud, armonía y valor por la vida que Mariel transmite en cada conferencia y, en especial, durante esta entrevista.

En 2015, Hawley cruzó a nado el Estrecho de Gibraltar; en 2017, el Canal de Molokai, Hawái; en el año 2018, el Estrecho de Tsugaru en Japón y el Canal del Norte en Irlanda; en 2019, Mariel atravesó el Estrecho de Cook en Nueva Zelanda y con ello se convirtió en la persona número 15 en completar el reto de los Siete Mares. **ME**

Mariel es autora de dos libros: **“Días Azules”** y **“Corazón de Mar”**

Nadó para apoyar a **Casa de la Amistad para Niños con Cáncer**

**15° persona** en completar el **reto de los Siete Mares**

**Triple Corona de Natación** en aguas abiertas

**30**  
LÍDERES

TRAYECTORIA



*Penélope Uerris*

Directora de Mercadotecnia de HIR Casa

**Con paso firme  
abre camino**

## TRABAJA PARA ABRIR MÁS CAMINOS Y DISMINUIR LA BRECHA DE GÉNERO

ARAMIS FLORES

Una de las líderes de este 2020 es Penélope Vernis, quien se ha desarrollado en una carrera consistente con un inicio en la industria automotriz con Peugeot y en el sector inmobiliario. “Ha sido muy divertido, conociendo a hombres que tienen una mentalidad de negocio y de estrategia muy buena. Tengo 17 años en la parte profesional y me ha tocado trabajar con hombres en su mayoría y te tienes que preparar el doble o el triple”.

Para Vernis las mujeres que han tenido la suerte y también la capacidad de estar en estos puestos han sido porque han visto y se han enfocado en un objetivo: “Ser mejores profesionistas,

tener un mejor lugar de trabajo y también llegar a los objetivos que necesitan las empresas”.

Agrega que “no es solamente la mujer quien aporta las ideas o la parte creativa, siempre debe haber un equilibrio. Hay cosas que a veces nosotras vemos de cierta forma como estrategia y hay otras formas que también lo ven los hombres”.

Penélope se encarga del área de mercadotecnia de HIR Casa y señala que en la parte de direcciones y subdirecciones están a punto de llegar a un balance 50/50 entre hombres y mujeres. “Entonces quiere decir que realmente la empresa apoya al crecimiento de las mujeres, porque están viendo que son astutas, inteligentes y se auto capacitan. Sabemos que es un parteaguas para abrir caminos para las nuevas generaciones”.

Madre de ahora una adolescente de 14 años, con un camino largo, pero con el apoyo de sus padres, entre viajes, trabajo y no estar en momentos importantes. “Lo que hacía era reforzar y decirle ‘te amo, tú puedes y eres tan inteligente que te las vas a arreglar, porque en este mundo tu mamá también va ayudarte. Para que tengas un mejor crecimiento, tengo que trabajar duro”.

Ante el momento histórico que se vive de la lucha por la igualdad, señala: “Estamos en un momento increíble. Cuando recibí esta carta de invitación todo fue sorprendente, recordé y repasé mi trayectoria, lo que he vivido, lo que he pasado. A veces me decían ‘las mujeres se tienen que quedar en casa, o nada más en la parte operativa porque son las que sacan adelante el trabajo’, pero cuando ya te ven como una estrategia y dicen ‘wow, creo que esta chica lo puede lograr’ es increíble”, explica.

“Eso es lo que tenemos que hacer como sociedad, demostrar a las mujeres que si te preparas más, te capacitas y te arriesgas tienes el poder de alcanzar tus objetivos. Te va a dar miedo, como cuando tienes que aventarte del bungee o del paracaídas, pero tienes que dar ese paso ya”. **ME**



“No es solamente la mujer la que aporta las ideas o la parte creativa, siempre debe haber un equilibrio”

En HIR Casa las direcciones y subdirecciones están a punto de llegar a un **balance 50/50** entre **hombres y mujeres**

“Tenemos, como sociedad, que **demostrar a las mujeres**, que si te **preparas** más, te **capacitas** y te **arriesgas** tienes el poder de alcanzar tus **objetivos**. Te va a dar miedo, como cuando tienes que aventarte del bungee o del paracaídas, pero **tienes que dar ese paso ya**”

17 años de **trayectoria profesional**; inició en la industria automotriz, en Peugeot

**Su hija** de 14 años y **sus padres** han sido **su motor** para seguir **abriendo caminos** para más mujeres

**30**  
LÍDERES

TRAYECTORIA



*Noelia Lorenzo*

Directora de Noelicious, Inc.

**El límite  
no es el cielo**

“No se trata de las personas que me motivan, se trata de las situaciones que veo a mi alrededor, de cómo veo al mundo, observando a la gente; recordándome de la niña que yo era sentada en la montaña, soñando con todo lo que quería ser; son esos pequeños detalles de la vida que me van motivando”

**RIAA** Platinum & Gold Award Recording Artist

**POP-EDM-LATIN**  
Billboard Award Winner

“Mi **modelo de negocio** lo tuve que **transformar** y cambiar 180 grados porque era cabaret, entretenimiento, restaurantes, moda y buscar en esta crisis todos los recursos que ztenía para hacer comercio en otro tipo de negocios”

Una de las guerreras de los últimos años es como se considera Noelia Lorenzo, quien ha través de una carrera exitosa como artista, modelo y ahora empresaria, continúa fijando metas en el mundo de los negocios.

Esta empresaria puertorriqueña ha vendido más de 10 millones de copias de discos, tiene más de 10 Hits de Radio en las listas de popularidad de Billboard Latino y tres éxitos en Billboard Dance en inglés, dos de ellos durante el 2012. Fue ganadora del Premio Billboard a la Música y sus canciones son reconocidas en países europeos como Italiay Francia.

El camino de Noelia no ha sido nada sencillo, desde niña siempre su deseo fue ser artista, todo lo que tenía que ver con música y arte le atraían mucho. “A la vez tenía como una doble personalidad porque siempre me interesó todo lo que tenía que ver con los negocios, buscaba trabajos en diferentes cosas, un vivero, una pizzería, una peluquería, vendía dulces en la escuela”.

Trabajó en tiendas de ropa en Estados Unidos, donde conoció cómo se manejaban las franquicias de la moda, “aprendí todo lo que tenía que ver con el mundo corporativo, las tiendas de ropa por franquicia, eso me enseñó y me ayudó a tener contacto con el consumidor y entonces de ahí evolucioné, me independicé y busqué mi camino para llegar a una disquera que me firmara y hacer mi primer disco”.

En el camino al mundo de la música

## UNA MUJER QUE NO TIENE LÍMITES Y CRECE CON SENTIDO SOCIAL

**MUJER EJECUTIVA STAFF**  
**FOTOS CORTESÍA**

trabajó como jefa de oficina, relacionista pública, recepcionista y luego dirigiendo una oficina de artistas y booking, hasta que un demo llegó a manos del director de Fonovisa México y la historia cambió.

Una de las reflexiones de la artista en este trayecto hacia el éxito es “el aprendizaje y la enseñanza más grande es que el camino lo debes de forjar tú, y lo tienes que construir con una visión clara de lo que quieres, no puedes corromperla por opiniones de terceros. Hay un dicho muy importante que dice: ‘Yo no recibo críticas constructivas de alguien que no ha construido nada’”.

Para la también empresaria la llegada de la pandemia fue un gran reto, e inició una asociación con

la empresa mexicana Protecom, dedicada a elaborar protectores anticontagio. “Fue dar un giro de 180 grados a todas mis empresas y hacer una estrategia; fue toda una experiencia convertir a un gerente de uno de mis steakhouses en un gran promotor de ventas de mamparas acrílicas. Siempre le dije a todos que teníamos dos caminos: sufrir la pandemia como todos los demás y quedarnos sentados a esperar o navegar dentro de lo trágico que está pasando y convertirlo en oportunidades que, además, aportan bienestar a la sociedad”.

Por esta razón Noelia's Grill House durante la pandemia comenzó a repartir caretas acrílicas para apoyar a los profesionales de la salud. **ME**



**“No es verdad que el límite es el cielo... el límite lo pones tú en tu mente”**

**30**  
LÍDERES  
TRAYECTORIA



*Karina Balderas*

Head de Comunicación y Marketing de Discovery México

**Sólo si disfrutas  
triunfarás**

## SU ÉXITO LLEGÓ A TRAVÉS DE DISFRUTAR LO QUE HACE Y AYUDAR A LOS DEMÁS, DESDE LA TRINCHERA DE CADA UNO

**ALBERTO MARTÍNEZ ESCAMILLA**

**S**uerte, bendición, trabajo, buena actitud..., muchas son las cosas que en ocasiones deben conjugarse para que un camino esté lleno de éxito, tal es el caso de Karina Balderas, head de Comunicación y Marketing de Discovery México, quien en su amplia trayectoria se ha desempeñado en las firmas líderes de su ramo.

Pero, ¿cómo lograr ser una mujer exitosa? La respuesta para Karina es sumamente simple, “creer en la gente y disfrutar lo que se hace”, pero al parecer es en esa simplicidad donde muchas personas se pierden y, al no encontrar el rumbo, hacen las cosas más difíciles de lo que en realidad pueden ser.

A lo largo del camino también aparecen personas que ayudan a vislumbrar el cómo se deben hacer las cosas e inspiran sin importar la edad o procedencia, bien puede ser una directiva de alto rango, una deportista o una niña que a sus 14 años ya domina y disfruta de alguna disciplina. Pero hay una figura que no puede faltar cuando hablamos de inspiración: los padres. “Mi papá era una persona muy sabia, que te ubicaba perfecto en el momento adecuado y mi mamá, ambos han sido unas personas resilientes, que han sabido disfrutar la vida y priorizar”, comentó.

Aunque en el día a día de una persona exitosa todo parece ser ‘color de rosa’, como se diría coloquialmente, esto no siempre es así. “Creer en uno mismo y aprender que los erro-

res también ayuda y construir, son las partes que más me han costado trabajo”, dijo quien inició su carrera profesional como corresponsal de la agencia Reuters.

Sin embargo, crear una carrera exitosa no es todo lo que Karina Balderas ha hecho bien en su trayectoria, algo que la caracteriza es el compartir su conocimiento con los demás y es así, como apoya a más mujeres mediante mentorías y, de esta manera las impulsa con todo lo que les pueda aportar.

Esto la convirtió en una de “Las 30 Líderes” de Mujer Ejecutiva, galardón al cual se refirió como “una posibilidad de mayor reconocimiento y visibilidad para las mujeres”, aclaró que, pese a que aún falta mucho trabajo por hacer para alcanzar el ideal, “poco a poco se está logrando rompiendo el cristal”.

Si bien es cierto que la crisis a causa del COVID-19 ha dejado diversas afectaciones tanto en materia sanitaria como financiera, también existen cosas que se pueden rescatar, y así es como Karina ve a esta crisis.

“Nos sirvió para poner prioridades, para entender muchas cosas, para saber cuáles eran las cosas importantes en la vida de cada quien”, declaró.

Finalmente, acentuó que lo más importante y lo que a ella le gustaría dejar como legado es “transmitirle a las siguientes generaciones que busquen ser de valor, pues el éxito llega sólo si haces lo que te gusta y ayudas a los demás”. **ME**



**“Nunca he dejado de creer en la gente, he tenido muy buenos equipos de trabajo, compañeros y extraordinarios jefes”**

Estudió la licenciatura en **Comunicación** en la Universidad Iberoamericana

En **2015** fue reconocida con el Latin Excellence Award por la **“Mejor Estrategia de Relaciones Públicas”**

Realiza mentorías en **WICT- Mujeres en Medios**

Cubrió la presidencia de México para la agencia Reuters de **2000 a 2003**

Es miembro de la **Asociación Civil Vifac.**

Su regla de vida es la frase **“como no sabían que era imposible, lo hicieron”**

**30**  
LÍDERES  
TRAYECTORIA



*Silvia Singer*

Museóloga y Directora General y fundadora del MIDE

Una vida dedicada a  
la investigación y el  
conocimiento

## ANTE LOS NUEVOS TIEMPOS LO MEJOR ES REINVENTARSE

ARAMIS FLORES  
FOTOS CORTESÍA

**Presidenta y fundadora** de la Federación Internacional de Museos de Finanzas; y **presidenta** de la Asociación de Centros de Ciencias

Actualmente asesora a la Autoridad Monetaria de Arabia Saudita en la creación de su propio Museo Interactivo de Economía:

**SAMA Gate for Knowledge**, así como el **Museo de Ciencia Ambientales** de la UdeG

Galardonada con el Reconocimiento **ICOM México** por su trayectoria profesional y la **Medalla Anáhuac al Mérito en Diseño 2018**, como referente mundial en museología didáctica

Silvia preside la **Cumbre Mundial de Museos de Ciencias 2020 (SCWS 2020)** cuya sede será el MIDE en diciembre del 2020

A través de su trabajo museológico promueve el aprendizaje a través de la toma de decisiones desarrollando así el pensamiento crítico y creativo de los visitantes del MIDE. Esta postura es resultado de una seria investigación museológica y educativa que permitió el planteamiento del exitoso modelo que sirve a una sociedad hiperconectada y en constante evolución.

“Mi formación profesional original es la biología, particularmente interesada en temas de evolución y ecología, en esos tiempos descubrí, como otros, la belleza de la investigación científica, ahí obtuve buena parte de mi formación, de mi disciplina, de mi capacidad de análisis”.

Silvia siempre ha estado fascinada por los procesos educativos e inició su camino por la comunicación de la ciencia y este interés la llevó finalmente al mundo de los museos, en donde descubrió su verdadera vocación. “Así empecé un camino de profesionalización hasta convertirme en museóloga y diseñar exhibiciones y dirigir el museo con una visión integral, en constante transformación con sólidas bases académicas. Esa es mi pasión, asumir al museo como un comunicador incluyente e innovador que habla el lenguaje de sus públicos, que expone sus temas, sus colecciones de una manera significativa para muchos”.

Formó parte del equipo que creó el Papalote Museo del Niño y extendió su experiencia en museos en el extranjero. “Dirigí los museos de ciencias de la UNAM y he tenido el honor de ser la creadora del MIDE, Museo Interactivo de Economía, fundado por el Banco de México, lo cual ha representado la oportunidad profesional más importante de mi vida”. Hoy, además de dirigir el MIDE, asesora y participa en el diseño de museos en el interior del país, en la Ciudad de México y en Arabia Saudita.

Ante la pandemia el museo se cerró de improviso, sin aviso ni planeación por 6 meses la enfrentó a varios retos; el primero, permanecer en contacto con sus visitantes, crear los programas que fueran de su interés y continuar con la presencia pública de la institución a través de programas interesantes y útiles.

Por otro lado, ante la terrible crisis económica y financiera en la que el museo ha perdido más del 70% de sus ingresos, mantener com-

pleto el equipo de trabajo con el pago íntegro de sus salarios ha requerido de un esfuerzo muy grande y buscando fuentes alternativas de ingresos. Prácticamente todo el equipo trabajó de manera remota y de forma intensa para lograr estos objetivos.

“Hemos aprendido mucho en estos meses, reflexionado sobre lo que vendrá en el futuro, estoy segura de que tenemos que construir una nueva realidad, transformar al museo en un proyecto acorde con las nuevas reglas de convivencia social, pero sobre todo estoy segura que hoy el Museo Interactivo de Economía es más importante y pertinente que nunca, así que tendremos que pensar en reinventarnos y expresar nuestros contenidos y mensajes en formas acordes con estos nuevos tiempos”.

**“El liderazgo es fundamental en estas circunstancias, mantener el ánimo de un equipo que, como el resto de la sociedad, está fragmentado y enfrentando situaciones complejas”**



**30**  
LÍDERES  
TRAYECTORIA



*Tatiana Fernandez*

Socia fundadora y directora general de Tequila Cosmos

**El sueño de manejar  
su propia marca**

PARA TATIANA FERNÁNDEZ EL PEOR ERROR ES TRATAR DE PORTARTE COMO UN HOMBRE PARA QUE TE RESPETEN

DIANA SALADO LUCERO

La respaldan más de 12 años de experiencia en Marketing y ventas en el sector de vinos y licores en empresas nacionales y globales. Pero su sueño era crear y manejar su propia marca. Lo intentó en una ocasión, con un mezcal hace más de una década, pero el trabajo la absorbía demasiado y lo dejó.

La carrera profesional de Tatiana Fernández iba más y más en ascenso, pero alejándose de ese sueño, así que tomó una decisión hace cinco años. “Cuando te decides a emprender tienes que hacerlo con todo. Emprender es un camino maravilloso, pero también muy difícil si no tienes una empresa detrás o un socio”, asegura.

Es originaria de Guadalajara, por lo que es una apasionada y tequilera de corazón. Esto, sumado a su expertis profesional, le hizo mucho sentido y creó un proyecto de tequila. “En mi carrera manejaba el segmento de lujo en la categoría de vinos y licores, así que todo se fue encontrando y tomando sentido”, recuerda la socia fundadora y directora general de Tequila Cosmos.

Se ha desenvuelto en una industria en la que predominan los hombres y que incluso llega a ser machista, sin embargo, nunca se ha sentido discriminada o intimidada. Para ella la personalidad y no dejar esa esencia como mujer son claves. “Soy una mujer con una personalidad muy fuerte, pero el peor error es tratar de portarte como un hombre para que te respeten. Lo más importante es que tu esencia, tu personalidad y tus logros hablen por ti y no fingir o hacerte la fuerte”.

Para Tatiana sus logros van de la mano del apoyo incondicional de su pareja y familia. Su esposo trabaja en el mismo sector, por ello comprende a la perfección el ritmo y cómo se mueve, explica, “el tiempo, los logros, esfuerzos y retos son compartidos y equitativos”.

Como emprendedora, su mayor logro y orgullo son su marca y equipo, “porque el producto ha sido pensado, diseñado y creado con corazón, atendiendo las necesidades de sus consumidores.



“El éxito de una empresa te sabe diferente cuando es para tí, lleva tu sello y valores”

Para jugar en un mercado tan competido tienes que crear un producto diferenciador muy importante y lo hemos logrado”.

Al hablar del empoderamiento femenino es contundente en decir que primero las mujeres, “nos la tenemos que creer. Creer que no somos distintas, porque con esto se gana. El empoderamiento empieza por una misma, no te lo dan afuera, te lo tienes que dar primero tú y luego lo demás te verán como mujer empoderada, sin caer en que sólo por ser mujer debes merecer más.” ■■

Su carrera profesional ha sido en la **industria de vinos y licores**; inició en Diageo y trabajó en otras como British American Tobacco y Ab InBev

Hace cinco años creó **Tequila Cosmos**; Tequila Cómico, es el nuevo integrante de la marca

Durante la **pandemia** Tequila Cosmos **cambió** su **estrategia y canales de distribución** para llegar a los consumidores y desplazar más productos que en meses previos

“Como ‘marketera’ tu sueño es **emprender** y manejar **tu propia marca**; crear tu proyecto y verlo crecer desde cero y ponerle **tu esencia** a un producto”

Dinero, poder y abuso  
**TESTIMONIOS INÉDITOS**

**SOBREVIVIENDO A  
JEFFREY EPSTEIN**

*Especial de 4 noches en exclusiva*  
DEL 15 AL 18 DE OCTUBRE 10 PM

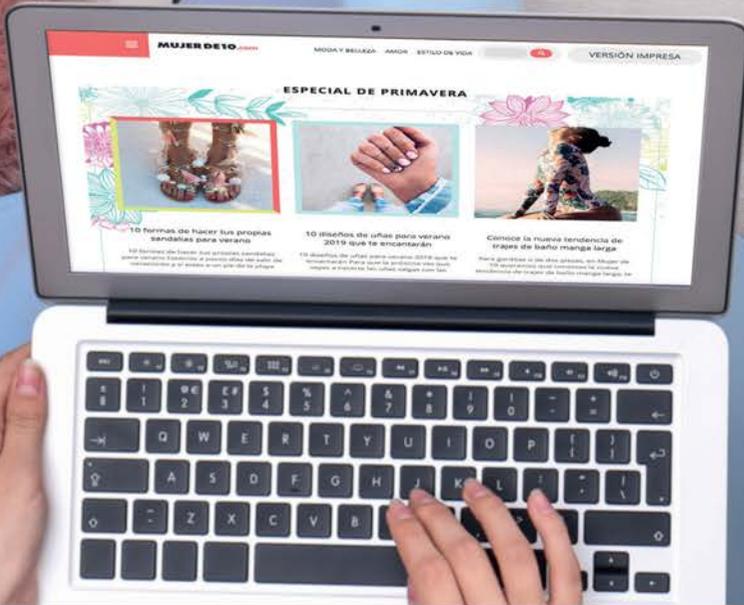
**Lifetime**



GINmedia

# MUJER DE 10

Tu estilo de vida



Mujerde10

mujerde10

mujerde10

mujerde10

mujerde10.com

Busca nuestra edición digital en reades



SEGURIDAD

# CORTESÍA Y TRATO RESPETUOSO A LAS MUJERES: IMPRESCINDIBLES EN LA SEGURIDAD PRIVADA

Dicen por ahí que “lo cortés no quita lo valiente”. Algunas personas aún tienen la idea que un guardia de seguridad tiene formas poco amables, especialmente hacia las mujeres. Sin embargo, las empresas de seguridad privada profesionales de hoy en día se han dado a la tarea de mejorar este aspecto. Es decir, se han capacitado en equidad de género, poniendo especial atención en el trato adecuado a las mujeres dentro de las empresas que protegen.

A la luz de la pandemia todos hemos sido testigos de cómo los elementos de seguridad han cobrado cada vez mayor relevancia. Sus funciones se han ampliado y han evolucionado. Su presencia en diversos tipos de empresas y negocios es más palpable, porque su contribución ha generado cada vez más valor. Todo esto es gracias a dos aspectos: las oportunidades que se han presentado y a la respectiva capacitación que han recibido para hacer frente a esas nuevas oportunidades que, a su vez, implican nuevos retos.

Dentro de esa capacitación y ese espíritu de protección hay empresas que se han ocupado de poner especial énfasis en este tema. Un elemento de seguridad bien entrenado, antes que todo, debe mostrar entendimiento de la situación tan grave que vive México en cuanto a violencia de

género. Él o ella debe procurar, en todo momento, que la mujer se sienta cómoda y que su seguridad esté garantizada.

De hecho, si este elemento de seguridad es una mujer, estará perfectamente a la altura de lo que de ella se espera, ya que puede mostrar aún mayor capacidad de empatía. Esto no es excusa para que los guardias varones se comporten de manera diferente, hay que ser claros.

A partir de esta comprensión se debe, por lo tanto, mostrar una actitud de servicio impecable hacia ellas y vigilar por su bienestar de manera más minuciosa. Porque hay mucho en juego, además. No solo se trata de la seguridad de la persona como tal, que ya es bastante decir, sino de todo lo que esta implica; por ejemplo, una mujer empresaria tiene su propia familia que necesita de ella; adicionalmente, esta mujer representa fuentes de ingresos para varias familias.

Por eso es tan grande el valor de una empresa de seguridad privada, al nivel de socio de negocio. Además, del adecuado entrenamiento y la avanzada tecnología, el personal de la empresa debe fomentar en sí mismo una conducta que privilegie la equidad de género, así como la comprensión, la amabilidad y la disposición que todas las mujeres merecen, sin excepción. ME

**GMSI**

Empresa líder en el sector de seguridad privada en México con más de 35 años de experiencia, con operación a través de más de 30 filiales y 14 mil elementos.  
[www.multisistemas.com](http://www.multisistemas.com)

LA NUEVA REALIDAD DE LOS NEGOCIOS

PRESENTADO POR



**CUMBRE**

**1000**

**EMPRESAS  
MÁS IMPORTANTES  
DE MÉXICO**

**MUNDO >>  
EJECUTIVO**

» MÉXICO - JAPÓN » MÉXICO - COREA » MÉXICO - EUA »

» MÉXICO - GRAN BRETAÑA » MÉXICO - CANADÁ » MÉXICO - ITALIA »

Evento Digital

02 DICIEMBRE



ADQUIERE TU ACCESO



[cumbre1000.com](http://cumbre1000.com)



# Te cuidamos con los protocolos de higiene más estrictos

Todos nuestros aviones están equipados con filtros HEPA, que eliminan el 99.99% de virus y bacterias incluyendo el COVID-19.

Conoce todas las acciones que implementamos para cuidarte durante tu viaje en [aeromexico.com/tuseguridad](https://www.aeromexico.com/tuseguridad)

