

• Irene Morillo •
Retos para la mujer en
posición de liderazgo

CIBECOM 2019
"TECNOLOGÍA, EMOCIÓN Y ADAPTACIÓN,
FUNDAMENTOS DE UN NUEVO MUNDO"

Circe Almánzar Melgen
VPE de la AIRD
Empoderarse es el gran desafío de la
mujer para eliminar las brechas

ISSN 2520-0100

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

GENTE DE ÉXITO

El legado
de los
Muchachos
de Herrera

ANEIH

Asociación Nacional de
Empresas e Industrias Herrera

TANIA BAEZ

Los 5 mandamientos
esenciales de una
Líder
para conectar
con la audiencia

LOGÍSTICA
EN REPÚBLICA DOMINICANA

DE UNA VISIÓN
A LA REALIDAD

LIGIA BONETTI
PRESIDENTA EJECUTIVA GRUPO SID

El éxito
de una organización
se sostiene sobre
los hombros de
su liderazgo

Liderazgo
femenino
destaca en los negocios
de la actualidad dominicana

M Á S Q U E P A Í S

S O M O S A L E G R Í A

J U N T O S S O M O S

F A M I L I A

SUCCESS  IS A BLEND

 **CHIVAS**

BLENDED SCOTCH WHISKY

EL CONSUMO DE ALCOHOL PERJUDICA LA SALUD. LEY 42-01





Ultracrédito, eso que quieres en **UN DOS** por **TRES**.

Si no lo tienes, solicítalo.

Para más información:
809-541-6106 Santo Domingo • 809-581-4433 Santiago
809-200-4433 sin cargos

www.acap.com.do | @acapdom | @asociacioncibao



Cuidamos cada paso de tu vida

editorial



Liderazgo femenino un estilo de vida organizacional

La equidad de género en los espacios de trabajo ya es una tendencia global, en la que más organizaciones están participando de manera activa, no solo para integrar a más mujeres, generar igualdad de oportunidades o establecer sistemas de reconocimiento equitativos a la función; es un estilo de vida organizacional que influye favorablemente en el ambiente laboral, en los resultados del negocio y en los entornos socioeconómicos.

Las cifras nos indican que todavía queda camino por recorrer. En la República Dominicana, más del 62% de las mujeres componen la matrícula universitaria, 53% de las mujeres ocupan trabajos formales, mientras que 19.1% representan el poder legislativo. Así vemos como a nivel mundial, tan solo el 7% de las mujeres son directoras de cine, y así cientos de ejemplos que muestran que aún se mantiene la brecha entre las mujeres preparadas y las que ocupan posiciones de liderazgo.

Una de cada diez personas que trabajan en equipos de desarrollo de tecnología en las empresas son mujeres. Esta realidad también refleja la brecha digital y la desigualdad de oportunidades laborales presentes alrededor del mundo y especialmente en América Latina, por lo que se hace necesario integrar a más

mujeres en los espacios de trabajo, generar igualdad de oportunidades y establecer sistemas de reconocimiento equitativos a la función.

Nuestra publicación es muestra de un sólido compromiso con el éxito y la búsqueda de la excelencia, un camino que, a las mujeres de gran parte del mundo incluyendo nuestro país, se les ha hecho más difícil, pues el propio significado de la palabra líder, está asociado al sexo masculino.

En esta edición reconocemos el rol de la mujer en distintos sectores del quehacer empresarial de la República Dominicana, y es que, en el terreno de la dirección, la mujer tiene un estilo gerencial definido que se basa en su capacidad de adaptación al cambio y a la habilidad de aplicar criterios objetivos para aportar soluciones efectivas.

En el recorrido que harán por las páginas de esta edición, podrán identificar el denominador común entre las mujeres que nos inspirarán con sus historias de vida: la preparación. Verán en primera fila cómo el talento y el empoderamiento se conjugan con la experiencia y los conocimientos para hacer de la mujer una líder, desde la óptica de diferentes perfiles, nacionalidades y áreas de expertise.

Traectorias como la de Ligia Bonetti, figura de nuestra portada, inspiran a mujeres del mundo actual que se encuentran plenamente preparadas, a que ejerzan posiciones de liderazgo, con poder de mando y acciones que puedan generar impacto en el desarrollo social y económico del país.

Amigo lector nuestras creencias acerca del liderazgo femenino no solo implica pensar que las mujeres estamos preparadas para asumir posiciones de poder, más bien es una oportunidad para influir en la cultura con el mensaje del liderazgo femenino como un estilo de vida. El sexo no es determinante para el desarrollo del trabajo y mejoramiento continuo, sino las competencias individuales las que lo demuestran.

Lo ratificamos así con el contenido presentado para esta ocasión, cargado de distintas historias de un selecto grupo de mujeres, donde cada una es influyente en su contexto, quedando demostrado el alto nivel de compromiso, y poder de transformación en la sociedad que juega el liderazgo femenino en la República Dominicana.

Isabel Cristina



EL EMBAJADOR

A ROYAL HIDEAWAY HOTEL

DESCUBRA SANTO DOMINGO
COMO NUNCA ANTES LO HABÍA VISTO

Déjese envolver por los encantos de la cultura dominicana en el hotel más legendario de la ciudad de Santo Domingo, punto de partida perfecto para hacer de su estancia todo un lujo experiencial.



The art of fine moments

royalhideaway.com



pág. 12

» LIGIA BONETTI

Presidenta Ejecutiva Grupo SID



pág. 16

» CIRCE ALMANZAR MELGEN

Vicepresidenta Ejecutiva
Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD)



pág. 50

Mary Pérez Marranzini LA DAMA DE LA SOLIDARIDAD

Por: Arlene Reyes



pág. 49

LIDERAZGO FEMENINO EN LA COMUNICACIÓN

Cambios, retos y oportunidades
Por: Romina Vásquez



pág. 52

RETOS PARA LA MUJER EN POSICIÓN DE LIDERAZGO

Por: Irene Morillo



pág. 53

gentedeéxito El legado de los Muchachos de Herrera ANEIH ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS E INDUSTRIAS HERRERA



pág. 62

RD lo tiene todo Corales Puntacana Resort & Club Championship de la PGA TOUR

Revista Factor de Éxito República Dominicana
Número 16, Año 3

Directora:
Isabel Cristina Rolo Figueroa
Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa - Thony Da Silva Romero
Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto
Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo
Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo
Gerente de Mercadeo:
Nathaly Liendo
Gerente de Negocios:
María Concepción Romero
Cordinación Editorial:
Maite Prado
Account Executive:
Denisse Valverde
Jefe de Diseño-Diagramación: Ángel (Paco) Pineda
Diseño Gráfico: Víctor Hernández / Herver Duque
Portada:
Ligia Bonetti

Colaboradores:
Rayvelis Roa - CONEP
Pizzolante Estrategia + Comunicación
Jessica Quezada - Grupo Puntacana
Corporate Excellence

Articlistas de esta Edición:
Irene Morillo
Arlene Reyes
Romina Vásquez

Revista Factor de Éxito República Dominicana
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9

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

Teléfonos: +1 829.340.5724 - 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Contacto Venezuela
+58-243-551.4801 / 416-543.67.75

Contacto Panamá
+507 62989151 / 6976-9133

Registro de publicación impresa: ISSN 2520-0100
Registro de publicación electrónica: ISSN 2520-0585
El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.

Encuentra nuestros ejemplares en:



y nuestra versión digital en www.revistafactordeexito.com



Eco Mensajeras

Innovación con propósito.

Igualdad de oportunidades para juntos lograr

Un mundo mejor en cada entrega!



MENSAJERIA

Un mundo mejor en cada entrega!

www.ecomensajeria.com.do

ecomensajeria@emprendimientosostenible.com

809-363-8732

[f](#) [t](#) [i](#) @ecomensajeriard



Ministerio de la Mujer y el ITLA entregan becas



El Ministerio de la Mujer y el Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA) entregaron 28 becas para cursar Programación Móvil y Programación Web como parte de un convenio entre ambas instituciones en el marco del proyecto “Software Mujeres” que contribuye al cierre de la brecha digital.

Estas becas tienen el objetivo de incentivar a la población femenina a sumergirse en las nuevas tecnologías para que tengan mayor participación en estas áreas.

La Viceministra Providencia Matos motivó a las becarias a realizar todo cuanto se propongan y les instó a aprovechar la oportunidad al máximo.

Este será el segundo curso que ofrecen dichas instituciones, y tendrá una duración de seis meses y una carga de 160 horas. Las 28 participantes recibirán clases de los docentes del ITLA, los sábados de 9:00 am a 1:00 pm en el Centro Zoraida Heredia viuda Sunzar, de la localidad Los Tres Ojos, Santo Domingo Este.



LA DIGITALIZACIÓN ES, POR TRIPPLICADO, LA PRINCIPAL PREOCUPACIÓN DE LOS COMUNICADORES LATINOAMERICANOS

La transparencia también constituye un aspecto clave, según un anticipo de la 3ª edición del estudio Latin American Communication Monitor, de EUPRERA



El 8 de mayo de 2019 se presentará en primicia la tercera edición del Latin American Communication Monitor durante La Cumbre Iberoamericana de Comunicación Estratégica, CIBECOM'2019, que se celebrará en Madrid bajo el lema “Tecnología, emoción y adaptación, fundamentos de un nuevo mundo”.

No obstante, algunos de los datos más relevantes del monitor 2018/2019 acaban de ser revelados: los tres temas estratégicos que más preocupan y que se estiman más importantes para los próximos tres años se centran en los retos de la digitalización. El primer tema estratégico sigue siendo enfrentarse con la evolución digital y la web social (38,9%), el segundo trata la forma de gestionar la velocidad y el flujo de la información (36,2%) y el tercer tema es el uso del big data y/o algoritmos para la comunicación (32,7%).

Más allá de los retos de la digitalización, se puede apreciar un segundo grupo de temas relevantes. En este grupo se encuentran los temas que hacen referencia a la preocupación de gestionar la demanda de más transparencia y audiencias más activas, fortalecer el rol de la función de la comunicación para apoyar la toma de decisiones de los altos directivos, construir y mantener la confianza en la organización, conectar las estrategias de la organización con la comunicación e implementar sistemas de medición y evaluación avanzada.

En el caso de los países latinoamericanos de la muestra, vemos que, aunque se constatan tendencias comunes, se observan diferencias en las valoraciones según cada país. En algunos de los países analizados, saber afrontar la evolución digital y el uso de la web social, es el tema estratégico de mayor importancia; este es el caso de Colombia, Costa Rica, Ecuador y México, mientras que para Venezuela y Brasil el más importante es saber lidiar con la velocidad y el flujo de la información.

Se observan, además, diferencias relacionadas con el tipo de organización y con el cargo que ocupan los entrevistados. Así, los/as profesionales que trabajan en organizaciones privadas son los que más se centran en temas de digitalización, mientras que sus homólogos/as en organizaciones sin ánimo de lucro dan mayor importancia a la necesidad de construir y mantener la confianza en la organización y los/as profesionales de organizaciones gubernamentales a conectar las estrategias de la organización con la comunicación.

Por otra parte, los profesionales con cargos más altos muestran una mayor preocupación por enfrentarse a la evolución digital y web social y a la necesidad de dirigirse a más audiencias y canales con recursos limitados.

COMPROMISO LABORAL O ENGAGEMENT DE LOS COMUNICADORES

Otro de los aspectos detectados es que las organizaciones precisan fomentar el compromiso de sus empleados/as para promover la lealtad a la organización y aumentar la productividad. Los aspectos detectados a este respecto y que serán desvelados en CIBECOM'2019, tocan muy en profundidad la importancia de la incentivación de los profesionales de la comunicación a la hora de afrontar retos comunicativos. A nivel general, se aprecia que el compromiso es mayor en agencias y consultoras con respecto al resto de organizaciones, con una excepción: las personas que trabajan en empresas que cotizan en bolsa.

Además del LCM, esta organización lleva a cabo el European Communication Monitor, el North American Communication Monitor y el Asia-Pacific Communication Monitor, que conjuntamente evalúan el estado del arte y las tendencias en la gestión de la comunicación en más de 80 países.

Para más información contacta con info@cibecom.lat



II CUMBRE
IBEROAMERICANA
DE COMUNICAÇÃO
ESTRATÉGICA

UNA INICIATIVA DE

Funda**com**

Inscríbete ya
8 — 10 mayo 2019

Cibecom — Madrid 2019

**¿Qué condicionará el futuro
de las organizaciones
y su comunicación?**

Cibecom'2019 la cumbre
imprescindible para los
comunicadores iberoamericanos.

Media partner
en República Dominicana

FACTOR DE ÉXITO

TECNOLOGÍA | EMOCIÓN | ADAPTACIÓN
FUNDAMENTOS DE UN NUEVO MUNDO

www.cibecom.lat

PINK GOLF TOUR

INICIA CON FUERZA SU TERCERA TEMPORADA



En la categoría de novatas, Yvette Canaan lideró con 13 puntos, seguida de Rosalía Rabasa quien ganó el segundo lugar con 10 puntos.

PINK GOLF TOUR DR fue fundado en 2017 por un grupo de damas golfistas amigas y empresarias quienes componen la directiva de dicha organización, contando con una serie 4 torneos locales y un evento de carácter internacional, el Women Golf Day que celebra el día mundial del golf femenino y que se realiza simultáneamente en más de 40 países y 400 localidades durante el mes de Junio.

El circuito de golf femenino Pink Golf Tour DR recibe con éxito su tercera temporada, con su primera Parada realizada en La Romana Golf Club, Playa Nueva Romana, donde participaron más de 50 jugadoras y entre ellas una buena cantidad de nuevas golfistas que motivadas por el tour se han iniciado en este deporte, un gran indicador de lo que el circuito femenino está logrando entre la comunidad femenina de golf local.

El torneo conmemoró el Día Internacional de la Mujer, destacando de esta forma la lucha por los derechos de la Mujeres en todo el mundo.

La primera parada del Pink Golf Tour contó con jugadoras de diversas partes del país como: Puerto Plata, Santiago, La Romana, Juan Dolio, Santo Domingo, Bonao, Punta Cana, y la novedad de que además contó con la participación de jugadoras internacionales desde Carolina del Norte, Alemania y Korea.

Las ganadoras de la primera parada fueron:

En la categoría A Karen Cuevas ganó el mejor score bruto con 39 puntos, Cecilia Rosado el primer lugar neto con 39, mientras Debra Luna conquistó el segundo lugar neto con 29 puntos.

En la categoría B, lideró Carmen Lister con 38 puntos, seguida de Elsa Mirales que con 34 puntos logró el primer lugar neto, mientras que Tadina Comprés con 32 puntos se quedó con el segundo lugar neto.

Para la categoría C, la líder en Bruto fue Juana de Peña con 36 puntos, seguida de Miriam Francisco con 39 puntos en el primer lugar neto y Massiel Gómez en el segundo lugar neto con 31 puntos.

En la categoría D Martina Villegas fue la líder con 41 puntos Bruto, mientras Mabel Castillo ocupó el primer lugar neto con 33 puntos y Karilyn Rodríguez ganó el segundo lugar neto con 24 puntos.



Muebles Omar

lanza nuevas líneas de
muebles 2019



Los propietarios y ejecutivos de Muebles Omar, presentaron las nuevas líneas de muebles de oficina 2019 en un evento realizado en la tienda de Naco junto a empresarios del sector, clientes, relacionados y ejecutivos de los medios de comunicación el pasado mes de marzo.

El Sr. Vladimir Licairac, Vicepresidente de Negocios y el Sr. Luis Peguero, Gerente de Tiendas, ofrecieron la bienvenida a los asistentes, señalaron las soluciones integrales que ofrecen las nuevas líneas: ergonómicas, funcionales y modernas, e invitaron a conocer los muebles.

Las nuevas líneas presentadas corresponden a los escritorios VZ y VT, las cuales poseen un diseño ecléctico apuntando a las tendencias del mercado. Así mismo la línea de escritorios Space Cristal con diseño moderno, los nuevos sistemas de estaciones Cube y gran variedad de sillones ejecutivos, gerenciales y de visitas de la línea CreActive. También las líneas de estaciones de trabajo Kepler y Plato.

Luis Peguero indicó que en Muebles Omar "Nos mantenemos a la vanguardia con las nuevas tendencias del consumidor, es por esto que cada año introducimos nuevas líneas obedeciendo a las necesidades de nuestros clientes."



Muebles Omar cuenta con 44 años en el mercado siendo líder en la categoría de muebles de oficina, brinda la asesoría necesaria a los clientes, así como garantía en piezas y servicios con entrega a todos los puntos del país.

Ubicados en el ensanche Naco, en la calle Frank Félix Miranda y en la avenida San Vicente de Paúl, en Santo Domingo Este.



DISFRUTA EL SABOR DE TU CHOCOLATE

Corte
+ CHOCOLATE +



»» LIGIA BONETTI

Presidenta Ejecutiva Grupo SID

Poder Femenino al mando

“Para nosotros el éxito de una organización se sostiene sobre los hombros de su liderazgo. Las características de este liderazgo hacen de las empresas a las que sirvo, empresas fuertes”

Con esta frase dio inicio el diálogo que sostuvimos con Ligia Bonetti para esta edición especial dedicada a las representantes del liderazgo femenino de la República Dominicana.

La Presidenta Ejecutiva del Grupo SID, es fiel creyente de la igualdad de oportunidades, no de las que otorgan preferencias según el género, sino en las que se construyen desde las competencias y capacidades que deben primar en el crecimiento de todo profesional. *“Las mujeres somos cada vez más parte de actividades que antes se calificaban de hombres, tanto en la industria como en otras áreas de la economía, la sociedad, la cultura. Se trata, fundamentalmente, de que hemos redefinido nuestros roles en función de lo humano y no tanto del género.”*

La líder empresarial está convencida de que las mujeres tendrán mayor protagonismo en todas las áreas, sin



sustituir a los hombres, haciendo de la sociedad dominicana una más igualitaria. Dicho esto, hace referencia a la presidenta del Banco de Santander, Ana Botín, quien afirmó en una ocasión que además de talento, las mujeres aportan al negocio mejor comunicación interpersonal, cooperación, pensamiento horizontal y capacidad de escuchar de verdad, así como mayor empatía y capacidad de priorizar, todas estas competencias complementarias a las de los hombres.

“En el Grupo SID visualizamos nuestras empresas como instrumentos para transformar positivamente la vida de las personas. Es cierto que nos interesa el mercado, pero entre nuestros logros más satisfactorios, está el ver cómo

se transforman las vidas de nuestros colaboradores y colaboradoras, quienes crecen, maduran y asumen posiciones de liderazgo. Esto es de valor extraordinario en el estilo de vida organizacional del Grupo SID.” Expresó.

La Presidenta Ejecutiva del Grupo SID resalta también el compromiso del equipo de hombres y mujeres que lo componen, *“Una de nuestras mayores muestras de responsabilidad social es generar empleos que agreguen valor, sostenerlos e incrementarlos. Nuestras gerencias asumen que es su obligación hacer del puesto de trabajo un espacio de realización de cada uno de nuestros colaboradores y colaboradoras.”* Revela que parte de lo que considera éxito involucra la satisfacción personal, el orgullo

sano de logros que incluyen lo tangible, lo que puede sintetizarse en calidad de vida, para quienes prefieren sus productos y servicios.

Al referirse a la realidad actual, cree que las mujeres viven un momento extraordinario, pero a la vez paradójico. *“Ayer y hoy nuestra presencia e influencia han sido determinantes, pero hoy podemos afirmar que nuestra presencia como mujeres y líderes adquiere un carácter excepcional, de giros estructurales que están redefiniendo nuestra sociedad y de extraordinario heroísmo nuestro, que, pese a los aspectos culturales y sociales adversos, nos encontramos a la vanguardia.”*

En ese sentido, aclara que no se trata de que se regalen oportunidades. *“Más bien, estamos preparadas para tomar las oportunidades que se nos presentan. Cada día es un día de entrenamiento para competir, pero no para competir descartando o eliminando, sino complementando y haciendo aportes desde las competencias adquiridas y desde nuestra especificidad como mujeres.”*

A las mujeres les exhorta: *“No abandonemos nunca nuestra capacidad de aprender, de entrenar, de adquirir competencias. En el deporte vivimos entrenando para competir un día o una hora. En las empresas, a veces procedemos al revés: vivimos compitiendo y podemos tener la tentación de dejar de lado nuestros entrenamientos. El liderazgo es aprendizaje, es entrenamiento constante.”*

Al abordar las variables mujer y tecnología, la principal ejecutiva del Grupo SID se muestra totalmente convencida de que las mujeres de la República Dominicana están preparadas para liderar empresas tecnológicas: *“¡Claro que sí! pero una cosa es estar preparadas y otra distinta es estar liderando efectivamente.”*

En este sentido, menciona ejemplos internacionales como: Sheryl Sandberg, directora de Operaciones de Facebook; Susan Wojcicki, CEO de Youtube; Meg Whitman, presidente y CEO de Hewlett Packard; Deirdre O'Brien, vicepresidente Senior de Minoristas y Personas de Apple (desde febrero del presente año, relevando a otra mujer: Ángela Ahrendts; Sofra A. Catz, Jefa Ejecutiva de Oracle; sin embargo, en Europa, solo el 30% de las personas que trabajan en el sector digital son mujeres.

En el caso dominicano, reflexiona más allá del contexto femenino: *“Nos preguntamos si como país estamos preparados para fenómenos como el teletrabajo, la robotización o la inteligencia artificial, que están conduciendo a nuevos modos de*

“Las mujeres somos cada vez más parte de actividades que antes se calificaban de hombres, tanto en la industria como en otras áreas de la economía, la sociedad, la cultura. Se trata, fundamentalmente, de que hemos redefinido nuestros roles en función de lo humano y no tanto del género.”

organizar la producción de bienes y servicios. Nuevas competencias son demandadas y las universidades están redefiniendo el perfil de sus egresados y egresadas, las mujeres estamos presentes en todas, absolutamente todas las carreras, incluyendo aquellas de orientación tecnológica.”

La Presidenta Ejecutiva del Grupo SID resalta que casi dos tercios de la matrícula universitaria está formada por mujeres y de esta, cerca del 80% se gradúa con honores. Además, resalta la cantidad de mujeres que se esfuerza por obtener grados de maestrías. *“Las mujeres estamos agarrando el conocimiento y apropiándonos, transformándolo, enriqueciéndolo, poniéndolo en práctica.”*

Sobre la brecha digital y la igualdad, mantiene una postura positiva. *“Creo que la tendencia es que la brecha se estrecha; falta camino por recorrer, pues no estamos donde quisiéramos estar, pero tampoco donde nos encontrábamos hace una década.”*

Para la líder empresaria, un tema clave es la educación y el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *“Acceder o no a Internet, por ejemplo, genera diferencias de oportunidades. El precio deberá seguir bajando para hacerse más accesible a todos y a todas.”*

Advierte que hoy en día, si no se tiene conexión a la red se corre el riesgo de quedar fuera de competencia. *“La internet no se reduce al uso de redes sociales o correos electrónicos. Tu oficio, sea cual sea, tu ejercicio profesional tiene vertientes que*



cada vez más se manejan a través de redes digitales. “Creo que las mujeres estamos llamadas a montarnos en este tren o a quedarnos a pie.”

Considera favorable que las mujeres tiendan a usar más la comunicación digital y a incorporarla en su día a día, y en ese sentido, esta es una tendencia a reducir la brecha, tanto social como de género. *“Estamos llamadas, sin embargo, a desarrollar competencias como la capacidad de aprendizaje continuo, la actualización permanente en tecnología y el compromiso con la innovación en tu quehacer, si quieres seguir contando con un puesto de trabajo.”*



Ve necesario también que la legislación favorezca el desarrollo de modelos de negocios basados en lo digital. *“Es lo que se llama **ecosistema**. En una ocasión expresé y lo reitero: no estoy hablando de un futuro lejano, esto está a menos de cinco años, y las mujeres no estaremos fuera, se los aseguro.”*

En este mismo orden, hace referencia a los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) los que califica como un horizonte ambicioso. *“El Objetivo cinco plantea la Igualdad de Género, a modo de un alto a toda forma de discriminación contra las mujeres y las niñas como un derecho básico, algo crucial para garantizar que el desarrollo económico, político y social al que aspiramos, tenga calidad de sostenible. En esa dirección, el compromiso del sector privado es creciente (con los ODS como conjunto), las empresas están conscientes de que su cumplimiento es un tema de sostenibilidad de las actividades económicas, de viabilidad a mediano y largo plazo.”*

En el caso dominicano, destaca el papel de la Constitución porque establece los parámetros que indican hacia dónde ir como sociedad en el tema de equidad de género. *“Por ejemplo, establece que el Estado debe promover la igualdad de derechos fundamentales entre mujeres y hombres, la maternidad y la paternidad responsables, el valor del trabajo en el hogar*

y condena la violencia intrafamiliar o de género.” Asimismo, se refiere a la Estrategia Nacional de Desarrollo, pues en ella la equidad de género figura como un eje transversal.

“El marco normativo es amplio, superar la exclusión, la discriminación no se trata de un tema de programas o proyectos, sino de cultura de nuestra sociedad y de cultura organizacional (incluyendo nuestras empresas). La incorporación a la marcha tecnológica es la apertura a la Cuarta Revolución Industrial; ni mujeres ni hombres deben estar ajenos a esta realidad.” Señaló.

Está consciente de que el camino hacia el liderazgo tiene un precio, aunque considera un error postergar planes personales por ello. *“Puedo postergar una actividad o un compromiso específico, pero lo que es la familia, lo que son mis relaciones, lo que es mi crecimiento como persona no se posterga. Además, he de decir que el espacio de lo laboral es un espacio de satisfacciones personales -y muchas. Es decir, no se trata de lo laboral versus planes personales, es que en muchos aspectos ambos se implican.”*

Considera el autosabotaje como el principal factor para que las mujeres no desarrollen su máximo potencial y hace un llamado a superar las limitaciones autoimpuestas, a asumir el desafío del crecimiento constante y a dar la milla extra. *“Llamo al equilibrio, sabiendo que las limitaciones externas nos lo ponen difícil, pero somos nosotras las que, en ocasiones, colocamos la palabra imposible. Difícil, sí, imposible, no.”*

Identifica dos tipos de confianza al interior de las organizaciones, la técnica y la motivacional: *“Creo que ambas son muy importantes, sin embargo, el liderazgo debe contar como punto de partida con confianza*

técnica en sus colaboradores y tiene la tarea de desarrollar el compromiso. Ambos aspectos hacen que el ambiente laboral sea satisfactorio, que se generen pocas incertidumbres y que el trabajo en equipo sea factible. Esta es una condición óptima para impulsar la innovación en los negocios, esta confianza permite el reconocimiento, la rectificación, la superación de puntos débiles y hace más fuerte a la empresa hacia lo externo. Innovar en ambiente de confianza técnica y motivacional facilita el ser competitivos.”

Ligia Bonetti apuesta a las competencias, consciente de que las mujeres realizan aportes específicos que dan riqueza a la organización. Cree en la igualdad de oportunidades, pero no de preferencias a uno u otro género, sino que las competencias y capacidades son las que deben primar en el crecimiento de todo profesional. *“Hasta ahora ha habido discriminación hacia las mujeres y todavía existen niveles de desigualdad, pero estoy segura de que en poco tiempo la excelencia y la continua formación características del género femenino, harán desaparecer esas desigualdades.”*

Por lo tanto, piensa que se tendrá un mayor protagonismo en todas las áreas, uno que no sustituye el de los hombres, sino que hace de la sociedad dominicana una sociedad más igualitaria. *“En definitiva, una familia, una empresa, una nación, son tan grandes como el liderazgo que esté al frente de ellas. Es por eso que digo: República Dominicana necesita una generación de líderes, las mujeres no nos vamos a quedar rezagadas, estamos haciendo la diferencia en posiciones de poder y en roles de influencia.”*

Considera que la equidad y la igualdad, no se trata solo de derechos políticos y de democracia en la sociedad. También abarca la competitividad de las empresas. *“La inclusión laboral en igualdad de condiciones -también la igualdad salarial- es un logro que todas las empresas debemos impulsar porque mejora nuestra competitividad.”*

Desde sus empresas es una práctica que fomentan día tras día:

“Tenemos cuatro valores que nos identifican: crecer, servir, proteger, compartir.

Y decimos:

Hay que tener hambre para CRECER

Pasión para SERVIR

PROTEGER con la razón

Y COMPARTIR con el corazón.”



Diamond Lounge

"The ultimate airport experience"

Disfruta durante tus viajes de la privacidad y confort que te ofrece **El Diamond Lounge** en el Aeropuerto Internacional de Las Américas, una experiencia de servicio VIP al más alto nivel. Un espacio ideado para el viajero que disfruta de la privacidad y las atenciones dedicadas desde el proceso de reserva hasta su llegada, sin complicaciones.

TE OFRECEMOS:



- Atención personalizada a través del Diamond concierge



- Bocadillos variados cuidadosamente seleccionados



- Bebidas Premium variadas



- Parqueo VIP de Cortesía durante su viaje



- Smart TV con Cable



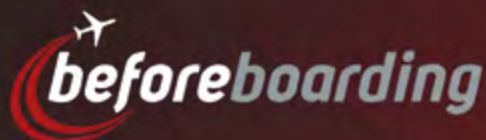
- WIFI



- Capacidad hasta para 5 personas



- Espacio flexible según sus necesidades (reuniones privadas, presentaciones, etc.)



Visión Femenina junto a la masculina agregan valor a las empresas

Para la Vicepresidenta Ejecutiva de la agrupación industrial más grande e importante de la República Dominicana, la equidad de género es una tendencia global y las empresas que la impulsan son más competitivas. Sin embargo, Circe Almánzar piensa que existen factores de la cultura organizacional que limitan a las mujeres en sus posibilidades de posicionarse como líderes.

La ejecutiva representante de la AIRD, aspira a que el sexo no sea determinante para el desarrollo profesional y laboral, sino las competencias, haciendo referencia a que las organizaciones no asuman solo como responsabilidad social el colocar a mujeres en posiciones de liderazgo, sino que lo hagan parte de su cultura.

“En la AIRD he trabajado con cinco presidentes: tres hombres y dos mujeres. Todos son líderes extraordinarios, no por su sexo, sino por sus experiencias.”

Entiende que la equidad impulsa la igualdad de oportunidades en la organización, cree con vehemencia en que la visión femenina junto a la masculina, agregan valor a las empresas y generan un círculo virtuoso. *“Las competencias y las visiones de ambos géneros son importantes, pues la sensibilidad y forma de actuar de uno y otro se complementan y enriquecen a la organización.”*

Al reflexionar sobre la realidad local, piensa que el país aún no está preparado para el fenómeno que está transformando a las sociedades y modos de producir; refiriéndose a la tecnología, la inteligencia artificial, el teletrabajo, los nuevos modos de producción y servicios. Afirma que



Vicepresidenta Ejecutiva
Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD)

desde el sector público y el privado se hacen muchos esfuerzos, pero teme que estos no vayan a la velocidad suficiente que demanda la actualidad, aunque se muestra optimista al entender que el país se está preparando para ello.

Refiere que dos tercios de la matrícula universitaria está compuesta por mujeres y que se incrementan las maestrías en negocios y tecnología, al tiempo que augura que habrá más mujeres al frente de empresas y emprendimientos TIC.

En cambio, lamenta que no exista igualdad de oportunidades en el país, por las persistentes brechas de género, generacionales o geográficas, y asegura que en todo caso existe un eje transversal: el educativo y el acceso a las TIC.

Asimismo, se refiere al acceso de calidad a la internet como una limitante. *“Según el estudio Inclusión Digital en AL y el Caribe estamos entre los países con mayor brecha (junto a Ecuador y Guatemala), quedando al otro extremo Chile y Costa Rica.”*

Empoderarse es el gran desafío de la mujer para eliminar las brechas.

“La tendencia es a incorporarnos más a las carreras tecnológicas. El desafío es tomar conciencia de su importancia en los empleos y oportunidades empresariales del futuro.” y continúa citando a Andrés Oppenheimer y su libro ¡Sálvese quien pueda! (2018), “en las próximas dos décadas, casi la mitad de los trabajos serán reemplazados por inteligencia artificial, sin embargo, el trabajo humano de mayor valor agregado permanecerá. La clave: aprendizaje continuo”.

Afortunadamente Circe afirma no haber aplazado ningún plan personal para alcanzar el liderazgo que hoy ostenta, pero confiesa que se ha visto en la obligación de jugar diversos roles de una manera creativa, única, nueva e inédita. *“A veces he tenido que hacer malabares para mantener el equilibrio, pero me siento satisfecha por haberlo logrado.”*

*“Las competencias y las visiones de ambos géneros son importantes, pues la **sensibilidad** y forma de actuar de uno y otro se complementan y enriquecen a la organización.”*

Califica como limitante a una cultura organizacional que considere el género para definir su liderazgo y no así las competencias. También menciona el autosabotaje de las mujeres que se relegan a posiciones subordinadas cuando están llamadas a ser líderes.

“Casi todo lo que hacemos se basa en confianza, no solo en lo personal, sino también en las competencias de quienes te acompañan en una responsabilidad. Si generas confianza -incluso en tu capacidad de innovar- tomas en cuenta a la organización y al mercado. Innovar es imprescindible y confiar en que alguien es capaz de hacerlo permanentemente, genera mucha seguridad.”

Asegura que, si el liderazgo es influencia, las mujeres hace tiempo son influyentes. Reitera que el sexo no es determinante, pero es un desafío cultural que se debe asumir como mujeres, para apoyarse y desafiar con mayor velocidad los prejuicios contra el género femenino.

Su definición del éxito la comparte haciendo alusión al célebre filósofo Aristóteles, quien afirmaba que la excelencia no es un acto, sino un hábito hacia un proceso que no termina. Por eso, aun satisfecha, siempre proclama que puede hacerse mejor, sin mostrar ansiedad, pero afirmando con fuerza.

“El éxito se fundamenta en estar preparada, las oportunidades y el valor de asumirlas, el deber cumplido, dar lo mejor, los logros, servir a otros (empezando por mi propia familia). Es camino, proceso, resultado, sobre todo, actitud.”

La vicepresidenta de AIRD muestra su gran compromiso y pasión con las causas

asumidas *“En ANJE y AIRD he formado equipo con sus líderes, he liderado y desarrollado personas. Ha sido gratificante y desafiante a la vez.”*

Muestra su lado humano al expresar que reconocer los errores la hacen más fuerte y asertiva *“no yerran quienes no se atreven. Con humildad crecemos y nos hacemos creíbles.”*

Cuenta entre sus virtudes la pasión, valentía, sensibilidad, preocupación por su país, y sobre todas las cosas, el ser mujer *“Las mujeres tenemos a nuestro favor la capacidad adquirida de lidiar mejor con los conflictos, negociar y ser empáticas, eso ayuda al trabajo en equipo.”*





» LAURA PEÑA IZQUIERDO

VPE/Gerente General Peña-Izquierdo, Corredores de Seguros

Liderazgo al servicio del cliente

Su concepto de liderazgo no está delimitado por el género, a pesar de que sus inicios estuvieron marcados por el predominio masculino en los principales puestos de su sector. *“El liderazgo en una empresa no es diferente si se es hombre o mujer, sino que cada persona impone su estilo de liderar marcado por el tipo de empresa y sus políticas.”*

Laura Peña Izquierdo, ha tenido una amplia trayectoria en el mundo empresarial dominicano, como pasada vicepresidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios (ANJE) y sus casi 30 años al frente de Peña-Izquierdo Corredores de Seguros, concluye que la equidad de género en los trabajos genera igualdad de oportunidades cuando se reconoce la formación profesional del individuo sin importar su sexo, dicho reconocimiento debe ser equitativo y tomar en cuenta el desempeño, independientemente si es hombre o mujer.

Peña Izquierdo considera que las mujeres están preparadas para dirigir cualquier tipo de empresa, incluso las de tipo tecnológico lideradas tradicionalmente por

los hombres. En ese sentido, no le parece que exista una gran brecha en igualdad de oportunidades. *“Veo muchas mujeres trabajando, como ejemplo pongo a mi empresa, donde el 80% son mujeres y han resultado muy buenas y eficientes con temas de servicio al cliente.”*

Sin embargo, reconoce que el modelo de educación de la República Dominicana debe cambiar para fomentar el liderazgo en la mujer. *“Se necesita un cambio radical en la oferta de educación superior con nuevas ofertas, incluyendo las carreras con base tecnológica. Hay encuestas empresariales que indican que no encuentran personal preparado en algunas áreas y una de esas áreas es en el área tecnológica.”*

Como empresaria, ha tenido la suerte de no posponer planes personales para alcanzar el liderazgo que hoy ostenta. *“No para nada, lo más importante son mis planes personales y familiares, he tratado de llevar un equilibrio entre lo profesional y lo personal.”* Aunque admite que lo único que puede limitar a la mujer son precisamente los temas familiares, ya que en muchas ocasiones la mujer tiene mayor carga familiar que el hombre y si es madre soltera, más.

En su fórmula personal de éxito la confianza es un punto clave, sobre todo en puestos financieros en los cuales la mujer ha demostrado su probada eficiencia. No obstante, no le otorga relevancia al género

para ocupar puestos de trabajo, sino a la preparación y a la formación personal y profesional. *“El éxito es hacer lo que te apasiona, hacerlo bien y además mantener un equilibrio entre tu vida personal y profesional. Si logras eso, has alcanzado el éxito. La excelencia es hacer mi trabajo con calidad.”*

Visualiza con orgullo a las mujeres de su sector: *“El éxito de la mujer en la industria de seguros se ha debido a su entrega y dedicación y preparación profesional. Además, como corredora de seguros, la mujer ha tenido la oportunidad de hacer un buen balance con su tiempo, ya que en área de ventas no tiene un horario fijo, sino más bien flexible.”*

Concluye afirmando que el liderazgo femenino aporta mucho porque inyecta una energía diferente a la del hombre. *“La mujer es capaz de identificarse con sus colaboradores, independientemente si son hombres o mujeres. Muchas son más dóciles que los hombres y un trato más afable. Es capaz de no tomar decisiones precipitadas, porque es menos impulsiva por lo que las decisiones de envergadura las sopesa mejor.”*

«El liderazgo en una empresa no es diferente si se es hombre o mujer, sino que cada persona impone su estilo de liderar marcado por el tipo de empresa y sus políticas.»



Fuerza femenina, mueve la economía

Fior Rodríguez preside desde octubre del 2014 la Asociación Nacional de Mujeres Empresarias, Ejecutivas y Profesionales, Inc. (ANMEPRO-BPW), la primera organización sin fines de lucro en agrupar a Empresarias, Ejecutivas y Profesionales en el país.

Desde su cargo, habla con propiedad acerca de los factores que pueden incidir en limitar a las mujeres para posicionarse como líderes de una organización, y cómo la cultura organizacional es uno de los aspectos que puede truncar o posibilitar estas aspiraciones.

Para la presidente de Anmepro el liderazgo femenino no es una moda, sino una realidad, y se caracteriza por estar orientado a las personas *“Somos la nueva fuerza que mueve la economía, un 37 %*

del mundo empresarial está representado por mujeres. Hoy en día la mujer tiene más relevancia en el mercado laboral, ha despertado y está consciente de sus capacidades y potencial.”

Entiende que la equidad de género en los espacios de trabajo es una tendencia global y que las empresas se deben enfocar en crear ambientes de trabajo competitivos y desarrollar acciones concretas para los fines.

Afirma que el país cuenta con mujeres con altos niveles de preparación en las áreas de tecnología. *“Es un mito la idea de que las mujeres no somos buenas en matemáticas y tecnología. A pesar de que el 61% de la matrícula universitaria del país la conforman mujeres, sólo el 11% escoge carreras relacionadas con la ciencia y la tecnología.”*

Para contrarrestar la brecha digital y de género, propone diversas acciones, como informar a las niñas sobre la existencia de carreras relacionadas a las TIC, visibilizar a las mujeres de la ciencia e impartir cursos para despertar en las niñas curiosidad por la ciencia y la tecnología.

Asegura que las principales barreras que impiden a las mujeres alcanzar puestos directivos son las propias, pues deben luchar con sus temores, la falta de motivación y los estereotipos. *“La mujer está preparada para asumir posiciones de poder, solo que es más cauta que el hombre, y espera al menos conocer en un 30% lo que tiene que hacer en el nuevo puesto. La mejor manera de avanzar es involucrándose en proyectos que tienen mayor nivel de complejidad. Debemos atrevernos y aceptar los retos y oportunidades que se nos presenten, pues si nos quedamos siempre haciendo lo que sabemos o lo que nos resulte más cómodo, probablemente nuestra carrera se estanque.”*

“37%
del mundo
empresarial está
representado por
mujeres.”



Liderazgo en todas sus formas

“Apoyar y fomentar el liderazgo en todas sus formas debe impregnarse en la visión de las organizaciones”

Karina Mancebo, directora Ejecutiva de Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE), cree firmemente en apoyar a los talentos con un liderazgo de puertas abiertas, conociendo sus necesidades y ayudándoles a crecer a través del reconocimiento. Está convencida de que la equidad aporta diversidad y robustece la visión de las organizaciones, lo que se traduce en productividad.

Al referirse sobre qué tan preparadas están las mujeres para liderar empresas tecnológicas, la directora de ANJE está totalmente convencida de ello. Afirma que en el país ya existen organizaciones de Mujeres TIC y que cada día son más las profesionales en tecnologías, pues se destacan dominicanas emprendedoras, empresarias y ejecutivas liderando áreas y empresas tecnológicas.

La ejecutiva califica a la brecha digital como una problemática que aún se está tratando como país. Piensa que para erradicarla hay que eliminar la brecha social

y así tener acceso a oportunidades laborales “Más mujeres accederán en la medida en que acortemos esa distancia, y eso se logra con formación para la vida, mentoría y con más y mejor educación”.

Otra situación que identifica la joven directora es la brecha de género, pues entiende que hay que romper con la idea de que las carreras tienen género, algo que se está logrando, pero que hay que atreverse a perderle el miedo a lo complejo y a lo nuevo.

En sus diversos roles, las mujeres se han visto en la disyuntiva de hacer ajustes en su proyecto de vida en pos de alcanzar su objetivo de liderazgo femenino y Karina Mancebo no es la excepción. Nos confiesa: “Mentiría si digo que no. Cuando tenía entre 24 y 26 años, aparté toda distracción para enfocarme en mi carrera y en lo que me hacía feliz. Hoy soy celosa con mi tiempo, me enfoco en participar en iniciativas que aporten a mi vida profesional y crecimiento personal”.

Para ella algo que pudiera limitar el liderazgo de las mujeres, sería desempeñar los roles de pareja y de familia. Evoca lo que le expresó una vez una persona querida y admirada, quien le dijo que en pareja no deberían existir roles, pues cada quien debe hacer lo que mejor sabe o se siente cómodo haciendo “Al final es consideración, apoyarnos como equipo y lograr un mejor equilibrio para ambos. Esto lo llevo por siempre en mi memoria y he logrado transmitirla a mi esposo con éxito”.

Para ella la confianza es vital “Creer en nuestra capacidad y repetirnos lo grandiosos que somos. Guardar esos momenticos de conversación con nosotras mismas para apreciar nuestros logros y ser conscientes de nuestras flaquezas y errores, sin automutilarnos, más bien aceptando que podemos equivocarnos y mejorar”.

Asegura que el poder radica en la capacidad de cambiar vidas y organizaciones sin importar la posición “Una asistente preparada y eficiente, con buena actitud, innovadora, informada y hábil para tomar decisiones, tiene tanto poder como cualquier gerente de impactar positivamente, y eso es poder”.

“Más mujeres accederán en la medida en que acortemos esa distancia, y eso se logra con formación para la vida, mentoría y con más y mejor educación”.

Su definición de éxito pone de manifiesto su pasión: “es donde tu corazón siente el placer de estar. En ese trabajo de largas horas pero que apasiona, con esa relación diferente y sana que te hace feliz, con la familia imperfecta pero que te ama”.

Sella nuestra conversación diciendo: “ANJE es y será siempre mi gran formador de vida y experiencia. Aquí he encontrado jóvenes profesionales talentosas que se han convertido en mis mentoras y guías. Ese espíritu trato de impregnarlo en todo lo que hago; en la radio llevando contenidos de orientación y actualidad nacional importantes para los jóvenes, ayudando a mis colaboradores, amigos y amigas a crecer. Es mi forma de devolverle al Universo el privilegio de tener My Dream Job”.



Directora de Promoción Turística Nacional en Ministerio de Turismo

54% de los puestos de trabajos en el sector turismo están ocupado por mujeres

Al hacer referencia a uno de los motores de la economía nacional, el turismo encabeza una de las mayores fuentes de empleos directos e indirectos del país. De acuerdo a las cifras ofrecidas en el pasado discurso presidencial de rendición de cuentas, el 54% de los puestos de trabajo que se generan en el sector están ocupados por mujeres. Siendo precisamente una mujer la responsable de la promoción turística nacional de la República Dominicana, conversamos con ella sobre liderazgo femenino en esta edición especial.

Milka Hernández, es directora de Promoción Turística Nacional del Ministerio de Turismo de la República Dominicana, y desde esta posición, entiende que la equidad de género en los espacios laborales está concebida para ofrecer igualdad de oportunidades sin distinción de género. Es de opinión de que el liderazgo femenino responde a un estilo de vida organizacional participativo que integra a la mujer en las decisiones estratégicas de la empresa y se nutre de su percepción, deseo de superación y sensibilidad, impactando positivamente en el objetivo común que les une.

Está convencida de que la mujer dominicana es un claro ejemplo de superación y empoderamiento, pues el creciente interés en formarse en áreas como la tecnología, garantiza que este sector contará con grandes líderes femeninas, así como está sucediendo en otros ámbitos profesionales dirigidos tradicionalmente por los hombres.

Al referirse a la brecha digital, opina que esta se va cerrando cada vez más gracias al mayor acceso a nuevas tecnologías desde las escuelas hacia las comunidades, a través de iniciativas como República Digital. Al hablar sobre la igualdad en oportunidades, indica que en el país actualmente se muestra mayor interés por la participación femenina en diversas áreas del sector productivo nacional.

Aun así, es de opinión de que las mujeres necesitan mayor apoyo, además de confianza, pues precisan de más facilidades de preparación que les permitan mejorar sus competencias a través de programas formativos continuos.

Al hablarnos sobre liderazgo y empoderamiento femenino, está consciente del esfuerzo que requiere, y que en muchos casos implica tomar la decisión de abandonar planes personales o postergarlos para alcanzar las metas inmediatas que demanda la profesión. No es una alfombra de pétalos de rosas. subraya.

Asegura que existen factores limitantes, como las barreras socioculturales, las creencias religiosas y una preparación académica insuficiente.

Está convencida de que la confianza es vital a la hora de integrar a las mujeres en puestos de mando Trabajo en una organización en donde su líder, además de creer en la mujer y su capacidad gestora,

“En la medida en que las mujeres estén más preparadas y empoderadas, se derriban las barreras para asumir posiciones de poder.”

motiva a la superación y a la formación continua para el bien de la organización y de nosotras como piezas claves en el desarrollo de la sociedad.

Considera que el sexo no establece el desempeño en el trabajo, en cambio las competencias sí lo condicionan, pues son las que ayudarán al empleado a lograr las metas que le son conferidas. Su definición de éxito está cimentada en la felicidad, la que a su vez define como un estado personal vinculado a las expectativas y motivaciones de cada ser humano. En cambio, piensa en la excelencia como una necesidad de quienes dan el extra en las actividades ordinarias que realizan, con el interés de dejar una impronta de alta calidad en cada resultado.

Cuenta que su experiencia de vida laboral ha sido gratificante, pues durante 22 años de su vida productiva ha estado ligada a una institución participativa que se preocupa por desarrollar las competencias de sus colaboradores y en donde ha podido ampliar una carrera profesional que aún se perfila en crecimiento. Por otro lado, considera a los errores como oportunidades que aportan enseñanzas muy necesarias para la mejora personal y profesional.

Ratifica al liderazgo femenino como una gran contribución que favorece la inclusión, una mayor orientación hacia las personas, Por más solidaridad, sensibilidad y productividad en las instituciones.



Sostenibilidad: un terreno para desarrollarse

“En el sector de la sostenibilidad, la mujer tiene mucho terreno para desarrollarse y liderar grandes proyectos que fomenten el desarrollo sostenible de las empresas, la producción y el consumo responsable.”

Con un posgrado en Mercadeo y una Licenciatura en Publicidad, Rosa Rijo cuenta con más de 14 años de experiencia en comunicación estratégica y sostenibilidad. Asimismo, cuenta con especializaciones en cambio climático y desarrollo sostenible.

Es integrante del Comité de Sostenibilidad de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR), del comité de residuos sólidos de la asociación

“Las mujeres trabajadoras necesitamos empoderarnos y poner en valor nuestra capacidad para liderar las empresas responsables y sostenibles que exige el presente y, sobre todo, el futuro del desarrollo global.”

de Industrias (AIRD), de la delegación y el comité consultivo de Cambio Climático y de la Red Nacional de apoyo empresarial a la protección ambiental del país. En la actualidad, es directora de sostenibilidad de MARTI y directora ejecutiva de la Fundación Tropigas. Sin lugar a dudas, estamos frente a una mujer que representa el liderazgo femenino en temas de escala mundial como la sostenibilidad y el medio ambiente.

“la Especialista en Cambio Climático y Desarrollo Sostenible, el liderazgo y la participación de la mujer constituyen una tendencia global, de la que más organizaciones y empresas están siendo parte al generar mayores oportunidades de desarrollo y al integrar a más mujeres en sus equipos. “Muchas empresas en nuestro país están depositando la confianza en mujeres para ocupar puestos claves, asumiendo a su cargo grandes equipos de trabajo enfocados en la excelencia.”

Cuando se trata el liderazgo de la mujer, la equidad de género es un indicador preponderante, por ello entiende que las organizaciones que la practican en sus contrataciones, proporcionan un recurso humano más diversificado, con mayor acceso a la información y economías globalizadas mejor distribuidas, a la vez que generan mayor estabilidad laboral. Al abordar el contexto local, valora que existan muchas mujeres destacadas por su liderazgo, quienes se han convertido en agentes de cambio comprometidas en potenciar el desarrollo económico y social del país. “Las hay en la política, en organizaciones no gubernamentales, sector empresarial, deporte, entre otros.”

Para la experta en sostenibilidad, la República Dominicana es un país en crecimiento que necesita contar con el liderazgo femenino y fortalecer sus capacidades. “En el sector de la sostenibilidad, la mujer tiene mucho terreno para desarrollarse y liderar grandes proyectos que fomenten el desarrollo sostenible de las empresas, la producción y el consumo responsable.”

Desde su criterio, el apoyo del sector gubernamental y empresarial es vital para ofrecerle a las mujeres oportunidades de inserción laboral y liderazgo. “La presencia de mujeres en las juntas directivas es más transparente y suscita mejores políticas de gobierno, a la vez que ofrece facilidades para crear alianzas más sólidas y se logra una mejor comunicación. La principal motivación de las mujeres en puestos de liderazgo es, además de conseguir buenos resultados financieros, obtener un impacto positivo en el entorno. Las mujeres están más motivadas por el trabajo en equipo que por el estatus de poder.”

Rosa Rijo está consciente de que aún queda un largo trecho para ver igualdad, pues, aunque observa mayores logros educativos en las mujeres, esto aún no se traduce en una mayor ocupación laboral por estas. “Existe mucho desempleo de mujeres y el salario en la mayoría de los casos es menor, limitando las oportunidades de progreso femenino en el mercado laboral.”

De más está decir que Rosa Rijo disfruta

mucho su trabajo y que le imprime un sello personal a todos sus proyectos. *“Aunque creo mucho en empoderar el equipo y dejar a los demás hacer su parte, me gusta involucrarme y ser parte en el campo de acción. El monitoreo es clave para garantizar la sostenibilidad de los proyectos, lo que no se mide no se mejora.”*

Lamenta la falta de planificación y de constancia que limitan a las de su género. *“Las mujeres trabajadoras necesitamos empoderarnos y poner en valor nuestra capacidad para liderar las empresas responsables y sostenibles que exige el presente y, sobre todo, el futuro del desarrollo global.”*

Aunque no considera al género como determinante en el desempeño de una posición, entiende que puede agregar valor por facilidades de ejecución o destrezas, a la vez que precisa que son las competencias las que demuestran la capacidad, no el sexo. *“Las mujeres estamos preparadas para asumir posiciones de poder, siempre y cuando estemos claras de que todo necesita esfuerzo y dedicación, nunca terminamos de aprender, la vida misma es un eterno aprendizaje.”*

Su filosofía del éxito es hacer lo que le gusta y disfrutar el camino, sentirse en paz con sus acciones, dejando una huella positiva, y estando abierta a los cambios, lista para iniciar un nuevo reto. *“La búsqueda de la excelencia para mí es ser constante, enfocada, estar en constante crecimiento y abierta a la innovación, aceptando la diversidad y la colaboración de las personas que pueden ayudar a mejorar lo que hago. Me gusta el trabajo en equipo.”*

*“Existe mucho desempleo de mujeres y el salario en la mayoría de los casos es menor, limitando las **oportunidades** de progreso femenino en el mercado laboral.”*

Valora su experiencia como muy buena, porque ha podido aportar y crecer en las áreas en las que ha trabajado. *“Cuando comencé a trabajar en el área de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad, es donde he sentido el verdadero significado de tener un propósito, que va más allá de un objetivo o meta trazada, se ha convertido en mi filosofía de vida a la que he dedicado todo mi tiempo y pasión.”*

En materia de sostenibilidad, Rosa Rijo considera que la República Dominicana tiene grandes desafíos enfocados en el manejo de residuos sólidos, la energía alternativa, la investigación ambiental y la forestación. *“Hace falta creación de infraestructuras verdes, implementar economía circular para reducir la emisión de carbono que producimos y el uso eficiente de los recursos. El país es muy vulnerable a los efectos del cambio climático, se debe fortalecer la gestión de riesgos y resiliencia ante desastres producidos por efectos naturales, preservando siempre los ecosistemas marinos. Necesitamos una democracia participativa que garantice seguridad y convivencia pacífica, educación de calidad para todos, salud y seguridad social integral, igualdad de derechos y oportunidades.”* Puntualiza.

Desde su lado personal, cuenta entre sus mayores virtudes su deseo de aportar y compartir conocimientos. *“Me considero una persona multiplicadora que cree en el trabajo en equipo y que la unión hace la fuerza, me encanta crear alianzas y sumar esfuerzos. Me apasiono con mis proyectos y me mantengo en la búsqueda de la mejora continua.”*

Su pasión es contagiosa, sus habilidades de comunicación más que evidentes, lo que le ha ganado empatía con los grupos de interés y comunidades que impacta a través de los proyectos que lidera.



Oficinas Físicas y
Virtuales a la medida
de tus necesidades

En el mejor centro
corporativo del país



809.542.2462



@smartofficenter



Vicepresidenta de Seguros SURA

“Estoy muy agradecida por la confianza depositada para asumir este nuevo rol”

El grupo SURA pertenece a la casa matriz Suramericana, que es la única entidad del sector Servicios Financieros Diversos en Latinoamérica que forma parte del Dow Jones Sustainability World Indices, y hoy está presente en diez países de América Latina a través de sus filiales Suramericana y SURA Asset Management.

SURA llega a la República Dominicana en julio de 2011, luego de que Suramericana adquiriera la compañía aseguradora Proseguros, que operaba en el país desde 2002.

Confianza elemento clave y diferenciador

Gina Jiménez, es la nueva vicepresidenta de seguros desde enero 2019, gracias a su trayectoria adquirida dentro del Sector Asegurador.

En SURA inició en el año 2002 siendo en ese entonces Proseguros, donde ocupó la posición de Gerente de Negocios. Cinco años después pasa a ser Directora Comercial de la Sucursal Corporativa y para el 2014 funge como Directora Comercial Nacional aportando al desarrollo personal y profesional del asesor de seguros con un modelo de gestión único y diferenciador.

La ejecutiva de SURA se siente reconocida por la oportunidad *“Estoy muy agradecida por la confianza depositada para asumir este nuevo rol, el que recibo con mucha pasión y compromiso y para el que tengo la responsabilidad y la oportunidad de acompañar las estructuras que manejan el negocio: unidades comerciales, suscripción, reclamos, servicio al cliente y mercadeo. Con este tipo de decisiones nuestra empresa reafirma que es una organización flexible y conforme a las tendencias, que valora y respeta la igualdad e inclusión de género haciendo vivenciales nuestros principios corporativos.”*

Formada en habilidades gerenciales, dirección comercial, gestión y técnicas de seguros, además de su licenciatura en Mercadeo por Unicaribe, Gina Jiménez cuenta con experiencia laboral en el sector de los seguros desde el año 1992, ocupando gran parte de su vida profesional dentro de la familia corporativa SURA.





» IDARMIS DE VELÁZQUEZ

Senior VP Casa de Campo Real Estate

la alta dirección, desde las virtudes y valores propios, tanto en lo profesional como en lo personal.”

Desde el inicio de su experiencia laboral ha vivido cambios, aprendizajes, alegrías y tristezas. *“He trabajado con personas de todo tipo de capacidades y valores, lo que ha influido en cómo abordo mi vida profesional y personal. Desde la juventud, comencé a laborar en una empresa de telecomunicaciones, en el camino me gradué de diseño de interiores y junto a una socia emprendimos una productiva carrera. Al cabo de varios años, mi vena de emprendedora me llevó a desarrollar “Just Gilrs”, una empresa de moda para niñas tweens. Hoy me desempeño como Senior VP de Casa de Campo Real Estate, la inmobiliaria exclusiva de Casa de Campo; he logrado varios reconocimientos como Top Seller y he ganado la confianza de una clientela muy exigente dentro del sector inmobiliario de lujo. Todo esto gracias al apoyo, respaldo y buen clima laboral que me ha brindado el equipo y la alta dirección de Casa de Campo Real Estate.”*

Desde que tenía ocho años empezó a jugar tenis, obteniendo múltiples distinciones nacionales e internacionales *“He sido competidora por naturaleza y mi formación me ha permitido enfrentar los retos profesionales y personales que me ha presentado la vida.”*

Le atribuye a este deporte su disciplina para abordar sus obligaciones de manera organizada con pasión, honestidad y gallardía. Como madre y esposa, se describe de naturaleza íntegra, leal, respetuosa y generosa, lo que ha tratado de inculcarle a sus hijos con el mismo empeño.

familiares y comprometidas con nuestras obligaciones. Esto, combinado con las virtudes masculinas, brinda un balance perfecto en las empresas y ha sido la clave para que muchas se conviertan en líderes en sus respectivos sectores.”

Al preguntarle si la mujer es capaz de liderar empresas del sector inmobiliario que involucren tecnología, le cuesta pensar que todavía eso se cuestione. «La mujer dominicana ha dado muestras de sobra de cómo liderar empresas en múltiples sectores nacionales. Si se analiza bien la cúpula del liderazgo empresarial o político en el país, se puede apreciar que la mujer ocupa posiciones claves en la mayoría de los casos; si no es la líder, está situada entre los puestos claves de las organizaciones.» Agrega que si se toma en cuenta un horario de 5:00 am a 11:30 pm, la mujer también desempeña el rol de madre, esposa, hija, hermana, amiga, consultora, administradora de casa, confidente, relacionista pública *“¡La lista es interminable!”* Suspira.

Para ella la confianza es un activo clave, y viene desde la preparación y la experiencia laboral y cotidiana. *“La seguridad en una misma también se refleja en los colaboradores, lo que genera un ambiente de esfuerzo, entusiasmo y compromiso en los equipos. Es necesario ganar confianza con*

Liderazgo **femenino**, una posición clave dentro de las organizaciones

Idarmis de Velázquez representa un sector muy competitivo, al frente de Casa de Campo Real Estate como senior VP. Tiene una amplia experiencia, incluyendo el diseño de interiores, ventas, marketing y gestión de productos. Idarmis es una desarrolladora de nuevos negocios, con experiencia en mercados locales de sectores competitivos.

Como mujer y líder en su sector, su concepto de liderazgo femenino está enmarcado en un estilo de vida organizacional comparable y de igual efectividad que el liderazgo masculino. *“Las mujeres somos sociables, excelente comunicadoras, cooperadoras, expresivas, centradas, organizadas y cuidadosas, nos encanta trabajar en equipo, somos*

» VILMA NÚÑEZ

Consultora Internacional
de Marketing Digital.

Empoderarnos para lograr mejores cambios



Vilma Núñez comenzó a trabajar en publicidad para luego volcarse al Marketing en el año 2010, con especialización en Marketing Digital y Publicidad Online. Con más de ocho años trabajando en el sector, la joven emprendedora autodidacta, tiene como objetivo ayudar a potenciar los negocios de marcas y profesionales a través de marketing de contenidos, redes sociales, email marketing y publicidad online.

Al referirse a su sector, ve necesario que las representantes femeninas se hagan más visibles con sus marcas personales. *“La realidad es que hay muchas mujeres exitosas acumulando triunfos en empresas dominicanas y multinacionales o con sus propios emprendimientos dentro de nuestro país, muchas de ellas galardonadas en el exterior por sus méritos y trayectoria profesional.”*

Le gusta pensar bajo un esquema colaborativo. *“Mi frase favorita es “Más compartir y menos competir” esa es la mejor forma de trabajar.* Las influyentes dominicanas son un ejemplo de cómo siendo competencia pueden ser socias en proyectos y acciones de marcas. Al fin y al cabo, todas tienen el mismo objetivo: conectar, influir y monetizar su comunidad de seguidores y creación de contenidos. *“Yo he implantado varios proyectos en la*

República Dominicana desde los que he podido colaborar y hacer sociedad con grandes mujeres. Cuando trabajamos juntas y con el mismo objetivo, no solo nos empoderamos mutuamente, también generamos un cambio mayor y conseguimos más rápido nuestra misión.”

Su comunidad está conformada por hombres y mujeres, su misión: ayudar sin importar las etiquetas. Se rodea de mujeres constantemente, las incluye en sus eventos como speakers. También aprovecha sus redes para hacer eco de sus emociones y compartir su experiencia sobre lo difícil que puede resultar armonizar la vida de madre con la de empresaria, o sobre su sentir cuando le ha tocado ser la única mujer en impartir una conferencia en un evento en el que hay múltiples expositores.

Desde su experiencia, que ha sido muy buena, confiesa que lo único que ha *“sufrido”* es que le ha tocado trabajar más duro para ganar el respeto de otras personas. *“Pero justo eso me ha hecho más fuerte y desarrollar más habilidades. Cuando comencé me costaba ganarme el respeto de los demás porque era joven, porque fui inmigrante y luego porque emprendí sola como mujer en un momento de crisis. Pero yo siempre he trabajado para cumplir mis sueños y para evitar que cualquier etiqueta me aleje de mi meta.”*

*“Mi frase favorita es
“Más **compartir**
y
menos **competir**”
esa es la mejor
forma de trabajar.”*



turpial airlines

Volamos en **tu** dirección

¡Vuelos desde
Santo Domingo,
Punta Cana y Panamá
a Venezuela!



www.TurpialAirlines.com



Franquicia de Equipaje

Vuelos Internacionales



8 Kg Equipaje de mano - 23Kg Equipaje facturado

Contacto:

República Dominicana: (809) 487-6621
Panamá: (507) 381-1946
Venezuela: (+58) 0273 - 517 7099



@TurpialAirlines



Conduciendo el fortalecimiento femenino

Con 33 años laborando en una empresa familiar, de los cuales ha dedicado 25 al área de mercadeo, Rommy Grullón es el rostro top of mind de la marca Star Products, un sello distintivo cuando se trata de cuidado capilar en la República Dominicana.

Rommy inicia su conversación mostrando satisfacción por el camino andado: “Empecé a trabajar desde muy joven pasando por los diferentes departamentos de la compañía. Mi primer trabajo fue lavando los instrumentos del laboratorio; hoy tengo 33 años laborando en la empresa familiar de los cuales puedo tener alrededor de 25 trabajando en el área de mercadeo, lo que me apasiona, me encanta, me llena de vitalidad y me da la creatividad para hacer cosas diferentes.”

“Creo que el futuro de la mujer en el país, no solamente en el área de mercadeo, es brillante, ya que hemos demostrado a carta cabal que somos capaces de desempeñar muchos roles diferentes y sabemos dar la talla en cualquier circunstancia que se nos presente.»

Piensa que, aunque en la República Dominicana existen muchas mujeres en puestos directivos en el área de mercadeo, se da el caso frecuente de que los hombres son quienes ocupan los niveles más altos de dirección.

Entiende que no se ha logrado más por la falta de cooperación entre las mismas mujeres «Adolecemos de tener empatía con otras mujeres, siempre vemos a las demás como nuestro rival. Cuando todas nos unamos seremos más fuertes, diría que invencibles. De mi parte, creo mucho en la cooperación donde las mujeres, dándonos la mano una a otra podamos lograr cualquier objetivo que se nos trace.”

Cree firmemente que como mujeres cada una tiene el deber de hacer sus aportes para fomentar el empoderamiento femenino “De mi parte soy madrina de mujeres jóvenes que quieren emprender sus negocios, y es de gran satisfacción escuchar las ideas interesantes que surgen, aprendo cada día de ellas y ellas de mí también.”

Cuenta además que ofrece charlas motivacionales sobre emprendimiento y que muchas veces estas cumplen un rol de apoyo emocional, inclusive. “Me involucro con mujeres que han sido violentadas, así como con diversas instituciones que promueven en el bienestar integral de la mujer. Trabajo con jóvenes aprendices de estilismo, proveyéndoles de todos los productos para que practiquen de manera gratuita y soy madrina de la Asociación de Mujeres en el Cine (AMUCINE).”

Desde el ámbito empresarial, Rommy Grullón fue la pasada presidente de la Federación de Mujeres Empresarias, y pertenece además a las directivas de casi todas las asociaciones empresariales de mujeres (Anmepro, ADME, entre otras). En la actualidad, es presidente del Cluster de Belleza de la República Dominicana.

Cuando hace referencia al liderazgo femenino, resalta la importancia de estar presente. Ve el trabajo como una serie de eslabones en el que intervienen diversos factores, y aunque alguno que otro le ha fallado, ha logrado desempeñar su labor de manera óptima. “Creo que si volviera nacer haría lo mismo que hago hoy. Me encanta trabajar con la mujer y con los niños porque en ellos está el futuro.”



Un legado, una historia,
FAMILIA...



 **Star**
PRODUCTS



www.starproducts.com.do

**EMPRESA
LÍDERES EN COSMÉTICA CAPILAR
ORGULLO DOMINICANO**

**Perma[®]
Color**  **BIO
COMPLEX**

**& Nice
Gloss**

*Botulina
Capilar*

**BIOACTIVO[®]
Lacio Lacio[®]**

» ISABEL GUERRA

Directora de Mercadeo Cortés Hermanos

Pasión: Marketing

Isabel Guerra ocupa la posición de Directora de Mercadeo para Cortés Hermanos, una marca que representa calidad y tradición cuando de chocolate se trata. Inició en el marketing hace más de dos décadas y desde entonces ha sido una de sus grandes pasiones, un trayecto que califica de constante crecimiento, desarrollo y grandes aprendizajes.

Al referirse a la cuota femenina de su sector, considera que la República Dominicana cuenta con extraordinarias mujeres que han dejado huellas, tanto en empresas, como en el ejercicio profesional independiente. *“Creo que no me equivocaría en decir que el género femenino se ha destacado de manera prominente en nuestro mercado. La mujer tiene grandes oportunidades hoy en día, pues maneja mucha información y tecnología. Estas herramientas bien utilizadas contribuyen con el fortalecimiento de una gestión de trabajo más orientada al desarrollo de estrategias a largo plazo, sostenibles y que permiten un sistema operativo más enfocado, eficiente y medible.”*

Aunque en el país existen grupos que se apoyan de manera informal, considera que en su parcela profesional existen muchas oportunidades que necesitan ser capitalizadas de manera organizada. *“Uniendo fortalezas y conocimientos podríamos obtener muchos beneficios que definitivamente contribuirán a continuar desarrollando y fortaleciendo el mercadeo en la República Dominicana.”*

En lo personal, contribuye a su profesión participando de manera frecuente en algunas actividades, como concursos internacionales para estudiantes de mercadeo. *“He servido como asesora para algunas tesis de grado, realizo charlas relacionadas a múltiples temas del área, dirigidas a estudiantes universitarios y de maestrías. Desde mi rol laboral, he tenido la oportunidad de desarrollar una gran cantidad de mujeres a quienes he visto evolucionar para mi satisfacción, y se han posicionado exitosamente en importantes empresas dentro y fuera del país. Para mí este ha sido el mayor legado que he podido dejar en el ejercicio de mi profesión a la que le he brindado siempre mucho respeto, compromiso y gran pasión.”*

Cuenta que durante los últimos 28 años ha trabajado para dos grandes marcas y empresas familiares. *“Laboré por 17 años en Refrescos Nacionales con la familia Selman por quienes guardo siempre gran afecto y agradecimiento, aquí me desarrolle en todas las áreas del mercadeo enfocado en consumo masivo manejando la marca Coca-Cola. Actualmente laboro desde el 2010 en Cortés Hermanos para la Familia Cortés, quienes me han dado la oportunidad y confianza de trabajar con marcas Emblemáticas para los dominicanos como el Chocolate Embajador.”*

“La mujer tiene grandes oportunidades hoy en día, pues maneja mucha información y tecnología.”

En ambas empresas tuvo el privilegio de poder crear y desarrollar proyectos que han contribuido con la evolución positiva de ambas organizaciones desde su responsabilidad. *“En esta parte siempre se me hace un poco difícil auto describirme o citar mis propios logros, si te puedo compartir que me he caracterizado por trabajar con tres grandes ingredientes: mucha pasión, disciplina y una gestión ética de compromiso orientada siempre a lograr resultados.»*

Desde su quehacer valora su experiencia como positiva, siempre consciente de que se trata de un trabajo en equipo en el que cada cual debe tener claro su rol y aportar proactivamente a la construcción de una buena relación basada en el respeto, el conocimiento y una comunicación asertiva.

» DASHIEL DURÁN

Marketing Manager
Pernod Ricard Dominicana



Acerca de su experiencia laboral, cuenta que hasta ahora ha tenido muy buenos resultados en cada posición que ha desempeñado. *“Gracias a Dios, en repetidas oportunidades he sido merecedora de reconocimientos y premios por mis labores. Me satisface tener muy buenas relaciones con todas las personas con las que tengo que desarrollar mi día a día, eso incluye el personal de las agencias, los diferentes proveedores y todo el equipo de trabajo con que me desenvuelvo en mi empresa.”*

Sobre la percepción de otros sobre su desempeño, expresa: *“El feedback que he recibido es de que soy una persona de fácil manejo, teamworker, enfocada en mis objetivos, muy competitiva, leal a carta cabal, además de que siempre estoy risueña y disfruto cada parte de mi trabajo.”*

Concluye la conversación con la siguiente reflexión: *“Pienso y creo que la mujer está edificada para desarrollar una labor intensa en el lugar que nos corresponde en las diferentes áreas y somos llamadas a defender nuestro espacio como empoderadas de nuestras profesiones.”*

La mujer, lideriza en el área de Marketing

Dashiel Durán laboró en una importante compañía de telecomunicaciones en el área de recursos humanos y ventas. Al regresar de realizar un MBA en Utah, Estados Unidos, inicia su carrera en marketing en el año 2008, pasando por varias empresas de marcas reconocidas en las categorías de cuidado personal, y de alimentos y bebidas, hasta llegar a Pernod Ricard Dominicana en el año 2017, donde labora hasta la fecha.

Al conversar con ella sobre liderazgo femenino en el área de mercadeo, afirma que en el país se cuenta con destacadas representantes femeninas, sobre todo en las empresas multinacionales, pues observa que los departamentos de mercadeo son manejados en su mayoría por mujeres, tanto en el área directiva como en el manejo de marcas. *“En el futuro puede que el mix se vaya balanceando un poco, ya que hay muchos chicos creciendo en el manejo de marcas. Pero lo normal es ver a los hombres más en el área comercial y a las mujeres en el área del marketing.”*

Dashiel piensa que sería muy interesante que se lograra mayor cooperación entre las profesionales de su sector. *“Si existiera un grupo de profesionales que se reuniera con el propósito de compartir periódicamente ideas e incluso realizar joint ventures entre marcas-empresas, porque de esa manera el área se fortalece y sería para beneficio mutuo.”*

“Pienso y creo que la mujer está edificada para desarrollar una labor intensa en el lugar que nos corresponde, en las diferentes áreas, y somos llamadas a defender nuestro espacio empoderadas de nuestras profesiones.”

Desde su área de desempeño, suele trabajar apoyando o patrocinando eventos, congresos y otras actividades destinadas al público femenino. *“Entiendo que en ese apoyo tenemos un poder que debemos capitalizar ya que la mujer define con su integración y desarrollo, muchas de las directrices económicas del país.”*





Ser mujer, una ventaja para el Marketing

Ninoska Suárez es Gerente de mercadeo y productos de ACAP y desde hace 20 años se desempeña en el área de mercadeo. Desde su propio ejemplo, está convencida de que la fuerza laboral femenina está muy bien representada: *“Las estadísticas de la Tesorería de la Seguridad Social (TSS) arrojan un 43.6% de mujeres en el sistema laboral. Este número, se comporta hacia el alza o hacia la baja cuando lo consultamos por países o regiones a nivel mundial.”*

En el Marketing, Ninoska no identifica a fuentes estadísticas nacionales que indiquen la proporción de mujeres profesionales. En ese orden, trae a la mesa el último informe del Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT), que otorga un 64.4% a la matrícula femenina, en institutos superiores y universidades.

Desde la perspectiva del Marketing, ve como una gran ventaja el ser mujer. *“En muchas ocasiones las competencias femeninas, puestas al servicio del marketing, son la fórmula del éxito. Conjugar la capacidad analítica, el enfoque en detalles, la comprensión de los sentimientos de un segmento amplio y que toma decisiones de compra, permite conectar con la mujer consumidora.”*

Suárez considera que aún hay terreno por explorar y posiciones que pudieran ser ocupadas por mujeres. *“Cada vez es más grande el número de mujeres formándose en marketing, lo cual asegura un crecimiento exponencial a futuro.”*

Valora que en su sector exista cooperación entre las profesionales de su área. *“Cada vez crecen más las asociaciones y alianzas entre mujeres profesionales, lo que ayuda, no solo a ampliar la red de relaciones, sino a servirnos de punto de referencia y apoyo en las mejores prácticas.”*

Desde su ámbito laboral, cuenta que en la Asociación Cibao de Ahorros y Préstamos (ACAP), el 55% de su planilla de personal es femenino. A nivel interno, el equipo que le apoya está conformado en su mayoría por mujeres, quienes representan el 75% del staff de mercadeo.

Al hablar desde su experiencia, la describe como enriquecedora. *“Me caracterizo por ser creativa y orientada a resultados, lo que me ha permitido lograr concretar ideas y proyectos que han impactado de alguna manera en el desarrollo de las entidades a las que he pertenecido. Sin embargo, parte de mi éxito es producto de los equipos de trabajo que me han acompañado y a los proveedores que han sido mis aliados estratégicos.”* Para ella, su relación con

“La mujer está presente en nuestra comunicación publicitaria en sus distintos roles.”

agencias, proveedores y su equipo es dinámica, permanente y de camaradería. Y aunque el marketing por su naturaleza, puede resultar retador, envolvente y hasta estresante, para ella constituye su pasión.



» KRYSTAL SERRET

Directora Regional de Mercadeo
Portafolio de Vehículos MARTÍ

Comunicando la parte más humana y sensible del sector automotriz

Krystal Serret es licenciada en Administración de Empresas, con un máster en Comunicación Integral de Marketing. Ingresó en el mundo automotriz como Directora de Mercadeo en el grupo empresarial MARTI, llevando la marca Volvo en República Dominicana, Puerto Rico y Panamá, y recientemente en el país Fiat, Alfa Romeo, Iveco y Case.

En nuestra conversación para Factor de Éxito, nos cuenta que sus inicios en Volvo fueron desafiantes “Cuando se me presentó la oportunidad de ser parte

del relanzamiento de Volvo en República Dominicana en el 2013, fue un gran reto. Aunque sabía que tomaría tiempo y esfuerzo, debía romper estereotipos al entrar a un mundo “de hombres”, y me lancé. Casi seis años más tarde, los resultados hablan por sí solos.”

Para Krystal, ser líder en el sector automotriz ha sido muy gratificante “Ver que la dedicación y el amor que le he puesto a mi trabajo han sido exitosos. Volvo es líder en el mercado de lujo de carros, camiones y autobuses, y nuestro portafolio de vehículos continúa creciendo con marcas de gran prestigio local e internacional.”

Al ocupar la posición de directora de Mercadeo en MARTÍ con Volvo, aprender sobre la marca le tomó poco tiempo. “No se trata de **vender carros**, nosotros brindamos felicidad, emoción, conectividad, seguridad a nuestros clientes. Había que cambiar la estrategia y la forma en que se presenta algo tan importante para las personas y sus familias; el vehículo que te regresa a casa seguro.”

Como impulsora de un espacio laboral inclusivo ve necesario motivar a las mujeres desde una edad temprana y que las empresas promuevan un ambiente de “género neutro”. “Creo que con mucho esfuerzo las mujeres nos hemos ganado nuestra participación y respeto en todos los ámbitos, atrévase a contribuir y a liderar, no se pongan límites, etiquetas, complejos, ni excusas. Deben estar dispuestas y ser proactivas.”

“No se trata de vender carros, nosotros brindamos felicidad, emoción, conectividad, seguridad a nuestros clientes.”

» DIOMARES MUSA

VP de Mercadeo y Desarrollo Corporativo del Grupo Humano



Marketing como parte del ADN

Administradora de empresas de profesión y dedicada durante años a las áreas de negocio y servicio al cliente. Diomares Musa es la VP de Mercadeo y Desarrollo Corporativo del Grupo Humano y recapitula para esta edición, los pasos que la llevaron hasta obtener esa posición de liderazgo.

Sus inicios estuvieron marcados por un reto hace más de 15 años, pues para lograr el puesto, le pidieron realizar una Maestría en Mercadeo y así lo hizo. Casi de manera inmediata, pasó a ocupar una posición de liderazgo en esa área y desde entonces, ha trabajado en distintos departamentos con diferentes roles, pero siempre teniendo el mercadeo como centro de sus responsabilidades “¡Ahora es parte de mi ADN!” afirma convencida.

Musa mira con optimismo los logros alcanzados en materia de equidad de género en su sector. “Creo que las funciones de Marketing en la República

Dominicana están muy bien distribuidas entre hombres y mujeres. La gestión del mercadeo demanda mucho cuidado del detalle, creatividad, sensibilidad, negociación y habilidades estratégicas. La mujer es muy buena en todo eso. En mi equipo, las encargadas de mercadeo somos todas mujeres. Sin embargo, pienso que hay muy buenos profesionales de mercadeo en ambos géneros y una nueva generación muy prometedora y preparada académicamente.”

En cuanto al futuro de su profesión, considera que se ha reinventado en muchos aspectos. “Tenemos muchos retos, pues el cambio es constante y todo lo conocido como “tradicional” ya no funciona. El futuro siempre es bueno para el que se prepara y trabaja para ello.”

Valora positivamente la unión entre los profesionales de su área: “Pertenece a los mismos foros, asistimos a los mismos eventos y compartimos ideas y estrategias. De igual manera, nos consultamos ante distintas situaciones y retos de nuestras empresas y funciones. La cooperación es saludable porque permite ver un punto de vista externo e imparcial.”

Al preguntarle si realiza acciones específicas para apoyar la presencia femenina en el Marketing, explica que

desde la empresa que representa, las acciones están dirigidas a la mujer como cliente, como responsable del cuidado de la familia, como líder de empresa o como figura activa de la sociedad.

Cuando hace un recuento de su experiencia laboral actual, concluye en que su balance es positivo. “Siempre he mantenido una relación profesional y de respeto con los suplidores, proveedores y equipo de trabajo, logrando de ellos entregas extraordinarias y por ende, resultados muy favorables para la empresa. Trabajo de la mano de una excelente agencia, súper identificada con nuestras marcas y sus retos; con los mejores proveedores - creativos, responsables y cumplidores- y ni hablar de mi equipo de trabajo, que son cuidadosos, detallistas y súper comprometidos.”

“En mi equipo, las encargadas de mercadeo somos todas mujeres.”

La ejecutiva de Grupo Humano afirma tener la dicha de desarrollar grandes proyectos en la empresa, oportunidades que aprecia como únicas para un profesional del mercadeo, como lo es un rebranding. “He tenido la oportunidad de contar con asesores de clase mundial, lo que nos ha permitido crecer mucho como profesionales, de manera individual y como equipo, hemos aprendido muchísimo, sobre todo a ser abiertos ante los cambios y a ver siempre el futuro con optimismo.”

» ANYARLENE BERGÉS

VP de Relaciones Institucionales, Comunicaciones y Sostenibilidad de INICIA -VICINI-

Cultura de Equidad

Con más de 15 años dedicados al área de relaciones institucionales para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD- en la República Dominicana, quien es hoy la Vicepresidenta de Relaciones Institucionales, Comunicaciones y Sostenibilidad de INICIA -VICINI- nos comparte su visión para esta edición dedicada a la mujer líder empresaria.

Anyarlene Bergés visualiza al liderazgo femenino desde dos enfoques: en el ámbito empresarial, como la incorporación de mujeres en un espacio de toma de decisiones y en un plano más abarcador, se detiene en las cualidades, valores y aptitudes que lo definen y que imprimen una identidad concreta que se refleja en el estilo de vida organizacional.

“La cultura de equidad es necesaria para realmente brindar las oportunidades que corresponden a las personas. Este escenario es fundamental para lograr un incremento de la participación femenina en roles de influencia, en todos los ámbitos. Sin embargo, nuestra cultura tiende a inclinarse en favor de los hombres. Y este hecho se manifiesta inclusive entre las mismas mujeres. De ahí, deviene la importancia de tomar acciones que cambien con esos patrones.” Señaló.

Afirma que las mujeres están preparadas para ejercer el liderazgo. *“En la República Dominicana el 68% de los estudiantes universitarios son mujeres, lo que demuestra están alcanzando los niveles más altos de preparación. Si hablamos de otro tipo de destrezas, la mujer dominicana ha mostrado en los últimos años una capacidad sobresaliente de fortaleza y resiliencia. Se percibe cada vez en mayor medida un incremento de nuestra presencia en nuevos sectores económicos.”*

En ese sentido, aunque acepta que el sector tecnológico está dominado comúnmente por los hombres, admite que ha habido progreso en ese sentido *“Cuando escucho a mis colegas especialistas en el tema, noto que esas barreras van decreciendo y que en la actualidad estas carreras no están únicamente lideradas por los hombres.”*

Ve necesario erradicar los estereotipos desde las aulas para sensibilizar y formar a las nuevas generaciones de mujeres en un escenario tan cambiante y complejo como el tecnológico. Asimismo, considera que el entorno laboral debe acoger a estas profesionales en igualdad de condiciones en la selección de puestos, equidad salarial y promoción hacia puestos de alto nivel en este sector.

Revela que como mujer ha realizado esfuerzos para mantener un balance entre su vida personal y profesional, gracias a la organización y la coordinación. Aunque lamenta que todavía exista incidencia

de estereotipos culturales, dificultad de acceso a niveles altos en la organización y la brecha salarial, así como la falta de implementación de políticas públicas que promuevan la equidad de género.

“Hombres y mujeres contamos con las mismas capacidades de liderazgo. Tenemos estilos y formas diferentes, sin embargo, nuestras aptitudes gozan de similitud, en términos generales. Y no podemos confundirnos: las mujeres y los hombres somos diferentes, lo que sí debemos de compartir, independientemente del sexo, son los mismos derechos y oportunidades, las mujeres generan, en mayor medida, un liderazgo basado en la confianza de sus equipos de trabajo.”

Sus inicios profesionales fueron desafiantes y siempre se ha obligado a salir de su zona de confort para asumir nuevos retos. *“Tuve que romper paradigmas de juventud y de género en su momento para, posteriormente, seguir creciendo profesionalmente e insertarme en espacios todavía considerados como mayoritariamente masculinos, conservadores y patriarcales.”*

Se considera una profesional orientada a resultados y valora en la confianza un activo que le ha permitido llegar hasta donde está. *“No me amilano ante los errores y veo en los fracasos una oportunidad.”* Relaciona al éxito con la felicidad y el sentimiento de plenitud. *“Si me siento feliz y orgullosa de lo que hago, soy una persona feliz. Todo lo demás es accesorio.”*



Directora de Marketing Regional
LATAM Sesderma

El *Marketing* de la belleza, salud y bienestar

Profesional del Marketing con más de 15 años de experiencia en el manejo de marcas y planeamiento comercial estratégico en la República Dominicana y el Caribe; además de ser una especialista en Marketing femenino, Ámbar Hernández representa el liderazgo de la mujer en el posicionamiento de marcas de belleza, salud y bienestar.

Ha liderado marcas cosméticas en el canal de ventas directas y retail, tanto en el mercado local como en la región del Caribe. También tiene experiencia en el mercado farmacéutico, para el que luego incursionó con la dermocosmética y comercialización de productos y soluciones para diferentes afecciones de la piel, mediante los canales de farmacias, profesionales y retail.

“Para mí el marketing es apasionante, el reto de posicionar marcas, el camino de las estrategias, la creatividad, el impacto que tiene cada acción. Todo es Marketing, cada paso que das, cada acción que tomas, tu comportamiento día a día tiene que ver con imagen, percepción, tu vida, tu educación, tu trabajo, los negocios, todo tiene una pizca en mayor o menor medida de Marketing, y lo disfruto.” afirma.

La experta en Marketing de la belleza, considera que el mercado local ofrece una gran oportunidad a las mujeres para ocupar posiciones relevantes su área. *“Existe una gran cantidad de ejecutivas haciendo un gran trabajo liderando marcas en diferentes sectores, es relevante, considerando la evolución al nuevo marketing digital, muy representado por masculinos.”* Para ella la mujer es perspicaz, multitarea, detallista, de mirada profunda y estratégica. *“¿Tenemos mucho que aportar a esta profesión!”*

Sin embargo, piensa que hace falta mayor integración entre sus colegas: *“Aunque tenemos excelentes profesionales, no estamos integradas, me parece que*

esta es una profesión muy celosa, no hay mucha apertura para compartir estrategias o insights del consumidor. Cada quien está muy sumergido en el conocimiento de su mercado, trabajamos más como parte integral de la estrategia de negocios y no como una parte independiente.”

Al trabajar para la belleza por muchos años, cuenta que le ha tocado liderar equipos constituidos en su mayoría por mujeres. *“Actualmente más del 85% de mi equipo son mujeres, debo decir que me encanta, tienen un alto nivel de compromiso y dedicación, son apasionadas con su trabajo, quieren superarse y ser mejores personas cada día, esto me motiva a ayudarlas a ser mejores profesionales.”*

Dentro de su carrera se ha desempeñado como Gerente de Mercadeo para empresas nacionales y multinacionales. *“Mis mayores retos se han vinculado a lograr el posicionamiento de nuevas marcas en mercados altamente competitivos, y en asumir posiciones nivel regional como responsable de la estrategia de marketing en países del Caribe y Latinoamérica, trabajando de la mano con equipos multiculturales y multifuncionales.”*

*“Actualmente más del
85%
de mi equipo son
mujeres”*

En los últimos cuatro años, Ámbar Hernández ha liderado la Gerencia de Mercadeo de Sesderma, un laboratorio multinacional de dermocosmética española, que desde hace tres décadas emplea tecnología para mejorar la piel. *“He sido responsable del lanzamiento y posicionamiento de la marca en el mercado local, el manejo de un portafolio de líneas **Beauty & Health** mayor de 200 productos en los canales pharma, profesional y retail. En tan solo cuatro años, hemos logrado posicionarnos en el top de la dermocosmética, con un crecimiento rentable y sostenible.”*

Recientemente, la ejecutiva asumió una nueva posición como Directora de Marketing regional para Latinoamérica, con el fin de asegurar la implementación y alineación de estrategias corporativas con enfoque en el desarrollo de grandes mercados como Colombia y México, esperando un próximo lanzamiento en Brasil.

» CAROLINA PANTALEÓN

Directora de Mercadeo
Helados Bon



Diversificación del Marketing, futuro lleno de oportunidades

Habiendo dedicado su vida profesional al desarrollo de marca en sus diferentes perspectivas, y con más de 20 años entregada al desarrollo comercial del canal de las heladerías que ya forman parte de la cotidianidad de los dominicanos, Carolina Pantaleón comparte su trayectoria profesional en esta edición especial, en honor a la mujer líder.

La mercadóloga, quien ha ocupado los últimos ocho años trabajando la estrategia de marca de Yogen Frusz, entiende que en el futuro de su sector, la mujer está muy bien representada en su oficio: *“Vemos frecuentemente mujeres al frente de grandes marcas. Tenemos una alta sensibilidad en capturar las necesidades y expectativas de nuestros consumidores, apoyadas en la formación profesional. Somos muy inquietas en seguir formándonos y actualizándonos, eso lo vemos en las universidades y escuelas de negocios, donde superamos la participación sobre los hombres.”*

Para la profesional del mercadeo quien además es la responsable de Helados Bon, el futuro está lleno de oportunidades, ya que el marketing se ha diversificado cubriendo cada vez más área funcional,

en tanto el entorno digital plantea nuevos retos que invitan a seguir adquiriendo nuevas competencias, y a su vez las nuevas generaciones tienen la ventaja de ser nativos en este ecosistema.

Cree que entre los profesionales del marketing existe un espíritu de colaboración evidente: *“Vemos cada vez con mayor frecuencia marcas aliadas en promociones, desarrollo de productos, en apoyo a temas*

“Vemos frecuentemente mujeres al frente de grandes marcas. Tenemos una alta sensibilidad en capturar las necesidades y expectativas de nuestros consumidores.”

relevantes en la perspectiva social. Esta apertura permite a los profesionales de mercadeo crecer, apalancarse en nuevas fortalezas y tener experiencias en categoría distintas.”

Desde su experiencia, cuenta que ha tenido el privilegio de interactuar con colegas de otras industrias en diferentes proyectos de sinergia, obteniendo aprendizaje que ha incorporado a su gestión.

Piensa que la mejor manera de apoyar a sus congéneres es propiciando la igualdad de oportunidades: *“Tengo la dicha de trabajar en una empresa donde la inclusión y la diversidad forma de nuestro actuar. Soy una fiel abanderada de las capacidades de la mujer y se hace evidente en mi equipo con un ¡80% de participación de mujeres!”*

Al hablar de sus resultados se refiere: *“La construcción conjunta en este oficio es imprescindible, por lo que lograr la interacción de todos los actores en lo que te puede garantizar el éxito. Tengo el gran privilegio de trabajar con una marca país, que genera felicidad y que su cultura propicia la cercanía, la creatividad y la contribución. En este sentido, esta misma cultura la hemos transferido a nuestros socios y nos ha permitido de manera sostenible mantener un vínculo cercano y de ganancias mutuas.”*

» RAYVELIS ROA

Directora de Comunicación y Promoción del CONEP

*Liderazgo,
una visión
de vida*

Directora de Comunicación y Promoción del Consejo Nacional de la Empresa Privada (Conep), docente de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), entrenadora y consultora asociada de la firma de comunicación estratégica y escuela de oratoria, Enfoque.

Considera el liderazgo como una visión de vida, que involucra pensar y actuar influyendo en otras personas. En la mujer, lo ve representado en quien es capaz de reconocer sus fortalezas y posee un concepto claro de sí misma, la que está comprometida y actúa consciente de su fuente de poder. Dicha visión la extrapola a la vida organizacional, enmarcándola en el logro de objetivos, desarrollo de nuevas ideas, dirección y motivación de sus equipos, en definitiva, en agregar valor.

La joven comunicadora, concibe la equidad de género como una posibilidad de avanzar en el mundo laboral, reconociendo a la mujer en oportunidades y condiciones, sin distinción o discriminación, tal y como refiere el ODS No. 8 (2030): *“Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.”*

Explica que se trata de continuar avanzando hacia modelos de gestión que generen bienestar y desarrollo sin distinción de género. Que se modifiquen las prácticas y políticas obsoletas que han creado barreras, discriminación, exclusión y brechas que distancian a las mujeres de importantes oportunidades de crecimiento.

La joven directora entiende que las mujeres de la República Dominicana han demostrado estar preparadas para liderar importantes procesos de transformación a nivel social, político y económico, y augura que frente al contexto global, se verán importantes transformaciones de la industria y la creación de empresas tecnológicas, procesos para los cuales el liderazgo femenino será determinante.

Fotografía | Daniel de Jesús

IG: @rayvelisroa TW: @MargaretR02 FB: Rayvelis Roa

“La mujer tiene capacidad multitarea, empatía, mayor calidez humana y autocontrol, genera mutua colaboración, y así lo impregna en la cultura organizacional”

“La mujer tiene capacidad multitarea, empatía, mayor calidez humana y autocontrol, genera mutua colaboración, y así lo impregna en la cultura organizacional, además, tiene mayor facilidad para la gestión del cambio y adaptación a entornos diversos. La mujer dominicana se caracteriza por ser polifacética, trabajadora y emprendedora. Sabemos que se han hecho esfuerzos para generar mejores condiciones para ellas, sin embargo, existen importantes retos en los que debemos continuar trabajando como país en temas como: educación, salud, emprendimiento, participación y tecnología.”

Afirma que el panorama empresarial actual demuestra que el liderazgo femenino está creciendo: *“Capacidades y talentos tenemos de sobra, yo creo y apuesto al liderazgo femenino, en cualquier ámbito de la vida política, económica y social.”*

Cree que el país debe continuar trabajando en transformar su cultura, generando nuevos paradigmas que reconozcan más el valor de la mujer. Asimismo, propone que se desarrolle una estrategia que continúe formando a mujeres, especialmente en zonas rurales, a través de cursos tecnológicos a nivel técnico, superior y universitario, así como en liderazgo y habilidades blandas. Del mismo modo, ve necesario crear programas que fomenten y apoyen el emprendimiento y la innovación, otorgando participación, acceso y apoyo a las mujeres en todo el país.

Se considera agraciada porque sus aspiraciones y planes personales han estado alineados con la posibilidad de impulsar el crecimiento de otras personas, utilizando sus capacidades para aportar al logro de objetivos comunes en los ámbitos en los que se desenvuelve.

Siente en sus venas la pasión de ser un ente activo para la sociedad, que busca superarse constantemente y ser puente para ayudar a otros a crecer: *“Tuve la oportunidad de identificar que deseaba desenvolverme en la comunicación, profesión por la cual hoy siento pasión y que disfruto, siempre acompañada de una visión de compromiso y acción social.”*

Entiende que aún falta romper con estereotipos sociales y creencias limitantes que se mantienen en nuestra cultura y que muchas veces se refleja a lo interno de las organizaciones. Manifiesta además la necesidad de marcos normativos y políticas públicas actualizadas, acordes a los nuevos tiempos, que favorezcan condiciones equitativas.

Cree en la importancia de confiar en sí mismo, estar conectado con una visión y



propósitos de vida claros y trabajar con pasión y entrega, ya que son factores que inciden en el desempeño de cualquier rol en que se desenvuelva, así como son determinantes para ejercer un liderazgo que trascienda.

Esta profesional de la comunicación entiende que las mujeres están preparadas para asumir posiciones de poder en el ámbito público, privado y social: *“Es larga la lista de mujeres ejemplares que han dejado importantes legados en los espacios en los que se han desenvuelto. Por tanto, el sexo no es determinante, sino las capacidades, habilidades, talento y disposición hacia la labor.”*

“Capacidades y talentos tenemos de sobra, yo creo y apuesto al liderazgo femenino, en cualquier ámbito de la vida política, económica y social.”

Su definición de éxito se traduce en levantarse cada día con la conciencia tranquila por el deber cumplido, pasar balance a las metas alcanzadas con esfuerzo, responsabilidad, respeto, ética, dedicación y hacer lo que le apasiona. Tener gente leal a su lado, coleccionar recuerdos con la familia y los amigos, y una lista de historias de solidaridad que aporten a la vida de otros. En definitiva mirar el pasado con orgullo, caminar en el presente con valentía y visualizar el futuro con optimismo.

Para ella la excelencia significa identificar las capacidades y potenciarlas, entender las debilidades y ver los fracasos como aprendizajes, con compromiso y enfoque hacia los propósitos, aprovechando el presente al máximo.

Uno de sus más importantes logros fue haber sido la consultora junior más joven contratada por el Banco Mundial en el país, para asesorarles en la preparación del Proyecto de Desarrollo Juvenil en el 2006. Asimismo, fue galardonada con el Premio Nacional de la Juventud en el año 2004, en el renglón Aportes a la Salud y Premio Esquina Joven del 2013 por sus Aportes a la Comunidad.

Reconoce en su camino a personas e instituciones que apostaron a su talento, lo que aprovechó para crecer y continuar avanzando. Considera como un hito el haber participado desde muy temprana edad en proyectos comunitarios de liderazgo y voluntariado.

De una personalidad dinámica, solidaria, empática, perseverante y trabajadora, exhibe sin proponérselo su alto sentido de responsabilidad, compromiso social, así como sus habilidades en comunicación y liderazgo.

La también docente y oradora, considera que en este camino ha desarrollado su capacidad de análisis crítico y pensamiento estratégico, así como la habilidad de negociación y visión política, a la vez que ha aprendido de sus errores, asumiéndolos como la oportunidad de identificar las áreas a reforzar, desarrollando una mejor versión de sí misma.



» GILSÉ
ECHAVARRÍA

Jefa de Comunicaciones de
Industrias San Miguel

Sostenibilidad como pilar de ideas

Con ocho años trabajando en el sector de la comunicación corporativa, Gilsé Echavarría manifiesta que siente pasión por comunicar prácticamente desde que tiene uso de razón. De temperamento creativo y detallista, tiene como pilar la sostenibilidad a la hora de idear, y la medición es su herramienta favorita de control.

Al compartir con Factor de Éxito sus reflexiones sobre el liderazgo de la mujer, la joven ejecutiva considera que aún hace falta presencia femenina en todos los sectores. No obstante, está consciente de que se trata de un proceso paulatino que ha ido conquistando espacios. Aún así, está segura de que ayuda mucho tener un esquema mental como el de las nuevas generaciones que no ven diferencia de sexo al momento de realizar una función. *“Creo que en nuestro país hace falta apertura al posicionamiento femenino, hombres y mujeres debemos*

trabajar de la mano y contar con iguales oportunidades, pues ambos contamos con capacidades.”

“Creo que en nuestro país hace falta apertura al posicionamiento femenino, hombres y mujeres debemos trabajar de la mano y contar con iguales oportunidades, pues ambos contamos con capacidades.”

Para la comunicadora el liderazgo debe ser colaborativo, desde su experiencia, dice tener la dicha de contar con la colaboración de colegas con quienes ha podido realizar benchmarking, y apoyarse mutuamente para aprovechar las oportunidades de mejora. *“En un sector donde no existen fórmulas, porque para la comunicación no las hay, ni tampoco resultados exactos, pues todas las acciones son muy particulares para el tipo de servicio o producto que ofrezcas.”*

Desde su entorno laboral, apoya el liderazgo femenino a través de proyectos de Responsabilidad Social Corporativa: *“Por ejemplo, en Industrias San Miguel tenemos programas para capacitar a las esposas de nuestros colaboradores.”*

En lo personal cuenta que en el año 2015 dirigió un cortometraje sobre violencia de género desde una perspectiva aspiracional, que exhortaba a las mujeres a continuar su lucha tras atravesar por una situación de violencia: *“El corto lo tengo disponible para las instituciones que se dediquen a la mujer. Para mí es muy importante que se tomen medidas drásticas para proteger la integridad física de las mujeres dominicanas, ya que día tras día perdemos féminas valiosas que pueden aportar mucho a nuestra sociedad.”*

Al hablar de comunicación, es de la opinión de que los resultados en esa área se traducen a la sostenibilidad lograda con base a las relaciones con los stakeholders. *“La credibilidad y confianza que la gerencia, los proveedores, los colaboradores, los comunitarios, las autoridades y los medios de comunicación tenga en ti y tus estrategias.”*

Para Gilsé la comunicación es muy subjetiva y no existen respuestas correctas. *“No sabemos cómo va a reaccionar el receptor, pero a pesar de eso, soy muy dichosa de tener un equipo de comunicación muy preparado, y con unión, hemos logrado ser parte de la transformación cultural de la empresa y su posicionamiento de marca.”*





Celebrate & Enjoy

Custom Gifts Boxes ★ Corporate Gifts ★ Business Catering

 @TuHappyBoxRD  849-201-6686  tuhappyboxrd@gmail.com



» ANA KARINA
CÁRDENAS

Directora República Dominicana
Pizzolante Estrategia+Comunicación

Liderazgo en Comunicación

El camino que la ha llevado hoy a formar parte de una de las firmas más importantes en materia de comunicación estratégica y reputación inició desde el año 2006, cuando dio sus primeros pasos profesionales en Coca Cola en el área de Asuntos Públicos y en la Fundación contra el Cáncer de mama Senos-Ayuda, en ambas de manera voluntaria cuando estaba ubicada en Venezuela. Posterior a ello ingresó a PIZZOLANTE Estrategia+Comunicación como pasante, desde donde creció de manera sostenida hasta alcanzar su posición actual como Directora del mercado para la República Dominicana.

Desde este rol, Ana Karina Cárdenas gestiona todo lo relacionado al manejo de clientes, apertura de nuevas relaciones comerciales, posicionamiento de la firma en el mercado y audiencias claves, así como los manejos del recurso humano y administrativo de las operaciones en el

“Para mi la consultoría es una pasión, un motor que me mueve”

país. “Ha sido una experiencia invaluable que me ha permitido conocer distintas visiones y perspectivas del negocio 360. Además, el mercado dominicano es muy noble, exigente, retador. Durante los tres años de mi gestión, hemos logrado consolidar el equipo a través de un crecimiento sostenible, gracias al apoyo y guía de distintas personas, en especial del socio involucrado para el mercado de la firma, Thony Da Silva.”

Cárdenas considera que desde la perspectiva de firmas y/o agencias, las representantes femeninas no son la mayoría, sin embargo, piensa que en el sector privado existe un grupo que ha ido creciendo en los últimos años, citando en ese orden a Ligia Bonetti como ejemplo una mujer empresaria que ha sido capaz de liderar de manera eficaz sus negocios.

Puntualiza, además, que para que exista una mayor representación de liderazgo femenino se deben dar todas las condiciones, comenzando por una combinación de oportunidades de trabajo y normativas que impulsen una mayor participación de las mujeres. “Estamos en eso! Debemos seguir adelante, es posible, solo necesitamos del aporte de todos los involucrados en sus distintas funciones y mucha alineación.”

Aprecia que en el país exista cooperación entre las profesionales de su área “¡Totalmente! Y no solo hablando en términos de comunicación, sino en todo el sector empresarial y de emprendimiento. Las profesionales en muchos casos tenemos otros roles que compartimos en el ámbito personal, uno de ellos la maternidad. “Estos son ambientes en donde nos unimos para poder lograr nuestros objetivos como mujeres; el apoyo viene dado por una colaboración entre el qué y cómo hacerlo y pasa por los intereses comunes que promovemos.”

Ana Karina es profesional y madre de dos niños menores de tres años, su tiempo es escaso, pero ha aprendido a sacarle el máximo. Desde este rol y el profesional ha impulsado la participación femenina para enseñar, aportar y agregar valor. Desde redactar artículos de opinión, hasta ser vocera en eventos relevantes: “Promuevo mucho la equidad de participaciones en eventos que ejecutamos con nuestros clientes donde haya un 50-50 que permita tener todas las visiones sobre la mesa”. Lo mismo ocurre cuando se refiere a su equipo de trabajo conformado casi al 100% por mujeres, exceptuando su socio: “Mi equipo es mi soporte, nuestra fuerza a seguir, es mi energía y la que me permite apoyarlas, acompañarlas, ayudarlas a crecer y sobre todo a tener cada vez más autonomía. Mi objetivo es apoyarlas a lograr sus objetivos profesionales y hacerlo con un equilibrio en su vida personal como llave del éxito.”

Al hablar del camino recorrido dice “No ha sido fácil por muchas razones, una de ellas es la dualidad que implica trabajar, enfocarnos en lo que más nos gusta y dar el todo por el todo en nuestra gestión. Para mi la consultoría es una pasión, un motor que me mueve y lo hago con gusto, feliz y adaptándome a todas las barreras que se pueden imponer, celebrando las victorias que se dan. Por otra parte, soy mamá y esposa, y todo ello es igual de importante en mi vida, en particular hacer de mis hijos ciudadanos de bien y que piensen en los valores como yo.”

Concluye que el manejo del tiempo con todas las audiencias es clave, el respeto, la admiración, el entender que el individualismo no lleva a nada “Por el contrario, mientras mejor fomentas el trabajo en equipo, mejor serán los resultados para todos y mayor la alegría.”



» JUANA MORADIELLOS

Gerente General de Smart Office

Cuando la oportunidad y el talento se encuentran

Detrás de uno de los conceptos de oficinas más innovadores de Santo Domingo, se encuentra Juanita Moradiellos, quien comparte con nosotros en esta edición su visión de liderazgo femenino.

Para la gerente general de Smart Office, el liderazgo femenino se caracteriza por tener orientación hacia las personas, tendencia a la cooperación y mayor disposición al cambio: *“Es un estilo de vida organizacional, cada día es más importante la cooperación en las organizaciones, esto hace que el trabajo en equipo sea más natural. Las mujeres nos preocupamos para que los procesos sean ordenados y sanos, un factor fundamental para el éxito organizacional”.*

Su opinión sobre la equidad de género trasciende a la organización, pues la considera como un factor importante en cualquier estructura organizativa. *“La presencia del liderazgo femenino propicia la participación y comparte el poder y la información con aquellos a quienes conduce. Las mujeres, además, siempre apostamos a crear y fortalecer las identidades de grupo. Definitivamente la equidad de género en los espacios de trabajo genera igualdad de oportunidades.”*

Al hablarnos sobre su vida, cuenta que ella misma es un caso de mujer liderando un área de tecnología: *“Trabajé en el área de sistemas de un banco español durante*

25 años ocupando el cargo de directora y teniendo bajo mi responsabilidad todos los sistemas de un banco.”

Un elemento condicionante del liderazgo femenino es la confianza, la que califica como un imprescindible en la vida cotidiana y laboral: *“Definitivamente es un elemento diferenciador para ocupar puestos claves en las organizaciones. Impulsar la innovación en los negocios no depende del sexo sino de las capacidades y competencias. Me atrevería a decir que las mujeres por su calidad humana y estilo innovador, inclusivo, flexible, comunicativo, persuasivo y con un firme sentido de calidad, está mejor calificada para asumir el cargo de equipos de trabajo e impulsar estrategias de innovación.”*

Por otro lado, las competencias para asumir posiciones de poder son fundamentales para ella: *“No debemos olvidar además que una de las características más importantes del liderazgo femenino es la predisposición al cambio, un factor fundamental para el logro del éxito y objetivos en las organizaciones de vanguardia.”*

Su definición de éxito es pragmática: *“Es cuando la oportunidad y el talento se encuentran. Debemos estar preparadas para afrontar las diferentes oportunidades que se presenten en el ámbito laboral y en la vida. La búsqueda de la excelencia significa buscar soluciones prácticas y permanentes que nos permitan simplificarnos y orientar los esfuerzos a los resultados, dando prioridad*

a lo importante y logrando que cada vez sea menor lo urgente. Desde su expertise aconseja realizar los cambios necesarios en la forma de trabajo y dar preeminencia a lo humano, generar altos niveles de empatía, para ella, la característica que más identifica al liderazgo femenino.”

Se describe como responsable, íntegra y confiable *“Soy muy disciplinada y proactiva, considero que en todo lo que hagas siempre debes de buscar la mejora continua y la excelencia. Quizás una de mis mayores habilidades es la empatía con las personas y el trabajo en equipo.”*

“Soy muy disciplinada y proactiva, considero que en todo lo que hagas siempre debes de buscar la mejora continua y la excelencia.”

Aunque procura la perfección, sobre cometer errores dice: *“Me encanta la gente que se equivoca porque se arriesga y toma decisiones. Mis equipos de trabajo saben que siempre mi lema fue: equivócate y arriesgate que seguramente el error lo podemos resolver, es mucho peor no hacer nada por temor a equivocarse.”*



» HURDIA BONILLA

Vicerrectora UNAD

Vicerrectorado con *poder femenino*

Nacida en el sector Gualey, de una familia con profundos valores cristianos, Hurdia Bonilla es la vicerrectora de la Universidad Adventista Dominicana y como responsable al frente de una entidad de educación superior, es precursora del liderazgo femenino en las instituciones. *“La mujer asume sus funciones de liderazgo sin olvidar su esencia, la que es definida en gran medida por los múltiples roles que enfrenta desde sus años más tiernos, en una sociedad que le asigna responsabilidades dentro de la casa, de cuidado y resolución de problemas que la hacen más sensible a las necesidades de los demás.”* Expresó.

Para la vicerrectora académica, la equidad de género genera y fomenta oportunidades de que se reconozcan los méritos de todos sin distinción. *“En el contexto dominicano y latinoamericano, la mujer ha escalado espacios importantes, pero todavía no es valorada en su justa medida, por eso vemos que en ocasiones el hombre ocupa lugares que pertenecen a mujeres que tienen mayores capacidades y que les toca brillar detrás de la cortina, o hacer brillar a otro que por su género ocupa ese lugar y no por sus competencias. Que se promueva la equidad no solo es tema de justicia, es la vía para el desarrollo real y óptimo de las empresas y como consecuencia de la sociedad.”*

Desde la alta casa de estudios, es testigo de la cantidad de mujeres que acceden y egresan, de las que están como docentes y asumen con responsabilidad y eficiencia la dirección de sus departamentos, lo que evidencia que las mujeres están más que preparadas para asumir posiciones de liderazgo.

Lamenta que no exista igualdad de oportunidades laborales, aunque reconoce que se ha logrado mucho y destaca el papel de la educación para alcanzarla. *“La escuela dominicana y la universidad deben asumir la principalía en el desarrollo integral de los estudiantes dominicanos, proveer la oportunidad de desarrollar destrezas en tecnología para aplicar dichos conocimientos a las empresas o a sus propios emprendimientos.”*

“De tener las oportunidades, la mujer puede ocupar muchos de los puestos que han sido entregados a los hombres solo por su género.”

Acepta que el liderazgo conlleva sacrificio. *“Siempre que se asume puesto de liderazgo, se asumen responsabilidades y esto implica sacrificio en el plano personal, alcanzar el balance es de gran importancia, pero siempre representa un gran desafío.”*

Identifica la existencia de barreras culturales. *“La idiosincrasia del dominicano asume que el “jefe” es hombre y que las mujeres son seguidoras, hace que todavía nos sorprendamos cuando una mujer está a la cabeza de procesos e instituciones.*

También la falta de oportunidades de formación especializada, aunque en este sentido se ha mejorado, como muestran las estadísticas de mujeres que cursan carreras en nuestras universidades.”

En el ejercicio del liderazgo ve necesaria la confianza, tanto poseerla como saber transmitirla e influir positivamente en las personas. *“En el ámbito de la innovación, es vital que el líder esté confiado al enfrentar los retos que se presenten, para abocarse a crear espacios y nuevas formas de hacer las cosas.”*

Describe a la mujer como una líder innata. *“Ella es capaz de asumir roles de principalía desde sus tiernos años. De tener las oportunidades, la mujer puede ocupar muchos de los puestos que han sido entregados a los hombres solo por su género.”*

El éxito lo define como la capacidad de cumplir con excelencia el propósito para el cual se vive, examinar cada día como se puede ser mejor que ayer y prepararse para enfrentar los retos del mañana. *“He aprendido a ver la mano de Dios obrando en cada uno de mis pasos, he podido escalar y entiendo que ha sido fruto de estar dispuesta a hacer algo más de lo que meramente me correspondía”*

Para la vicerrectora, es un gran privilegio contribuir desde su función, a otros tantos que tal vez por su historia, posibilidades, o el sector en el que nacieron, proyectaban un futuro poco halagüeño, y poder verlos ahora cumplir sus sueños a través de la educación superior, es motivo de gran alegría.

Poder Femenino al servicio del medio ambiente

Con un vasto recorrido profesional, certificada en las maestrías de cambio climático, negociación y políticas públicas, así como en derecho económico, Yomayra Martinó tiene todas las cualidades para ser considerada una líder femenina en los temas de medioambiente. Hablamos con ella sobre liderazgo femenino, el que define como el resultado de la preparación de la mujer para asumir puestos de la vida pública, en empresas, o desde la sociedad civil, lugares que tradicionalmente habían sido reservados para los hombres. *“Es la respuesta a muchos años de demanda de equidad en todos los espacios de la agenda internacional y nacional.”*

Su pensamiento acerca del alcance de la equidad de género en el ámbito laboral, abarca el establecimiento de mecanismos que generen un balance entre hombres y mujeres dentro de la organización y la sociedad. Reconoce a la equidad en la diferencia y en la protección de los derechos comunes pero diferenciados (maternidad vs paternidad), así como en las ventajas competitivas de un género y el otro.

La también consultora medioambiental piensa que las mujeres han demostrado estar más que preparadas para liderar o formar parte del liderazgo en sectores claves para la economía como la minería, electricidad, cementeras, sector financiero, entre otros. *“No sólo estamos preparadas, sino que ansiamos ocupar más plazas en el sector público y privado para demostrar nuestra capacidad de gestión y liderazgo, con una visión holística imprescindible que garantice la sostenibilidad.”* Sin embargo, cree que se trata de un escenario en proceso, pues en muchos casos existe igualdad, pero en la generalidad de actividades comerciales, políticas, judiciales y hasta académicas, todavía es un ideal pendiente de ser conquistado.



» YOMAYRA MARTINÓ

Greenergy Dominicana

Al referirse a su sector afirma que, para lograr mayor integración y desenvolvimiento de mujeres en profesiones medioambientales, existe una gran necesidad de orientación sobre carreras técnico-vocacionales y profesionales relacionadas al tema. *“Entender que más allá de las carreras que hoy se consideran vanguardistas, existen interesantes áreas del saber que se precisan para lograr una apropiada regulación, gestión y fiscalización de los recursos naturales”* y menciona como ejemplos a la hidrología, la biología, la ingeniería química, el tema forestal, la biodiversidad, la agricultura, el modelaje de escenarios climáticos, entre otras que a corto plazo serán demandadas con mayor frecuencia para garantizar el uso sostenible de los recursos naturales, la planificación y ordenamiento del territorio, y la adaptación al cambio climático.

Cuando se trata de liderazgo femenino, la mayoría de las mujeres se ven en la encrucijada de decidir qué priorizar en lo personal y en lo laboral. Para Martinó el matrimonio y la maternidad fueron temas postergados por varios años, hasta tanto alcanzó una madurez profesional considerable para poder “ausentarse” del mercado laboral. *“Luego que asumí esos retos, me di cuenta que la ausencia es relativa. Puedes permanecer gracias a un mercado digital y a nuevas formas de colaboraciones profesionales que me permitieron estar activa aún en vísperas de mis partos y en plena maternidad.”*

“No sólo estamos preparadas, sino que ansiamos ocupar más plazas en el sector público y privado para demostrar nuestra capacidad de gestión y liderazgo.”

Piensa que aun así existen factores que limitan a la mujer para posicionarse como líder en una organización: *“La auto-discriminación, no sé si existe esa palabra, en definitiva, victimizarnos y ser la primera en limitarnos es la primera retranca para lograr liderar en una organización. Lograr posiciones de mando en cualquier organización requiere no sólo demostrar la capacidad para ocuparla sino también mucha persistencia y determinación para alcanzarlas, sobre todo coherencia.”*

“Para alcanzar el liderazgo hay que tener confianza en sí misma y luego en el equipo. El liderazgo muchas veces es compartido y la mejor forma de trascender es innovando. No hay respuestas correctas, ni fórmulas mágicas ni recetas genéricas. Ciertamente el instinto y la pasión son los motores que te dirigen hacia el camino a seguir.”



Creatividad y Diversión integral

Durante 10 años Laura Cantero trabajó como maestra de preescolar y al emigrar a la República Dominicana, tuvo a su primer hijo y se dedicó a él. Su idea de emprendimiento surgió de observar la carencia de los niños y las niñas para desarrollar su juego libre. “Por eso decidí bajo mis conocimientos profesionales, ofrecer un espacio donde esto pudiera llevarse a cabo.”

“Peke’s Zone es un área de juegos, dedicada exclusivamente a los más pequeños de la casa. Nuestro enfoque es enriquecer el desarrollo de los niños, por eso queremos promover la lectura desde temprana edad; ofrecer talleres que

permitan estrechar vínculos, como el masaje infantil y acompañar a todas las familias que nos visitan en el proceso de una crianza más saludable para todos.” Explica.

Cree en la motivación como el motor impulsor del emprendedor. Lo que más le costó fue agrupar de manera coherente y en un solo lugar la enorme lluvia de ideas que tenía en su cabeza. “Tener bien definido lo que quieres hacer, confiar ciegamente en ello y también ser humilde para recibir las críticas constructivas de quien observa desde afuera.”

Sus inicios no fueron fáciles. “Cuando ONAPI declinó mi primer nombre (con logo creado) sentí una gran frustración y una especie de “duelo” por ese nombre que sentía mío y ya no lo era. Hoy me satisface ver las visitas repetidas por muchas familias que nos demuestran que el espacio se disfruta una y otra vez.”

Ve al fracaso como parte de la vida del ser humano, no sólo de los emprendedores. “Al emprender estás más vulnerable a ese

temido “fracaso”. Yo lo veo como múltiples tropiezos y caídas que te harán más fuerte y con más sabiduría para seguir manejando tu empresa de la mejor manera. Un emprendedor debe tener la capacidad de escuchar y observar desde otro punto de vista, delegar, ser líder más que jefe para su equipo.”

“Nuestro enfoque es enriquecer el desarrollo de los niños.”

En sus inicios, fue necesario hacer un estudio de mercado para confirmar la poca oferta de espacios de juego para niños. “Posteriormente comenzamos a ubicar los sitios más factibles para desarrollarlo y a las personas claves que nos ayudarían con el diseño y los rigurosos cuidados que debe tener un área como la nuestra. A medida que esto sucedía, comenzamos a trabajar en los precios y en las primeras ofertas por motivo de lanzamiento para darnos a conocer.”

Al analizar su emprendimiento ve el diseño de su espacio como una fortaleza, porque está concebido para evitar accidentes, sus colores y formas no sobre estimulan pues las necesidades e intereses propios de las edades definieron los espacios que ofrecen, su ubicación es favorable y cuentan con instructoras certificadas en educación preescolar y especial. Aunque ha tenido el reto el dar a conocer una marca nueva en un lugar que hasta el momento no había tenido un espacio similar.

El éxito para ella es sentirse plena con su trabajo “Es un trabajo para el bienestar de otros, que es tangible en esas caritas llenas de felicidad, inocencia y sencillez que demuestran los niños y niñas. Espero que en cinco años podamos crecer y llegar a más lugares fuera de Santo Domingo. Somos un espacio de inclusión e integración familiar donde respetamos las necesidades de los más pekes.”

Agradece el respaldo que ha tenido; en las redes sociales ha obtenido su mejor herramienta de difusión y cercanía a su público. Su esposo, padres, hermanos, amigas y colegas, forman parte de su red de apoyo. “No cambiaría nada de lo vivido como emprendedora, aunque aconsejo no dejar los asuntos de registro de la marca para después.”

» LOLITA SUÁREZ

Life Coach y Comunicadora



sus talentos y reencauzar sus vidas hacia mejores ideales; también que les sirvió de apoyo en los buenos y malos momentos, y los impulsó a un mejor estilo de vida.

“Creo en la transformación y en los cambios positivos que las personas pueden generar en sus vidas desde el conocimiento y la fe”

Finalmente Lolita nos expresa que *“En esta profesión encontré mi pasión y mi propósito de vida, y una alegría incalculable de servir de guía y modelo a tantas personas”*

El Poder de la transformación

Lolita Suárez es Life Coach y comunicadora, una agente de cambio personal y profesional que desde hace años ha creído en el poder de la transformación. Empresaria y emprendedora, con más de 15 años exitosos en el ámbito empresarial.

Aunque es madre de un solo hijo, ha albergado en su corazón a muchos más a través de su vocación. Una mujer de alta sensibilidad humana, lo que hace tangible a través de su fundación, siendo voluntaria además en diferentes hospitales, haciendo labores de coaching a personas emocionalmente afectadas en algún momento de su vida.

Se define como una mujer de fe que decidió encaminar su vida por el crecimiento intencional aferrada al Creador. Descubrió su propósito cuando vio a los seres humanos dejar guardados sus sueños, y es a partir de entonces que empieza a acompañarles a lograr sus metas y anhelos.

Además de coach y conferencista, Lolita Suárez está certificada en Programación Neurolingüística (PNL) y en Liderazgo; tiene sus espacios en televisión “Atrévete a Transformarte” a través de El Nuevo Diario TV y “Lolita contigo siempre” por RNN canal 27. Además, colabora a través de sus segmentos Tarde de Té y Punto Tambarria, ambos por RNN canal 27, y escribe como articulista y columnista en diferentes periódicos y revistas.

Lolita Suárez es una mujer que aplica e imparte sus criterios de superación y esfuerzo por lograr metas, buscando una transformación en los seres humanos a partir de su mentalidad y sus emociones. *“Creo en la transformación y en los cambios positivos que las personas pueden generar en sus vidas desde el conocimiento y la fe”*, resalta.

Ella es una coach que se identifica con la frase: *“Soy un aterciopelada donde exhibo lo hermoso de mis clientes y donde ellos se auto-descubren en su esplendor como diamantes”*.

Con firmeza, Suárez sostiene le gustaría ser recordada como una mujer que fue canal de bendición y tocó corazones de personas para llevarlos a sus desarrollar





Ser MUJER en un mundo de Hombres

Linda Valette, es especialista en negocios, estrategia, liderazgo directivo, cultura millennial y finanzas. Su trayectoria profesional de más de 19 años ha transcurrido en empresas líderes del sector financiero. Con ella conversamos acerca de liderazgo femenino.

Cuando se habla de mujeres líderes, Linda Valette lo aprecia como una tendencia mundial que ha cambiado las políticas organizacionales para generar igualdad de género, no solo para la creación de más puestos de trabajo para las mujeres, sino

también para mejorar la posibilidad de desarrollo y crecimiento de las instituciones y las empresas.

Entiende que una empresa diversificada es más dinámica por lo que valora como necesaria la equidad: *“La equidad de género en el ámbito laboral es trabajar sobre la cualificación del individuo, generar iguales condiciones, no importa el género.”*

Es fiel creyente de la preparación de la mujer y su dedicación al trabajo. Afirma que el número de mujeres líderes va en aumento y que hay más mujeres capacitándose en universidades y especializaciones. *“Estamos en un proceso de concientización sobre la importancia de generar oportunidades equitativas y de derribar algunos estigmas sobre las capacidades y derechos de la mujer, especialmente en puestos gerenciales, nos falta un largo camino, pero lo importante es que estamos en vía de lograrlo.”*

Para ella, lograr el equilibrio en lo personal y profesional es vital para poder tener éxito: *“Para la mujer, poder escalar en posiciones de alta responsabilidad implica sacrificar cosas, y más cuando el ámbito laboral no está preparado para generar un ambiente de flexibilidad.”*

Aun así, está consciente de que existen factores limitantes que inciden en el liderazgo, como la falta de capacitación adecuada, no identificarse con el equipo de trabajo, una deficiente comunicación, asimismo, no lograr un balance entre la vida laboral y personal y la poca habilidad para comunicar las ideas.

Para Valette, los grandes líderes se caracterizan por una gran confianza en sí mismos: *“Los líderes creen en sus metas, planes y desafíos, y no dudan en conseguirlo. Como bien dice la frase de Cynthia Kersey: Cree en ti mismo y llegará un día en el que otros no tendrán opción que creer en ti.”*

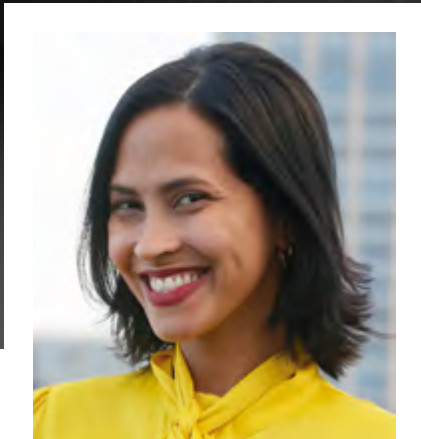
Considera que las mujeres han demostrado a través de la historia tener las condiciones necesarias para asumir posiciones de poder: *“Entiendo la decisión de asumir posiciones debe tener como parámetro la capacidad de la persona, su formación, su capacidad de liderazgo, no si es hombre o mujer.”*

Entiende que tanto el éxito como la excelencia tienen un significado diferente para cada persona: *“Para unos es lograr metas, para otros, ser el mejor en lo que se propone. Para mí, una persona exitosa es aquella que ha logrado alcanzar sus metas profesionales sin descuidar la parte personal. En tanto la excelencia, es tratar de dar el máximo mis facultades, adaptándome a los cambios que conllevan las diferentes etapas, enfocada en la búsqueda del éxito profesional y personal.”*

Cree que el liderazgo femenino tiene características especiales que le otorgan ventaja: *“La mujer es más amable y empática, los hombres son más competitivos; la mujer toma decisiones con proyección a mediano o largo plazo, mientras que el hombre es más inmediatista. Las mujeres dan más importancia a la promoción de la autoestima y a la participación y mantienen a sus equipos motivados, lo que repercute positivamente en el logro de las metas. Cuando se trata de negociación, somos más conciliadoras y contamos con una mayor capacidad de influir en los demás. Para mí, una de las características más importantes es la simultaneidad, con esto me refiero a la capacidad femenina de realizar y supervisar varias tareas a la vez.”*

LIDERAZGO FEMENINO EN LA COMUNICACIÓN

Cambios, retos y oportunidades



Por: Romina Vásquez

Lic. en Comunicación Social con un master en periodismo con especialidad en divulgación pública de la Universidad Complutense de Madrid (UCM)

 @romyvasquez

 Romina Vasquez

 www.rominavasquez.com

Recuerdo el momento en que mi amiga Bethania Ortega me comentó que iba a emprender. Ella trabajaba para una empresa del sector privado, un lugar que le ofrecía excelentes beneficios, promesas de un futuro prometedor si permanecía allí, seguro de vida, de salud y todas las garantías por las que muchos de nosotros permanecemos en las organizaciones. Ella, atrevida, valiente e inteligente por demás, analizó cada uno de estos puntos, sin embargo su sueño, su independencia y su visión pesaron mucho más que un ingreso fijo. Así que de esa manera, en la sala de su casa y al inicio completamente sola, Bethania dio apertura a su empresa: la agencia de comunicación Clipping: una firma boutique especializada en relaciones públicas, reputación y manejo digital.

Hoy, con trabajo, esfuerzo y una férrea voluntad su firma ha crecido, posee colaboradores expertos en diversas áreas y un portafolio de clientes en crecimiento que le han permitido posicionarse en el mercado.

Como Bethania hay otros ejemplos de mujeres que se han destacado en la comunicación, rompiendo consigo cadenas, obstáculos y, sobre todo, modificando por completo la forma en la que se trabajaba hace 15, 20 y 30 años atrás, para dar paso a un modelo más sostenible y beneficioso para las organizaciones. Estas mujeres son las que hoy ocupan cargos de dirección, de vicepresidentas y de gerencia y las que nos abrieron el camino a las que hoy nos dedicamos a esta carrera.

Ejemplos hay muchos, pero me llegan a la mente nombres como el de Berenice Méndez, Gerty Valerio, Bredyg Disla, Vielka Guzmán, Stella León, María Isabel Grullón, Amelia Reyes Mora, Lara Guerrero y otras más que con sus aportes han logrado un cambio.

Gracias a ellas, vemos como en la actualidad las empresas han comprendido que la comunicación no es un adorno, una nota de prensa, una convocatoria de medios o un reporte de miles de páginas de periódicos. Palpamos como las organizaciones ya están conscientes de que la comunicación les trae beneficios intangibles, no económicos, pero de un alto valor reputacional, que permite no solo visibilizar las buenas nuevas sino identificar posibles escenarios de riesgo y crear protocolos de respuestas lo suficientemente efectivos para blindar el mayor activo que tienen que es su reputación.

Podemos identificar, de la misma forma, como las áreas de comunicación pasaron de ser simples unidades con un periodista a cargo, a departamentos completos y multidisciplinarios, los cuales poseen sus propios objetivos, sus

estándares de calidad, parámetros de medición y división de áreas para atender a los diferentes públicos de interés con los que se relacionan las organizaciones. También como se han convertido en la mano derecha que vigila, alerta y acciona ante situaciones contingentes o críticas.

En la actualidad las empresas han comprendido que la comunicación no es un *adorno*, una nota de prensa, una convocatoria de medios o un reporte de miles de páginas de periódicos.

Qué falta camino por recorrer, es cierto. De que aún necesitamos que a las mujeres en las áreas de comunicación se les dé más participación en los planes estratégicos. Es completamente cierto. De que falta que las marcas grandes confíen y les den mayores oportunidades a agencias pequeñas y entiendan que las más establecidas no siempre son la mejor opción. Es una realidad que viven cada día quienes se encuentran con ella. Sin embargo, el trayecto ha sido largo y aunque queden metas por alcanzar, debemos reconocer lo que ha mejorado.



Mary Pérez Marranzini

LA DAMA DE LA SOLIDARIDAD



Por: Arlene Reyes
Directora de Relaciones Públicas de la
Asociación Dominicana de Rehabilitación.

La palabra solidaridad tiene un sinónimo en el corazón de Quisqueya. Es Mary Pérez Marranzini, quien en 1963 tras su lucha por la salud y el bienestar de su hijo Celso Marranzini, funda junto a otras féminas, la entidad pionera en servicios de medicina física e integral, la Asociación Dominicana de Rehabilitación (ADR).

Por más de 54 años, Pérez de Marranzini tiene como norte que la ADR sea el espacio de apoyo para las personas que viven con algún tipo de discapacidad, sin importar si cuentan o no recursos con económicos.

A sus 92 años de edad, sus allegados, la perciben como “una mujer idealista, que recibió el llamado de servir a los demás y se consagró con perseverancia para que ese sueño compartido por otros voluntarios se convirtiera en una realidad”.

Como resultado de su trayectoria ha recibido distinciones y reconocimientos por el Gobierno dominicano, entidades locales e internacionales, entre ellos la “Orden San Silvestre Papa”, otorgada por Juan Pablo II; “Medalla al Mérito Militense”, facilitada por la Orden Soberana y Militar de Malta; “Orden Duarte, Sánchez y Mella”, entregada por el Poder Ejecutivo de República Dominicana; Premio Paul Harris de

Forjadora de paz y esperanza en una sociedad sedienta de equidad y justicia

Rotary International; “Munícipe Distinguida de la ciudad de Santo Domingo, Primada de América”, “Ciudadana Honoraria de Dallas, Texas”; “Doctor of Humanities Honoris Causa” de la Universidad de Puerto Rico y Doctorado “Honoris Causa” de la Universidad Mundial Dominicana, entre otros honores.

Ha participado en diversas actividades de carácter formativo y especializado en aspectos de promoción social, rehabilitación institucional y comunitaria, legislaciones y reglamentaciones, servicio voluntario, administración y consultas de servicios, entre otros, presentando ponencias e intervenciones específicas según el área de interés.

Asociación Dominicana de Rehabilitación Labor altruista

La Asociación Dominicana de Rehabilitación (ADR), es una institución sin fines de lucro que desde el año 1963 ofrece servicios para la atención integral de las personas con discapacidad física e intelectual, a través de su Red de atención actualmente conformada por 33 Centros de Rehabilitación, localizados regionalmente, en igual número de ciudades.

Esta Organización No Lucrativa (ONG) ofrece a nivel institucional y en el plano comunitario los servicios y atenciones necesarias para la rehabilitación funcional, educación especial, entrenamiento laboral y gestión de empleos, como medios indispensables para lograr la inclusión social de las personas con discapacidad en igualdad de oportunidades.

Una visión inclusiva

La ADR es resultado de un gran esfuerzo sostenido a lo largo de cinco decenios, por hombres y mujeres que respaldan con ayudas económicas o con el trabajo voluntario en las múltiples actividades que se desarrollan. Algunos cooperan como miembros e integrándose a la Junta Directiva o Consejos de Gestión, tanto en la Sede como en las Filiales, mientras otras personas prefieren permanecer en el anonimato. Asimismo, entidades y agencias internacionales le han ofrecido apoyo mediante donaciones y asistencia técnica.

Esta institución ha experimentado un crecimiento sostenido de su cobertura de atención en función del número de centros y de la diversidad de servicios ofrecidos a través de la red de atención, manteniendo inalterable su filosofía de trabajo fundamentada en la atención a las personas con discapacidad procedentes de los sectores más vulnerables.

Así como el respeto a la dignidad y a los derechos que asisten a las personas con discapacidad, por lo cual en adición a la prestación de servicios encamina sus esfuerzos a la sensibilización social y a la inclusión social en un contexto de igualdad.

Cartera de servicios en crecimiento.

Como parte de los planes de expansión, se están realizando las acciones necesarias para comenzar servicios en Rancho Arriba/San José de Ocoa. Así como el establecimiento del Centro de Rehabilitación en Haina, atendiendo a solicitud formalizada por un grupo establecido localmente.

LOS 5 MANDAMIENTOS ESENCIALES DE UNA LÍDER PARA CONECTAR CON LA AUDIENCIA

Por Tania Báez

Los escenarios nos ofrecen grandes oportunidades para mostrar lo que somos y lo que tenemos de valor para ofrecer al mundo.

Michelle Obama, Oprah Winfrey, Melinda Gates y muchas grandes mujeres de carrera han usado su voz para expandir su mensaje como líderes.

¿Te gustaría hablar con poder y confianza en escenarios, talleres, videos y Facebook Live?

- Ser conferencista no es solo para aquellos que hablan bonito.
- Todas necesitamos ser visibles.
- Ser memorable ante nuestros clientes.
- Necesitamos comunicar más allá de las palabras.
- Conectar.
- Generar interés.

Permíteme compartir un poco de mi historia.

En el 2014 decidí dar un gran salto. Dejar el terreno conocido de la TV y prensa escrita, para irme a un nuevo escenario. Uno donde **podiera, transformar, convencer e inspirar** a otros a crear la vida de sus sueños.

Lo que aprendí en medios me dio ventaja. Comunicar con empatía y conectar con mi audiencia me abrió el camino.

Confieso que mi primer año fue muy difícil. No conocer todos los aspectos del negocio de conferencistas me hizo perder tiempo y dinero. Fue un período de mucha frustración.

Hasta que un día aprendí e invertí en mí y obtuve los conocimientos que utilizan los más grandes y reconocidos conferencistas. **Eso hizo toda la diferencia.**

En mis primeros cuatro años como *Speaker* internacional he trabajado:

- En más de 60 corporaciones internacionales y nacionales.
- Mis conferencias han llegado a cerca de cien mil personas en más de 19 ciudades en nueve países.

•Cuento con estudiantes de 23 países en mis entrenamientos virtuales

Mi mayor orgullo: **Cientos de nuevos speakers y conferencistas que he entrenado personalmente que ya están en el mercado.**

Yo quiero que tengas el camino más fácil.

Te regalo CINCO TIPS ESENCIALES PARA CONECTAR CON TU AUDIENCIA para que lo hagas bien y trabajes en tus presentaciones memorables:

TIP 1: Define tu área de EXPERIENCIA.

El principal error de un *speaker* es creer que puede hablar de varios temas a la vez. Ser experto no significa “saberlo todo”, sino serlo en un área. Para ser un experto, **no es hablar solo de lo que has estudiado, sino de lo que has vivido.** La gente necesita conocer tus errores o fracasos, para poder crear tu éxito.

¿Por qué tema estás apasionado?

Finanzas, empoderamiento, salud, negocios, decoración, emprendimiento, maternidad:

¡Hay tantos temas como necesidades en el mundo!

TIP 2: Define el TEMA de tu conferencia.

Entre más específico el tema y concepto que vas a compartir, más fácil será estructurar tu mensaje.

Puedes usar algunos de estos títulos genéricos que te ayudarán a definir un tema:

- “Como hacer para _____”
- “_____ que no sabías sobre _____”
- “_____ ideas erradas sobre _____”

TIP 3: ¿Quién es tu audiencia?

¿Quiénes van a estar en tu auditorio?

¿Te imaginas hablarle de física cuántica a estudiantes de tercer año?

¿O hablarle de fútbol a un auditorio compuesto en su mayoría por mujeres?

Sería un fracaso ¿Verdad? Tienes que tomar en cuenta el nivel socioeconómico, educativo, y más detalles relevantes. Saberlo te ayudará a usar un lenguaje y crear un contenido que resulte atractivo a tu audiencia.

Estás ahí para aportar SOLUCIONES.

TIP 4: Crea tus PLATAFORMAS

Tu página web, perfiles en Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, serán tus “escaparates virtuales” donde mostrarás quién eres y lo que tienes de valor.

TIP 5: Produce CONTENIDO DE VALOR.

No esperes más para compartir lo que sabes. Hazlo en forma de artículos, audios, PDF, guías, y compártelo en tus redes, página web, y en plataformas como LinkedIn. Ofrécelo a revistas, blogs de impacto, empieza alianzas con quienes puedan expandir tu mensaje.

El mercado de expertos es muy amplio y bien remunerado, también es exigente y requiere destrezas. Hay conocimientos ESENCIALES que debes tener para lograr el éxito y convertirte en líder.

Hay demanda de conferencistas de impacto y tú puedes ser la siguiente.

Tu vida y negocio van a cambiar radicalmente cuando te conviertas en una *speaker* que conecte, genere resultados y riqueza para ti y los tuyos.

Suscríbete y recibirás lo que necesitas para usar tu voz y mensaje para generar fortuna y propósito.

www.speakerdeimpacto.com

CONFERENCIA
#VOY POR MÁS
POR TANIA BÁEZ



RETOS PARA LA MUJER EN POSICIÓN DE LIDERAZGO



Por: Irene Morillo
Directora General Stimulos Creativos

 @irenemorillo

 www.irenemorillo.net

Ser mujer y estar en posiciones de liderazgo fue retador, especialmente cuando mi hija estaba pequeña. Empecé hace poco más de una década y sé que no soy la única. Esta es una realidad común, especialmente en Latinoamérica, donde la desigualdad en las responsabilidades y la significativa diferencia en salarios en pleno siglo XXI, llama poderosamente la atención.

Desde mi experiencia y la de otras colegas, comparto algunos de los retos más comunes:

•**La maternidad.** Muchos empleadores dudan en contratar a recién casadas o a mujeres en edad reproductiva. Es una pena que algo tan hermoso como la maternidad sea una disyuntiva para quienes quieren descollar en sus trabajos y formar familia. Aunque el despido por embarazo es ilegal, muchas se ven desplazadas cuando regresan a sus puestos, o despedidas después del tiempo estipulado por la ley.

Además, pocas empresas incluyen en su estructura espacios para que las madres puedan amamantar a sus hijos durante el horario laboral. Sé que no todas las organizaciones soportan este tipo de inversión o cuentan con personal suficiente para que valga la pena.

•**Tabúes acerca de la menstruación.** No todas sufren los mismos síntomas. “*Period. End of Sentence*”, ganó el Oscar como mejor documental y habla de los tabúes a que las mujeres hindúes enfrentan en torno a la menstruación. En Latinoamérica también tenemos tabúes sobre algo tan natural y humano, y a veces tildamos de flojas las que tienen dolencias; hay que educar sobre el tema y crear conciencia.

•**Equilibrio entre trabajo y familia.** Las mujeres nacimos con un sentimiento de culpa. Nos cuestionamos si estamos haciendo lo suficiente por nuestros hijos, padres, esposos y amigas. Trabajamos el doble o el triple, para ser reconocidas en nuestros trabajos y empresas.

Por lo regular, tenemos una larga lista de personas y tareas que demandan nuestra atención, las que anteponeamos a nuestras necesidades. Lograr el equilibrio siempre fue un reto, me tomó tiempo entenderlo y lograr un balance. Me ayudó involucrar a mi familia siempre que podía, especialmente a mi hija, quien explicaba la razón de mis ausencias. Afortunadamente entendió que estaba trabajando para que ella tuviera más oportunidades y poder darle una mejor educación. Fui madre soltera y ella solo contaba conmigo. Eso sí, en los fines de semana y momentos libres la recompensaba con creces.

•**Dedicarnos tiempo.** Dada nuestra naturaleza, somos muy comprometidas con lo que hacemos. Valoramos la productividad, nos obsesionamos con la lista de quehaceres, llevándonos al límite, muchas veces. Yo solía posponer las citas médicas, cancelar actividades y trabajar jornadas muy largas. Me comprometí a cambiar eso, entendiendo que necesito cuidar de mi salud para ser más productiva.

•**Competir con los hombres.** No se trata de competir con los hombres, ni emular su estilo de trabajo. Las mujeres debemos aprovechar los atributos diferenciadores que nos caracterizan. Acoger y potenciar nuestras fortalezas es lo que nos hace grandes.

•**Ser más lanzadas.** Las mujeres somos más conservadoras en los negocios, y esto se refleja hasta en los financiamientos que solicitamos. No vengo de una familia emprendedora y al principio, los errores costaron muy caro, pero fue el precio de la inexperiencia. Con el tiempo, he ido dejando el temor y soy más arrojada en las inversiones que hago y los proyectos que asumo.

•**Colaborar con otras mujeres.** Vivimos en un mundo de colaboración y las mujeres somos una fuerza creativa, unidas somos más fuertes todavía. Me ha resultado trabajar con mujeres que se identifiquen con mis mismas causas, y tengan valores similares a los míos. Esto ha enriquecido mi carrera y me ha permitido aprender de mujeres increíbles.

“No se trata de competir con los hombres, ni emular su estilo de trabajo. Las mujeres debemos aprovechar los atributos diferenciadores que nos caracterizan....”



El legado de los Muchachos de Herrera

ANEIH

ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS E INDUSTRIAS HERRERA

La Asociación Nacional de Empresas e Industrias Herrera (ANEIH) es un gremio empresarial que agrupa más de 170 empresas de industria y servicios en el territorio nacional, ofreciendo a sus integrantes la representación gremial, la capacitación, asistencia técnica, mediación y consultorías en materia de gestión de la calidad, seguridad ocupacional y gestión ambiental, desde el año 1971.

La nueva directiva 2019-2020, está presidida por el Ingeniero Leonel Castellanos Duarte, acompañado por Desirée Logroño como 1ra Vicepresidenta, Miguel Ramos como 2do Vicepresidente, Angelo Viro como Secretario, Pedro Ureña como Tesorero y Cándida Mejía, Euri Andújar, Henry Veras, Noel Ureña, María Elena Nesrala, José Paulino como Vocales.

Además de la responsabilidad que implica la presidencia de la Asociación, Leonel Castellanos aprecia ante sí un reto personal con miras a una gran oportunidad de elaborar propuestas que contribuyan al desarrollo de la clase empresarial y la iniciativa privada, con el fin de continuar el legado que han dejado los

llamados “muchachos de Herrera” como ha sido denominado desde el origen de la Asociación, el grupo de empresarios que forma parte importante de la historia industrial de la República Dominicana. “Esta es una posición que solo se asume por vocación de servicio, por pasión, amor y dedicación al trabajo” expresó.

Añade que con el fin de difundir sus iniciativas y para estar acorde a los nuevos tiempos, la Aneih cuenta con una plataforma interesante a través de los medios digitales y las redes sociales, además de que busca expandir su participación en los medios de comunicación tradicionales.

Explica que en la presente dirección la ANEIH enfrenta diversos retos: “Constituye un desafío mantener el respeto a la institucionalidad y la credibilidad de nuestra Asociación mediante propuestas y soluciones que den respuesta a los retos que plantea un entorno global tan cambiante y complejo para la clase empresarial y los sectores industriales de la República Dominicana. De la misma manera, el consolidar la asociación en términos institucionales con propósitos comunes de la clase empresarial del país, incluyendo la defensa de las Mipymes, participando dentro del debate público con propuestas desarrollistas a partir de una nueva visión y una nueva proyección a nivel nacional.”

Para lograrlo, la directiva que preside se ha propuesto contribuir a promover iniciativas para que se estimule la política económica del sector público y la inversión privada «Impulsaremos esfuerzos de acercamiento con las demás instituciones industriales y empresariales nacionales, para promover acciones que conduzcan al fortalecimiento de la clase productiva nacional, manteniendo siempre nuestra identidad como Asociación, y la coherencia que han caracterizado históricamente esta institución. De igual manera, continuaremos participando activamente en la agenda del debate público nacional con propuestas surgidas y concertadas desde el propio seno de la institución.»

El presente año trae consigo un periodo preelectoral, lo que le da un matiz político partidista a las actividades nacionales, y en ese sentido el presidente de la ANEIH lo vislumbra como la oportunidad de comprometer a la clase política a trabajar por un verdadero plan de política de desarrollo industrial. *“Un plan que surja a partir del debate del empresariado y desde el seno de la integración de los distintos actores económicos de la sociedad dominicana, con programas y propuestas que fortalezcan la industria nacional, haciéndola más competitiva y con oportunidades de ampliar nuestros mercados.”*

Para el presidente de la ANEIH, lograr una industria más integrada con la cadena de valor propia de su sector productivo y otros sectores como el agroalimentario, las zonas francas y el turístico, se constituyen en ejes prioritarios de su agenda de trabajo. *“Desde el seno de nuestra asociación vamos a impulsar acciones que contribuyan a la certificación de la industria local y sus productos, colaborando al cumplimiento de las normas.”*

Para lograrlo, trabajarán de la mano con el Instituto Dominicano de la Calidad (INDOCAL) con el fin de impulsar el proyecto a nivel nacional, apoyando a ese organismo para que disponga de laboratorios y equipos de alta tecnología que garanticen y certifiquen la calidad de lo producido. *“De la misma manera que vamos a ser exigentes con lo que producimos, también debemos ser rigurosos con lo que importamos, porque no podemos seguir permitiendo la importación de productos sin control que no cumplan con los mínimos requisitos de calidad que exigen los mercados y compitiendo con nuestra industria o empresas que se empeñan en producir o importar productos de calidad.”*

Leonel Castellanos asegura que la ANEIH tiene un papel importante en la agenda económica nacional y que al pasar de los años ha consolidado relaciones con las demás instituciones empresariales. *“Podemos decir que si hay algo que ha caracterizado a los Industriales de Herrera ha sido el valor de sus principios y su participación activa dentro del debate público, con propuestas en defensa de la clase empresarial e industrial, sin perder el enfoque del país.”*



Añade que en los temas de discusión donde ha participado la ANEIH, siempre ha prevalecido la intención de defender el interés colectivo antes que el particular. *“Nuestra relación con las demás instituciones empresariales son muy buenas y de colaboración mutua, siempre con el respeto de independencia, porque en ocasiones podríamos tener enfoques diferentes, aunque el propósito sea el mismo, pero conscientes de que perseguimos el mismo objetivo que es impulsar políticas y mejores condiciones para que el sector privado participe cada día mas dentro de los medios de producción con inversiones creando empresas para generar empleos de calidad.”*

El presidente de la ANEIH, cree firmemente en el trabajo en equipo para lograr las metas que se ha planteado la Asociación. *“Tener un consejo directivo participativo e integrado con funciones de responsabilidad en comisiones de trabajos, así como atraer a los pasados presidentes e integrarlos dentro del consejo, invitándoles a participar con su experiencia, aportando ideas que siempre son valiosas es lo que buscamos. Además, tenemos un programa de socialización entre los asociados y los miembros del consejo directivo.”*

La proyección a futuro de la Asociación de Empresas Industriales de Herrera de acuerdo a la agenda de trabajo de la nueva directiva, contempla impulsar los negocios de sus asociados en otros países, haciendo contactos con instituciones similares de la región para revisar cómo encadenar las industrias con insumos elaborados y semielaborados que podrían encontrar mercado, pues lo que podría ser un producto terminado para un país, constituye un insumo para otro, eso es lo que la ANEIH busca identificar para encadenar a la industria de la República Dominicana.

En ese sentido, tienen en su plan organizar misiones empresariales en la región para identificar las oportunidades y revisar también los acuerdos comerciales que pudieran ser importantes para la industria nacional. Lo mismo aplica a los eventos tradicionales que ha organizado la

“Podemos decir que si hay algo que ha caracterizado a los Industriales de Herrera ha sido el **valor** de sus **principios** y su **participación** activa dentro del debate público, con propuestas en defensa de la clase empresarial e industrial, sin perder el **enfoque** del país.”



Asociación, como Expo Herrera, el premio a la Excelencia Industrial, las Tertulias de Empresarios entre otros, estas actividades están siendo revisadas para potenciarlas. fortalecerlas y alinearlas a la nueva agenda.

“Hemos avanzado y ya iniciamos con el primer Cocktel Económico que realizaremos la última semana de cada mes, y que se enmarca en el programa de capacitación y socialización con nuestros asociados. En ese sentido, tenemos una agenda planificada de actividades para los próximos seis meses, donde incluimos talleres de capacitación, encuentros sociales, ruedas de negocios entre nuestros asociados B2B, donde lo organizamos de manera sectorizado, almuerzos conferencias mensuales o las recordadas tertulias de Herrera, desayunos, entre otros.”

El evento de mayor trascendencia y responsabilidad que tiene a su cargo la ANEIH es la organización del Premio Nacional a la Calidad del Sector Privado, creado bajo decreto No. 141-13, integrado por un equipo de evaluadores, que validará las informaciones presentadas por las empresas, así como un consejo de 23 instituciones representadas por

gremios empresariales, universidades, instituciones gubernamentales, entidades de certificación de calidad, profesionales y técnicos vinculados a las áreas de acción del premio, donde la Asociación ocupa la Secretaría Técnica.

Al pasar de los años, la ANEIH ha generado cambios importantes en la economía dominicana, que han hecho de este gremio una institución de solidez, principios y prestigio ante la sociedad, alcanzando una importante posición en la vida nacional, y logrando ser escuchada con respeto por todos los sectores del país.

Al consultarle al Ingeniero Leonel Castellanos su definición del éxito y lo que significa para el la Búsqueda de la excelencia nos relata *“el éxito es muy relativo en cada una de las personas y lo podría definir como una satisfacción íntima muy personal, así cuando nos proponemos algo y lo logramos se convierte en un éxito y una satisfacción, considerando las adversidades que con voluntad inquebrantable hay que superar para alcanzar el resultado esperado.”*

La excelencia sería el conjunto de factores interactuando en la vida, que debemos identificarlos, y articularlos adecuadamente, utilizando el talento y la capacidad de las personas para llevar a cabo el propósito esperado en un afán de superación, con una gestión estratégica, correctamente diseñada y planificada, implementando mejoras continuas, optimizando los recursos tecnológicos entre otros, con colaboradores comprometidos a participar en lo personal y en lo empresarial.”

Es natural que cada presidente le imprima su propio sello personal, cuando asume la responsabilidad de dirección y así lo confirma el nuevo presidente de la ANEIH agregando que siempre estará basado en los mismos principios y valores que dieron origen a esta institución, Herrera como asociación ha estado siempre comprometida con los mejores intereses de la clase empresarial dominicana, por encima de los intereses particulares y eso es un compromiso que cada directiva lo asume con la mayor responsabilidad.



APPROACHING THE FUTURE 2019

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

Por Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership

El 56% de los directivos busca generar impacto positivo en la sociedad

• Más de 200 directivos y expertos han participado en una encuesta que revela cómo se están abordando los desafíos actuales en materia de reputación y otros intangibles que marcarán el futuro de las compañías.

• 26% de los encuestados pertenecen a países Latinoamericanos como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

• Las tres principales tendencias del año apuntan a la era del propósito; la reputación como principal reto para la economía colaborativa; y el futuro del trabajo: ágil y con valores.

La definición de un propósito que vincule los objetivos de negocio con un impacto social, ético y medioambiental es considerada la tendencia más relevante en gestión de intangibles en el entorno empresarial. Así lo afirma **Approaching the Future 2019: Tendencias en Reputación y Gestión de Intangibles**, informe de referencia elaborado por cuarto año consecutivo por Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership con la colaboración de Canvas Estrategias Sostenibles presentado en el CaixaForum de Madrid, y que PIZZOLANTE, firma consultora en estrategia y comunicación



con operaciones en Iberoamérica, apoya con su difusión en América Latina.

En 2019 se identificaron 15 tendencias clave que los encuestados puntuaron de acuerdo con su nivel de relevancia. La tendencia más importante para los directivos y profesionales consultados es el “**propósito corporativo**”, y el 56% afirma que ya están trabajando en iniciativas de implantación y activación de este a través de los valores y la cultura corporativa.

La segunda tendencia con mayor relevancia es la “**gestión de la reputación**” en el contexto de la economía colaborativa, con la transformación que vive el mundo empresarial y las nuevas tecnologías. El gran reto es la gestión de la confianza y la reputación frente a los cambios de comportamiento del consumidor y los nuevos hábitos de la ciudadanía que se generan con el mundo digital.

“**El futuro del trabajo**” es la tercera tendencia más relevante, marcada por el cambio frenético que experimentan los entornos laborales. La digitalización y automatización requieren nuevas formas de entender y organizar el trabajo, así como nuevas habilidades. La agilidad y la flexibilidad se han convertido en dos características básicas que describen

el futuro del trabajo, y un 56% de las organizaciones consultadas ya cuentan con medidas de flexibilidad laboral y nuevas formas de trabajo.

“La gestión de la reputación y de otros intangibles es ya una prioridad en la agenda de las organizaciones. Los cambios que suceden en el terreno empresarial no pueden entenderse si no se poseen conocimientos y habilidades sobre este ámbito. Lo está pidiendo la sociedad y afecta, directamente, al negocio. Este informe es clave para entender esta tesitura” sostiene Ángel Alloza, CEO de Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership.

Propósito, beneficios y reputación: una relación necesaria

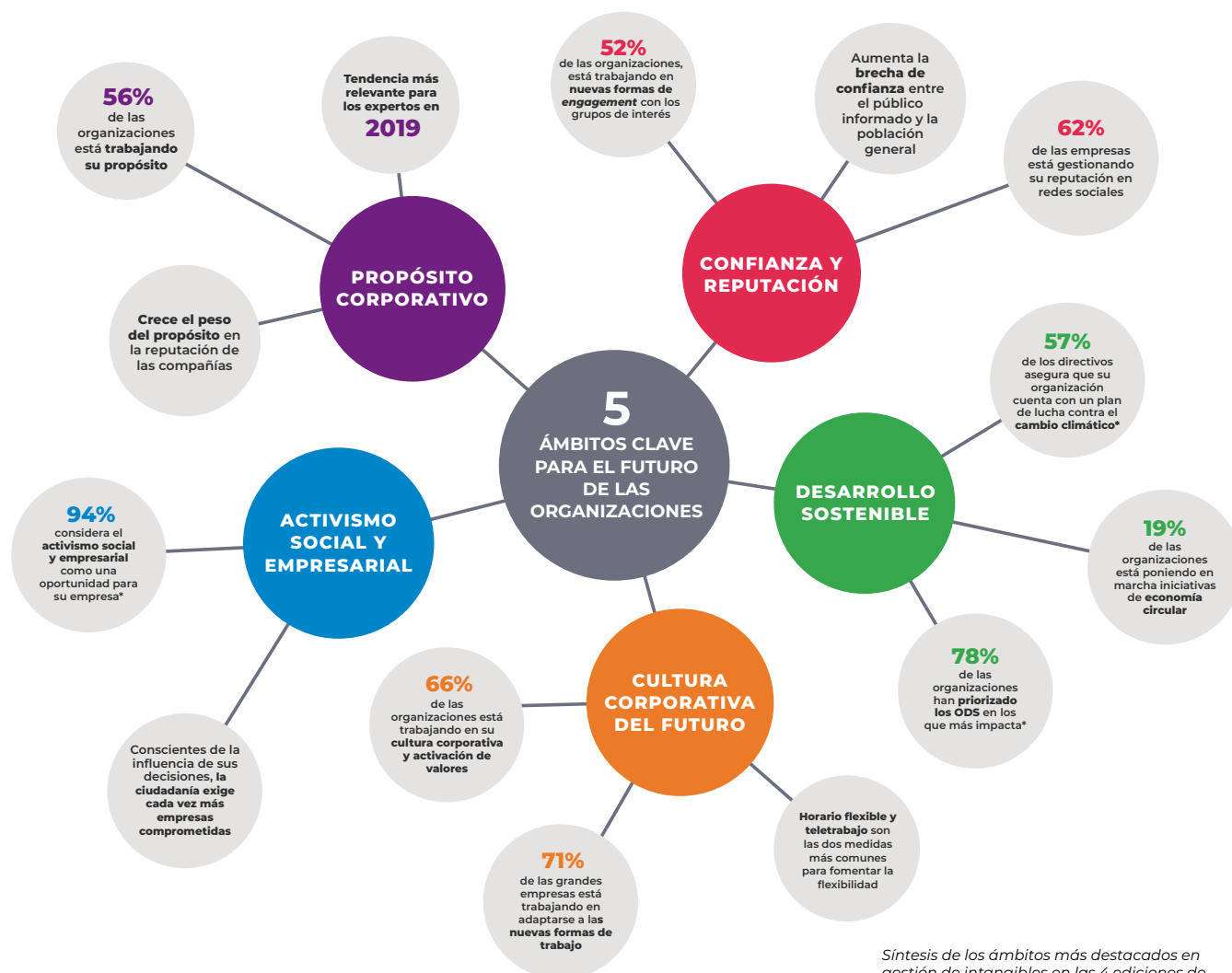
El informe *Approaching the Future 2019* recoge que la mayor parte de los profesionales considera que operar con un propósito es una prioridad estratégica



Ángel Alloza

CEO de Corporate Excellence
Centre for Reputation Leadership

Top 5 ámbitos que configuran el presente y futuro de la gestión de intangibles



Síntesis de los ámbitos más destacados en gestión de intangibles en las 4 ediciones de *Approaching the Future 2016-2019*.

Los datos cuantitativos se extraen de la encuesta 2019 a directivos y expertos.

* La base de respuestas se configura a partir de los que han afirmado estar trabajando en cada uno de los ámbitos y tendencias mencionados.

para sus compañías. Esta visión también se enfatiza desde el ámbito de los inversores, como demuestra Larry Fink, CEO de BlackRock (uno de los mayores fondos de inversión a nivel global), apelando a la acción en su carta anual a directivos bajo la premisa de que la rentabilidad y el propósito están intrínsecamente relacionados.

“La generación de confianza emerge como una constante desde la primera edición de este informe en 2016. La sociedad exige un empresariado promotor de mejoras económicas/sociales, e impulsor de progreso y cambio, producto de la pérdida

*de confianza en los gobiernos, medios y ONG´s como instituciones. El pesimismo generalizado hacia el sistema que se exalta en el *Approaching The Future 2019* y el incremento de la polarización social, las noticias falsas y la normalidad de la incertidumbre, son retos que requieren de sistemas de inteligencia reputacional en las empresas”, puntualiza Italo Pizzolante Negrón, Socio Fundador de PIZZOLANTE.*

En definitiva, la sociedad en su conjunto está demandando empresas comprometidas, preocupadas por su desempeño a todo nivel y el valor que

aportan a la comunidad y el entorno. Esta tendencia sistémica ha convertido al propósito en la tendencia de referencia en la gestión de intangibles en las compañías de todo el mundo.

Sobre *Approaching The Future 2019 – Tendencias en Reputación y Gestión de Intangibles*

Es un informe anual elaborado por CorporateExcellence–CentreforReputation Leadership junto a CANVAS Estrategias Sostenibles (www.approachingthefuture.com) que identifica las tendencias globales

que definen el presente y el futuro de los intangibles, en los ámbitos de la reputación, la marca, la sostenibilidad, la ética y la transparencia.

El informe analiza, en su conjunto, más de 250 fuentes nacionales e internacionales como para identificar las principales tendencias globales que cobran cada vez más peso en la valoración de las compañías. Este informe se elabora a partir de la opinión de 230 expertos de 18 países -el 73,9% de ellos son directivos de más de 90 empresas, y 26% de la muestra pertenecientes a países Latinoamericanos-, desde directivos de las empresas miembro de Corporate Excellence, hasta la red de profesionales de la Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM). Para su elaboración se contó también con la participación de la Cátedra de Métricas y Gestión de Intangibles del *think tank* y la Universidad de Málaga, así como de Cookie Box y Taket, para la dinámica cualitativa con directivos.

Como novedad, este año se incorporaron a la investigación técnicas de inteligencia artificial para averiguar si la importancia que los profesionales dan a las tendencias concuerda con las acciones que se están impulsando en las empresas, permitiendo obtener un análisis más exhaustivo sobre lo que realmente está marcando la agenda empresarial y las cuestiones prioritarias para los directivos en su día a día.



Thony Da Silva Romero

Socio - Director de PIZZOLANTE y Director del Comité de Alianzas

“El pesimismo generalizado hacia el sistema que se exalta en el Approaching The Future 2019 y el incremento de la polarización social, las noticias falsas y la normalidad de la incertidumbre, son retos que requieren de sistemas de inteligencia reputacional en las empresas”.



Italo Pizzolante Negrón

Socio Fundador de PIZZOLANTE

El rol colaborativo PIZZOLANTE con Corporate Excellence

La Cátedra Itinerante PIZZOLANTE, brazo de acción institucional y sin fines de lucro de la firma consultora en estrategia y comunicación PIZZOLANTE, mantiene un marco de colaboración con Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership, con el fin de unir esfuerzos en favor del desarrollo cultural, educativo y de investigación, así como de asistencia mutua en los ámbitos de la gestión de activos y recursos intangibles.

“Desde PIZZOLANTE estamos comprometidos con promover y desarrollar herramientas y metodologías que el sector empresarial requiere para fortalecerse y competir con mayores ventajas en los tiempos de gestión de intangibles, nuestro trabajo con el sector empresarial supone poder asistir en la importante tarea de gestionar el activo intangible más importante y valioso de cualquier organización, su reputación de marca, así como también profundizar en el trabajo de Gestión de Riesgos, Comprensión y gestión de las expectativas sociales sobre el sector y apoyar en la transformación cultural orientada a la innovación con miras a poder lograr con el propósito que cada empresa define para sí”, indicó **Thony Da Silva Romero, Socio-Director de PIZZOLANTE y Director del Comité de Alianzas** de esta firma internacional.

La tendencia más importante para los directivos y profesionales consultados es el “**propósito corporativo**”, y el 56% afirma que ya están trabajando en iniciativas de **implantación y activación** de este a través de los valores y la cultura corporativa.



LOGÍSTICA EN REPÚBLICA DOMINICANA: DE UNA VISIÓN A LA REALIDAD

Reconociendo el contexto socioeconómico de la región, las aperturas comerciales, y las grandes transformaciones que trae consigo la Cuarta Revolución Industrial, la mejor apuesta debe ser a potencializar las capacidades de producción y competencia que tienen los países.

La República Dominicana ha evidenciado un importante crecimiento económico sostenido en la región durante los últimos años, a esto se le suman las grandes potencialidades y oportunidades de desarrollo que posee. Esto debe aprovecharse para desarrollar estrategias inteligentes y efectivas que nos permitan participar de manera competitiva en el escenario global.

El 2019 fue declarado como el año de la Innovación y la Competitividad, abriendo una importante estrategia que integra la visión y los esfuerzos de actores públicos y privados, alineándolos para impulsar y fomentar la innovación, así como lograr mayores niveles de competitividad. Una de las grandes oportunidades se abre a través de la logística.

Desde la excelente ubicación geográfica, estabilidad económica y política, infraestructura aérea y marítima y parques de zonas francas de clase mundial, definitivamente tiene todas las de ganar. Es decir, que el país cuenta con la ubicación e infraestructura perfecta para liderar en este

mercado, solo debe avanzar en superar las barreras y trabas que impiden aprovechar el máximo de su potencial.

Cabe resaltar que los procesos logísticos han impactado la economía local, asimismo, las operaciones de los centros logísticos en el país están aportando mayor valor y competitividad a los demás sectores productivos, incluyendo el comercio, la industria y las zonas francas.

Desde este escenario, y aprovechando las condiciones actuales, se está impulsando una nueva visión para convertir al país en Hub Logístico del Caribe de clase mundial, posicionándonos como una plataforma que ofrece todos los procesos y capacidades en función de la realidad de la demanda en los mercados en donde compiten los clientes, específicamente el Caribe y Centroamérica.

La promulgación en septiembre del 2015 del Decreto 262-15, el cual regula e incentiva el funcionamiento de centros logísticos en el país, establece las condiciones para que la República Dominicana se convierta en un centro de acopio y distribución de importancia, no solo para el Caribe, sino también para toda la región.

Con este nuevo marco legal el país ya está a la vanguardia en lo que se refiere a la agilidad y eficiencia de los procesos aduanales e integración de la tecnología a los mismos, lo cual nos aventaja ante nuestros principales competidores de la región.

Cabe resaltar que los procesos **logísticos** han impactado la economía local, asimismo, las operaciones de los centros **logísticos** en el país están aportando mayor valor y **competitividad...**



Clúster Logístico de la República Dominicana

Para aprovechar y dar respuesta a lo propuesto en este decreto, el sector privado ha unido sus esfuerzos a través de un espacio de sinergia y trabajo conjunto, el Clúster Logístico de la República Dominicana (CLRD). Este opera bajo la sombrilla de la Asociación Dominicana de Zonas Francas

(ADOZONA) y el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE).

La principal misión del Clúster es impulsar el crecimiento, la innovación y la competitividad del sector logístico dominicano a través de la cooperación, la comunicación estratégica, la formación, capacitación e investigación y la sensibilización sobre su relevancia.

El CLRD está compuesto por las distintas empresas logísticas industriales y de zonas francas establecidas en el país. También, trabaja de la mano con instituciones públicas y organizaciones privadas identificando e impulsando las acciones que se consideren necesarias para que la logística se convierta en un verdadero motor de desarrollo nacional y el país sea el Hub Logístico del Caribe.

Evidencias de un sector de gran potencial

Las empresas del sector están comprometidas con avanzar en la consolidación de la propuesta de convertirnos en un Hub, por lo cual cada una desde sus áreas de acción ejecuta importantes esfuerzos aportando a través de su gestión empresarial y sus operaciones. Desde desarrollar e innovar en procesos, establecer infraestructuras, invertir en nuevas tecnologías y buscar estar siempre a la vanguardia en esta materia, son algunas de sus acciones.

En la actualidad, centros logísticos importantes, como es el caso de DP World Caucedo, Haina Logistic Center, Schad y Caribetrans exportan a países como: Haití, Costa Rica, Puerto Rico, Guatemala, Honduras, Estados Unidos, Cuba, Dubai, Jamaica, México, Singapur, Malasia, Curazao, Aruba, Panamá, Venezuela, Taiwán, Islas Vírgenes, entre otros.



Estos exportan mercancía en rubros como alimentos, dispositivos médicos, plásticos, zapatos, varillas, metal scraps, alimentos, mobiliarios, repuestos, entre otros.

Por citar algunas de las empresas que aprovechan los beneficios de sus operaciones, tenemos a: Mead Johnson, Nestlé, Mercasid, Kimberly Clark, Huawei, Convatec, Edwards LifeSciences, United Brands, Autozama, Johnson & Johnson, Diageo, Smurfit Kappa, IKEA, Unilever Caribe, César Iglesias, Centro Cuesta Nacional, entre otros.

Esta lista puede continuar ampliándose, nos encontramos en el momento perfecto para materializar una visión que nos permita seguir elevando nuestros niveles de competitividad, generar empleos, aportar al desarrollo productivo e impulsar el crecimiento de los diferentes sectores de la economía. Ejemplo vivo de esto es el hecho de que a la fecha el sector ha generado alrededor de 2,293 empleos directos.

El Clúster Logístico aboga por que se continúe trabajando en la consolidación del país como una opción logística eficiente, con servicios de clase mundial, procesos aduaneros que faciliten el comercio, una orientación a la tecnología, aspecto crítico en las cadenas de suministro modernas.

Convertirnos en un Hub se traducirá en crecimiento económico, atracción de inversiones, posicionamiento de nuestro país en la región y el mundo, pero sobre todo nos permitirá mejores niveles de bienestar y desarrollo para todos los dominicanos.



FACTOR DE EXITO
Partner
Comercial

OMG!!! Experience

...dale play

PANTALLAS
TOUCH

HOLOGRAMA

REALIDAD
VIRTUAL

REALIDAD
AUMENTADA



Un gran **wao!!!** vende más

Lleva tu estrategia publicitaria
al siguiente nivel



ABRE LA APP
Descarga Zapar
gratis desde
tu App Store
o Play Store



APUNTA
Coloca el Código
que cubra tu pantalla
completa



DISFRUTA
Ve como
las cosas
cobran vida!



Corales Puntacana Resort & Club Championship de la PGA TOUR

El norirlandés Graeme McDowell se alzó con el primer lugar de la segunda edición del torneo de la PGA TOUR en el país, el Corales Puntacana Resort & Club Championship, llevándose a casa US\$540 mil de una bolsa de premios que ascendió a US\$3 millones.

McDowell logró una puntuación de -18 (73-64-64-69), terminando la ronda final con 5 birdies y 2 bogeys. En su ronda de hoy tiró 69 palos. Con este triunfo McDowell baja de la posición #119 a los primeros 50 del mundo. Así mismo, recibe 300 puntos para la FedEx Cup.

El dominicano Julio Santos finalizó hoy con una puntuación de 75, colocándose en un triple empate en la posición 69.

El presidente y CEO de Puntacana Resort & Club, Frank Rainieri, agradeció a la PGA *“porque realmente nos sentimos que ya somos de la familia. Este segundo año nos ha servido de una experiencia inolvidable en la que todos hemos podido compartir, y tengo que agradecer no solo a nuestros patrocinadores, sino también a todos aquellos que nos visitaron durante la semana del torneo”*.

Rainieri destacó la organización del equipo organizador del Corales Puntacana Resort & Club Championship. *“Creo que con esto PGA y Puntacana Resort & Club han firmado un acta de matrimonio por mucho tiempo”*, agregó.



Graeme McDowell
Ganador del primer lugar



Patrocinadores

La segunda edición del Corales Puntacana Resort & Club Championship cuenta con el apoyo de: Hyundai, Airport Team Solution, Seguros Universal, CEPM, CITI, Multimédios del Caribe, Texaco GB Energy, Domicem, Brugal, Mastercard, Noriega Group, Coca Cola, CCS, Pizza Hut, Claro, Club Car, Duty Free, Samsung, Centro Médico Punta Cana, Constructora Llodrá, Alarma 24, Constructora Dupla, United Petroleum, Caribbean Turf, Banreservas, Constructora Lomar, Estudio EG, KG Constructora, Grayline, The Westin Puntacana Resort & Club, Punta Cana International Airport, Mitre, Spectro Lighting, BMW, Pemica, Industrial DBI, Serviport, Picky Plants, Stoli, Pollos Victorina, Nathan's, AVIS, MP Service Group, Coolekos, Hartemania, Hartemontaje, Bluemall Puntacana, SkinOk, Cocteles Artesanales del Caribe, Sun Bum, Cigarros Dominicanos, Dolce Gusto, Nescafé, Cerveza Canita, Cerveza Peroni, Promos Moll, Grupo de Medios EB, Lomo y Mary Pily Event-Studio, Macallan's, Santa Carolina Reserva y Sparkling Ice.

De su lado, Frank Elías Rainieri, vicepresidente senior de Puntacana Resort & Club, felicitó a los ganadores y añadió *“es un honor para nosotros tener aquí a un gran amigo, y entregar este trofeo por su esfuerzo, dedicación y como ganador de este torneo”*.

El ganador del Corales Puntacana Resort & Club Championship elogió las excelentes condiciones del campo de golf Corales y añadió que sigue mejorando más y más.

Para más información de los jugadores y el torneo visite <https://www.pgatour.com/>.

Acerca del campo Corales

Corales Puntacana Resort & Club, sede el primer y único PGA TOUR Event de República Dominicana, fue diseñado por el mundialmente famoso arquitecto Tom Fazio. Abierto en 2010, está ubicado junto a los acantilados, bahías, ensenadas oceánicas naturales, los lagos interiores y canteras coralinas del mar Caribe. Cuenta con 18 hoyos, seis de ellos frente al mar y culmina con sus tres últimos hoyos conocidos como el “codo del diablo”, el cual se posiciona entre los hoyos finales más espectaculares y catalogado entre los cinco más difíciles según la PGA.



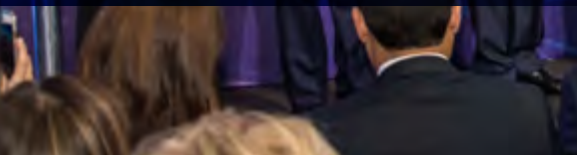
el equipo detrás del
CORALES
Puntacana Resort & Club Championship





La CCPSD celebra cuarta versión de la exposición comercial multisectorial HUB Cámara Santo Domingo

La Región de Centroamérica es el Invitado Estrella de HUB 2019



La Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (CCPSD) celebró la cuarta versión de su exposición comercial y multisectorial HUB Cámara Santo Domingo, con la participación de más de 200 empresas locales e internacionales y más de 20 país.



Esta edición aglutinó a un grupo de más de 80 compradores internacionales coordinados por el CEI-RD, quienes se reunieron con empresarios dominicanos con el propósito de adquirir artículos de producción local de sectores como: construcción, tecnología, energía, manufactura, textil, farmacéutico, belleza, plástico, servicios, entre otros.





ism

Industrias San Miguel



En Industrias San Miguel vivimos al máximo nuestro valor; "liderazgo con cercanía"



zappar

Descarga gratis desde tu App Store o Play Store y disfruta.



ABRELA APP



APUNTA



DISFRUTA

WHERE YOU WANT TO BE IN PUNTA CANA



Todo Incluido de Lujo | Espaciosas Suites | Restaurantes 5 Estrellas | Royal Service Solo Para Adultos | Family Concierge | YHI Spa
Actividades Life Enriching | Deportes Acuáticos No Motorizados | Programa de Fitness | Paquetes de boda | Reuniones & Convenciones
The Grand Reserve at Paradise Palma Real | Paradise Palma Real | Paradise Punta Cana
Para reservar, visítenos en PARADISUS.COM, llame al 1-888-751-7533 o contacte a su agencia preferida.

PARADISUS

BY MELIÁ

Dominican Republic