

8 MARZO
Día Internacional
MUJER



OMEU

Organización de Mujeres Empresarias,
Ejecutivas y Emprendedoras del Uruguay

Mujeres que lideran



“Las mujeres que lo tienen todo, y las que aún no tienen nada, en algún punto comparten los mismos problemas”

Fernanda Castellanos, la directora ejecutiva de OMEU (Organización de Mujeres Empresarias, Emprendedoras y Ejecutivas de Uruguay) reflexionó sobre los principales logros del año que pasó y qué desafíos aún persisten para 2025

Cuáles fueron los principales logros de OMEU en 2024?

Cumplimos 15 años, y eso ya es un gran logro para una organización de la sociedad civil que tiene como fin la equidad y la igualdad en los ámbitos empresariales, ejecutivos y en el del emprendedurismo. Además en 2024 recorrimos todo el país con nuestro programa Entre Todas y el programa Más Emprendedoras pasó a tener un año de duración. Eso habla de que trabajamos con las mujeres desde que llegan en una etapa inicial del emprendimiento o autoempleo hasta acompañarlas en sus primeros pasos comerciales: por ejemplo en un shopping o en un local de ventas masivas.

Por otra parte, en nuestro otro programa Más Ejecutivas tuvimos que abrir más plazas porque se llenaba. El programa tiene la premisa “liderarse para liderar”, que implica conocerse en las competencias como líderes, en la toma de decisiones. Ha tenido un efecto muy positivo en las mujeres que participan, desde tomarse unas horas cada semana para pensar en esos roles, en el equilibrio trabajo familia o cómo transitar su carrera. Las mujeres salen del programa con otro conocimiento de ellas mismas y con otros acuerdos con ellas. Y eso hace que puedan redefinir su carrera y construirla hacia donde quieran

¿Qué programas tienen activos actualmente?

Está Entre Todas, un programa con el que recorremos todo el país desde 2019. En cada pueblo, en cada ciudad, en cada departamento de Uruguay, encontramos mujeres que nos están esperando; que quieren pasar todo ese día para entender cómo hacer para poder emprender. Confían en la organización porque alguien les dijo “andá”. Es un programa en el que en cada taller participan más de 50 personas y que hacemos muchos por año. Que luego pasen al programa Más Emprendedoras y puedan hacer todo el desarrollo es un logro en sí mismo para ellas y para nosotras como sistema. El Más Ejecutivas fue toda una novedad en su momento, porque no había un programa que trabajara sobre el liderazgo de la mujer desde ese lugar. Al principio lo propusimos tímidamente y luego con el boca a boca, las empresas nos vienen a buscar porque quieren ha-



Fernanda Castellanos - Directora ejecutiva de OMEU

cer algún curso del estilo in house.

Después otro programa, que el año pasado no lo hicimos y este año vuelve seguramente es Mujeres Inversoras. También fue muy innovador, porque nadie hablaba de las mujeres invirtiendo y mucho menos invirtiendo en emprendimientos de otras mujeres. Es ir un paso más allá. Lo hicimos con Socialaby en alianza con ONU Mujeres. Este año también tenemos en cartera el programa Mujeres Plateadas, porque hemos visto la necesidad de un grupo de mujeres, que están en un proceso prejubilaro o jubilatorio o que de repente ya no tienen una actividad y requieren de acompañamiento para entender qué es lo que quieren hacer en esa etapa. Para vivirla con alegría y tener una buena calidad de vida. Algunas también necesitan alcanzar la autonomía económica porque baja su ingreso y hay otras que no quieren volver a los cuidados en el 100% de su tiempo. Hay muchos temas de género en ese segmento de mujeres.

Tenemos otro programa que se llama Referentes Regionales, que también busca capacitar en competencias de Liderazgo a referentes que trabajan con otros núcleos de mujeres vulnerables en todo el interior del país.

¿Cuáles son los desafíos que persisten y se enfrentan todas las mujeres con las que trabajan?

En general, en todos los ámbitos que ocupan las mujeres, la que

ha ganado más, la que le ha ido mejor en su carrera, y la que no tiene nada o no le ha ido tan bien, hay en un punto en el que comparten los mismos problemas, las desigualdades son estructurales. Y esos problemas tienen que ver con temas culturales de los que estamos convencidas sobre qué nos merecemos, de qué somos capaces, de las culpas, de las cargas obligatorias que tenemos en temas de cuidado. Hay un montón de problemáticas que tienen que ver con que todas nos criamos con los mismos mandatos y eso tiene una repercusión en cómo encaramos la vida, las parejas y lo que sentimos que merecemos. Nosotras, en todos los programas, partimos de la base de trabajar con las mujeres en lo que nosotras podemos cambiar. Hay un escenario que, por suerte, ha avanzado en muchos aspectos y ha retrocedido en otros y eso no depende 100% de nosotras.

Pero hay otros escenarios, que nosotras podemos construir identificándonos y definiendo qué líder queremos ser, sabiendo que tenemos el derecho y la libertad de poder tomar nuestras decisiones, de trabajar donde queremos o que nos somos mejores o peores madres si queremos tener una carrera en una empresa. Todas esas cosas que trabajan en nuestro inconsciente y nos limitan, las trabajamos con herramientas técnicas y con la compañía de otras

mujeres que también han recorrido esos caminos.

¿Cuáles son los principales avances que notan desde OMEU?

Lo mejor que nos pasó es saber y entender. Hay información, hay datos. Contra eso nosotras tomamos decisiones. Entonces ¿qué ha cambiado a partir de eso? que las mujeres hemos tomado otros roles y otras formas de hacer las cosas. Estamos convencidas de que tenemos que buscar la manera de avanzar hacia otros lugares. Hay muchos hombres que también han abierto puertas, han acompañado y han comprendido. Antes no pensábamos que podíamos ver una mujer al frente de un organismo internacional, un país, un medio de comunicación, un informativo etcétera. Son las menos todavía: son “la primera mujer que llegó”, “la única que hizo tal cosa”. Aún tenemos que dar muchísimos más exámenes y probar muchísimas más veces que estamos preparadas para estar en esos lugares y para ocuparlos. Pero la realidad es que de a poquito vamos ocupando esos lugares y hay niñas y niños que se están criando mirando otra realidad, en la que las mujeres podemos estar en esos ámbitos, donde para las niñas y niños los modelos de familia son más complementarios. Yo creo que es un logro que haya tanta gente y tantas personas que estemos trabajando

para tener más transformaciones y logros en este sentido. Después hay otras cosas en las cuales no hemos avanzado tanto. Las mujeres al tener estos nuevos propósitos y nuevos objetivos también están en mayor riesgo. Vemos los números de violencia que no se han podido bajar. El número de niñas y mujeres que mueren día a día solo por ser mujeres ha aumentado y es realmente doloroso ver esas cifras. Desde nuestro lugar, nos comprometemos a seguir fortaleciendo el trabajo sobre autonomía económica como salida.

Los cuidados son una de las desigualdades más difíciles de sortear en temas de equidad, ¿qué visión tiene OMEU sobre este problema y que aporta a la discusión de política pública?

Entendemos que nosotras debemos llevar la experiencia del sector privado, que es la de una gran cantidad de mujeres, al diseño de la política pública. Estamos en el Consejo Nacional de Género, conjuntamente con la Cámara de Comercio, en la comisión de Autonomía Económica. Desde ahí aportamos en el rediseño de algunas herramientas para promover la formalización de las mujeres. El Consejo es un órgano Interinstitucional donde se trabajan las políticas de forma integral. La temática de cuidados, sigue siendo una de las desigualdades estructurales para las mujeres, por eso es tan importante trabajar en el marco del Consejo, contando con las visiones de especialistas en estos temas, para lograr construir soluciones integrales para las mujeres. En nuestros programas, lo que más vemos no son mujeres que tuvieron un sueño y quieren hacer su emprendimiento. En general las que se acercan a Entre Todas, son jefas de familia que tienen autoempleo, porque tienen hijos, y no pueden salir a trabajar y desde la casa hacen lo que pueden para poder mantener a su familia. Hace unos días veíamos el nuevo índice de pobreza que habla de estar fuera del sistema y del trabajo informal y en su mayoría son mujeres. Entonces estamos hablando de autonomía económica, que tiene que venir acompañada del trabajo en otros ámbitos y tiene que ser de forma integral. ●

De primera experiencia laboral a CEO: el camino de Marianne Delgado al frente de MAPFRE Uruguay

Cómo su experiencia en la empresa es el reflejo de una cultura organizacional que busca promover la equidad entre mujeres y hombres dentro de la compañía

Un camino lleno de aprendizajes, marcado por la empatía, la adaptabilidad y la confianza, con el apoyo invaluable de líderes que acompañaron y dejaron su huella: así podría resumirse la carrera profesional de Marianne Delgado, CEO de MAPFRE Uruguay.

Su vida profesional entera se desarrolló dentro de esa empresa en la que recorrió distintas áreas, varias localidades y hasta dos países distintos. Si bien no es fácil adaptarse a tantos cambios, llegar a lugares nuevos con culturas y costumbres diferentes a las de origen, Marianne se apoyó en su “capacidad de adaptabilidad” e “inquietud constante por aprender más y el buen relacionamiento con mis pares”. De esa forma pudo “establecer conexiones sólidas con compañeros, clientes e intermediarios, escuchando y comprendiendo que quien llega es quien primero debe hacer la conexión” explicó Delgado.

MAPFRE es una compañía donde se promueve un enfoque integral y estratégico, acompañado de la Política de Diversidad e Inclusión que promueve el equilibrio entre hombres y mujeres dentro de la empresa y una mayor equidad de oportunidades. Esto fue fundamental para acompañar su desarrollo profesional y personal al mismo tiempo, especialmente en una carrera con mucha movilidad. “No es menos importante la barrera de mantener el equilibrio del trabajo y la vida personal, este ha sido un desafío constante” contó Delgado; “para superarlo a lo largo de mi vida he desarrollado estrategias del manejo del tiempo y priorización de actividades que me han permitido cumplir con mis responsabilidades laborales sin descuidar mi bienestar personal y familiar con mi esposo e hijos” Aprender a delegar y confiar en los equipos que formó fue clave para poder mantener ese equilibrio. Y aunque gestionar equipos diversos pudo haber sido una barrera en su carrera, “siempre lo convertí en un desafío, “logrando desarrollar con ellos una comunicación abierta y transparente, fomentando la colaboración y el reconocimiento”. Marianne también reconoce los aprendizajes nacidos



Marianne Delgado - CEO de Mapfre Uruguay

De Venezuela a Uruguay, 32 años de crecimiento en MAPFRE

Nacida en Barquisimeto, Venezuela, Marianne Delgado entró en MAPFRE hace 32 años, apenas egresada de la carrera de abogacía. Llegó a la entrevista de trabajo sin ninguna experiencia previa, pero igualmente logró el trabajo: “agradezco que me permitieron iniciar sin tener ninguna experiencia y que se hayan tomado el tiempo de enseñarme dando de mi parte todo el compromiso para lograr transitar el recorrido” recuerda Delgado.

Comenzó como analista de siniestros, y desde ese momento “inicié un lindo camino profesional”. Pasó por las áreas de Siniestros de Auto y Salud, luego lideró el Área Técnica de Automóvil y más tarde el Área Comercial con los Clientes Corporativos. “Ocupé la Dirección Técnica y de Operaciones hasta el año 2016, cuando MAPFRE me ofreció iniciar un nuevo proyecto como Gerente General en MAPFRE Uruguay”, cargo que aceptó y mantiene hasta hoy; “estoy muy agradecida por todas las oportunidades que el Grupo MAPFRE me ha dado en permitirme un desarrollo profesional: fueron años de aprendizajes, desafíos, éxitos y frustraciones, de los cuales también tuve mucho que aprender” ●

del error: “a lo largo de mi recorrido, experimenté fracasos que me brindaron valiosas lecciones; en lugar de verlos como obstáculos, los consideré oportunidades para aprender y mejorar. La resiliencia y la capacidad de aprender de los errores me permitieron convertir las frustraciones en motores de crecimiento y éxito” explicó. Y agradeció a todos quienes la apoyaron en su carrera a lo largo de

los años: “En mi recorrido, tuve muchos líderes de los que aprendí, y que sin duda dejaron huellas en mi vida”.

Valorar la diversidad e inclusión: las claves para una plantilla equilibrada

La plantilla de MAPFRE Uruguay es equilibrada entre hombres y mujeres, un avance que Delgado comenta que se logró gracias al

enfoque “integral y estratégico acompañado de la Política de Diversidad e Inclusión que promueve ese equilibrio”. Esto se aplica desde el proceso de selección donde hay un “monitoreo constante de las necesidades en las áreas, siempre con un enfoque en el equilibrio”. Según Delgado, trabajan con mucho cuidado de eliminar ciertos sesgos que “pueden presentarse” en determina-

das situaciones. Por otra parte, la empresa trabaja con mucho empeño en la formación de liderazgo femenino, fomentando la capacitación en esta área, además de promover una cultura organizacional que valore la diversidad y la inclusión. “Al implementar algunas de estas estrategias de manera consistente y comprometida, MAPFRE Uruguay ha logrado trabajar hacia una plantilla más equilibrada y diversa, beneficiando tanto a la empresa como a sus colaboradores” consideró. Su propia carrera es una muestra de esta política. Si tuviera que aconsejar a otras mujeres en base a su experiencia podría resumirse en confianza en el talento propio, tener humildad y no temer a los cambios. Pero además de esto “crear redes de apoyo permite rodearse de personas que inspiren y guíen. La colaboración y el apoyo mutuo son fundamentales para el crecimiento, no solo personal sino también profesional. Valorar la diversidad de pensamiento y experiencias enriquece la creatividad y la innovación” consideró Delgado. ●

Las mujeres que lideran el cambio en DIVINO

Cinco mujeres están al mando de gerencias clave de la empresa; su liderazgo no solo impulsa el crecimiento de la marca, sino que también abre camino a nuevas generaciones, demostrando que la diversidad es clave para el éxito

En el mundo empresarial actual, el liderazgo femenino ha dejado de ser una excepción para convertirse en un motor clave de cambio y crecimiento. En DIVINO, esta transformación es evidente: en cinco de once gerencias de la empresa hay una mujer a cargo. Incluso en áreas tradicionalmente masculinas como producción, infraestructura edilicia o sistemas. Las mujeres en posiciones de liderazgo han contribuido a la evolución de la empresa con su visión innovadora, su capacidad para gestionar equipos y su habilidad para enfrentar desafíos con resiliencia.

Algunas con poco más de un año y otras con varias décadas siendo parte de DIVINO, todas coinciden en que la equidad de género es parte del ADN de la empresa y que se dio de forma natural. “En DIVINO hay un ambiente que permite que el crecimiento suceda de manera natural, basado en la dedicación y el esfuerzo de cada persona” contó Rosario Mari, gerenta de Producción. “La equidad no es una acción aislada en DIVINO, sino una parte integral de nuestra cultura, que está presente en todos los niveles de la organización, desde la base hasta la alta dirección” agregó María Inés Olivera, gerenta de Sistemas.

Con más de 40 años dentro de la empresa y habiendo pasado por varias jefaturas y gerencias, Gloria Novoa, actual gerenta edilicia destaca este ambiente donde las oportunidades se dan independientemente del género: “ha sido un camino de aprendizaje constante, con momentos de gran satisfacción y otros más desafiantes, pero siempre con la certeza de estar contribuyendo al desarrollo de una empresa familiar que ha crecido sin limitaciones y sin barreras de género”.

La impronta de liderazgo femenino se traduce en números: el 41% de los colaboradores de la empresa son mujeres y es aún más evidente en los puestos de liderazgo: casi un 50% de las gerentes son mujeres y 65% de las jefaturas están también ocupadas por mujeres. Según las entrevistadas, esto deriva en un ambiente en el que se generan “equipos colaborativos, en los que se promueve la escucha activa y el equilibrio de estrategia con creatividad haciendo de los detalles el gran diferencial” comentó Victoria Dutra, gerenta



El equipo de gerentas de Divino



de Marketing y Comunicaciones Corporativas, además de ser de por sí un elemento empoderador: “es motivador ver a varias mujeres en posiciones de liderazgo ya que demuestra que hay oportunidades reales” agregó Lucía Canclini, gerenta de Planeamiento.

Esta cultura de trabajo colaborativa es uno de los pilares fundamentales de DIVINO, donde se reconoce el valor de cada colaborador y se reconoce el trabajo bien hecho sin impor-

tar de quién venga: “eso genera un ambiente de confianza y respeto, donde cada uno puede desarrollar su potencial sin sentirse limitado por prejuicios o estructuras tradicionales” comentó Mari.

Entre ellas también coinciden en que, si bien existen líderes inspiradores tanto hombres como mujeres, hay un cierto estilo de “liderazgo femenino” que tiene su impronta. “más empático y más orientado a las personas, resultando en una

mejor comunicación” resume Canclini.

El poder de inspirarse en otras mujeres

El apoyo entre mujeres ha sido un pilar fundamental en el crecimiento profesional de este grupo. Ver a otras que llegaron antes ha permitido que más mujeres se animen a asumir roles de liderazgo y desarrollen habilidades clave para la toma de decisiones.

“El hecho que se visualicen mujeres en cargos de relevancia es la prueba tangible de que se puede llegar, que las oportunidades están y que depende de uno misma prepararse para poder aprovecharlas cuando se presentan” reflexionó Olivera. Dutra, por su parte, tiene un pensamiento similar: “en mi caso, fui construyendo mi camino con mucho trabajo, pero también con referentes que me inspiraron a ir por más. Hoy, como líder, me gusta transmitir ese mensaje a otras mujeres: los espacios están, hay que animarse a tomarlos”. “Es importante que las nuevas generaciones lo vean como una posibilidad natural en su camino profesional” agregó Novoa.

Cuando además las mujeres llegan a espacios tradicionalmente masculinos como las áreas de Producción o Sistemas, este cambio puede implicar un doble desafío, pero que en Divino es visto como parte del proceso normal de la empresa: “fue un desafío interesante, pero no algo que se percibiera como fuera de lo común en DIVINO donde las mujeres son tan valoradas como los hombres, y el reconocimiento de las capacidades y logros se basa en el mérito y el talento, sin importar el género” recordó Olivera.

Una situación similar vivió Rosario Mari al asumir la gerencia de producción: “Me enfoqué en demostrar que lo importante no era el género, sino la capacidad de gestionar equipos, optimizar procesos y cumplir con los objetivos de la empresa. Con el tiempo, el equipo se fue acostumbrando a una nueva dinámica de trabajo donde el liderazgo no dependía de ser hombre o mujer, sino de la capacidad para tomar decisiones y guiar al grupo. Creo que, de alguna manera, eso ayudó a abrir la puerta para que en el futuro más mujeres puedan sumarse a este tipo de roles” . ●

El rol clave de una líder en la transformación de Doña Coca

En medio de una transformación institucional importante, la empresa de alimentos incorporó a Gabriela Olaizola como gerente general, para transitar el cambio entre empresa familiar a corporativa

La marca Doña Coca lleva en su esencia la impronta de una mujer inspiradora: la abuela del fundador, quien lo guió y dejó un legado de fortaleza y dedicación. Esa misma esencia sigue vigente en la empresa, donde las mujeres ocupan espacios clave en diferentes áreas.

Con la reciente incorporación de Gabriela Olaizola en la dirección general, este liderazgo femenino ha cobrado aún más fuerza, impulsando un proceso de transformación basado en cercanía, comunicación y un firme compromiso con la evolución del papel de la mujer en el ámbito corporativo.

“Desde siempre en Doña Coca las mujeres tuvieron un espacio en el ámbito laboral, tanto a nivel industrial como administrativo. Con la adquisición de la empresa, comenzaron a darse cambios relevantes, siendo el punto de inflexión la decisión de que la dirección del negocio fuera llevada adelante por una mujer. Luego de mi ingreso, y ante el enorme desafío de corporativizar la empresa, comenzó a crecer la tasa de mujeres en el equipo, pero esta vez con una diferencia relevante: que los ingresos femeninos estaban llegando para ocupar posiciones clave”, destacó.

Según Olaizola, con su llegada a la dirección se creó un comité gerencial conformado mayormente por mujeres profesionales que tienen día a día la posibilidad de demostrar su talento. Actualmente, el 45% de la nómina de Doña Coca está compuesta por mujeres, y en el área gerencial el 60% de los cargos son ocupados por ellas.

En su incorporación a Doña Coca, Olaizola se encontró con una empresa con un fuerte sentido de pertenencia y orgullo entre sus colaboradores. Su tarea no solo ha sido preservar esos valores, sino también liderar el cambio cultural necesario para la transición de una empresa familiar exitosa hacia un modelo corporativo más estructurado.



Gabriela Olaizola, Gerente General de Doña Coca

credibilidad, convicción y liderazgo con el ejemplo”, afirma.

Si bien las políticas de diversidad han favorecido la inclusión de mujeres en espacios de liderazgo, Olaizola considera que todavía queda camino por recorrer. “Poco a poco, se ve una evolución. Afortunadamente, hoy hay varias empresas en Uruguay donde las CEOs son mujeres. Las que ocupamos estos roles tenemos la gran responsabilidad de hacerlo bien para continuar abriendo puertas a futuras generaciones de mujeres profesionales”, enfatiza.

Rompiendo paradigmas sobre el liderazgo femenino

El debate sobre si existe un tipo de liderazgo femenino distinto al masculino es frecuente en el mundo empresarial. Sin embargo, Olaizola tiene una postura clara al respecto: “No creo que haya un liderazgo femenino y otro masculino. Existen distintos estilos de liderazgo, como el situacional o el inspiracional, pero no dependen del género”.

Lo que sí destaca es la importancia de generar espacios donde las mujeres puedan desplegar su talento sin barreras. En Doña Coca, su rol como líder ha contribuido a fortalecer la participación femenina en la toma de decisiones, promoviendo un entorno donde todas las opiniones cuentan y el impacto de cada profesional es reconocido.

Para aquellas mujeres que están iniciando su camino profesional y aspiran a posiciones de liderazgo, Olaizola deja un mensaje claro: “Que sean curiosas y aprendan todo lo que puedan, que no se queden atrapadas en zonas de confort. Con una buena combinación de actitud, perseverancia y aptitud, el camino será su recompensa”.

Su experiencia en Doña Coca demuestra que el liderazgo femenino no solo es una realidad creciente en el mundo corporativo, sino que es un motor clave para la transformación y el crecimiento de las empresas. ●

L. CARREÑO

“Mi rol se centró en conservar los aspectos valiosos que tenía la compañía, incorporar talento e implementar herramientas de gestión, pero sobre todo hacerlo con una fuerte dosis de cercanía y reconocimiento a los logros”, señala. Esta transformación ha permitido la convivencia de colaboradores de larga trayectoria con nuevos profesionales, sumando diversidad de experiencias y visiones.

A lo largo de su carrera, Olaizola ha enfrentado desafíos en un entorno tradicionalmente dominado por hombres. Su paso por empresas como Coca-Cola, Pagnifique y Bimbo le permitió consolidar un perfil de liderazgo equilibrado entre aptitud y actitud, cualidades esenciales para abrirse camino en el ámbito industrial y logístico.

“Durante mucho tiempo, lideré áreas con un predominio de colaboradores y colegas masculinos, hasta consolidarme como generalista. Estoy convencida de que los desafíos se superan con actitud,

Las medidas de **Alcance** para fortalecer la equidad en un sector con 80% de mujeres

Con una mujer al mando, la empresa atravesó un recambio generacional que la modernizó sin perder su esencia

Asumir la gerencia general de Alcance fue un desafío y una gran responsabilidad para María Inés García, pero también una oportunidad para demostrar que el liderazgo no tiene edad, sino que se basa en la visión, la estrategia y el compromiso. Desde hace más de seis años, lidera una empresa que ha sabido evolucionar sin perder su esencia, apostando por la profesionalización, la innovación y la mejora continua.

“Llegar joven a este puesto significó demostrar con trabajo y liderazgo que la capacidad no depende de la edad, sino del compromiso, la visión estratégica y el equipo que te acompaña”, reflexiona García.

Bajo su dirección, la compañía vivió un recambio generacional que combinó tradición e innovación, incorporando tecnología, digitalización, sostenibilidad y nuevas formas de liderazgo. “Apostamos a un liderazgo cercano, con escucha activa y compromiso, asegurando que la transición se diera de forma armónica y enriquecedora para todos”, explica.

La equidad de género como pilar de gestión

Desde su llegada en 2018, García ha impulsado y fortalecido medidas para potenciar todo lo referente a la equidad dentro de la organización. “Ya en 2017 Alcance se había adherido a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de ONU Mujeres lo cual nos permitió más adelante reforzar políticas internas de igualdad”, comenta. Actualmente, el 50% de los cargos de liderazgo en Alcance están ocupados por mujeres, reflejando el compromiso de la empresa con la diversidad y la inclusión.

Conciliar un cargo de alta responsabilidad con la vida personal no es sencillo, pero García enfatiza la importancia de predicar con el ejemplo: “La clave está en organizarse, confiar en el equipo y establecer límites saludables”.

En Alcance, han implementado políticas que favorecen el equilibrio entre la vida laboral y personal, promoviendo un entorno donde el bienestar de los colaboradores sea una prioridad.

En un sector donde el 81% del



María Inés García, Gerenta General de Alcance



personal son mujeres, muchas de ellas jefas de hogar, Alcance ha implementado medidas para acompañar sus necesidades, incluyendo capacitaciones, apo-

yo en salud y políticas de flexibilidad, espacios de diálogo y contención. “Trabajamos para facilitar no solo un espacio de escucha, sino también licencias

especiales, beneficios asociados a la lactancia y medidas que permitan balancear las responsabilidades familiares. Promovemos un ambiente de trabajo

basado en la empatía y el respeto, donde cada colaborador pueda desarrollarse profesionalmente sin descuidar su vida personal”, explica García. ●

Responsabilidad social con impacto real

La responsabilidad social empresarial ha sido otro eje de su gestión, con iniciativas enfocadas en problemáticas que afectan mayoritariamente a las mujeres, como el cáncer de mama. “Cada octubre, en el Mes Rosa, organizamos acciones para promover la prevención y apoyar la investigación”, destaca. Gracias a estas iniciativas, Alcance ha donado equipamiento clave a la Unidad de Medicina Genómica del Hospital de Clínicas.

Proyección a futuro

Con una mirada puesta en la innovación y la sostenibilidad, los planes de Alcance incluyen la expansión de alianzas estratégicas y el desarrollo de nuevas iniciativas de bienestar. “Queremos seguir fortaleciendo la excelencia en el servicio y diseñar una experiencia memorable para nuestros socios”, concluye García, reafirmando su compromiso con el crecimiento de la empresa y el impacto positivo en la comunidad.

El trabajo de Itaú junto a OMEU para levantar las barreras que persisten entre las emprendedoras

Itaú, en alianza con OMEU, apoya el crecimiento de las mujeres emprendedoras en el país. A través de programas de capacitación, financiamiento y networking, busca potenciar su desarrollo y generar nuevas oportunidades de negocio

I. GUIMARAENS

La colaboración entre Itaú y OMEU (Organización de Mujeres Empresarias, Emprendedoras y Ejecutivas del Uruguay) busca generar oportunidades para que las mujeres accedan a herramientas clave en su desarrollo empresarial. Entre las acciones destacadas se encuentran espacios de capacitación y formación con talleres, cursos y seminarios sobre gestión empresarial, liderazgo e innovación. También espacios de networking: encuentros para conectar emprendedoras, generar oportunidades de negocio y facilitar el acceso a mentores e inversionistas. Y acceso a financiamiento con productos y servicios financieros diseñados para facilitar el crecimiento y expansión de proyectos liderados por mujeres. La directora de Transformación de Itaú, Florencia Lecueder, resalta la importancia de estas iniciativas: "Nuestro objetivo es ayudar a las mujeres a superar barreras y fortalecer sus habilidades, brindándoles acceso a los recursos que necesitan para hacer crecer sus negocios".

A pesar de los avances, las emprendedoras continúan enfrentando obstáculos en su camino. Entre las principales dificultades se encuentran el acceso a crédito, la conciliación entre la vida personal y profesional, y la falta de visibilidad de sus logros en el mundo empresarial. Muchas mujeres "carecen de redes de apoyo o mentoría que les ayuden a crecer y consolidarse en sus proyectos; falta de programas accesibles o adaptados a las realidades de las emprendedoras, logros y negocios no siempre visibilizados, normas sociales y estereotipos de género que influyen en las oportunidades de las mujeres en el mundo empresarial", explicó Lecueder. "En respuesta a estos desafíos, han surgido diversas iniciativas en Uruguay, tanto del sector público como privado, para apoyar a las emprendedoras, tales como programas de financiamiento accesibles, espacios de mentoría y redes de apoyo específicas



Lucía Cabanas y Florencia Lecueder



Entrega de diplomas OMEU-Itaú

para mujeres. Sin embargo, sigue siendo un área en la que se requiere atención para lograr una verdadera igualdad de oportunidades" advirtió Lucía Cabanas, gerenta de Sustenta-

bilidad, Comunicación y Marketing de Itaú. Cabanas enfatiza la necesidad de continuar promoviendo la equidad en el ecosistema emprendedor: "Hemos visto cómo muchas muje-

res emprenden por necesidad, pero también con un gran sentido de propósito e impacto social. Queremos acompañarlas en ese camino, ayudándolas a fortalecer sus negocios y a al-

canzar su independencia económica".

"Mujeres al Cubo" y "Más Inversoras"

Desde CUBO Uruguay, Itaú promueve el programa Mujeres al Cubo, una iniciativa que fomenta la participación femenina en el ecosistema de innovación y tecnología a través del intercambio de experiencias, buenas prácticas y contenido especializado.

Asimismo, el banco también desarrolla Más Inversoras, en alianza con OMEU, un programa que busca aumentar la participación de mujeres en el mundo financiero y de inversiones personales.

El compromiso de Itaú con el empoderamiento económico femenino no solo responde a una cuestión de equidad, sino que también impulsa el crecimiento y la innovación en el sector empresarial uruguayo y un aliado estratégico en el camino de las mujeres hacia el éxito. ●

Alejandra Bosch, una nueva mirada en el liderazgo en Bosch & Cia

Es la primera mujer en el equipo gerencial de Bosch & Cia, desde donde impulsa una gestión con foco en el diseño, la funcionalidad y la cercanía con los clientes, mientras abre camino para una mayor equidad en el sector

Con 112 años ininterrumpidos en el mercado y en medio de un recambio generacional, Bosch & Cia incorporó en 2020 a una mujer en el equipo gerencial de la empresa. Alejandra Bosch, es responsable comercial de la marca Johnson, marca que se dedica al equipamiento de muebles de cocina y placards. “Las cocinas Johnson representan la más alta calidad, diseño y funcionalidad que podemos encontrar en el mercado. Gracias al compromiso, la dedicación y el talento de las más de 15 mujeres que integramos el equipo Johnson, es que hoy somos los líderes en el sector”, menciona Bosch.

Pero su camino para llegar hasta ahí no fue una línea recta. Por obvias razones su vida siempre estuvo relacionada a la de la empresa familiar, incluso su primer trabajo fue allí, durante un verano después del liceo, en una pasantía manejando la centralita de teléfonos. Pero cuando fue el momento de elegir su carrera profesional, Alejandra optó por la que más le apasionaba: la cocina.

Estudió la carrera de chef en la academia Le Cordon Bleu de París que complementó con la licenciatura en gerencia y administración en la universidad Paris School of Business “fue una alianza que formé sin haberlo planeado, porque siempre pensé que la licenciatura de gerencia y administración me iba a servir por si algún día abría un negocio gastronómico” recuerda Bosch. Sin embargo, conocer la esencia de una cocina y su funcionamiento terminó siendo una gran herramienta para ser responsable de la línea de muebles de cocina y placards de Bosch & Cia. “Cuando diseñamos junto a los clientes una cocina lo primero que transmitimos es que tiene que ser funcional, buscamos generar una alianza perfecta entre el diseño y la funcionalidad” ilustró.

A su regreso de Francia, Alejandra volvió a trabajar en la empresa familiar pero esta vez en el área comercial, un área que no había conocido hasta ahora y que le “fascinó”. Luego de algunos años ascendió posiciones y fue momento de sentarse en la mesa junto con el resto de los familiares que estaban en otras áreas de dirección de la empresa.

Consciente de que la construcción es un rubro muy masculino,



Alejandra Bosch y el equipo comercial de Johnson



Alejandra reconoce que a la interna de Bosch & Cia, en el momento de tomar decisiones y generar estrategias de desarrollo, siempre la trataron como una igual al resto del equipo gerencial. Su perspectiva femenina también fue importante desde el punto de vista comercial: “al momento de asesorar al cliente final, participamos de la intimidad del hogar, en el funcionamiento de las familias, y al conectar con el cliente desde este punto de vista, una mirada

femenina en el equipo gerencial, aportó muchos detalles que hasta ahora tal vez se pasaban por alto” comentó Bosch.

En Bosch & Cia la paridad entre mujeres y hombres está “bastante balanceada” explicó la responsable de Johnson, gracias a un aumento de la cantidad de mujeres en varias áreas de la empresa en los últimos años “hoy somos 60-40”. Sin embargo, ser la única mujer en un equipo gerencial tiene una exigencia extra: “es una gran

responsabilidad el demostrar que estamos a la altura”.

De todas formas, cree que “Las mujeres debemos hacernos valer por nuestra preparación, educación, valores y aptitudes, no por el simple hecho de ser mujeres. Es fundamental que nuestro reconocimiento y respeto se basen en lo que somos capaces de aportar, en nuestras habilidades y en el esfuerzo que invertimos para ser mejores cada día. La igualdad se construye cuando cada individuo,

independientemente de su sexo, es valorado por su capacidad y mérito.”.

Balancear la vida familiar y una carrera profesional no es fácil y menos en posiciones de liderazgo. Para Alejandra Bosch esto solo es posible cuando la igualdad de responsabilidades también se da en casa y admite que puede lograrlo gracias al gran apoyo de su marido que asume tantas responsabilidades en el hogar como ella. Esta situación además, se repite a la interna de la empresa: “tanto mi hermano como mis primos que tienen hijos chicos o están por ser padres asumieron realmente el concepto de paternar” Esta visión se refleja en las políticas internas de Bosch & Cia, que incluyen la flexibilidad para que los colaboradores puedan acompañar a sus hijos en momentos clave y estar presentes en situaciones familiares importantes.

Luego de varios años de crecimiento continuo, a nivel comercial en Bosch siguen fieles a su estilo: mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias en materiales y estilos de diseño. Aunque este año pueda presentar algunos desafíos para todo el sector, el objetivo seguirá siendo mantener la vigencia y poner el foco en el cliente: “ese es y será siempre nuestro valor número uno” concluyó Bosch.●

L. GUIMARAENS

Noelia y Leticia Copiz: Hermanas, emprendedoras y creadoras de experiencias en Casa Viasono

Desde 2024 ambas están juntas en Casa Viasono, una casa que combina la experiencia de home wellness de Viasono y Charo, una propuesta gastronómica inspirada en el legado familiar

En el mundo del emprendimiento, las historias de éxito suelen estar marcadas por la perseverancia, la innovación y una visión clara del propósito. Este es el caso de Noelia y Leticia Copiz, dos hermanas que han encontrado en sus pasiones un punto de convergencia para crear proyectos que buscan el bienestar y la conexión humana.

Con US\$ 400 de inversión y un local prestado Noelia Copiz inició su camino en el mundo empresarial, era joven y estaba influenciada por su padre y su experiencia en la industria del descanso. En 2002, en plena crisis económica, fundó Viasono en Punta del Este con un objetivo claro: “darle al descanso el valor que merece, concientizando sobre su importancia, sin comprometer la calidad ni la veracidad por rentabilidad”.

A lo largo de los años, Viasono evolucionó hacia un concepto más amplio, abrazando la idea del “home wellness”, entendiendo el bienestar como una combinación de confort, diseño y armonía en el hogar. Enfrentar a grandes competidores, “casi monopolísticos”, no fue tarea fácil, pero la tenacidad, la resiliencia y la fe de Noelia fueron claves para posicionarse como una referente en el rubro.

El liderazgo femenino también ha dejado su impronta en la empresa. Noelia destaca la importancia de la empatía, la comunicación y la búsqueda de la belleza en su forma más amplia, no solo en los productos que ofrece, sino en la manera en que se gestiona la empresa.

Ser madre la ha llevado a liderar desde la honestidad y con una visión más humana del trabajo en equipo. Su liderazgo ha permitido construir un equipo cohesionado y un clima laboral basado en la confianza y el propósito compartido. Noelia es madre de tres hijas y la conciliación entre su vida familiar y el liderazgo empresarial ha sido un desafío constante. “El gran desafío que tenemos las madres es el de trabajar como si no tuviéramos hijos y maternar como si no trabajáramos”, reflexiona. Recuerda que sus hijas llegaron en momentos clave de su vida: las mellizas cuando estaba haciendo



Leticia y Noelia Copiz



un MBA (que terminó con dos recién nacidas en casa), y su tercera hija, en medio de la apertura de su local insignia frente a la Plaza Gomensoro. Su autenticidad y el ejemplo que brinda a sus hijas son los pilares de su vida: “Claro que eso no me hace mejor madre, pero ser auténtica con quien soy

y poder transmitirlo no sólo con palabras sino con hechos concretos en el día a día, ojalá las inspire a seguir sus sueños, sabiendo que los sueños se trabajan” explicó.

Casa Viasono y Charo: un homenaje a la unión familiar

El vínculo entre Noelia y Leticia

trascendió los lazos familiares para convertirse en una sociedad emprendedora. Viasono y Casa Viasono dieron lugar a Charo, un proyecto gastronómico que lleva el nombre de su abuela, quien les inculcó el valor del encuentro alrededor de la mesa.

Leticia Copiz, por su parte, es una apasionada de la gastronomía y la nutrición. Su formación la llevó a especializarse en cocina y pastelería en prestigiosas instituciones como Le Cordon Bleu y Gato Dumas, además de desempeñarse en restaurantes de alto nivel en Uruguay y España. Charo es su manera de plasmar ese conocimiento, combinando técnicas de alta cocina con una propuesta saludable y de temporada.

Para Leticia, la cocina es un facilitador de encuentros y emociones. Charo se basa en la autenticidad de los ingredientes, la conexión con el comensal y la búsqueda de una experiencia sensorial completa. Su formación en distintos países le permitió adoptar un profundo respeto por la profesión y una mirada integral sobre la alimentación.

Si bien cada una tiene su propio estilo y forma de trabajar, Noelia y Leticia encontraron en sus diferencias una fortaleza para potenciar sus proyectos. Noelia es la emprendedora nata, la que se lanza a nuevas ideas con determinación, mientras que Leticia aporta la precisión y el perfeccionismo que aprendió en sus años de formación en la gastronomía. Esa sinergia ha permitido que juntas creen espacios donde el bienestar y la hospitalidad se entrelazan de manera natural. “Nuestro vínculo definitivamente se enriqueció. Somos muy diferentes y entendimos que eso le suma al proyecto y a nosotras entiendo que nos hace mejores personas” contó Leticia.

El futuro para estas hermanas emprendedoras sigue abierto. “Siempre fui de ir mirando el paisaje y cuando algo en el camino me inspira, voy atrás de ello”, dice Noelia, reflejando su espíritu innovador. Por su parte, Leticia comparte la misma visión: “Seguramente sí, y ojalá sean varios más”, afirma sobre la posibilidad de seguir emprendiendo juntas. ●

Flexibilidad, inclusión y liderazgo: Las claves de ManpowerGroup para un mundo laboral más equitativo

La ejecutiva lidera Manpower con un enfoque en la equidad y la flexibilidad laboral, demostrando que es posible equilibrar la maternidad y una carrera exitosa, brindando además, iniciativas que logren transformar vidas a través del empleo

Inés Arrospide, gerenta general de Manpower en Uruguay, es un ejemplo de cómo la visión transformadora y la gestión estratégica de las mujeres pueden impulsar el cambio en las organizaciones. Su carrera, iniciada a una edad temprana, la posiciona como un modelo para otras mujeres que aspiran a alcanzar posiciones de liderazgo.

Sus primeros años en Manpower estuvieron marcados por el entusiasmo y el aprendizaje constante: “fueron años muy lindos; yo estaba recién casada, no tenía hijos y a pesar de que trabajaba muchas horas, me encantaba lo que hacía y el ambiente de trabajo”, recuerda. Ingresó a la compañía como gerente de Administración y Finanzas, y en solo cuatro años le ofrecieron asumir la gerencia general.

El desafío no era menor: con solo 30 años y recién egresada de un MBA, debía demostrar su capacidad de liderazgo en un entorno donde la juventud muchas veces puede ser vista como una barrera. Sin embargo, para ella, ser mujer nunca fue un obstáculo.

“El principal desafío fue la edad. Pero ser mujer nunca lo sentí como un problema ni así me lo hicieron sentir”, explica.

Desde su posición actual, se ha propuesto crear un entorno inclusivo dentro de la empresa, fomentando el desarrollo profesional de más mujeres y asegurando la equidad en oportunidades de ascenso y remuneración. Su liderazgo se basa en la accesibilidad, la orientación y el apoyo a otras mujeres dentro de la organización. Una de sus iniciativas más destacadas es “Vivir Inspirada”, un programa que busca desarrollar un liderazgo integral en mujeres, promoviendo un crecimiento profesional basado en la confianza. Además, fomenta redes de apoyo dentro y fuera de la empresa, convencida de que compartir experiencias y consejos fortalece el camino de muchas profesionales.

Conciliación entre maternidad y trabajo: un factor esencial en las empresas

Uno de los mayores desafíos para las mujeres en el ámbito laboral



Inés Arrospide, Gerenta General de Manpower



sigue siendo la compatibilización de la maternidad con el crecimiento profesional. Desde la compañía, Arrospide ha impulsado políticas de flexibilidad horaria y trabajo remoto para permitir una mejor conciliación entre la vida personal y laboral.

“Entendemos que el regreso al trabajo después de una licencia de maternidad puede ser complicado. Por eso, ofrecemos apoyo con especialistas en maternidad y acompañamiento personalizado

para que las madres puedan reincorporarse con confianza y sin culpa”, explica. Además, desde su rol, asesora a otras empresas en la creación de políticas que favorezcan la igualdad de oportunidades sin que la maternidad sea vista como un obstáculo.

A nivel personal, Arrospide ha logrado equilibrar su carrera con su vida familiar, siendo madre de cuatro hijos. “Me encontré en una organización que me apoyó en todo momento y con un espo-

so que, si no me hubiese ayudado como lo hizo, no habría podido con todo”, afirma. Para ella, la clave ha sido el apoyo y la pasión tanto por su familia como por su trabajo, logrando un mix en el que todo fluye naturalmente.

Bajo su liderazgo, Manpower no solo se ha enfocado en la equidad de género, sino también en la inclusión laboral de poblaciones con dificultades para acceder a un empleo. La empresa ha desarrollado programas para jóvenes en búsqueda de su primer trabajo, personas mayores de 45 años, personas liberadas del sistema carcelario y personas con discapacidad.

“Nosotros decimos que transformamos vidas siendo un puente hacia el empleo. Queremos incluir en nuestro día a día a quienes más lo necesitan, brindando oportunidades reales”, destaca Arrospide.

En cuanto a las iniciativas en favor del liderazgo femenino, han demostrado ser valiosas tanto para la organización como para sus colaboradoras. Según Arros-

pide, los resultados son claros: equipos más estables, motivados y comprometidos con la empresa.

“Las mujeres destacan la relevancia de tener modelos de liderazgo visibles. Ver a otras en posiciones de poder les inspira y les da confianza para seguir esos mismos caminos”, afirma.

En el futuro, Manpower seguirá apostando por la equidad y el empoderamiento femenino, integrando estas iniciativas como parte de su cultura organizacional. “No solo creemos que estas acciones son esenciales para la igualdad de género en el trabajo, sino que también han demostrado ser una inversión estratégica que beneficia a toda la empresa”, concluye.

Con una visión de liderazgo basada en la inclusión y la sostenibilidad, Inés Arrospide continúa abriendo caminos para que más mujeres puedan alcanzar sus metas profesionales, demostrando que el talento y la determinación son clave para transformar el mundo laboral.●

Equilibrio ante todo: como lograr la equidad en el ambiente corporativo para Patricia Marques, socia de PwC

Con casi 40 años de trayectoria en PwC, Patricia Marques fue testigo de la transformación en la participación femenina dentro del ámbito laboral, reconoce las barreras que aún persisten y la dificultad de equilibrar la vida personal y profesional

Con casi 40 años de carrera dentro de PwC, Patricia Marques es testigo de la evolución, para bien, de la participación de las mujeres en ámbitos laborales y profesionales. “Cuando empecé a trabajar en PwC, siendo estudiante hace 37 años éramos 5 mujeres técnicas y algunas secretarías en un total de 70 personas, hoy el 56% de la plantilla de nuestra firma son mujeres y somos 4 socias en un total de 11” contó la Socia de Asesoramiento Tributario, Legal y Contable y de Diversidad & Inclusion de PwC Uruguay.

Consciente de que aún queda mucho por hacer en materia de equidad, Marques reconoce el impacto que tuvieron las políticas de equidad, promovidas tanto por las empresas como por los estados. “A nivel global PwC tiene la política de buscar un equilibrio, sin perder la meritocracia; no trabajamos con cupos pero sí trabajamos en generar un ambiente más inclusivo y, en particular, sobre algunos sesgos inconscientes que a veces generan barreras” explicó.

En el rubro de las consultoras se da una particularidad: el mercado laboral de quienes siguen las carreras universitarias que más se contratan en general muestra la presencia de más mujeres que hombres. Según Marques, por ejemplo en los llamados relacionados a contadores, abogacía y economía “se presentan más mujeres que hombres”, generándose un ingreso bastante equilibrado.

Por tanto la equidad en cuanto a cantidades se da pero a veces en lo que hay que trabajar es en “mantener la inclusión a la interna”, hay estudios que demuestran que las barreras y sesgos existen y tienen que ver con nuestra historia y cultura “lo cual debemos deconstruir juntos hombres y mujeres”.

Por otra parte, siguen habiendo sectores “altamente masculinizados” en los que “les cuesta ver a mujeres en algunos cargos”. Según Marques muchos de ellos “ni siquiera son conscientes de los sesgos” y allí es donde se generan las mayores diferencias en contrataciones y en la brecha salarial.

Marques se declara enemiga de los extremos y defensora de los equilibrios. Apunta a la multicausalidad cuando se refiere a temas de equidad. Por ejemplo, hay empresas cuyos líderes están muy convencidos de este tema y trabajan para ello, y en otra el tamaño de la empresa y su capacidad económica también puede influir o la cultura de la misma. Y pone como ejemplo de los diversos factores a considerar: “Para una red de firmas como PwC, que somos cientos de personas, tener 3 o 4 profesionales que se ausenten al mismo tiempo por motivos de embarazo no es un problema, pero para un estudio contable chico que tal vez sean 3 o 4 personas en total, si dos personas se ausentan a la vez por un largo período, hay una dificultad práctica para administrar la situación. El hecho de que los empresarios manejen todos los factores en sus contrataciones, no



Patricia Marques, socia de Asesoramiento Tributario, Legal y Contable y de Diversidad & Inclusion de PwC Uruguay

salidad cuando se refiere a temas de equidad. Por ejemplo, hay empresas cuyos líderes están muy convencidos de este tema y trabajan para ello, y en otra el tamaño de la empresa y su capacidad económica también puede influir o la cultura de la misma. Y pone como ejemplo de los diversos factores a considerar: “Para una red de firmas como PwC, que somos cientos de personas, tener 3 o 4 profesionales que se ausenten al mismo tiempo por motivos de embarazo no es un problema, pero para un estudio contable chico que tal vez sean 3 o 4 personas en total, si dos personas se ausentan a la vez por un largo período, hay una dificultad práctica para administrar la situación. El hecho de que los empresarios manejen todos los factores en sus contrataciones, no

puede llevar a concluir que están en contra de la equidad”.

Esos mismos equilibrios son los que esta socia con casi 40 años de carrera en el mundo corporativo les recomienda mantener a otras mujeres que recién están empezando el mismo camino. Madre de tres hijos, y habiendo transitado esa etapa en un contexto “mucho más desfavorable” Marques reconoce que buscar el balance entre vida familiar y profesional es de las cosas más difíciles de lograr, incluido el “manejo de la culpa”.

De todos modos, su principal recomendación es “que no sacrifiquen lo que no quieren sacrificar”, sino que busquen equilibrar todo y evitar frustraciones futuras. Buscar momentos de calidad y asumir que van a haber cosas a

sacrificar es clave. “Respeto que haya personas que decidan dedicarse 100% a una cosa u otra, pero yo prefiero los equilibrios en la medida que se pueda” agregó.

De su propia experiencia Marques también destaca la importancia de transmitir ejemplo, orgullo y satisfacción por la carrera que estás llevando a cabo “porque también hace a quien sos y a tu forma de ser mamá, si vos te frustras por no poder desarrollarte profesionalmente, esto va a impactar en tu forma de matinar”.

Reconoce que la aceptación del trabajo híbrido “ayudó mucho” y que hay más herramientas para balancear estos temas. Además de políticas internas de las compañías que apoyan a mujeres y hombres en esta etapa.

Otro consejo que transmite Marques es “que sean auténticas”. Por mucho tiempo, recuerda, muchas mujeres se “masculinizaban” para adaptarse mejor al entorno de trabajo. Esto también viene de la mano de la forma de liderar. “Hay tantos tipos de liderazgos como tipos de personas”, sin embargo entiende que las mujeres “tienen una forma de vincularse diferente” lo que genera una forma distinta de liderar.

El equilibrio entre la vida profesional y personal sigue siendo un desafío y abordarlo requiere tanto compromiso individual como cambios estructurales. “En PwC trabajamos día a día para impulsar políticas y prácticas que promuevan la equidad de género, generando un impacto real hacia dentro y fuera de PwC” concluyó. ●

Helena: La revolución del skincare natural con respaldo científico

Ibana Almada Vera, fundadora de Helena The Spirit of Beauty, cuenta el proceso de creación de la marca, basada en sofisticados blends de principios activos orgánicos y naturales

Lanzada recientemente en el mercado argentino, Helena The Spirit of Beauty marca un hito en la cosmética natural. Creada por Ibana Almada Vera, CEO de Laboratorios Abies, junto a un grupo de químicos y dermatólogos, Helena es el resultado de cuatro años de investigación y desarrollo para ofrecer una línea de skincare minimalista, efectiva y respaldada por la ciencia.

Helena es una línea de skincare de sofisticados blends de principios activos orgánicos y naturales, que incluyen una combinación de moléculas de alta biodisponibilidad que se integran de distintas formas y se combinan de acuerdo a las necesidades de la piel y al ciclo diario.

La visión de Helena, sin embargo, nació mucho antes: “Mi gusto por la cosmética y el cuidado de la piel tiene recuerdos muy tempranos, en la casa de mi abuela, mirándola aplicarse sus cremas, escuchando para que utilizaba cada una, mientras me dejaba probarlas en mi piel de niña. Las cremas eran un ritual de belleza, de cuidado, y un momento casi introspectivo, cómplice, frente al espejo, el momento de la rutina del cuidado de la piel” recuerda Almada Vera.

Su trayectoria en Laboratorios Abies, una empresa enfocada en brindar productos naturales con calidad farmacéutica le dio el background para crear Helena con un enfoque innovador. Su línea de Bioactive Oils, introduce una propuesta que combina moléculas sofisticadas, naturales y orgánicas en sinergia con principios activos de alta eficacia. “Helena llega con un enfoque en la epigenética para ayudar a reflejar tu mejor piel” explicó Almada Vera.

La marca se distingue por ser la primera en Argentina y la segunda en Latinoamérica en obtener la certificación ECOCERT-COSMOS ORGANIC y NATURAL, garantizando los más altos estándares de calidad en cosmética natural y sustentabilidad ambiental. “Esta certificación primero auditó la planta donde se producen los productos, luego cada princi-



pio activo y luego las fórmulas; por eso el proyecto llevó cuatro años” contó Almada Vera.

La marca se lanzó primero en Argentina y sobre mediados de año estiman su llegada a Uruguay “por un tema de rapidez regulatoria”. “Estamos en proceso de registro en el Ministerio

de Salud de Uruguay, cuando lo habilite lanzaremos la marca en Uruguay que va a ser mi sueño, porque es mi país” admitió.

El desafío de las mujeres emprendedoras

El camino de Helena es también el reflejo de la pasión y resilien-

cia de Ibana Almada Vera como emprendedora. “Emprender es superar obstáculos, es trabajo en equipo, visión clara y convicción de que se puede”, afirma.

En un mundo donde las mujeres desempeñan roles cada vez más exigentes, el desafío radica en encontrar un equilibrio que permita la flexibilidad sin comprometer la productividad. Almada Vera destaca la importancia de modelos de trabajo adaptables que favorezcan el crecimiento profesional de las mujeres sin descuidar otros aspectos de sus vidas. Su compromiso con esta visión se traduce en el desarrollo de una marca que simplifica la rutina de belleza sin perder eficacia.

Laboratorios Abies y el compromiso con la ciencia y la naturaleza

Con una trayectoria de más de diez años liderando Laboratorios Abies, empresa con 29 años en el mercado, Ibana Almada Vera

ha consolidado un modelo de negocio basado en la investigación científica aplicada al mundo natural. Actualmente lidera dos laboratorios GMP, uno en Zonamérica (que produce Helena) y otro en Montevideo enfocado en el desarrollo de fitomedicamentos y productos de alta calidad.

Helena es la síntesis de esta experiencia: una línea de skincare donde menos es más, ofreciendo productos accesibles, diseñados para simplificar rutinas sin comprometer resultados. Con un enfoque en el bienestar integral, la marca propone rutinas adaptadas a las necesidades de la piel según las estaciones del año, promoviendo un momento de autocuidado consciente y saludable.

Con una propuesta innovadora y validada científicamente, Helena llega para revolucionar el cuidado de la piel, demostrando que la cosmética natural puede ser sinónimo de calidad y eficacia. ●

Autonomía económica: la clave para que más mujeres elijan su camino

A través de historias inspiradoras, mujeres referentes comparten su visión sobre la autonomía económica y su impacto en la construcción de una sociedad más equitativa

En el marco de este Día Internacional de la Mujer, OMEU (Organización de Mujeres Empresarias, Emprendedoras y Ejecutivas de Uruguay) lanzó una campaña de bien público para visibilizar la importancia para las mujeres de generar ingresos propios y decidir sobre el propio camino.

“Para quienes trabajamos en temas de género ‘autonomía económica’ es un término que nos es cercano, pero entendíamos que para todas las personas no es igual” explicó Fernanda Castellanos, directora ejecutiva de OMEU. “Junto al equipo de Alba Creative House trabajamos en bajar ese concepto técnico al día a día” agregó.

“Para algunas, autonomía económica es cuando cobramos el sueldo, cuando tomamos decisiones económicas o cuando trabajamos por nuestros derechos y por tener libertad” continuó explicando Castellanos. Así se creó una campaña que a través de historias de mujeres líderes, buscan inspirar y fortalecer el camino hacia una sociedad más equitativa.

Quienes participan son mujeres relacionadas de alguna forma a la organización, ya sea participantes de un programa, socias o mentoras. Los videos están protagonizados por:

- Patricia Pita, Pilota de rally
- Alejandra Labraga, Locutora y conductora.
- Lucía Cabanas, Ejecutiva
- Alicia Besnati, Empresaria y mentora
- Pilar Rodríguez, Participante de Mujeres Inversoras y mentora
- Silvia Núñez, Emprendedora, Noche azul
- Andrea Martínez Baccino, Emprendedora, Joyas Baccino



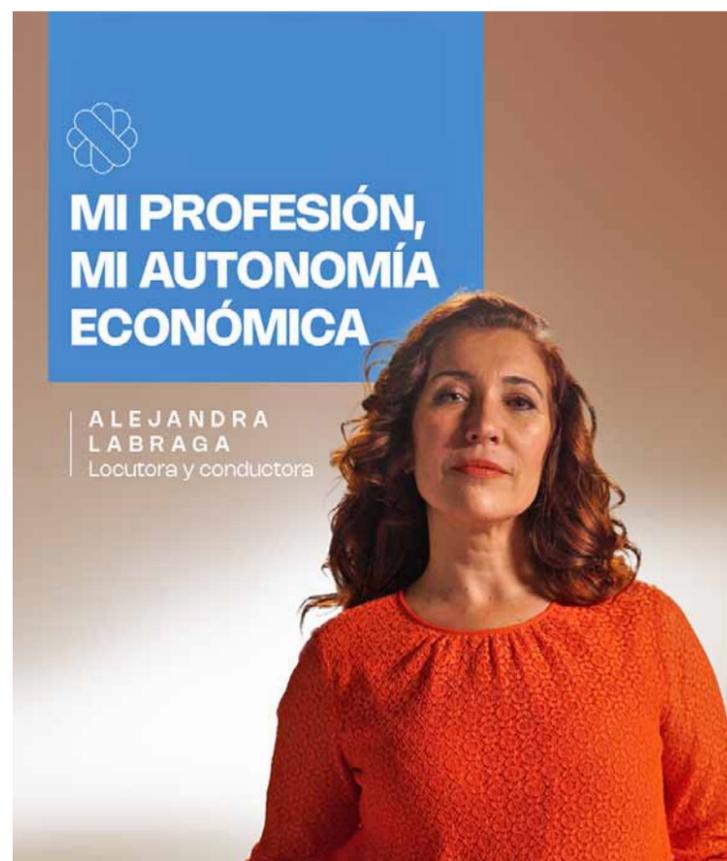
SILVIA NUÑEZ
Emprendedora



LUCÍA CABANAS
Ejecutiva



ALICIA BESNATI
Empresaria y mentora



ALEJANDRA
LABRAGA
Locutora y conductora

En piezas audiovisuales y gráficas, cada una de ellas explica qué significa la autonomía económica en su día a día y “porqué participan en una organización como esta, cuyo

propósito es que las mujeres logren su autonomía económica y puedan desarrollar su liderazgo” agregó.

Desde OMEU invitan a todas las mujeres a participar de esta campaña y “ponerse la camise-

ta” tomando una de las frases y contando su experiencia y cómo entienden este concepto.

“Proponemos construir entre todas una autonomía económica que la vivamos y ejecutemos entre todas y que nos

vincule con espacios como este; donde nosotros trabajamos técnicamente con buenos resultados, con números que acreditan que los programas tienen un determinado objetivo que se cumple para las mujeres” dijo

Castellanos.

“Todos esos procesos se hacen porque hay otras mujeres que creen, que apuestan y que invierten su tiempo y su profesionalismo para acompañar a otras mujeres” concluyó.●