

## Women Leadership Summit

El Cronista  
Apertura

# La importancia de destacar el mérito de los talentos



Victoria Fernández Acuña, Marketing Head Argentina de Arcos Dorados, y Florencia Lendoiro (El Cronista)

Arcos Dorados, la operadora de McDonald's, prioriza las aptitudes de cada colaborador, sin importar su género. A su vez, la cadena de fast food ofrece "igual salario por igual tarea"

Los niveles de inclusión de mujeres en funciones de liderazgo, así como también la igualdad salarial frente a las mismas tareas, mejoraron durante el último tiempo. De hecho, hay empresas que priorizan las capacidades y habilidades propias de cada candidato, sin importar su género. Tal es el caso de Arcos Dorados, la principal operadora de los restaurantes McDonald's en América latina y el Caribe.

Victoria Fernández Acuña,

gerente de Marketing de la cadena de comida rápida, participó del *Women Leadership Summit*, un evento que organizaron *El Cronista* y la revista *Apertura* la semana pasada. Allí, la ejecutiva destacó que "desde el manejo de un restaurante, hasta altos cargos directivos, el 54% de las mujeres que trabajan en la empresa ocupa un rol de liderazgo".

A su vez, destacó que "más allá del género, hay igualdad de

salarios. No importa si el colaborador es hombre o mujer. Resaltamos sus capacidades", señaló Fernández Acuña. En el caso de la gestión de los restaurantes de la cadena de fast food, el porcentaje es aún mayor: "El 65% de las personas que lideran los locales son mujeres".

En términos de programas de inclusión, la ejecutiva mencionó la campaña "La Libertad de Ser", una iniciativa que impulsó Arcos Dorados con el ob-

jetivo de dar voz a las mujeres dentro de la organización y resaltar sus roles y cualidades, así como también guiar a generaciones más jóvenes por el camino corporativo.

"Estamos en un lugar que nos permite inspirar y ser referentes de otras generaciones", precisó y añadió: "Yo alguna vez tuve líderes que me inspiraron. Por eso, trato de llevar adelante cosas que a mí me motivaron a crecer en su momento. La clave es tener un rol adaptativo".

Al respecto, ejemplificó: "Cuando alguien me plantea un problema, mi primera respuesta no es de directiva, sino que le pregunto su opinión. Eso me ayuda a desarrollar equipos y, además, me permite seguir ganando más responsabilidades".

Fernández Acuña mencionó que entre el 30% y el 40% del equipo de liderazgo son mujeres y que esta diversidad se refleja también a nivel regional. "Se avanzó muchísimo pero todavía existen sesgos", reconoció y destacó la importancia de seguir trabajando para eliminarlos. En ese sentido, comentó que, en ocasiones, la compañía hace búsquedas exclusivas de mujeres.

No obstante, cuestionó: "No siempre crecer es hacerlo a nivel jerárquico. Se puede crecer en toma de decisiones, en aprendizaje, en poder manejar y administrar diversos mundos". Y reconoció: "Muchas personas empezaron en un local y terminaron liderando equipos de la compañía".

## La moda como herramienta de cambio social y cultural

Comprar ropa en la Argentina puede ser muy difícil. Los modelos no son inclusivos y, en ocasiones, los locales fabrican prendas en 'talles únicos'. "Pareciera que los shoppings no viven en la misma realidad que el resto de las personas. A nivel local, seis de cada 10 personas tienen inconvenientes para encontrar ropa de su talle", explicó Brenda Mato, activista de la diversidad corporal.

Y agregó: "Es muy loco cómo el cambio de paradigma está sucediendo de abajo para arriba. Cada vez, surgen más marcas nuevas, marcas chiquitas y marcas independientes".

La activista se destacó como una de las modelos de talles grandes en la Argentina y desafió los estándares tradicionales de la industria. Sin embargo, lamentó que, incluso dentro del movimiento de diversidad corporal, se haya creado un nuevo conjunto de estereotipos.

"Una vez que se instaló la idea de diversidad, también se acomodó un poco el mercado. Hoy, las personas que llegan a determinados lugares son muy estereotipadas", explicó. Y siguió: "Hay muchas buenas intenciones pero poca información. Es fácil subirse al tren de lo que viene pasando sumarse. Pero son muy pocas las personas que realmente luchan", reflexionó.

UNIVERSIDAD DEL CEMA  
**UCEMA**

Escuela de Negocios

Vos elegí quién querés ser, nosotros lo potenciamos

**Women Leadership Summit**



Nina Mulhall, gerente de Tráfico y Rutas de Aeropuertos Argentina 2000

# El desafío de crecer en industrias ‘masculinas’

La presencia femenina en las organizaciones crece año a año. Sin embargo, las jóvenes aún se enfrentan a diversas dificultades a la hora de ingresar a algunos sectores

A pesar de que, durante el último tiempo, creció la presencia femenina en industrias que, tradicionalmente, estuvieron lideradas por hombres, aún existen algunas dificultades.

Nina Mulhall, gerente de tráfico y rutas de Aeropuertos Argentina 2000, participó del evento y reconoció que “la industria aerocomercial tiene una presencia masculina importante. Definitivamente, estamos mejor que hace cinco años, ya que hoy contamos con herramientas que nos permitan cortar con esa situación”.

De hecho, aseguró que,

dentro de la compañía que tiene la concesión de 35 aeropuertos a nivel mundial, “cada vez, las mujeres son más y eso se da de una manera natural y orgánica”. Además, añadió: “Lo mismo pasa en la industria, donde conviven muchos ecosistemas del turismo”.

La empresa tiene el objetivo que el 30% de los roles de liderazgo estén en manos femeninas. La ejecutiva explicó que, en este caso, la educación y la formación profesional son dos puntos clave: “Aunque la experiencia es lo que forma a los profesionales, educarse,

aprender y mostrar ambición son credenciales que nunca se ponen en duda. Si hay dos personas con la misma capacidad, pero uno de ellos está cargado de conocimientos y, a la vez, hambriento por obtener más, es siempre una buena señal”.

Sin embargo, aclaró: “Hay prejuicios para todo. Entonces, buscar aliados, tener buenos líderes y romper con los sesgos es básico para crecer en cualquier industria”.

No obstante, destacó el progreso hacia una mayor inclusión. Con iniciativas como *Woman in Aviation Travel and Tourism*, Aeropuertos Argentina 2000 busca potenciar el desarrollo profesional de mujeres en la industria, les ofrece becas y oportunidades educativas.

La ejecutiva contó que el programa es, tanto para chicas que están en su último año de colegio, como para mujeres que ya están en un nivel de desarrollo más alto, pero quieren hacer un posgrado o una maestría.

Mulhall, que empezó su camino en Aeropuertos Argentina 2000 hace no más de cinco años, afirmó: “Quiero inspirar a la gente con la que trabajo, es importante que vayan motivados a trabajar. Quiero generar un buen ambiente y oportunidades para mujeres. Sé que voy hacia ahí”.

# “Los vínculos siempre fueron el área más complicada”

En un contexto en el que las redes sociales y las aplicaciones de citas son las principales maneras en las que las personas conocen a una pareja, la superficialidad y la falta de compromiso, toma fuerza. La escritora y humorista Valeria Schapira incentivó a que las personas “vivan sin preocuparse por los estándares impuestos por la sociedad, a tener una vida auténtica, libre de prejuicios y a seguir el camino que cada uno desea, sin importar las expectativas externas”.

A su vez, se refirió a los vínculos actuales: “Son mucho más livianos ahora. Sin embargo, cuando se trata de mantener un hogar, la dinámica cambia. Distribuir los gastos, por ejemplo, se vuelve práctico, pero también emocional. Creo que tanto hombres, como mujeres estamos desconcertados por esos cambios en las dinámicas actuales”, indicó. A su vez, sostuvo que la independencia económica y emocional de las mujeres es fundamental en esta nueva etapa.

“Si vamos a tener responsabilidad, tengámosla efectivamente. Es esencial comunicar antes de involucrarse emocionalmente con alguien que uno no está completamente resuelto”, acentuó y remarcó: “Lo importante es que los vínculos sean genuinos y satisfactorios para ambas partes. Creo que

**“Lo importante es que los vínculos sean genuinos y satisfactorios para ambas partes”**

estamos en un tiempo de barajar y dar de nuevo”.

A su vez, se refirió a los estereotipos que se crean habitualmente en las redes sociales. “No me parece que uno por estar en una red social o en televisión o en donde sea tenga que aparentar ser lo que no es”, remarcó. “Yo pregonó a que la gente viaje sola porque es un lindo viaje de autoconocimiento”, ponderó.



La escritora Valeria Schapira y Candelaria Domínguez (El Cronista)

**El Cronista Women Leadership Summit**

Desafiando barreras, inspirando éxito.

ENLEADE



## Women Leadership Summit

# La “multa” de la maternidad y su influencia en la política argentina

Clara Muzzio, vicejefa de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, describió los problemas que enfrentan las mujeres a la hora de comenzar una carrera pública. Quiénes fueron sus referentes



Clara Muzzio, Vicejefa de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en el evento de EL Cronista y Apertura

Aunque, durante el último tiempo, se incrementó la presencia femenina en roles decisivos, todavía quedan sectores en los que estos lugares están, en su mayoría, a cargo de hombres. En este contexto, la educación, la perseverancia y las iniciativas gubernamentales tienen un papel fundamental.

Clara Muzzio, Vicejefa de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, participó del *Women Leadership Summit*, un evento que organizaron *El Cronista* y la revista *Apertura* la semana pasada, y enfatizó sobre la importancia de desarrollar y explotar el potencial de las muje-

res en todas las profesiones, especialmente, en política y en gestión pública, donde aún existe una fuerte tendencia hacia la masculinización.

“El mayor desafío que tenemos las mujeres es poder abrir caminos y ser un faro para otras mujeres que vienen atrás”, enfatizó Muzzio.

Además, destacó la importancia de modelos a seguir y cómo su propia trayectoria profesional se vio influenciada por referentes políticas como Gabriela Michetti y María Eugenia Vidal. Michetti fue legisladora porteña, vicejefa de Gobierno, Senadora nacional y

**“El desafío que tenemos las mujeres es poder abrir caminos y ser un faro para otras que vienen atrás”**

vicepresidenta de la Nación. Por su parte, Vidal fue, en 2015, la primera mujer de la historia en acceder a la gobernación de la Provincia de Buenos Aires.

La actual funcionaria hizo hincapié, además, en la difícil tarea que tienen las mujeres a la hora de equilibrar la maternidad con una carrera política o

corporativa. “Los superpoderes que tenemos las mujeres nos permiten enfrentar estos desafíos, pero no podemos ignorar la multa de la maternidad”, señaló, refiriéndose a la disminución en la participación laboral de las mujeres después de tener hijos.

“Las mujeres tenemos el gran desafío de desarrollar y explotar todo nuestro potencial, sin importar la carrera que elijamos. Ya sea en política, en gestión pública, como en cualquier organización”, comentó.

“El Estado considera que la diversidad es la norma. Todos somos distintos por naturaleza

y el Gobierno, en términos de inclusión de género, tiene el desafío de trasladar esa idea a la sociedad entera”, destacó. Además, explicó que es por esa razón que el Gobierno porteño “trabaja para crear leyes que promuevan el cupo laboral y la igualdad de oportunidades”.

Por otro lado, desde la autonomía económica hasta la seguridad en el espacio público, Muzzio subrayó la importancia de políticas que respalden a las mujeres en todas las facetas de sus vidas.

“La clave es crear una sociedad más inclusiva y solidaria”, sostuvo. —

## La iniciativa de empoderar mujeres a través del volante

Es instructora de manejo, psicoeducadora en salud mental y coach ontológica. Su experiencia la llevó a fundar “Noe al volante” ya que, luego de un divorcio, decidió ponerse al frente de un taxi para mantener económicamente a sus dos hijos. Fue en ese entonces, cuando conoció una enorme cantidad de mujeres que evitaban conducir por miedo, prejuicios y creencias arraigadas.

“Si supieran la calidad de vida que podrían tener estas mujeres...”, reflexionó María Noel Giménez, CEO, fundadora y líder de “Noe al volante”, una iniciativa que ayuda a las mujeres a superar el miedo a manejar. Este pensamiento la impulsó a capacitarse. Primero

estudió coaching y psicoeducación, para comprender los temores asociados a la conducción. “Ahí empecé a dar clases de manejo a mujeres que tenían licencia, pero que no se atrevían a conducir”.

“El 90% de mis alumnas tiene carnet y un auto parado en la puerta de su casa”, aseguró. “Sin embargo, el miedo las paraliza”, se lamentó. Independencia, libertad, calidad de vida, son algunas de las características que la conducción les podría brindar.

En la actualidad, Giménez ya no maneja el taxi, sino que se dedica a tiempo completo a este proyecto. “Yo no soy autoescuela, yo empodero a las mujeres y trato de que ellas descu-



María Noel Giménez, moderada por Juliana Monferrán (El Cronista)

bran por qué tienen miedo. Muchas veces viajamos a la niñez y ahí empiezan a descubrir y entender por qué les pasa”, indicó.

En sus clases, la coach aborda no sólo las habilidades técnicas de la conducción, sino

también la autoestima.

“En uno de nuestros talleres de psicoeducación trabajamos y educamos la mente para poder manejar estas emociones que nos limitan a la hora de la conducción. Los talleres son gru-

pales. El último fue hace 15 días y participaron, aproximadamente, 85 mujeres, que hasta vinieron desde Rosario”, comentó Giménez.

El programa incluye un reto de 30 días para consolidar el hábito de conducir y superar el miedo y tomar las riendas de sus vidas. También, hay clases grupales de psicoeducación, donde las mujeres pueden compartir sus experiencias y apoyarse mutuamente.

Ahora, el objetivo de la emprendedora es hacer crecer su marca a nivel nacional. De hecho, comentó que está armando “un proyecto de franquicias que se dedican a capacitar mujeres en todo el país”. Su plan es, además, organizar diferentes eventos que promuevan el empoderamiento femenino: “Quiero acompañar a las chicas que ya superaron el tercer nivel de habilidades. Estoy entusiasmada por contribuir con esta herramienta tan poderosa”. —

**Women Leadership Summit**



Ocampo (Tenaris), Alegre (Ucema), Penelo (Dia) y Lendoiro (El Cronista)

## El desafío de alcanzar cargos de liderazgo en las empresas

A pesar de que la participación femenina en roles de conducción es cada vez mayor, las grandes compañías potencian el empoderamiento de las mujeres y promueven su involucramiento

En el marco del *Women Leadership Summit*, un evento que organizaron *El Cronista* junto con la revista *Apertura* la semana pasada, ejecutivas de diferentes industrias contaron cuáles son las medidas que implementan las empresas en las que trabajan para promover el empoderamiento femenino.

Allí, participaron Fabiana Penelo, directora de IT de Dia Argentina, María Alegre, directora del ciclo Mujeres Líderes y codirectora del programa Level Up, de la Universidad del CEMA (Ucema), y Victoria Ocampo, directora senior de Planeamiento de Tenaris.

“La diversidad de talentos y fortalezas dentro de los equipos

hace que el trabajo sea mucho más eficiente. El hecho de formar equipos que valoren el compromiso, la iniciativa y la empatía se refleja luego en el desempeño de la compañía”, explicó Penelo.

La ejecutiva informó que aproximadamente el 50% de los líderes de la compañía son mujeres. A su vez, contó que el 70% de las más de 1000 tiendas que la cadena de supermercados tiene en la Argentina son franquicias y que, de ese total, el 40% de las sucursales está a cargo de una mujer.

Además, a nivel mundial, la empresa emplea a unas 33.000 personas de 81 nacionalidades diferentes, por lo que, “Dia es

diverso por naturaleza”.

“Trabajamos en la atracción del talento femenino y en la eliminación de techos de cristal”, manifestó Ocampo, quien, a la vez, destacó la importancia de realizar acciones concretas para impulsar la equidad de género en todos los niveles de las organizaciones.

De esta manera, la ejecutiva resaltó cuáles son las iniciativas de la organización para incluir a las mujeres en una industria tradicionalmente masculina: “Buscamos diferentes estrategias de atracción de talento para incluir a las mujeres en áreas más operativas, como procesos de búsquedas exclusivamente femeninas”.

En cambio, respecto a aquellos sectores en los que no existe esa dificultad, como los departamentos de Planeamiento o Administración y Finanzas, “nos focalizamos en los techos de cristal. Buscamos desarrollar esos talentos para que lleguen a posiciones de liderazgo”, indicó.

No obstante, aclaró: “No creo que exista un tipo de liderazgo femenino. Aunque es cierto que, a veces, se atribuyen a las mujeres ciertas características específicas como la mediación o los trabajos más detallistas y de inspección, considero que se trata de estereotipos y generalidades. Pensamos la diversidad como un grupo de personas que tiene distintos géneros y que aplican varios estilos”.

En este sentido, la formación se vuelve un punto clave. “Queremos ser agentes de cambio y aumentar la participación de las mujeres en la educación. La realidad demuestra que no es imposible que lleguen a los máximos niveles de desempeño en todo tipo de industrias y organizaciones. Para eso, trabajamos con ellas, les damos entrenamiento y las ayudamos en ese camino”, señaló Alegre.

Además, añadió: “Las mujeres no quieren ser víctimas, quieren ser protagonistas. Para eso, se preparan para remar todo lo que sea necesario de manera que puedan alcanzar los roles de liderazgo”.

## “Logré romper con los estereotipos en los medios”

Con más de 60 años de trayectoria -su carrera empezó a los 13-, Teté Coustarot participó en el *Women Leadership Summit*, un evento que organiza *El Cronista* junto a la revista *Apertura*, y destacó la importancia de mantenerse firme en su identidad y en su labor como comunicadora. Desde el principio, desafió los estereotipos e hizo valer su voz y su lugar en los medios de comunicación.

Teté contó sus inicios en los medios de comunicación. “Recuerdo que había una noticia de Leopoldo Galtieri (N.d.R.: *Presidente de facto en 1982*) por su condena y mi jefe en ese momento me dice. ‘No, vos el tema Galtieri no lo vas a llevar’. Entonces, le respondí que estaba capacitada para presentar esa nota, que lo podía hacer. Ese fue un antes y un después en mi carrera, rompí con el estereotipo existente”.

A raíz de esta situación, una de las lecciones que compartió fue la actitud de

nunca sentirse víctima. Decidió enfrentar las situaciones adversas, sin enojarse, sin ponerse en una situación de desventaja frente a sus superiores.

“Es clave la confianza en uno mismo. ‘Hacelo’, ‘Just do it’. Es mi frase de cabecera”, enfatizó y destacó que “el verdadero respeto y reconocimiento se gana a través del trabajo duro y la de-

**“En los medios, hay dos componentes importantes: lo que digo pero, también, lo que ven”**

dicación, sin dejar que el género sea una barrera”.

En cuanto a la presión sobre la apariencia física en los medios, “trabajo en un medio audiovisual, eso significa que hay dos componentes importantes, lo que digo pero también lo que ven”, expresó la ex modelo y acotó “si bien existe, no debe ser determinante”.—



Teté Coustarot, en el evento de *El Cronista* y la revista *Apertura*

Te hacemos la economía más fácil

Seguinos

@cronistacom



El Cronista

**Women Leadership Summit**

# El protagonismo de la tecnología frente a un futuro más inclusivo y equitativo



Paula Szenkman (Cippec), Carolina Golia (Google Cloud Argentina) y Paula Coto (Chicas en Tecnología), con Juliana Monferrán (El Cronista)

Tres expertas de los ámbitos público, privado y educativo intercambiaron puntos de vista sobre la relevancia de los avances técnicos para potenciar la igualdad de género

Paula Coto, directora ejecutiva de Chicas en Tecnología, Paula Szenkman, directora del programa Desarrollo Económico de Cippec, y Carolina Golia, Principal Architect de Google Cloud Argentina, participaron en el *Women Leadership Summit*,

organizado la semana pasada por *El Cronista* y la revista *Apertura*, donde compartieron sus estrategias para promover una transformación radical hacia la igualdad de oportunidades y el liderazgo femenino. “Trabajamos para reducir la

brecha de género en tecnología, desde una edad temprana”, manifestó Coto. “Las mujeres en toda su diversidad enfrentan una serie de barreras que van desde estereotipos, hasta diferencias salariales y se suma la posibilidad de crecimiento la-

boral”, contó la CEO de Chicas en Tecnología, una organización sin fines de lucro que busca achicar la brecha de género en ese campo.

Golia, por su parte, remarcó cuán importante es la cultura de la diversidad en la compañía: “Como líder técnica en Google Cloud, mi rol consiste en acompañar a los clientes en sus procesos de transformación digital, facilitando la adopción de tecnologías para nuevos negocios y capacidades”.

En tanto, Szenkman citó su

última investigación en la que descubrió una presencia mayoritaria de mujeres en la universidad. Sostuvo que este género representaba el 60% del estudiantado total en Argentina. Sin embargo, resaltó que en carreras STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas), la participación de mujeres es menor. De hecho, sólo el 35% de los estudiantes en esas áreas son mujeres. En el caso de carreras enfocadas en la tecnología, como programación, la proporción es del 17 por ciento.

A pesar de que la ejecutiva sostuvo que las mujeres enfrentan diversos obstáculos a lo largo de sus carreras profesionales -desde estereotipos hasta diferencias salariales- y es esa razón lo que las aleja de las carreras STEM, preponderó que estas áreas ofrecen oportunidades que no están limitadas por la ubicación geográfica, lo que, de alguna manera, puede beneficiar a personas que viven fuera de las grandes ciudades.

Las panelistas acordaron la importancia de trabajar conjuntamente entre los tres sectores (público, privado y educativo), para abordar las barreras y así buscar soluciones para promover la participación de las mujeres en estos campos.

Además, hablaron de programas destinados a potenciar el emprendimiento femenino y la necesidad de priorizar el talento femenino en el ámbito laboral con políticas claras de participación y flexibilidad...

## “Es vital que las mujeres reconozcan su potencial para desafiar las normas”

“A pesar de que, en la Argentina, de cada 10 dermatólogos, nueve son mujeres, esta aceptado que estas últimas ocupan un plano asistencial, mientras que, los puestos de conducción son ocupados por los hombres”, contó Leisa Molinari, dermatóloga y fundadora del Centro Médico de la Piel en el *Women Leadership Summit*, un evento que organizaron *El Cronista* y la revista *Apertura* la semana pasada.

Además, expuso que, “de los últimos 13 presidentes de la Sociedad Argentina de Dermatología, nueve fueron hombres”. En este sentido, recalzó

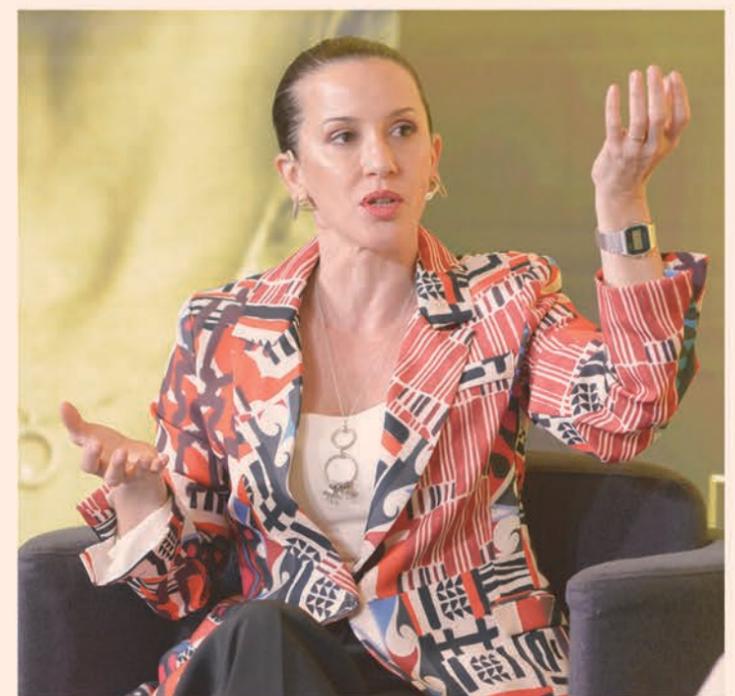
que “las mujeres tienen que ir a la conducción. Hay que trabajar con ellas para que sepan que pueden ocupar cargos de liderazgo. Sabemos que los equipos diversos traen mejores resultados y crecen más rápido porque hay diferentes miradas”.

Y siguió: “Es vital que las mujeres reconozcan su potencial para liderar y desafiar las normas establecidas. Debemos trabajar juntas para superar el techo de cristal y abrir oportunidades para las generaciones futuras”, manifestó.

Con el objetivo de democratizar el acceso al cuidado de la piel, la especialista lanzó una

línea de productos dermatológicos, así como también una marca de ropa con protección UV. “Quiero que el cuidado de la piel sea accesible para todos, no solo en el consultorio, sino también en la vida cotidiana”, enfatizó.

Por otra parte, reconoció la importancia de encontrar un equilibrio entre la vida profesional y personal y dijo que formar equipos, tanto en la casa como en el trabajo, es fundamental para gestionar todas las responsabilidades: “Delegar no es perder el control, es permitir que otros crezcan y contribuyan al éxito colectivo”, afirmó.



Leisa Molinari, dermatóloga y fundadora del Centro Médico de la Piel

**Women Leadership Summit**

# Cuando ellas lideran el cambio en las 'cosas de hombres'



Aguilar (Exceleerate), Teruel (CAME) y Pesce (Wines of Argentina)

Hoy en día, aún hay industrias en las que la fuerza laboral sigue siendo fuertemente masculina. Cómo se están produciendo los procesos de transformación en esos sectores

La equidad de género es una de las claves en las agendas corporativas. De hecho, las compañías, sin importar la industria en la que se desempeñen, buscan brindar cada vez más oportunidades a las mujeres. Esto quedó reflejado en el *Women Leadership Summit*, un evento organizado la semana pasada por *El Cronista* y la revista *Apertura*.

"El problema radica en la escasez de mujeres que ingresan al sector energético. Necesita-

**"Es crucial construir redes de apoyo entre mujeres, tanto dentro como fuera de las organizaciones".**

mos enfocarnos, no sólo en reclutar mujeres en universidades, sino también desde la educación secundaria. No podemos limitarnos a pensar que

la industria energética sólo contrata a personas con carreras específicas. Se requiere una variedad de habilidades para impulsar el desarrollo hidrocarburo en Argentina", aseguró Gabriela Aguilar, general manager para la Argentina y Brasil de Exceleerate Energy.

A su vez, aseguró: "No estamos solas en este camino. Es crucial construir redes de apoyo, tanto dentro como fuera de las organizaciones, para impulsar el cambio y promover una cultura empresarial más inclusiva y equitativa".

Por su parte, María Laura Teruel, directora de Mujeres de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), resaltó el crecimiento de la presencia femenina en las pymes. "En la Argentina, muchos emprendimientos son empresas familiares. Con esta creciente metodología, se destaca la presencia de mujeres jóvenes emprendiendo. Desde la institución, buscamos apoyar su crecimiento hacia convertirse en empresarias", remarcó.

Además, ofreció algunas recomendaciones de capacitación para aquellas interesadas en iniciar y crecer en un negocio. También, instó a las emprendedoras a acercarse a las cámaras de comercio locales, las cuales proporcionan apoyo y recursos para facilitar el proceso de emprendimiento.

Magdalena Pesce, CEO de Wines of Argentina, también brindó un pantallazo sobre el lugar de la mujer en la industria del vino y destacó la apertura de "nuevas oportunidades". Sin embargo, reconoció que aún queda un largo camino por recorrer, especialmente, en la representación de mujeres en cargos directivos.

A su vez, abordó el desafío del "doble rol" que enfrentan las mujeres, al tener que equilibrar responsabilidades laborales con tareas de cuidado. En este sentido, destacó la "necesidad de políticas que promuevan la igualdad de género en el área laboral. Tenemos que tejer redes para retroalimentarnos unas con otras", instó.



Sabrina Castelli, fundadora de Mujer Financiera

## La educación financiera femenina reduce la brecha de género

"La historia de Mujer Financiera nace de la unión entre mi experiencia profesional y personal. A mis 9 años, falleció mi padre en un accidente y mi madre quedó viuda. En ese momento, era ama de casa y tuve que decidir qué hacer con el seguro de vida. En ese entonces, decidí colocarlo en un plazo fijo en dólares. Sin embargo, en 2001, nos vimos afectados por el corralito. Esa experiencia me hizo comprender que el acceso a la educación financiera puede ser la clave para un futuro más sólido", explicó Sabrina Castelli, fundadora de la plataforma web que tiene el objetivo de romper mitos financieros y empoderar, de esa manera, a las mujeres.

También, abordó la compleja relación entre género y finanzas. "Las mujeres enfrentamos un sesgo de falta de confianza en temas financieros", dijo. A continuación, explicó que esto sucede, en parte, debido a la tradicional función como administradoras del hogar, pero no cómo generadoras de ingresos o tomadoras de decisiones financieras.

No obstante, dijo que la creciente participación de las mujeres en la fuerza laboral cambió este panorama, permitiéndoles administrar y generar su propio dinero.

Por otro lado, Castelli observó que en los últimos años han aumentado la participación femenina en áreas económicas y financieras. Sin embargo, aún hay mucho terreno por conquistar manifestó ya que "solo dos de cada 10 posiciones en directorios bancarios son ocupadas por mujeres a nivel global".

"El rol de la educación es un factor crucial, es crucial para revertir esta tendencia", sostuvo y desarrolló que la educación financiera debe ser "un pilar en las escuelas y universidades". Añadió, también que, aquellos países que la implementan perciben una reducción de la brecha de género.

De esta manera, sostuvo que, en tiempos de incertidumbre económica, "aprender sobre finanzas ya no es una opción, sino una necesidad. Debemos invertir en conocimientos para asegurar nuestro bienestar financiero en esta economía cambiante", finalizó.

**El Cronista Women Leadership Summit**

Desafiando barreras, inspirando éxito.

ENLEADE

