



ujer mprendedora





ENTREVISTA A DILIARA LUPENKO COO DE IMPRESS



MUJER Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

	5	Editorial	24	Marta Alarcón Socia de Auditoría
		Anna Conte Directora de Mujeremprendedora	05	de Grant Thornton
	6	Carolina Lázaro Directora de la Agencia SIM	25	Marta Echarri Directora general N26 de España y Portugal
	7	Mª Ángeles Tejada Directora de Public Affairs	26	Entrevista Diliara Lupenko, COO de Impress
	_	de Randstad y Presidenta de Honor de Fidem	31	Ana Pérez Fernández-Espada Socia ALIATS-LEGAL, Abogados y Asesore
	8	Eugenia Bieto Vicepresidenta de la Coordinadora Catalana de Fundacions (CCF)	32	Evgeniya Naumova Vicepresidenta de la red de ventas globales de Kaspersky
	9	Olga Martínez Corporate Affair Director en Mars Iberia	36	Andrea del Campo Global Inbound Marketing Lead en Ironhack
	10	ASEME celebra 50 años de historia	35	Marta Pérez Dorao Presidenta de Inspiring Girls
	16	Entrevista Eva Serrano Clavero Presidenta de la Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid	36	Núria Castelló IG @soynuriacastello Deb Rodríguez IG @soydebrodriquez
	21	Ainhoa Lete Cofundadora y CEO de BuntPlanet Premio a la Mejor Empresaria de la	37	Reportaje Acuarela Emocional
		Asociación de Émpresarias, Profesionales y Directivas Guipuzcoanas (ASPEGI) 2021	38	Tania Muñoz Maldonado Directora de Comunicación, Marketing y Relaciones externas del grupo ESCO,
	22	Ana Alvarez Castro Directora de Innovación y Producto de la Universidad Nebrija Directora del Area STEM de AMMDÉ (Asociación Multisectorial de Mujeres Directivas y Empresarias)		Vicepresidenta de DIRCOM Andalucía
			40	Reportaje Mujer y movilidad sostenible
	23	Ana Álvarez Labiano Directora de Estrategia y	43	Exposición Mary Ellen Mark. Vidas de Mujeres
		Operaciones Comerciales Bristol Myers Squibb	44	Mujeres en la historia



EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996 FUNDADOR: Manuel Bellido

FUNDADOR: Manuel Bellido
DIRECTORA: Anna Conte
REDACCIÓN Y COLABORADORES:
María Cano Rico, Inma Sánchez, Mª Angeles Tejada, Ana Herrero,
Eva Serrano Clavero, Ana Bujaldón, Lola Merino, Mercè Brey,
María Luisa de Contes, Carolina Lázaro, Mónica Regueiro
DIAGRAMACIÓN: Francisco Javier Collados
FOTOGRAFÍA: Archivo Mujeremprendedora, Agencias
DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN,
DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD:
Recaredo, 20, 2º, 41003 Sevilla
Tel: 954 53 98 47
ISSN 1575-9377
Depósito Legal: SE-3043-99
www.mujeremprendedora.net
Emails:
redaccion@mujeremprendedora.net;

redaccion@mujeremprendedora.net; annaconte@mujeremprendedora.net



©Informaria S.L.U. Todos los derechos reservados. En virtud de lo dispuesto en los artículos 8 y 32.1 de la LPI, quedan expresamente prohibidos la reproducción, la distribución, la comunicación pública, incluida su modalidad de puesta a disposición, de la totalidad o parte de los contenidos de esta publicación, por cualquier medio de soporte, sin la autorización de su titular. Diríjase a CEDRO si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Mujeremprendedora es una publicación plural, los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de los respectivos autores.



GRANDES PROBLEMAS PEQUENAS SOLUCIONES

Enfermedades como el sarampión son un gran problema con una solución tan pequeña como una vacuna. Sin embargo, 14 millones de niños no recibieron ninguna en 2019.

Juntos podemos impulsar la inmunización de millones de niños para que ninguno enferme o muera por causas que se pueden evitar con una simple vacuna.

LA SOLUCIÓN ESTÁ EN TUS MANOS

HAZTE SOCIO DE UNICEF pequeñassoluciones.es 900 907 133





editorial annaCONTE

Directora de Mujeremprendedora

annaconte@mujeremprendedora.net

Smart working, el trabajo ágil

ambién en esta edición de abril me gustaría reflexionar sobre un aspecto que concierne al futuro del trabajo, un futuro que ya está parcialmente presente. Conviene que profundicemos para poder afrontarlo.

Gracias a los soportes tecnológicos y digitales, hoy es hipotéticamente posible trabajar desde donde quieras, e incluso cuando quieras. Por ese motivo, nos preguntamos: ¿Está cambiando realmente la forma en que trabajamos? ¿Cuánto está cambiando? ¿Y cómo?

Me refiero al *smart working*: un fenómeno relativamente reciente que, en algunos países, se define como "trabajo ágil"; en la práctica, a los empleados se les ofrece flexibilidad y autonomía en la elección del horario y lugar de trabajo, al contar con las herramientas digitales adecuadas para trabajar con cierta movilidad.

El teletrabajo creció a principios de 2020, en las primeras semanas de la propagación de COVID-19, cuando en unos pocos días miles de organizaciones se vieron obligadas a gestionar el trabajo de sus empleados remotamente, a menudo sin estar preparados ni tecnológicamente ni culturalmente. Pero, ojo: el teletrabajo es solo parcialmente asimilable al smart working. De hecho, con el smart working no solo es necesario remodelar el horario laboral clásico sino, sobre todo, establecer un nuevo modo de medir el trabajo de los empleados, cómo establecer la relación entre colegas y con los responsables y, por último, pero no menos importante, cómo compartir información y elegir los espacios de trabajo en función de las actividades.

Dicho de otra manera, nos encontramos ante una realidad precisa: la organización de las empresas tradicionalmente entendida está atravesando una verdadera crisis de sentido y es necesario un replanteamiento completo de las formas en las que estábamos y estamos acostumbrados a trabajar. Por eso

también es fundamental no intercambiar el smart working con el teletrabajo, donde el empleado tiende a trabajar desde un lugar fijo (normalmente el hogar) con un tiempo definido. ¡Nada que ver con la autonomía organizativa y la flexibilidad que distinguen al "trabajo ágil"!

Entonces, ¿qué se necesita para hacer realmente *smart working*? Los expertos insisten en un aspecto que consideran uno de sus pilares fundamentales, que es la relación dentro del equipo de trabajo, que necesita de un mutuo acuerdo de respeto, porque ser colegas en remoto requiere una claridad extrema y mutua; de lo contrario, en caso de dificultad, la relación se deteriora más rápido que en una relación "física".

Además, el *smart working* supone el desarrollo de algunas tendencias que aún hoy son intangibles; por ejemplo, la virtualización de equipos de trabajo pronto será una realidad, tendremos cada vez más grupos virtuales ubicados geográfica y conceptualmente alrededor del globo, con la consecuente hibridación de empresas y habilidades...

En resumen, el trabajo inteligente como lo estamos viviendo hoy es solo el comienzo de un movimiento mucho más amplio, en el que se está preparando el camino para el futuro del mundo del trabajo. Más que la mera ejecución de encargos, será necesario centrarse en las aportaciones reales que realiza cada empleado, animándolo a tomar la iniciativa más allá de sus funciones para participar en un proyecto mayor y convertirse en protagonista del cambio.

Esto significa, entre otras cosas, repensar la naturaleza misma del trabajo, porque, en esta lógica, por poner un solo ejemplo, el hecho de ocupar cargos de prestigio podrá tener menos importancia que el de hacer algo bueno para la sociedad en su conjunto.

El tema, como veis, es muy profundo y complejo. Me exhorto y os invito a reflexionar, porque nos concierne muy de cerca.



CarolinaLÁZARO Directora de la Agencia SIM

Y tú qué delegas

n nuestros talleres de directivo con pilotos de combate debatimos con los asistentes sobre qué entienden por delegar y sobre la figura del líder dentro del equipo. Sorprendentemente, sobre el concepto delegar hay muchas interpretaciones diferentes, pero nosotros lo definimos como la habilidad que debe tener un directivo para confiar en su equipo y darles a sus miembros la capacidad de tomar decisiones asumiendo como propia la responsabilidad del resultado de esas decisiones. Es decir, delegar es asumir la responsabilidad de las decisiones que toma tu equipo. Es por eso que delegar no es fácil.

En muchas ocasiones nos encontramos con directivos a los que les cuesta delegar, bien sea por miedo a dejar de ser imprescindibles o bien sea porque no confien en su equipo lo suficiente. Para poder delegar necesitamos tener un equipo formado, pero, sobre todo, que tenga claro el objetivo común que se quiere conseguir y la actitud para alcanzarlo. Por eso, una de las cualidades del líder es la comunicación. Una comunicación clara y honesta que no deje lugar a dudas.

Cuando el objetivo de una empresa es crecer, la única opción posible es delegar. Delegar nos ayuda a acelerar el crecimiento, a abarcar más proyectos y hacerlo de una manera más eficiente. Por eso podemos decir que la gestión directiva de la confianza es la delegación. Cuando se delega se facilita una rápida reacción ante los problemas o situaciones en todos los niveles de responsabilidad (estratégico, operacional y táctico). Pero, ¿dónde está el límite?, ¿hasta dónde debemos delegar para no equivocarnos o perder el control de lo delegado? Estas son algunas de las preguntas a las que un directivo se enfrenta con frecuencia.

Se ha escrito mucho sobre los líderes de las empresas. Un líder, a nivel general, es la persona capaz de dirigir un equipo, de hacerle partícipe de un objetivo y de tomar decisiones que lleven a su consecución. En mi opinión, el éxito de un directivo no es saber de todo, si no rodearse de expertos en los que puede confiar. Por otro lado, el verdadero poder que otorga el liderazgo se basa en la confianza y la confianza no es algo que se imponga, es algo que debe ganarse. La confianza dentro del equipo y en su sentido más amplio: de arriba a abajo (del jefe hacia los miembros del equipo), de abajo a arriba (de los miembros del equipo hacia el jefe) y a nivel horizontal (entre compañeros), es el rasgo fundamental del trabajo en equipo. En un equipo cada uno proporciona una parte fundamental y complementaria, cada uno debe empujar para que la máquina funcione y siempre sin perder el objetivo común. La figura del líder es fundamental puesto que va marcando el camino a seguir y apoyando al equipo en sus pasos. Una de las frases más repetidas por los pilotos en las sesiones es: "No existe equipo sin líder, ni verdadero líder sin equipo". Y es que el modelo de liderazgo de los pilotos de combate, basado en la delegación en el miembro del equipo con mayor conciencia situacional, crea mayor confianza, fomenta el compromiso y el espíritu de equipo y les ayuda a afrontar nuevos retos; este concepto es muy fácilmente trasladable al mundo empresarial.

En estos talleres no solo se practica el trabajo en equipo, se crea un entorno de confianza adecuado para potenciar el pensamiento creativo generado por un equipo colaborativo. El Plan de todos consigue el compromiso del grupo por encima de los intereses personales. Si falla, fracasamos todos.

M^aÁNGELESTejada

Directora de Public Affairs de Randstad y Presidenta de Honor de Fidem



Dame un propósito

o creo que la principal motivación con la que nos levantamos todos los días sea querer cambiar el mundo, por bien que suene es demasiado retórico, pero pienso que estamos aquí para cumplir una "misión vital" que tiene que ver con nuestra condición humana. La verdad es que elegí ser una mujer emprendedora teniendo muy clara mi vocación de crear, organizar y gestionar proyectos éticos y útiles con otras personas, y todo lo demás viene después. Hace falta la actitud o esta motivación que nos inventamos día a día, para seguir este propósito, pero importa más saber qué queremos que el "cómo" vamos a hacerlo, la decisión es individual y el éxito dependerá del compromiso que queremos asumir y del esfuerzo que vamos a dedicar, además de la diosa fortuna.

Se trata de acertar en este factor de oportunidad de mercado, y de esto tanto los sociólogos como los financieros y la gente de marketing saben mucho porque se dedican a estudiar tendencias. Con la pandemia, muchas previsiones con las que habían especulado se han ido al garete, pues los hábitos de consumo cambian en la mayoría de sectores, en especial en aquellos que superan las compras básicas necesarias, pero seamos optimistas porque como dice Machado, todo pasa... y lo nuestro es pasar. Las personas que piensan que vivir significa algo más que la supervivencia, deberán ser más creativos, reinventarse y buscar energías transversales, pues de esta crisis surgen opciones interesantes como el networking, los bussiness *club*, el e-learning, incluso el coworking, y también se popularizan otras formas de comunicación, que no suplirán la emocional y directa, pero pueden complementarla.

Si nos preguntamos qué vamos a sacar de bueno de todo lo que pasa, la respuesta es que todo será un poco diferente y será lo que decidamos. Pensemos en el planeta, parece que se ha tapado el agujero de ozono, esta primavera el campo huele mejor y todo renace de nuevo, hemos aprendido a añorar las ausencias y redescubrir el placer de "reventar burbujitas" incluyendo a esta gente que creíamos cercana, pero que nada tiene que ver con nosotros. Somos más celosos de nuestro tiempo porque podemos pensar un poco más y así conocernos mejor, descubrimos nuevas aficiones y exploramos la empatía hacia estas personas que luchan y sufren con el virus y, de paso, nos hemos enterado que somos humanos y muy parecidos.

Pero sin duda, lo mejor, como dice la Dra. Robin Wall, ha sido aprender de la resiliencia de las plantas, notar como vuelven a florecer incluso después de haber sido cortadas. Esta capacidad de revivir y renovarse responde al amor y la generosidad que nos regala la naturaleza y de la que deberemos aprender. A menudo tememos a los que son diferentes, cuando en realidad formamos un todo y la incomprensión duele más que las pandemias, porque nos necesitamos. Como emprendedora sé perfectamente que detrás de cada empresa existe un sueño, un propósito y un proyecto de viabilidad que supera la parte mercantil o el simple negocio. Caminemos pues hacia una realidad capaz de aportar soluciones a los demás de forma ética, eficiente y sostenible, y que el fin sea compartirlo con otras personas formando parte de su propósito vital y no debemos tener miedo a morir sino a perder la vida.

OPINIÓN



Eugenia BIETO

Vicepresidenta de la Coordinadora Catalana de Fundacions (CCF)

Las fundaciones, pioneras en paridad

aciones Unidas incluyó la igualdad de género en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 para que se haga realidad una vieja reivindicación, la de conseguir una igualdad de oportunidades en los ámbitos de la economía, la educación, la salud o la política. Desde que, a mediados del siglo XIX, en Estados Unidos al principio, y poco después en Europa, los movimientos feministas se organizaran para reivindicar derechos que hoy nos parecen indiscutibles, se han conseguido sin duda grandes avances; sin embargo, queda todavía mucho camino por recorrer, como reconoce el último Global Gender Gap Report, que afirma que estamos lejos todavía de alcanzar una paridad de género real, sobre todo en lo que hace referencia al acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad en las empresas y a sus órganos de gobierno.

La presencia de mujeres en los niveles donde se toman las decisiones no es solo una cuestión de justicia social; parecería que a igualdad de formación y de capacidades, ellas tendrían que tener los mismos de derechos que ellos. Pero, además, está demostrado que la diversidad en las organizaciones aporta una mayor capacidad de innovación y produce a la larga mejores resultados económicos. Sin embargo, en el mundo de la empresa en general, la presencia de las mujeres en puestos de responsabilidad es todavía minoritaria, con algunas excepciones, entre las que se cuenta el caso de las fundaciones.

El informe 'La composición de género en las fundaciones de Cataluña' realizado por la Coordinadora Catalana de Fundaciones

sobre la presencia de la mujer en el mundo fundacional pone de relieve que estas organizaciones son más avanzadas en cuanto a paridad de género. Esta es una de las principales conclusiones del trabajo. Hay que recordar que, en Cataluña, las fundaciones dan trabajo a unas 82.000 personas a lo que habría que sumar más de 40.000 voluntarios.

Desde el voluntariado hasta las plantillas, las mujeres son mayoría holgada con porcentajes que superan el 60%, denotando una importante feminización del sector. La presencia femenina es mayoritaria no solo en el voluntariado y las plantillas, sino también en los equipos directivos, en todos los ámbitos de actuación -social, cultura, salud y educación-, excepto en el campo de la investigación y tecnología, donde la presencia del hombre es todavía la dominante.

El resultado más relevante del informe es que en un 59% de las fundaciones, la alta dirección está ocupada por una mujer, porcentaje que es tres veces superior al de las empresas mercantiles cotizadas. Por otro lado, si analizamos en detalle la composición de los patronatos, máximos órganos de gobierno de las fundaciones, la presencia femenina ocupa el 34% de las sillas, ligeramente por debajo del 40% que la Unión Europea considera umbral de paridad, pero superior al 25% del número de mujeres en los consejos de administración de las empresas cotizadas.

Las fundaciones se convierten así en un modelo de organización en que las mujeres sienten que podrán desarrollar su carrera profesional sin encontrar techos de cristal por el camino.

OlgaMARTÍNEZ

Corporate Affair

Director en Mars Iberia



Las oportunidades no deben tener género

enemos claro que la sociedad que nos imaginamos para el mañana es una sociedad inclusiva. Tenemos claro que necesitamos avanzar todos juntos hacia ese objetivo que debemos convertir en común. Queremos cambios, queremos soluciones a los distintos problemas sociales, comerciales y ambientales. Queremos igualdad. Pero, ¿cómo la alcanzamos?

Las mujeres en nuestro país y en todo el mundo nos encontramos, a lo largo de nuestra vida, con distintos obstáculos que dificultan el desarrollo de nuestro potencial. Obstáculos únicamente basados en el género, cuando es más que evidente que las oportunidades no deben tener género. Actualmente, las mujeres representan el 51% de la población en España. Y no únicamente representan más de la mitad de la población, sino que, según un estudio de la consultora PwC, el PIB se incrementaría en más de 200 millones de euros si se eliminara la brecha de género fruto de la desigualdad entre hombres y mujeres en el mercado laboral.

Somos muchas, sin embargo, muy a menudo nuestras voces no son escuchadas de la forma que deberían. La brecha de oportunidades de género existe en nuestra sociedad y, según las Naciones Unidas, tardaremos más de un siglo en cerrarla. Unos datos que pueden parecer desalentadores para muchas personas, pero deben provocar en nosotras todo lo contrario: deben aportarnos la fuerza para seguir luchando y alcanzar nuestros objetivos. Pero para hacer realidad este ideal, para alcanzar una situación de igualdad e inclusión, es indispensable que todos y cada uno de nosotros, independientemente de nuestro género, nos impliquemos. Es importante que lo hagamos

de forma individual pero también debemos alentar a las compañías que forman el tejido empresarial de este territorio a que se posicionen de una forma radical, porque en este tema no valen medias tintas.

Necesitamos ser proactivos, por este motivo desde Mars estamos elaborando un estudio junto a la Universidad de Oxford bajo el nombre #HereToBeHeard. Un estudio cuyo objetivo final es tener la oportunidad de escuchar la voz, literalmente, de distintas mujeres de todo el mundo contándonos qué debe cambiar en nuestra sociedad para que más mujeres logren alcanzar su máximo potencial. Hasta finales del mes de marzo, a través de esta plataforma se ha recopilado el máximo de voces femeninas que respondan a la pregunta: "¿qué debe cambiar para que más mujeres logren alcanzar su máximo potencial?". Posteriormente, estas voces se traducirán, de la mano del equipo de Oxford, en planes de impacto que promuevan la igualdad de género, siguiendo con el objetivo número 5 de los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas.

Además, vinculado al informe, tenemos activa desde el año pasado nuestra plataforma de Full Potential que tiene como principal objetivo promover la igualdad de género en nuestra compañía. Con ella, luchamos día a día para promover aún más la inclusión y el liderazgo de las mujeres en nuestros lugares de trabajo, en nuestras comunidades de abastecimiento y en el mercado donde vendemos nuestros bienes y servicios.

La igualdad no es simplemente un derecho, es el valor que convierte a la sociedad en un hogar justo en el que todos tengamos las mismas oportunidades.

ASEME celebra 50 años de historia

la asociación conmemora medio siglo en un momento muy delicado debido a la pandemia, a la que ha respondido conformando "un sólido grupo online que ha destacado por su solidaridad, no solo en el ámbito empresarial, sino también la faceta humana, con un apoyo constante entre todas las asociadas"



ASEME ha pertenecido a CEIM desde sus inicios

a Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid siempre ha creído en la colaboración y en que juntas son más poderosas, así que este 50 aniversario ha vuelto a poner sobre la mesa la razón de ser de su existencia como asociación: defender, representar y dar visibilidad a las empresarias.

Nacimiento v orígenes

ASEME nació del empeño de unas cuantas mujeres empresarias que vieron necesaria la agrupación de sus intereses para hacerse oír. La lucha se inició en el año 1969, época en la que no se contemplaba la figura del asociacionismo. Fue enton-

ces cuando varias emprendedoras, de la mano de **Pilar Díaz-Plaja**, se reunieron y decidieron crear una asociación que trabajara por los intereses de las empresarias madrileñas.

En esa época, la posición de la mujer era desfavorable, teniendo en cuenta la situación política y económica que había: la falta de ayudas, la autorización marital por la cual se necesitaba la aceptación del marido para crear una empresa, abrir cuentas en los bancos o acceder a los créditos, entre otras cuestiones.

Los primeros estatutos de ASEME fueron elaborados por **Pilar Borragán**. Jurista de profesión, Pilar, dirigió el gabinete técnico y se pre-

ASEME en la Cámara de Comercio e Industria de Madrid (años 70)



ASEME (años 80)



ocupó del asesoramiento a las empresarias durante los primeros años de vida de la asociación. Posteriormente, fue vocal de ASEME. Junto a ella, fueron también fundadoras: Concepción Cibrán, Manuela Alonso, Ana Luz Gómez, Gregoria Cortés, Mercedes Arias, Marta López, Celia Moro y Lourdes Pellón. Todas ellas miembros de la primera junta directiva de ASEME.

En esta primera etapa, muchas asociadas se volcaron en colaborar activamente. Es el caso de Mercedes Ballesteros, Justa Corominas, Ma Rosa García, Lourdes Barrionuevo, Presentación Martín, Pilar O'Shea, Pilar Sáenz-Díez, Ma Paz García, etc.

Aun así, no fue hasta el año 1971 cuando ASEME se constituye legalmente, ya que la organización atravesó muchas dificultades hasta la aprobación de los estatutos. En la administración pensaron que se trataba de una asociación con matiz político, de carácter feminista, por lo que tuvieron que esperar a 1971 para celebrar la primera asamblea,

que estuvo formada por 19 mujeres, con 10 vocales. ASEME formaba parte de la organización sindical. Poco después, nació la Confederación Española de Mujeres Empresarias (CEME), de ámbito nacional.

Una fecha importante fue el año 1975, el "Año de la Mujer". Fue entonces cuando se amplía la libertad de acción de la mujer, al suprimirse la licencia marital. Aunque siguió persistiendo la colación al marido en cuanto a la facultad de administración y endeudamiento de los bienes comunes. Pero fue muy importante para las empresarias la ley que otorgaba la facultad de abrir cuentas en bancos sin la autorización del marido.

Otra fecha decisiva para ASEME fue el 22 de septiembre de 1977, día en el que se celebra la Primera Asamblea Nacional de la CEOE. Era el año de la Ley de Libertad Sindical, y se organizó el primer encuentro con una organización empresarial mixta.

En **1979** se elige como presidenta de ASEME a



ASEME funda FIDE en 1980



ASEME ha participado en CEOE desde su creación



Justa Corominas, Pilar Barragan e Inmaculada Alvarez Morillas, presidenta de RSEME (años 90) en el Reconocimiento Clara Campoamor por su defensa de los derechos de las Mujeres



www.mujeremprendedora.net www.paginasdemujeremprendedora.net

ASEME. 50 ANIVERSARIO





ASEME ostenta una vicepresidencia vocales en junta General

en CEIM, cuatro directivo u ocho en Asamblea

Cambio v evolución

Comienza una nueva etapa pasando la sede oficial a la calle Alcalá, 30. En el año 1984 se instauran los Premios a la Mujer Empresaria, en colaboración con la Caja de Ahorros de Madrid. También comienza en ASE-ME una campaña de difusión de actividades, impartiéndose cursos, seminarios y enviándose una información puntual.

En 1985, Blanca de la Cierva decide dedicarse a la política y dimite de su cargo como presidenta de ASEME. Hoy ostenta el título de Presidenta de Honor de la asociación El 17 de julio de ese año, Inmaculada Álvarez es elegida por unanimidad para presidir ASEME. Dejo la presidencia en marzo del 2015, tras renovación de la junta directiva en las oportunas elecciones, donde se produce un relevo generacional.

Los años 80 fueron testigos de una evolución rápida de la mujer en todos los aspectos. Había que reciclarse al ritmo de los acontecimientos políticos y sociales acaecidos. En esos años, ASEME

de ASEME firma un convenio con el Ministerio de Cultura, a través del cual se puso en marcha el programa Aula de la Tercera Edad y, más tarde, se crea el Aula de la Mujer. Pero, poco después, con el cambio de la política gubernamental, se limitan las actividades de las Aulas y ASEME se queda nuevamente sin recursos económicos y casi sin sede.

Blanca de la Cierva. Desde

ese momento, ASEME deja de pertenecer a una organi-

zación sindical, quedándose

sin apoyo económico y te-

niendo que salir adelante por

su propia cuenta, ya que no

había mucho apoyo por par-

te de la administración. Pero.

poco después, la Asociación

Española de Mujeres Empre-

sarias de Madrid consigue

incorporarse en la AEIM, ac-

tualmente conocida como la

Confederación Empresarial

de Madrid (CEIM-CEOE). Fue muy importante para el

desarrollo de la asociación y

la representación de la mujer

empresaria en los órganos de

En el año 1981, en el marco

del Gobierno liderado por la

UCD (Unión de Centro De-

mocrático), la junta directiva

decisión.



Premio Mujer Empresaria ASEME



avanza gracias al apoyo de la Dirección General de Comercio de la Comunidad de Madrid Se crea un Gabinete de Asesoramiento Técnico Comercial, dirigido por Amalia Pérez, que después desempeñaría otros cargos en la asociación. También se obtuvieron ayudas de la Dirección General de la Mujer de la Comunidad de Madrid, para la impartición de cursos de gestión empresarial, la creación del gabinete jurídico, la publicación del boletín informativo y otras actividades de formación.

En 1989 nace la Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa (OMEGA), que agrupa a las nuevas asociaciones de toda España y cuya presidencia recae en Inmaculada Álvarez. OMEGA actualmente no existe.

El año 1990 es clave para ASEME porque tiene lugar el "I Congreso Iberoamericano de Mujeres Empresarias". Este evento tiene una periodicidad anual y participan más de 2.500 congresistas de los países que componen el organismo organizador, la Federación

Iberoamericana de Mujeres Empresarias (FIDE). El objetivo de estos congresos es servir de encuentro de negocios y workshops técnicos, de manera que las participantes adquieran el conocimiento de otras emprendedoras para fortalecerse profesional y personalmente.

La década de los noventa fue un cambio progresivo, ya que las mujeres se incorporaron de manera activa al mercado laboral. Se produjo entonces un cambio social y económico importante motivado por la intención de la mujer por desarrollarse laboralmente, dejando atrás los años en los que decidía a trabajar solo por urgentes necesidades económicas. Estas dificultades se multiplicaban cuando se trataba de una mujer que decidía embarcarse en la creación de su propia empresa, principalmente en lo que a financiación se refiere.

ASEME en la actualidad

En estos últimos años, y motivado por el creciente número de universitarias y un empeoramiento en las condiciones laborales, la alternativa de trabajar por cuenta aje-



Presentación del segundo libro EMPRESARIAS. Una manera de estar en el mundo

Publicación EMPRESARI@S. Una manera de estar en el mundo



Junta de FID€ 2019-2023



Premio Mujer Empresaria ASEME



ASEME. 50 ANIVERSARIO



Junta directiva de ASEME 2019-2023

Eva Serrano, vicepresidenta de la Cámara de Comercio de Madrid



na ha sido, en muchos casos, la opción elegida por muchas trabajadoras.

En 2015, Eva Serrano Clavero fue elegida presidenta de ASEME, cargo que renovó en 2019 cuando fue elegida por unanimidad la actual junta directiva con los retos de transparencia, eficiencia, y consolidación del proyecto para las generaciones que están en el camino empresarial. Los objetivos marcados por la organización se pueden resumir en aumentar los servicios para las asociadas, fomentando la participación activa de las muieres empresarias en el lobby empresarial; continuar generando acuerdos con otras asociaciones empresariales de mujeres, creando redes de redes entre empresarias, y mantener la representación en las organizaciones diferentes empresariales y administraciones públicas, en defensa de los derechos de la mujer empresaria y profesional de forma activa.

Eva Serrano es, además, la primera mujer en ocupar una vicepresidencia en los 131 años de historia de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, al ser elegida en 2018 como vicepresidenta primera de la institución.

Eva también es vicepresidenta de la Confederación de Empresarios e Industriales de Madrid (CEIM), donde ASEME cuenta con cuatro vocales en su junta directiva y ocho representantes en la asamblea general.

Asimismo, ASEME tienen tres vocalías en CEPYME y participan activamente en las diversas comisiones de CEOE, como igualdad y responsabilidad social entre otras. Además, también participan en el Observatorio regional de violencia contra la Mujer, en el Consejo de la Mujer, y en las diferentes mesas de negociación de asuntos sociales, responsabilidad social y corresponsabilidad, entre otras.

En el ámbito internacional, ASEME asume la presidencia, vicepresidencia cuarta, la secretaria, tesorería y la función de revisión de cuentas de la Federación Iberoamericana de Mujeres Empresarias (FIDE). Además, Eva es secretaria general del Congreso

CIME. Santander, 2018



Iberoamericano de Mujeres Empresarias (CIME) y es también miembro del Comité de Mujeres Líderes de las Américas de la Organización de Estados Americanos.

Por otra parte, en 2019, The Washington Academy of Political Arts & Sciences reconoció a Eva Serrano con el Napolitan Victory Awards 2019 en la categoría "Democracia Global", por su talento y trabajo en la comunicación por la igualdad y como "ejemplo de líder comprometida con la libertad, la democracia y sobre todo en la excelencia".

Este 2021 ASEME conmemora su 50 aniversario y, el pasado mes de febrero, una representación de la junta directiva se reunió con la Reina Doña Letizia en una audiencia en la que Eva Serrano trasladó el papel que tienen las mujeres en el mundo empresarial, y cómo ha evolucionado su representatividad desde 1971. "Compartimos con nuestros colegas empresarios las reivindicaciones del mundo empresarial: necesidad de financiación adecuada, formación también para los empresarios, simplificación de gestiones administrativas, apoyo en el avance tecnológico y en la internacionalización. Pero también es cierto que las sucesivas crisis han demostrado que el emprendimiento femenino es más rentable y estable", indicó Eva Serrano.

Actualmente, ASEME es conocedora de las dificultades
de la mujer empresaria, sobre todo en sus asignaturas
pendientes, reforzándolas
mediante cursos de formación y asesoramiento técnico. Pero, sin duda, los dos
problemas más graves al que
se ven sometidas es al de la
discriminación de género en
el terreno profesional y a la
dificultad de compatibilizar
vida familiar y laboral.

Desde la Asociación Española de Mujeres Empresarias se sigue luchando por poner en marcha medidas de integración para conseguir la plena igualdad entre hombres y mujeres en el empresariado a través de la educación y formación desde la infancia, la implicación de los hombres en la conciliación y el compromiso de administraciones y empresas.



Eva Serrano declara ante los medios

Juan Pablo Lázaro,
ex presidente
de CEIM;
Eva Serrano y
Angel Asenso,
presidente
de la Cámara
de Comercio e
Industria de
Madrid.
Napolitan Victory
Awards 2019 en la
categoría
"Democracía
Global"



La Reina Doña Leticia recibe a parte de la junta de RSEME Madrid con motivo del 50 aniversario de la asociación



"Defender, representar y dar visibilidad a las empresarias"

Este 50 aniversario ha vuelto a poner sobre la mesa la razón de ser de la existencia de la Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid. Hablamos con su presidenta Eva Serrano Clavero

undada en 1969 y constituida legalmente en 1971, la Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid cumple 50 años este 2021. ¿Qué supone esta fecha tan destacada?

Para nuestra asociación supone un gran orgullo alcanzar este aniversario, que sin duda es hito histórico. ASEME ha llegado hasta hoy después de muchos cambios generacionales, y de diferentes momentos políticos y sociales, aglutinando a empresarias de todos los sectores de actividad, es el logro también de muchas antes que nosotras, mujeres a las que les debemos un merecido reconocimiento.

Cumplir 50 años en este momento tan crucial para la economía del país, en el que algunas empresarias se han visto obligadas a hacer un giro brusco en sus empresas para seguir adelante, en algún caso reducir plantillas, reinventarse, abordar la digitalización y el teletrabajo sobre la marcha, como el resto de los empresarios de España, es una gran responsabilidad, y también una enorme oportunidad.

La supervivencia del tejido empresarial ha sido puesta a prueba en este año debido a la situación derivada de la COVID-19, y las asociadas necesitaban más que nunca nuestro apoyo, nuestro asesoramiento, que asumiéramos el papel de la defensa de sus intereses y hasta el consuelo de poder hablar con alguien que supiera de la soledad en la que se encuentran quienes tienen que tomar decisiones difíciles. Un ejemplo que quiero recordar es el de aquellos días en los que se publicaban dos BOE al día, y era necesario aclarar muchas dudas. Para ello, y de manera voluntaria, se creó el equipo de juristas que trabajó a destajo, en horas impropias, para dar ese soporte tan necesario. En ASEME siempre hemos creído en la colabora-



En ASEME siempre hemos creído en la colaboración y en que juntas somos más poderosas"

ción y en que juntas somos más poderosas, así que este 50 aniversario ha vuelto a poner sobre la mesa la razón de ser de nuestra existencia como asociación: defender, representar y dar visibilidad a las empresarias.

¿Qué balance hace de estos 50 años?

Mucho se ha conseguido desde entonces. Pasamos, en aquellos primeros años, de no tener derecho al asociacionismo, a la revocación de la Ley de autorización marital necesaria para que las mujeres pudieran crear una empresa o abrir una cuenta en el banco, también a la incorporación de pleno derecho a las organizaciones empresariales como CEIM-CEOE, el hermanamiento con otras asociaciones de América para crear la Federación Iberoamericana de Mujeres Empresarias (FIDE), o los recientes hermanamientos con asociaciones de Mujeres Empresarias Chinas, y los pasos importantes para unificar a las organizaciones de empresarias de diferentes comunidades autónomas.

En esa representación empresarial considero importante destacar que ASEME ocupa, desde hace muchos años la vicepresidencia de CEIM, y que tengo el honor de ser la primera empresaria en ocupar la vicepresidencia primera de la Cámara de Comercio de Madrid en los más de 130 años de historia de la institución cameral.

No obstante, queda mucho por hacer para conseguir la plena igualdad y debemos seguir promoviéndola a través de la educación, la formación y dando visibilidad al emprendimiento como un camino viable para las mujeres. Y para ello es fundamental conseguir la implicación de los hombres en la conciliación, o en la corresponsabilidad como prefiero definirlo, así como el compromiso de las administraciones públicas para avanzar también en esa línea.

¿Cuáles son sus propósitos para este 50 aniversario? ¿Qué actividades plantean?

Nuestro principal objetivo en apoyar a las asociadas para superar la crisis económica que aún afecta al tejido empresarial, conociendo su situación, promoviendo nuestro papel de lobby

ante otras entidades empresariales, y haciendo cada vez más fuerte la unión entre las distintas organizaciones en el conjunto de España. Para ello, hemos puesto en marcha encuentros, por ahora de manera telemática, que permiten fortalecer la red de conocimientos e intercambio de experiencias. En esta línea, estamos colaborando también activamente con las colegas de Iberoamérica a través de FIDE, para conocer sus experiencias y para generar lazos de apoyo y trabajo conjunto.

¿Podría hablarnos del papel de ASEME en el mundo empresarial a día de hoy? ¿Cómo describiría la salud de la organización?

El papel de ASEME en el mundo empresarial a día de hoy, tras 50 años, está en un momento excelente. Formamos parte de las organizaciones empresariales, tanto en cargos representativos como en el trabajo constante de las distintas comisiones de trabajo, algunas de las cuales son lideradas por miembros de nuestra asociación. Como indicaba anteriormente, formamos



Muchas de las acciones previstas para este 2021 avanzarán en función de cómo evolucione la situación sanitaria. Mantendremos a Mujeremprendedora informada del calendario de actividades.

En este punto quiero destacar la Audiencia con Su Majestad la Reina del pasado mes de febrero, en la que tuvimos la oportunidad de transmitirle la realidad del mundo empresarial femenino. Este encuentro ha significado el punto de partida de un año que será un punto de inflexión para nuestra asociación y, esperamos también, para el empresariado en su conjunto.

parte activa de la patronal CEIM, donde tengo el honor de ser vicepresidenta y en la que ASEME cuenta con cuatro vocales en junta directiva y ocho representantes en la Asamblea General. Asimismo, tenemos tres vocalías en CEPYME, y participamos activamente en las diversas comisiones de CEOE, como igualdad y responsabilidad social entre otras.

En cuanto a otras entidades, ASEME está representada en la vicepresidencia primera de Cámara de Madrid y en dos vocalías en el Pleno. Y mención especial merece nuestra participación activa en el Observatorio regional de violencia contra la Mujer, en el Consejo de

"La salud de nuestra asociación es buena, así como el proceso de consolidación y la perspectiva de futuro"

la Mujer, y en las diferentes mesas de negociación de asuntos sociales, responsabilidad social y corresponsabilidad, entre otras. Con este escenario, sin duda puedo afirmar que la salud de nuestra asociación es buena, así como el proceso de consolidación y la perspectiva de futuro.

El 50 aniversario coincide con un momento muy delicado debido a la pandemia que ha tenido un impacto devastador y desproporcionado sobre la mujer. ¿Cómo están viviendo las asociadas de ASEME el momento actual?

En este momento puedo decir que me siento una verdadera privilegiada. Como decía al principio, las asociadas de ASEME se unieron durante el confinamiento a través un sólido grupo online y, a lo largo de estos meses, he visto mucha solidaridad, no solo en el ámbito empresarial, sino también en la faceta humana, con un apoyo constante entre todas. Esa es, en definitiva, la razón de ser de nuestra asociación, trabajando por el bien común, y afirmando cada día nuestro lema de "mujer tira de mujer". Es cierto que algunas de nuestras asociadas, como muchos otros empresarios, se vieron obligadas a suspender o reducir al mínimo su actividad, pero nos reconforta ver también como muchas de ellas han vuelto con más ímpetu, adaptándose a las actuales circunstancias y a una nueva realidad empresarial.

Por otra parte, ¿cuál es el papel de ASEME en el desarrollo y crecimiento de la sociedad?

ASEME es una organización empresarial que se integra dentro de la sociedad civil española, tan necesaria para garantizar la democracia de un país.

Desde esta perspectiva, representa a una diversidad de mujeres empresarias y autónomas, de manera independiente, apolítica y aconfesional, dando visibilidad al papel de la empresaria en la sociedad, y defendiendo sus intereses ante los centros de decisión, públicos y privados.

Como presidenta de la organización de empresarias más antigua de España, ¿podría hablarnos del protagonismo de ASEME en la formación y crecimiento de entidades hermanas en otras comunidades?

El protagonismo de ASEME es el de todas y cada una de las asociaciones empresariales de mujeres, que han decidido dar un paso adelante, y hacer causa común. Desde que se produjo el relevo generacional en el año 2015, teníamos muy claro que queríamos fomentar la unión de las asociaciones empresariales de mujeres desde la independencia y la diversidad de cada asociación. Tres son las acciones que hemos llevado a cabo. En primer lugar, hemos promovido el acercamiento a otras asociaciones empresariales de mujeres para hacer sinergias. En segundo término, hemos brindado todo el apoyo cuando nos han solicitado ayuda u orientación para ver los pasos necesarios para estar presentes en organizaciones empresariales. Y como tercer punto, quiero destacar el caso concreto de nuestras colegas de Islas Canarias, como ejemplo para otras entidades; allí existía un grupo grande de empresarias, que deseaban formar una asociación empresarial, les ayudamos a crear ASE-ME Canarias, y desde su creación no han parado de crecer; es más, a día de hoy ya forman parte de las organizaciones empresariales de las Islas, en puestos de toma de decisiones. En definitiva, esto es lo que promovemos en todas las asociaciones empresariales, presencia y visibilidad a favor de la mujer empresaria.

Desde ASEME promueven el contacto, el intercambio y las alianzas entre las diferentes asociaciones de empresarias/emprendedoras para la consecución de objetivos comunes. ¿Cómo valora, a día de hoy, estas alianzas?

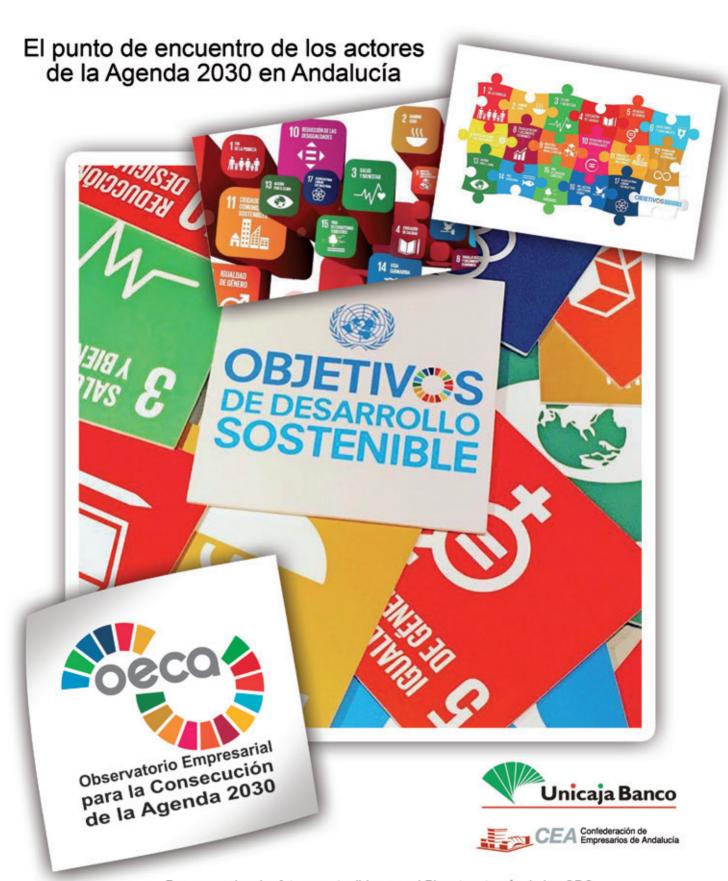
Las valoro muy en positivo. En la línea del dicho, "la unión hace la fuerza", cuando aún estamos sufriendo las consecuencias sociales, económicas y empresariales de la COVID-19, se hace necesario que estemos unidas, compartamos nuestro conocimiento, y apoyemos a las empresarias y autónomas para salir adelante. Sin duda, las propias asociadas de las distintas organizaciones con las que estamos haciendo estos hermanamientos son las primeras en agradecerlos y fomentarlos, porque facilitan el conocimiento y las relaciones con empresarias de otros sectores, asociaciones y lugares. En definitiva, es una cuestión de sororidad empresarial.

¿Qué proyectos se marcan de cara al futuro?

Actualmente, nos marcamos un plan de actuación revisable en tres, seis y doce meses, para poderlo adaptar a las actuales circunstancias, cuyos ejes fundamentales son la formación y reciclaje en general y, en especial, en nuevas formas de negocio, TIC, liderazgo, mantener los webinars comunes de las asociaciones empresariales de mujeres para fomentar el intercambio de conocimientos y ampliar las sinergias, seguir firmando convenios favorables a nuestras asociadas, y todo ello sin olvidar el trabajo de diario ante las instituciones a favor de la Mujer Empresaria.



María Cano Rico



Promover el mejor futuro sostenible para el Planeta a través de los ODS.

Conseguir este objetivo involucrando a las empresas como socios constructivos y llevando a cabo alianzas con instituciones nacionales y europeas públicas y privadas, así como con otros organismos internacionales subrayando así la función social de la empresa.

www.cea.es/oeca

Asesoría Fiscal y Consultoría Servicios Jurídicos Soluciones de Financiación



SEVILLA - Gonzalo Bilbao, 25 - 1° - Tel: 954 53 67 02 - info@basamcapital.com
ALICANTE Elda-Petrer - Cardenal Payá, 9 A bajo - Petrer - Tel: 966 18 74 74 - marco.elda@basamcapital.es
ALICANTE - Concejal Lorenzo LLaneras, 9 local 7 - Tel: 656 36 95 86 - alicante@basamcapital.es

AinhoaLETE

Cofundadora y CEO de BuntPlanet Premio a la Mejor Empresaria de la Asociación de Empresarias, Profesionales y Directivas Guipuzcoanas (ASPEGI) 2021



La ultramaratón

unca he corrido una ultramaratón. Una compañera del donostiarrak, un equipo de corredores aficionados del que formo parte me está animando para que, cuando cumpla medio siglo, participe en la subida al Veleta en Sierra Nevada. Todo un reto por sus 50 kilómetros de recorrido y sus 640 metros de desnivel.

Sonrío al recordar que hace casi 54 años, el 19 de abril de 1967, Kathrine Switzer desafió en Boston la creencia que aseguraba que las mujeres éramos incapaces de correr una maratón. Hicieron falta 17 años hasta que en 1984 se incluyera la maratón femenina por primera vez en unas Olimpiadas, las de Los Ángeles.

Por eso, para mí, la carrera de la mujer en el mundo empresarial, es como una ultramaratón. Una carrera en la cual, cuanto mayor es la distancia recorrida, menor es la brecha entre hombres y mujeres. Una carrera, la de la igualdad de género real, que tiene premio. Porque todos viviríamos mucho mejor.

Según un informe de Closing Gap y la consulora PwC, la economía española aumentaría en un 18,5% su PIB si eliminara la brecha de género. Este crecimiento compensaría el PIB perdido el año pasado durante la pandemia, un 11%. Estamos hablando de 230.847 millones de euros más en cada ejercicio. Es algo que verdaderamente merece la pena.

Teniendo en cuenta que hasta el siglo pasado la mujer era prácticamente inexistente desde un punto de vista económico, político y social, podemos decir que, en términos de distancia recorrida, estamos más cerca de la salida que de la meta, con un ritmo de carrera más lento del conveniente. Porque según el Foro de Davos, tardaremos casi un siglo en alcanzar una igualdad de género teórica y 257 años en lograr una igualdad de género real en el mundo. Y es que dos tercios de las mujeres del planeta, según datos proporcionados por Pedro Luis Uriarte (una de las personas más comprometidas con la igualdad de género real que conozco), se enfrentan a un techo de cemento: tienen menos derechos que los hombres o ningún derecho en absoluto.

Desde hace algo más de un mes tengo una lesión en el sóleo. Hoy parece imposible que llegue a subir al Veleta.

Una sensación que acompaña a muchas mujeres que, a pesar de gozar de una igualdad teórica, se enfrentan a techos de cristal. Techos, a veces discontinuos, que aparecen en momentos de la vida y circunstancias. Se manifiestan en una mayor dificultad de acceso al mercado laboral, en la brecha salarial y en que, en algunos sectores, las mujeres se enfrentan a enormes obstáculos para lograr un ascenso. Y es que, en España, solo el 34% de los puestos directivos está cubierto por mujeres. Falta masa crítica. Teniendo en cuenta el premio, deberíamos acelerar el ritmo. ¿Pero cómo? Tengo que confesar que hasta hace muy poco era totalmente contraria a las cuotas. Solo nos faltaba oír que, a pesar de todo el esfuerzo realizado, se nos reconociera solo por el hecho de ser mujeres. Pero un señor que he mencionado en este artículo y que desde luego goza de no poca experiencia en consejos de empresas en España, me convenció.

"No se pueden resolver situaciones de desequilibrio con medidas equitativas". Comparto su receta.

Subamos el ritmo.



AnaÁLVAREZCastro
Directora de Innovación y Producto

de la Universidad Nebrija Directora del Área STEM de AMMDE (Asociación Multisectorial de Mujeres Directivas y Empresarias)

Hacia un avance real

Programa de Desarrollo para la Dirección, Mujer Ingeniera y Directiva

mi entender, hay dos formas para intentar impulsar la presencia de ingenieras en empresas para aumentar la muestra de la base de la pirámide:

La más obvia, es impactar directamente en la infancia y adolescencia y motivar e interesar a las niñas, fomentando las vocaciones en estos grados. Si analizamos por qué las niñas no estudian ingenierías, muchos estudios destacan como uno de los factores clave, la inseguridad generada por la educación y las barreras culturales en las niñas de seis-siete años y el temor a elegir grados históricamente masculinizados. Es dificil de entender, pero cada año menos mujeres ingresan en grados técnicos.

La primera solución, por tanto, sería promocionar y difundir las oportunidades que la ingeniería, la tecnología, las ciencias y las matemáticas suponen para el desarrollo profesional de las niñas y mujeres y, en general, de la juventud española, así como promocionar la igualdad de género en las áreas de la ingeniería, la tecnología, las ciencias y las matemáticas en los ámbitos educativos.

La segunda reflexión es la de impactar directamente en las empresas ayudando a estas a generar las condiciones adecuadas para que se produzca una igualdad de oportunidades real y, entre otras condiciones, se generen herramientas que faciliten el acceso de ingenieras a puestos de responsabilidad. Además, numerosos estudios han demostrado que equipos directivos que no están formados exclusivamente por hombres ayudan a la rentabilidad empresarial. Ante esta situación, no podemos quedarnos de brazos cruzados, debemos contribuir para que se produzca un avance real.

La Universidad Nebrija ha entendido esta realidad y ha puesto en marcha el Programa de Desarrollo para la Dirección, Mujer Ingeniera y Directiva que contempla, como principal objetivo, acelerar la carrera profesional de mujeres ingenieras para que puedan acceder a puestos de dirección. Y cuenta con un gran respaldo, la Fundación Talgo, que se vincula a esta iniciativa, siendo la primera organización en respaldarla e incorporarla al plan de formación interna del Grupo. Detrás de Talgo, se han ido sumando otras empresas.

El objetivo de esta formación es instar a las ingenieras de diferentes empresas a asumir responsabilidades gerenciales de cualquier tipo y dimensión, con una perspectiva de formación multidisciplinar, fortaleciendo los conceptos de compromiso, esfuerzo y responsabilidad y aportándoles una visión global de la empresa, inmersa en un tiempo de revolución digital. Existen otros programas de formación para para el impulso de la Mujer a la Dirección, pero ninguno específico para Ingenieras, es una propuesta de valor. Se creará una red de networking de ingenieras compartiendo experiencias que el día de mañana serán referentes y que como gestoras de empresas crearán las condiciones necesarias para que haya un avance real hacia la igualdad de oportunidades y la distribución del talento en las organizaciones. Poco a poco iremos avanzando. Hubo un tiempo en que nuestras madres nos decían: "cásate con un ingeniero, que es un buen partido" y, afortunadamente, gracias a las políticas de igualdad de oportunidades y de género implementadas por las empresas y a este tipo de programas de aceleración llegará un día en que las madres digan a sus hijos varones: "Cásate con una Ingeniera".

Ustedes lo saben, esto no ocurrirá nunca... porque ya habremos cambiado.

AnaÁLVAREZLabiano

Directora de Estrategia y Operaciones Comerciales Bristol Myers Squibb



La industria farmacéutica tiene la oportunidad de liderar la paridad en la ciencia

odos estamos de acuerdo en que la investigación necesita recursos para seguir avanzando, recursos que empiezan por las personas. Históricamente, el papel de las mujeres en esta parcela de conocimiento ha quedado relegado a un segundo plano casi anecdótico. Afortunadamente, los indicadores señalan un cambio de tendencia palpable desde la puerta de entrada a este mundo: las universidades.

Más de la mitad (52%) de los estudiantes que empiezan una carrera científica son mujeres. Ese mismo dato se repite en el porcentaje de mujeres profesionales dentro de las compañías farmacéuticas más innovadoras e, incluso, aumenta cuando nos fijamos en equipos dedicados a la I+D, donde alcanza el 64%. Según Farmaindustria, las mujeres ocupan el 41,3% de los puestos en comités de dirección. Aunque son datos muy esperanzadores, el contraste con otros sectores nos demuestra que aún queda por hacer.

Evidentemente, siempre se puede hacer más, y así lo creemos en Bristol Myers Squibb, cuya misión es transformar la vida de las personas a través de la ciencia. Comprometidos con la diversidad e inclusión, el 61% de nuestros empleados y el 70% del comité directivo son mujeres, superando así la media de la industria farmacéutica. Y para reforzar esa tendencia disponemos de diversos programas entre los cuales destaca un Plan de Igualdad que fomenta no solo la diversidad de género, sino también el desarrollo de las personas que trabajan en la compañía. Uno de los grupos que componen ese plan, el denominado B-NOW, está dirigido específicamente a fomentar el desarrollo del talento y el liderazgo femenino interno.

Creo que una de las mejores formas de garantizar la igualdad de oportunidades es reforzar la conciliación de la vida laboral y familiar, de todos nuestros empleados tanto hombres como mujeres. El equilibrio entre el trabajo y la vida personal es una de las máximas prioridades de BMS con sus empleados. Por eso apostamos por medidas de conciliación como el fomento del teletrabajo y la promoción de la flexibilidad horaria.

Prueba de la eficacia de estas medidas es que el Ministerio de Igualdad ha otorgado a BMS el distintivo "Igualdad en la Empresa", un certificado que reconoce la excelencia en la aplicación y desarrollo de medidas de igualdad entre mujeres y hombres y el desarrollo de planes y políticas de igualdad en la empresa.

Los beneficios que aportan tanto la conciliación como la corresponsabilidad que, en definitiva, traslada la necesidad de compartir tareas en el entorno familiar y laboral igual para mujeres y hombres, conlleva un incremento de la productividad, mayor compromiso y satisfacción, mejora del clima laboral, retención del talento, optimización del tiempo y accesibilidad al trabajo de una forma más equitativa entre hombres y mujeres, como un elemento clave para el desarrollo social de los países.

Normalizar el papel de la mujer en la ciencia pasa, en primer lugar, por reconocer el mérito de las excelentes profesionales à las que no se les ha regalado nada y que no siempre lo han tenido fácil para acceder a este mundo y, después, por trabajar desde diferentes frentes para facilitar que se alcance la igualdad de oportunidades. En BMS abordamos ese reto desde nuestras políticas de igualdad y conciliación, pero creemos que el esfuerzo debe ser compartido por el conjunto de la industria y las administraciones. Como mencionaba al comienzo de esta exposición, la farmacéutica es una industria en la que afortunadamente se ha avanzado mucho en materia de igualdad, lo que nos da la oportunidad de convertirnos en estandarte de la lucha por terminar de normalizar el papel de la mujer en la ciencia. Y para conseguirlo es necesario inspirar. Si las nuevas generaciones de mujeres ven a otras mujeres ocupando cargos que hasta ahora solo ostentaban los hombres, podremos contribuir a derribar barreras que aún existen en nuestro entorno.

OPINIÓN



MartaALARCÓN Socia de Auditoría de Grant Thornton

La igualdad de género y el gran reto de avanzar tras la pandemia

Riemante se ha cumplido un año de la irrupción del COVID-19 en España. Un año marcado por la activación de planes de urgencia en las empresas fruto de las necesidades y cambios de hábito obligados tanto a nivel profesional como nivel personal. En este periodo se ha puesto de relieve la correlación existente entre ambas partes -empresa y sociedad- y, en concreto, la enorme capacidad que las compañías tienen como protagonistas activas e imprescindibles en los cambios hacia una mejora de la cultura social.

En este sentido, resulta llamativo cómo numerosas empresas, condicionadas por el contexto insólito de la pandemia, han avanzado en planes de flexibilidad, conciliación o productividad en el teletrabajo, pero han frenado ligeramente las políticas relacionadas con igualdad de género.

El último estudio 'Women In Business' que elabora Grant Thornton, con 5.000 entrevistas a empresarios de todo el mundo, señala que las empresas en España que reconocen no estar tomando ninguna acción para mejorar la paridad en sus plantillas han aumentado un 15% en el último año -del 11% al 26%-. Una tendencia que obstaculiza, aún más, el complejo camino para lograr una de nuestras metas clave: la igualdad en los puestos directivos.

En líneas generales, las empresas en España, en comparación con otros países internacionales, presenta unos muy buenos números en materia de igualdad, superando incluso la media global. Sin embargo, en estos últimos meses, se vienen observando algunos síntomas de estancamiento. Nuestro país ha abandonado el Top 10 mundial de empresas con más mujeres en puestos directivos, ubicándose en el puesto 14º, o, tras cinco años consecutivos de crecimiento, en 2021 ha estancado ese porcentaje en el 34%. Unos datos que

obligan a las empresas a no bajar la guardia. De acuerdo con las conclusiones del estudio que realizamos en Grant Thornton desde los últimos 10 años, el dato no es malo, y más teniendo en cuenta que venimos registrando incrementos importantes durante los últimos años. Las dificultades generadas por la pandemia han estancado el avance, pero esperamos que sea únicamente una cuestión transitoria.

Eso sí, las empresas españolas deben seguir avanzando en igualdad a través de toda la cadena de valor. Si acercamos la lupa de la igualdad al reparto de directivas por departamentos, solo un 7% de los socios de las compañías españolas son mujeres, frente al 35% que lo son en las direcciones de Recursos Humanos. Independientemente del notable contraste, ambas cifras se ubican todavía lejos de la paridad interdepartamental. Destaca el ligero estancamiento de las mujeres CEO en España, con un retroceso de dos puntos en el último año, situándose en el 23%. Pese al parón, no son malas cifras si las comparamos con el resto de la media europea (21%) y la global (26%).

La lucha por la igualdad en las empresas no debe reducirse a meras declaraciones corporativas o acciones estéticas. Es un reto colectivo, que debe ser abordado a corto, medio y largo plazo por todos los grupos de interés de una compañía.

El impacto del COVID-19, aunque comprensible, no debería ser una justificación para la desatención de este objetivo. Todo lo contrario. Es justo ahora, en un escenario marcado por la incertidumbre empresarial y social, donde se deben dedicar los mayores esfuerzos a seguir acercándonos al objetivo de la igualdad real y efectiva. Son las empresas las que están llamadas a inyectar la vacuna contra la desigualdad.

Marta E CHARRI Directora general N26 de España γ Portugal



Independencia económica: transformar la percepción en una realidad

uando la COVID-19 irrumpió en nuestras vidas hace poco más de un año, la mayoría de los españoles tuvo que replantearse cómo gestionar su dinero ante la incertidumbre financiera que imperaba. Esta situación inédita, provocó mucho malestar, especialmente entre las mujeres. De hecho, las encuestas revelaban que las mujeres sentían con mayor frecuencia nerviosismo, miedo o preocupación por sus finanzas: un 63%, frente al 53% de los hombres. Esto se debe a que, en general, las mujeres se ven afectadas en mayor medida por la temporalidad en el empleo y por la inseguridad financiera.

Sin embargo, uno de nuestros estudios recientes, dirigido por el prestigioso neurocientífico británico Dr. Jack Lewis, concluye que las mujeres de todo el mundo están superando a los hombres en la percepción de su propia independencia económica. Bajo el título de Mind Over Money, la investigación descubrió que la percepción sobre la propia independencia económica es muy similar para ambos géneros: el 59% de las mujeres y el 58% de los hombres sienten que son financieramente independientes. Los datos también muestran que, aunque las mujeres tienden a sentirse más estresadas que los hombres, el estrés relacionado con las finanzas es más frecuente en los hombres (58% ellos vs. 47% ellas). Asimismo, una de las conclusiones del estudio afirma que el apetito por tomar decisiones arriesgadas suele ser mayor en ellos, y quizás, por ello, una situación tan cotidiana como pedir un aumento de sueldo es mucho menos frecuente entre mujeres que entre hombres, ya que para ellas supone una preocupación mayor.

Sin duda, es muy positivo que la percepción de las mujeres sobre su independencia económica haya aumentado. Pero creo que lo más importante es asegurar que ese sentimiento no se quede sólo en una mera percepción, sino que se traduzca en una independencia real. Tengo la sensación de que las finanzas producen cierta aprensión en algunas mujeres, y esta aversión al riesgo puede llevarlas a aprovechar menos las oportunidades. Creo que es fundamental desmitificar todo lo relacionado con el dinero, quitarnos el miedo a invertir, a emprender y a tomar decisiones financieras. Para ello es clave que desde la industria impulsemos iniciativas que aboguen por una mayor concienciación y educación en torno al ahorro y a la eficiencia a la hora de tomar decisiones financieras personales.

Desde N26 hemos seguido muy de cerca cómo todos hemos ido desarrollando durante el último año una mayor resiliencia, y hemos encontrado fórmulas para gestionar de forma más eficaz nuestro dinero, apoyados en gran parte por la tecnología. La banca digital ha tomado un papel protagonista en este sentido: la mayoría de la gente ha sentido la tranquilidad y la seguridad de poder operar de forma inmediata y online en su día a día, y han sido muchos, los que han descubierto la sensación de "control" que da el tener tu banco en el móvil en todo momento.

Cuando tienes el control de tus finanzas sientes una tranquilidad que, muchas veces, se traslada en un mayor optimismo en el día a día, algo que te sirve de motor para cumplir tus metas. Como banco digital, nuestra misión es, ante todo, facilitar la libertad financiera apostando por un modelo de banco sencillo, transparente y 100% digital. Al empoderar a las mujeres para que gestionen sus finanzas de forma sencilla y a su manera, les estamos dando las herramientas necesarias para lograr su independencia y que consigan alcanzar su máximo potencial.

Impress, "lo mejor de la tradición ortodóntica con la tecnología más innovadora"

Entrevista a Diliara Lupenko, COO de Impress

iliara, reconocida fundadora, empresaria y ángel en toda Europa, es cofundadora, junto con Vladimir Lupenko, otro joven empresario, y el Dr. Kasem - jefe de ortodoncistas de la compañías- de Impress, un proyecto de digitalización y profesionalización de la ortodoncia invisible, donde ejerce el cargo de COO. Diliara se inspiró en su propia experiencia para crear una compañía con un enfoque médico, a partir de haber realizado de forma personal su tratamiento de ortodoncia invisible tradicional. Además de haberle resultado por demás costoso, percibía la falta de un elemento muy importante a lo largo de todo su tratamiento: falta de calidad médica y confianza con el paciente a lo largo del proceso.

¿Cómo nace Impress?

Impress nace a partir de mi propia experiencia como paciente con ortodoncia. Simplemente nos dimos cuenta de que había un vacío en lo

Ofrecer tanto la atención digital al paciente siete días a la semana como la opción de acudir a visitas presenciales a las clínicas es algo único y hace que nuestro tratamiento sea seguro tanto para los casos sencillos como para los compleios. Con este sistema, aportamos la comodidad y la flexibilidad de lo digital, pero también tienes clínicas locales; de modo que, si alguna vez el paciente necesita ver a los especialistas en persona para obtener el mejor resultado, estamos disponibles. Así es como se ofrece a los consumidores lo mejor de ambos mundos, lo que siempre supone una ventaia competitiva en el sector. No es 'esto o aquello'. Es 'esto Y aquello'.

Así fue como en 2019 nació Impress, bajo la idea de combinar lo mejor de la tradición ortodóntica con la tecnología más innovadora del sector. Y es que ofrecemos un tratamiento médico que está basado en una técnica con más de 20 años de trayectoria, pero a través de una experiencia totalmente distinta y dissu salud en el centro de todo el proceso. Es una alternativa a los brackets, mucho más accesible que otras opciones gracias a nuestro modelo de negocio sin intermediarios y a que nuestra experiencia y recursos nos permiten diseñar planes de tratamiento más cortos y precisos.

¿Quiénes conforman la compañía?

Los resultados y la satisfacción de nuestros pacientes no serían posible sin el gran equipo que hay detrás de la marca Impress. El eje principal es nuestro equipo médico, especialistas en ortodoncia que tienen mucha experiencia no solo moviendo dientes sino también haciéndolo con la tecnología más innovadora del sector. Son profesionales expertos en ortodoncia digital que garantizan tratamientos más eficaces. En todas nuestras clínicas trabajamos con nuestro equipo médico propio y los mismos protocolos. Solo así podemos asegurar que todos nuestros doctores tienen la formación y experiencia correspondiente.

Pero el equipo médico de Impress no solo está en las clínicas. Detrás de las llamadas por teléfono, del email, de los mensajes de Whats-App o de la aplicación dental profesional que utilizamos para realizar la monitorización del paciente también se encuentra nuestro equipo de expertos que están en constante contacto con nuestros pacientes. Solo con una atención y acompañamiento personalizado y permanente se puede conseguir la mejor experiencia durante el tratamiento. Los pacientes ya no tienen que esperar a ir a su visita rutinaria para saber si todo está yendo según lo esperado, ni tendrán que acudir a la clínica si no es estrictamente necesario. El seguimiento online del tratamiento que hace nuestro equipo de atención al paciente es la clave para conseguir los mejores resultados médicos. Y este equipo de profesionales está liderado por el Dr. Khaled

"Somos una nueva generación de ortodoncia invisible, digital v profesional"

que los consumidores necesitaban. Antes de Impress, un paciente podía elegir entre consultas de ortodoncia muy conservadoras y reacias a la tecnología o una compañía de DTC que sólo se centraba en el tratamiento estético. Con Impress tratamos de llenar ese hueco en el mercado: aportando tanto la experiencia médica (ya que el cofundador y jefe de ortodoncistas, el Dr. Kasem, tiene más de 15 años de experiencia y ha tratado a miles de pacientes) como la facilidad y flexibilidad para realizar los tratamientos.

ruptiva. Utilizamos la tecnología para realizar tratamientos más precisos, en menos tiempo y que se adaptan a la vida de nuestros pacientes, pero sin deiar de ofrecer la asistencia médica personalizada y constante. Para poder llevarlo a cabo, decidimos apostar por el desarrollo de un producto propio y la eliminación de intermediarios como ejes principales, además de contar con nuestros propios especialistas.

Nos posicionamos como una nueva generación de ortodoncia invisible, que pone al paciente y

ENTREVISTA



Antes de Impress, Diliara estuvo seis años en KPMG (una firma tributaria internacional con sede en los Países Baios) centrada en los servicios transaccionales. Tiempo después de comenzar su carrera en esta empresa, un gran cliente de KPMG -Roca Group- la contrató para dirigir un proyecto financiero crítico en nombre de KPMG. Dirigió este importante proyecto que finalizó en una exitosa adquisición. Al finalizar el proyecto, Diliara se convirtió en CFO para Rusia, sede de Roca donde la empresa cuenta con más de 1.000 empleados. Tan solo nueve meses después, pasó de la posición de CFO a CEO y dirigió el grupo ruso durante cinco años.

Su siguiente paso marcó el comienzo de su trabajo como fundadora. Co-fundó en 2014 su primer emprendimiento, una marca de joyas y accesorios de arte llamada StyleMeUp. Después de poco más de cuatro años dejó el proyecto en 2018 y solo cuatro meses más tarde cofundó Impress junto con Vladimir Lupenko.



Kasem, un ortodoncista con más de 15 años de experiencia que, desde que comenzamos con Impress, trabaja exclusivamente en ortodoncia, siendo el jefe de los ortodoncistas de nuestra compañía. Ha colaborado en la Universidad de Barcelona como coordinador de proyectos de investigación y cuenta con varias publicaciones en revistas científicas de renombre.

¿Qué características diría que definen a Impress?

Somos una nueva generación de ortodoncia invisible, digital y profesional, mucho más accesible que otros métodos ya que, gracias a nuestros alineadores transparentes, ayudamos a nuestros pacientes a conseguir una sonrisa alineada sin perder de vista nuestra prioridad, su salud. Principalmente, gracias a la profesionalidad de nuestro equipo y la calidad del tratamiento que ofrecemos. Estamos enfocados 100% al servicio de nuestros pacientes y los acompañamos a lo largo de todo el proceso.

En Impress ofrecemos la fiabilidad de la tradicional ortodoncia invisible y la digitalización de todos los procesos para realizar tratamientos más precisos y personalizados. Y todo a través de una experiencia única, tanto en clínica en la primera visita presencial como durante todo el tratamiento a distancia. Somos expertos en ortodoncia invisible; por ahora, solo rea-

lizamos este tipo de servicios, por lo que todos nuestros recursos y trabajo están centrados en mejorar las sonrisas de nuestros pacientes con un tratamiento médico. Al mismo tiempo que mejora la apariencia física y el paciente gana seguridad y confianza en sí mismo, nuestro equipo médico está velando por su salud.

No trabajamos con intermediarios, por lo que podemos asegurar el resultado que se le muestra al paciente en el vídeo simulación 3D que crean nuestros especialistas antes de iniciar el tratamiento. Que nuestro equipo médico tenga el control absoluto de todo el proceso por el que pasa el paciente y, por tanto, de los resultados es una gran ventaja. Y lo es porque en

todas nuestras clínicas trabajamos de la misma manera y seguimos los mismos protocolos. Es por eso que cualquier persona que inicie un tratamiento de ortodoncia invisible Impress puede seguir con su rutina normal independientemente de la profesión o estilo de vida que lleve. Y es que podrá acudir a cualquiera de las casi 60 clínicas que Impress tiene por Europa (España, Italia, Portugal o Reino Unido). La experiencia del paciente en la clínica también es otro punto que nos caracteriza. Nuestros estudios dentales se alejan del concepto tradicional de clínica que todos conocemos. Cuentan con diseños cercanos y cálidos, donde nuestros pacientes puedan sentirse cómodos en todo momento. Tal ha sido nuestra dedicación en este aspecto, que nuestra primera Flagship clinic, en Barcelona, ha sido galardonada con el prestigioso premio de arquitectura Frame Awards en la categoría Healthcare Centre of the Year 2020.

¿Cómo describiría al paciente que acude a las clínicas?

Cada paciente es único para nosotros. De hecho, nuestra misión radica en invertir todo nuestro conocimiento y tecnología para ofrecerles, a cada uno, una experiencia individual, personalizada y a la medida de sus expectativas, lo que dará como resultado el mejor servicio y un seguimiento exhaustivo para garantizar su satisfacción al 100%.

En la mayoría de los casos, nuestros pacientes tienen como objetivo corregir una imperfección estética para ganar en confianza en uno mismo, seguridad y autoestima. Además, un gran porcentaje de nuestros pacientes son adultos y no se plantean usar un método de alineación tradicional y mucho más visible. También hay quien acude a nuestros servicios para resolver cuestiones de salud vinculadas a la maloclusión. Pero, lo que sin duda tienen todos en común, es que son pacientes que no quieren renunciar a su estilo de vida para realizar un tratamiento de ortodoncia. No quieren que esto les impida disfrutar de su comida favorita o no poder viajar porque tienen consulta con el ortodoncista.

¿Qué tipo de tratamientos ofrecen? ¿Cuáles son sus tarifas?

En Impress solo ofrecemos tratamientos de ortodoncia invisible. Nuestro equipo médico es experto en ortodoncia y en corregir problemas de salud relacionados con los diferentes casos. Desde los leves que se realizan por cuestiones más estéticas, como aquellos que afectan a la mordida y, en consecuencia, si no se corrigen pueden causar problemas de salud. Centrarse únicamente en un tipo de tratamiento tiene muchas ventajas. Una de ellas es que nuestros especialistas tratan miles de casos al año y esa experiencia repercute en unos tratamientos más cortos y eficaces y, por lo tanto, en su coste. Otro aspecto que nos permite ofrecer una excelente relación calidad-precio es, como decía, que en Impress no trabajamos con intermediarios. Esto nos da la posibilidad de ofrecer uno de los precios más competitivos del mercado y cumplir así nuestro objetivo de democratizar el acceso a este tipo de servicios, que esté al alcance de todo el que quiera mejorar la alineación de su sonrisa, ya sea por cuestiones estéticas o de salud. Ofrecemos dos precios cerrados -que dependen de la complejidad del tratamiento- con todo incluido. Esto es: la primera visita, con todas las pruebas diagnósticas como sería el plan del tratamienhan podido contar con la presencia de clínicas allí, o bien han contado con el respaldo y la atención de nuestro equipo médico a distancia. Uno de los servicios que se lanzó y se reforzó durante el confinamiento fue las visitas virtuales con un ortodoncista que, gracias a la Inteligencia Artificial y a su experiencia puede realizar un diagnóstico estimado.

Durante la primera visita presencial, esta sí imprescindible para empezar un tratamiento de ortodoncia invisible, tiene lugar uno de los momentos estrella de la experiencia digital de Impress, el escáner 3D, que sirve para tomar medidas de forma más precisa, ya que el proceso es completamente digital, y para realizar el vídeo simulación en 3D. Este vídeo es el plan de tratamiento que realiza, con la ayuda de la tecnología y sus conocimientos, nuestro equipo médico. En el vídeo, el paciente puede ver la duración de su tratamiento, cómo se van a ir moviendo sus dientes con cada cambio de

"En todas nuestras clínicas trabajamos de la misma manera y seguimos los mismos protocolos"

to, las radiografías y escáner 3D, todos los alineadores, visitas ilimitadas a las clínicas o los retenedores post-tratamiento que mantienen la sonrisa y aseguran el resultado), entre otros. El precio de la mayoría de nuestros tratamientos es de 1.975 euros y suele rondar los seis-siete meses de duración. Y para casos más complejos que requieren de técnicas especiales para mover los dientes o que su duración supere los siete meses, el precio será de 2.975 euros. El tipo de tratamiento a recibir y, por lo tanto, el precio, vendrá determinado por la valoración del especialista.

La digitalización está constantemente presente durante las fases que dura el tratamiento. ¿Podría explicarnos de qué manera?

En primer lugar, quiero destacar una vez más que la digitalización es uno de nuestros puntos fuertes y por lo que más apostamos desde el inicio de la compañía. Y el haberlo hecho ha sido una ventaja para nuestros pacientes durante la pandemia y el confinamiento. Quienes habían empezado el tratamiento han podido seguirlo sin problema y quienes han tenido que volver a sus casa o países de origen no han tenido que interrumpirlo porque, o bien

alineador y el resultado final. Tanto las visitas virtuales como la presencial con todas las pruebas diagnósticas y el vídeo simulación 3D no conllevan ningún compromiso.

Una vez se empieza el tratamiento, la digitalización de la monitorización es otro de los puntos fuertes del sistema Impress. El paciente puede elegir si realizar el seguimiento de su tratamiento de forma presencial, online o combinando los dos métodos. A través de la aplicación móvil dental profesional que utilizamos, el paciente registrará todos los cambios. Con la misma cámara de su móvil podrá realizarse escáneres periódicos, que deberá subir a la app con cada cambio de alineador. Los ortodoncistas revisarán las imágenes y determinarán si está preparado para pasar al siguiente. La Inteligencia Artificial juega un papel importante también en el seguimiento. Se detectará de inmediato si existe una desviación del plan inicial y se le solicitará al paciente que acuda a la clínica para revisar el caso en persona. Así, se evitan visitas innecesarias y no tendrá que esperar a acudir a una consulta programada para saber si el tratamiento está yendo sobre ruedas. La comunicación también es imprescindible, por eso tenemos varios canales a través de los cuales el paciente podrá preguntar cualquier duda a nuestro equipo médico siete días a la semana. Para nosotros la digitalización de todos los procesos por los que tiene que pasar el paciente es esencial para facilitarle su tratamiento y para que pueda finalizarlo sin interrupciones o inconvenientes.

¿Cuáles son las principales características que deben definir a los alineadores transparentes?

Los alineadores están hechos de termoplástico de resina polimérico y debe cumplir con ciertos requisitos: que tenga alta elasticidad, alta energía guardada, tolerancia a las condiciones orales, que no cambie con la temperatura, que sea biocompatible, es decir, que no sea perjudicial para nuestro organismo, que cuente con una superficie lisa (aspereza baja) y, por último, pero no menos importante, que sea transparente.

¿Existe un máximo o un mínimo de edad para poder ponerse un alineador?

En Impress tratamos a pacientes de todas las edades, ya que, tras muchos años de experiencia y muchos casos tratados, sabemos identificar cómo se pueden mover las piezas dentales en cada situación y momento del tratamiento. Y esa es la mejor garantía que se le puede ofrecer a una persona que quiere corregir un problema que puede incluso afectar a su autoestima y a su vida cotidiana. Por eso es que no tenemos restricciones en cuanto a la edad siempre que ya hayan alcanzado su madurez bucal y cuenten con sus dientes definitivos. Antes de comenzar, el paciente tendrá su consulta con nuestros especialistas y se le indicará cuál es el mejor tratamiento a seguir para su caso, independientemente de la edad. Hay que decir que en Impress tenemos experiencia tratando adolescentes con ortodoncia invisible, pacientes con los que no se atreven la mayoría de odontólogos, por lo que podemos garantizar la seguridad y la excelencia de los resultados.

Impress utiliza un sistema de alineación removible. ¿Qué beneficio o beneficios aporta al paciente?

Si bien ya dijimos que esto no es algo especialmente nuevo, sí que es cierto que los alineadores transparentes están revolucionando el sector de la ortodoncia gracias al gran número de ventajas que tienen frente a los mínimos inconvenientes que se perciben. En primer lugar, una de sus principales ventajas



es la gran comodidad que ofrecen, pues uno no se da cuenta que los lleva puestos. Se ajustan como una segunda piel y se deben retirar solo para comer y beber. Además, al ser removibles, el paciente puede seguir con su estilo de vida y su rutina diaria como siempre. Desde hacer todo tipo de actividades sin miedo a sufrir lesiones, a comer cualquier tipo de alimento, hecho que con los brackets era impensable, pues hay alimentos considerados como prohibidos que pueden dañar el aparato metálico o resultan incómodos de comer.

Por otro lado, los alineadores transparentes permiten que podamos seguir cuidando la higiene de nuestros dientes en profundidad. El cepillado de dientes o el uso del hilo dental pueden seguir haciéndose como siempre, algo que resultaba muy complicado con los brackets. Por último, la eficacia es un atributo que caracteriza por completo este tipo de tratamiento que hace que nuestros pacientes se acaben decidiendo por la ortodoncia invisible.

Al estar presentes en la mayoría del territorio español, en más de 40 ciudades, y trabajar de forma centralizada, el paciente puede decidir a qué clínica acudir, sin necesidad de que sea siempre la misma. Esta ventaja se intensifica en pacientes que tenemos que, por diversos motivos, tienden a viajar con mucha asiduidad pues, en estos casos, el paciente podrá ir a una visita en Barcelona y, si en la siguiente se encuentra en Bilbao, por ejemplo, podría visitar el espacio con el que contamos y visitar a su especialista.

Otro hecho que nos diferencia de otras compañías y que supone un beneficio para quienes optan por el tratamiento Impress es que ofrecemos la posibilidad de hacer el seguimiento de los casos de manera online. Nuestros tratamientos se supervisan por nuestros especialistas ya sea de manera presencial o virtual.

La compañía ya está presente en 27 ciudades españolas, tres en Portugal y una en

Italia. Además, cuenta con tres clínicas de construcción propia, Barcelona, Madrid y Valencia. ¿Tienen pensando ampliar el número de clínicas este año?

Estamos creciendo a un ritmo tan acelerado y sostenido que estos números ya han quedado desfasados. Actualmente, tenemos presencia en más de 40 ciudades españolas y durante 2021 tenemos previsto ampliarla hasta cubrir 70 ciudades en el territorio nacional. Respecto a las clínicas fuera de España, como bien dices tenemos presencia en ahora seis ciudades de Portugal, y nueve en Italia. A comienzos de 2021, hemos llegado también a Reino Unido y, próximamente, abriremos mercado también en Francia.

¿Cuáles son sus planes a medio y largo plazo?

En 2020 hemos logrado un crecimiento de más del 400% y esperamos poder seguir este ritmo para 2021. Actualmente, contamos con presencia en más de 50 ciudades europeas y tenemos prevista la apertura de más clínicas en otros puntos, tanto a nivel nacional como internacional. Como comentaba, a nivel nacional esperamos llegar a las 70 ciudades y a nivel europeo, vamos a alcanzar las 20 ciudades en Italia, 10 en Portugal y contaremos con entre tres y cuatro en las principales ciudades de Reino Unido y de Francia. Somos una compañía comprometida con la innovación y la digitalización de los tratamientos ortodónticos. Nuestro principal plan para 2021 es seguir implementando la última tecnología para ofrecer a nuestros pacientes la mejor atención médica posible sin interrumpir su estilo de vida. En cuanto a nuestro equipo de profesionales, el core de nuestro modelo de negocio, tenemos la suerte de haberlo podido ampliar exponencialmente. Hemos aumentado la plantilla un 455% y hemos desarrollado un plan de empleo que contempla un total de 250 puestos de trabajo para 2021, de los cuales 150 serán en España.

Inma Sánchez

¡Despega tu empresa en la red!

www.ideandoestudio.com



Web



Tiendas Online



SEO



Community Manager



Dominio y Hosting



Diseño Gráfico



Adwords y ADS



Imagen

AnaPÉREZFernández-Espada Socia ALIATS-LEGAL, Abogados y Asesores



Constitución de empresas, ¿qué papel juegan las mujeres actualmente?

on motivo del día de la mujer el pasado mes de marzo, son muchas las preguntas que nos hacemos respecto al papel que juega la mujer en el mundo de la empresa en la actualidad.

Durante muchos años se ha unido el mundo empresarial y de los negocios al género masculino, no teniendo cabida la mujer como figura de éxito o crecimiento profesional. El papel de la mujer, como empresaria, estaba relegado a sectores históricamente denominados como femeninos (estética, peluquería, imagen personal, etc.).

Actualmente, cada vez son más las mujeres que se aventuran a emprender y montar sus propios negocios, sea del ámbito que sea.

Para ello, solo tenemos que acudir a nuestras universidades, y ver como la presencia femenina es cada vez mayor. Estudios del INE (Instituto Nacional de Estadística), ya publicaron como, desde 2014, eran mayoría las mujeres que se graduaban con estudios superiores. Del mismo modo, que son las carreras de Negocios, Administración y Derecho, las elegidas por las mujeres para su crecimiento profesional.

Creación de empresas y alta de autónomas

Aunque aún existe una diferencia considerable entre el número de hombres empresarios, frente al de mujeres empresarias, es de destacar como del total de empresas censadas en la base de datos de INFORMA (1,6 millones en el año 2020), un 35,40% son mujeres.

Nos indican estudios como el realizado en este año por Women in Business 2021, que, desde 2011, ha existido un crecimiento en el liderazgo femenino empresarial. Lamentablemente, debido a la situación de pandemia actual, se ha producido un estancamiento en el crecimiento de mujeres que se animan a emprender.

No obstante, las previsiones que este estudio hace son positivas, aludiendo al cambio de la forma de trabajo. Se aprovechará el auge de la flexibilidad, el teletrabajo, etc., para que las mujeres encuentren una mayor conciliación que les ayude a desarrollarse profesionalmente.

Nuestra experiencia como abogadas mercantiles

Desde ALIATS-LEGAL, específicamente desde nuestro departamento de derecho de empresas, tenemos la experiencia de que cada vez son más las mujeres que se embarcan en el mundo de los negocios. Se adentran en el mundo de la creación de su Sociedad Limitada, entre otras figuras mercantiles societarias, y proyectan su carrera profesional hasta el éxito que ellas buscan.

Las acompañamos en todo el procedimiento de constitución y puesta en marcha. Desde la búsqueda de la denominación social, elaboración de los estatutos, trámites fiscales y contratación con proveedores.

Por esto, podemos afirmar que, aunque a día de hoy la presencia de las mujeres en el mundo de la empresa sea menor, la tendencia es ascendente. Su tesón, responsabilidad, esfuerzo y sacrificio, hacen que cada día las mujeres estén en puestos directivos de cualquier ámbito empresarial. Se supera el estigma de las profesiones "femeninas" para encontrar mujeres ingenieras, consultoras, abogadas, copywriters, etc.

La sociedad evoluciona, y las empresarias que ahora trabajan en la constitución de sus sociedades y negocios, abren y hacen el camino a las mujeres que vienen detrás.

ALIATS-LEGAL, como despacho integramente formado por abogadas, está presente cada día en la constitución de empresas, orgullosas de ver como nuestro marco empresarial crece, ya sea con hombres o de la mano de mujeres.

OPINIÓN



EvgeniyaNAUMOVA
Vicepresidenta de la red
de ventas globales de Kaspersky

En camino hacia un sector TI más igualitario

I mundo de la tecnología es el de mayor proyección de futuro laboral actualmente. Según los datos de la Unión Europea, dentro de tan solo dos años el 45% de los empleos estarán relacionados con el entorno digital. Sin embargo, el sector tecnológico continúa siendo mayoritariamente masculino, aunque la tendencia apunta hacia una mayor presencia femenina en todos los niveles.

En 2018, Kaspersky quiso poner el foco sobre el papel de la mujer en el mundo tecnológico. Dos años después, y con la vista puesta en un cambio estructural como el que ha supuesto la pandemia de coronavirus en todo el mundo, la compañía ha llevado a cabo un nuevo análisis para conocer cómo ha evolucionado la presencia femenina en el sector de la tecnología, y cuáles son las oportunidades de progreso y los frenos para conseguir la igualdad de género en este sector en el futuro.

Impulsar una mayor presencia femenina en el sector TI es un reto constante y para lograrlo se requiere una modificación de las estructuras y actitudes existentes en muchos aspectos, desde los modelos de trabajo pasando por la representación en los consejos de administración o la educación.

El teletrabajo cambia las reglas del juego

El mundo en el que vivimos y trabajamos hoy en día no tiene nada que ver con el de hace 12 o 24 meses. La pandemia de la COVID-19 ha provocado cambios sísmicos en la forma y el lugar de trabajo como, por ejemplo, la generalización del trabajo a distancia, que se presenta como un posible acelerador hacia la igualdad de oportunidades de género en los puestos relacionados con las TI. De hecho, el 95% de las mujeres en el sector tecnológico en todo el mundo han trabajado desde casa al menos a tiempo parcial desde marzo de 2020.

Esta transición hacia el teletrabajo supone un hito importante desde el punto de vista de las mujeres. Así, prácticamente la mitad de las encuestadas reconoce que prefiere teletrabajar, destacando aspectos como una mayor eficiencia o autonomía a la hora de llevar a cabo sus tareas, y que la igualdad de género mejora cuando los equipos trabajan a distancia.

Pero a pesar de los efectos positivos, el 47% de las mujeres del mundo TI cree que también se ha retrasado su progresión profesional. Aunque los efectos económicos de la pandemia han afectado a ambos sexos, hay estadísticas adicionales que demuestran que las mujeres se ven proporcionalmente más perjudicadas por la vida doméstica en la que se desenvuelven ahora.

A la búsqueda de mayor igualdad de oportunidades en el mundo TIC

Otra de las conclusiones de la primera oleada de nuestro estudio era que las mujeres eran muy conscientes de la gran proyección laboral en el mundo TIC, pero la falta de referencias de otras mujeres que trabajasen en el sector las hacía recelar. Es un hecho **conocido y documentado** que la falta de modelos femeninos tiene un efecto negativo en el número de chicas que optan por seguir estudios tecnológicos.

Esta segunda investigación ha puesto de manifiesto los avances para alcanzar una mayor igualdad de oportunidades en los puestos de TI. De hecho, más de la mitad (56%) de las encuestadas están de acuerdo en que la igualdad de género ha mejorado en su organización en los últimos dos años. Es más, el género se ha convertido en una preocupación menor a la hora de solicitar un puesto. Siete de cada diez (70%) mujeres creen que sus habilidades y experiencia fueron consideradas más importantes



que su género durante el proceso de entrevista para su primer puesto en TI o tecnología.

Esta mayor igualdad también se ha trasladado a la dinámica del espacio de trabajo. Más de dos tercios (69%) de las mujeres que trabajan en tecnología coinciden en que ahora están más seguras de que su opinión será respetada, independientemente de su género. Dado que la idea del equilibrio de género está impregnada de percepciones y actitudes, este es un signo crítico de progreso.

Asimismo, el informe señala que más de la mitad (53%) de los encuestados en todo el mundo está de acuerdo en que el número de mujeres que ocupan puestos de responsabilidad en TI en su organización ha aumentado en los últimos dos años. Pese a ello, los equipos siguen siendo mayoritariamente masculinos, de hecho, solo el 10% de las mujeres que trabaja en tecnología lo hace en un equipo con mayoría femenina frente al 48% que trabaja en un equipo con mayoría de hombres.

Para afrontar esta desigualdad, empresas de todo el mundo están empezando a poner en marcha distintas iniciativas que colaboren a garantizar una representación más igualitaria en las plantillas. No se trata solo de una cuestión de números, sino de que se modifiquen los comportamientos y se reduzca el sexismo en los lugares de trabajo, que más mujeres lleguen a puestos de responsabilidad y que se creen más modelos que puedan compartir experiencias

profesionales positivas con las mujeres jóvenes que están considerando entrar en el sector tecnológico. Son muchas las **iniciativas y herramientas disponibles** para conseguirlo.

La diversidad en los equipos genera mayor eficiencia

Y es que los equipos empresariales formados por hombres y mujeres son más eficientes y armoniosos, y las organizaciones se benefician cuando las mujeres tienen una representación equitativa dentro de la estructura empresarial. Las mujeres somos atentas, pacientes, empáticas, mostramos apoyo y nos apasiona todo lo que hacemos, cualidades todas ellas muy importantes para el liderazgo, la gestión y el servicio.

Además, la diversidad supone beneficiarse de una gama más amplia de aportaciones. Y para una industria como la tecnológica que necesita constantemente ideas, esto resulta clave. Por todo ello, es realmente interesante comprobar como las competencias digitales contribuyen a reducir la brecha de género entre hombres y mujeres, ampliando las perspectivas de carrera. Y dado que nuestro presente y nuestro futuro dependen de la tecnología, resulta clave que todos desempeñemos un papel igualitario. Nos alegra haber sido testigos del cambio positivo en los dos últimos años, pero no podemos olvidar que aún queda mucho camino por recorrer.

OPINIÓN



AndreaDELCampo Global Inbound Marketing Lead en Ironhack

Desprogramando la brecha digital

1 mundo ha cambiado mucho en los últimos meses. La palabra COVID se ha convertido en la gran repetida y con ella han llegado, no solo numerosas consecuencias, sino transformaciones de todos los sectores y ámbitos. Uno de ellos ha sido cómo las empresas y organismos públicos se han visto en la necesidad imperiosa de adoptar la digitalización como herramienta fundamental para evitar que el mundo se quedase parado, lo que ha provocado que el 60% de las empresas espanolas necesite un profesional de las TIC en sus plantillas. Sin embargo, el sector de la tecnología sigue estando copado por hombres, haciendo aún más evidente la brecha digital de género en España, que se encuentra entre los territorios europeos con mayor retraso en la inclusión femenina en el campo de las TIC, donde solo un 13% de mujeres cursan este tipo de carreras frente al 17% de la media de la UE, según los últimos datos de Eurostat. Además, la Comisión Europea afirma que solo 24 mujeres de cada 1.000 se gradúan en estudios TIC.

Ante esta realidad, desde Ironhack vimos necesaria la puesta en marcha durante la primera semana de marzo de la iniciativa Women in Tech Week, con el objetivo de impulsar el papel de las mujeres en el mundo de la tecnología. Durante esta semana nos acompañaron grandes referentes del mundo de la tecnología, como Ayumi Moore Aoki, fundadora y CEO del Movimiento Women in Tech y de la agencia digital Social Brain; Linda Pereira, senior partner y CEO de L&I Communications Group; Beatriz Santos, embajadora de Women In Tech y Project Manager en

Siemens; Claudia Mendes Silva y Maria-Manuel Leitao Marques, miembros del Grupo de la Alianza Progresista de Socialistas y Demócratas en el Parlamento Europeo; Nikky Hofland, managing director de TechMeUp, o Sarah Nohe, Head of CX Strategy en Reef Technologies. Ellas son solo algunas de las 30 mujeres que ostentan un puesto dentro del sector y que se dieron cita para motivar, aconsejar, apoyar y empoderar a las mujeres en el emprendimiento de sus carreras tecnológicas y, sobre todo, intentar acabar con el monopolio masculino en la tecnología.

En total, más de 1.500 personas asistieron a una semana repleta de eventos, charlas inspiracionales y talleres prácticos sobre conseguir trabajo, combatir el síndrome del impostor o cómo encontrar al mentor adecuado. Gracias a ellas, supimos que estábamos en el camino correcto, y salimos reforzadas y convencidas de lo necesario que es empoderar la figura de la mujer en tecnología, servirnos como apoyo y continuar con este tipo de iniciativas con el objetivo de reforzar y ampliar todo lo aprendido durante estas semanas.

La situación poco a poco va evolucionando y todo indica que las nuevas generaciones serán capaces de cambiar estos estereotipos en el sector TIC. La participación bien sea como usuarios, creadores, profesionales o consumidores digitales está dejando de depender del género y de la edad, pero queda mucho camino por hacer. Debemos seguir impulsando a más mujeres a creer en ellas y emprender sus carreras en tecnología, sin prejuicios, sin presión social y sin miedo.

MartaPÉREZDorao Presidenta de Inspiring Girls



¡La economía también es cosa de chicas!

n nuestro sistema educativo tenemos una carencia preocupante de formación financiera en general y especialmente en las niñas. La Fundación Inspiring Girls surge porque las niñas se enfrentan en su crecimiento, en el paso de la infancia a la adolescencia, a tres importantes desafíos: estereotipos de género, falta de autoestima o confianza en sí mismas, y falta de referentes o mujeres espejo en las que mirarse. Inspiring Girls lucha contra estos obstáculos, que limitan el potencial de las niñas, poniéndolas con contacto con mujeres profesionales de todos los sectores que comparten con ellas su experiencia en distintos proyectos. Como este Club Financiero del que hoy tratamos, que se ocupa de los tres desafíos mencionados mediante el acercamiento a las niñas al mundo financiero.

En primer lugar, lo hace abordando una de las grandes falsedades que impregna nuestro sistema educativo y social: las niñas no son buenas en mates. Sabemos que eso NO es verdad y lo hemos acreditado con una investigación científica publicada en la prestigiosa revista científica Frontiers in Technology. O sea que no lo decimos nosotras, lo dice la ciencia: las niñas se perciben a sí mismas peores con los números, pero NO lo son. Y queremos seguir con este club rompiendo este estereotipo. Porque cuando se dan cuenta de ello, recuperan la confianza en sí mismas, se vienen arriba, con resultados espectaculares.

En segundo lugar, porque les daremos estos referentes que les faltan: las profesoras del Club Financiero son ejecutivas de primer nivel de bancos y entidades financieras de nuestro país que, generosamente, compartirán su saber, desde un punto de vista muy práctico, con las niñas. Su perfil se publicará en la web del club y en redes sociales, dándoles así visibilidad, pues es importante que las vean otras niñas, no solo las participantes en el Club, como referentes.

La economía además de ser una gran desconocida para las niñas y muchas mujeres, es un tema incómodo, no nos gusta hablar de dinero. Y sin embargo estos conocimientos son necesarios para la vida personal y profesional: al acabar la carrera y establecerse como profesional, para planificar la propia jubilación, para determinar el régimen económico matrimonial si te casas... Si a ese desconocimiento le sumamos que estamos entrando en una nueva era tecnológica en la economía, se complica aún más el cuadro. La situación COVID ha supuesto un salto extraordinario: triplicando el uso de medio de pagos digitales, el 80% de los cuales son contactless... La tecnología es ya parte de la estrategia empresarial de cualquier gran entidad financiera: desafíos regulatorios, nuevos actores, nuevos conceptos: Blockchain, criptomonedas, fintech... términos ya cotidianos.

Pero, además, el mensaje fundamental que NO se está dando a las niñas es que para ser libre hay que ser independiente económicamente. Y para eso hay que saber gestionar el propio dinero, planificar, y conocer básicamente el mundo económico.

Con el Club Financiero queremos que las niñas conozcan de forma sencilla los principales conceptos de la economía y las finanzas, que si oyen hablar de EBITDA, bitcoin o criterios ASG no les suene a chino. Que además entiendan que la autonomía financiera es la clave de su futuro y conozcan herramientas para gestionar su dinero, que la capacidad de gestionar sus propios recursos les ayuda a tener una vida independiente. Y, además, haciéndolo a través de estas mujeres queremos que conozcan las oportunidades laborales que ofrece este sector. Visibilizándolas, promoviendo vocaciones financieras entre las niñas. Y aumentar el número de mujeres en puestos de responsabilidad en la cúpula de las entidades financieras de nuestro país.





NúriaCASTELLÓ IG @sounuriacastello

DebRODRÍGUEZIG @soydebrodriguez

Emprender con Alta Sensibilidad: Emprender en PAS

La Alta Sensibilidad es una puerta al autoconocimiento y el autoconocimiento es una gran herramienta para el crecimiento de nuestros negocios

onvocamos el primer congreso virtual dirigido a Emprendedores Altamente Sensibles con la intuición de que un espacio así era necesario, que las Personas Altamente Sensibles en el camino de emprender necesitaban un punto de encuentro, un lugar donde expresarse, aprender y crecer.

Huíamos de la visión de la Alta Sensibilidad como una especie de trastorno o enfermedad, algo que te tienen que diagnosticar y que te condiciona negativamente de por vida. Sabíamos que esta visión existe y, precisamente por ello, nos movía impulsar un espacio en el que conectar con un contundente mensaje: la sensibilidad puede ser la más potente herramienta para el crecimiento de nuestros negocios.

Hoy, unos días después de cerrar el congreso, tenemos la certeza no solo de que un espacio así era imprescindible, sino también de que hemos conseguido tender ese espacio, de que hemos iniciado un camino que aún tiene un largo recorrido por delante.

"Nunca me había planteado ver mi sensibilidad como una fortaleza, ahora sé que puede serlo", compartía una de las 1.700 personas inscritas a Emprender en PAS. "Gracias por ayudarme a descubrir todas esas fortalezas en mí", decía otra. Y así, cantidad de mensajes y comentarios que hemos recibido desde el 22 de febrero, confirmándonos que, si bien el concepto de Alta Sensibilidad cada vez está sonando más, entenderlo desde una mirada amorosa no siempre ha resultado sencillo.

En Emprender en PAS aprendimos muchas cosas y si tuviéramos que quedarnos con una sola idea, sería,

sin duda, con esta: la Alta Sensibilidad gana sentido cuando se convierte en una puerta de entrada hacia uno mismo, un canal más a través del que conocer tus fortalezas y desafíos, y el autoconocimiento, en sí mismo, es una poderosa herramienta que nos permite, entre muchas otras cosas, crear y hacer crecer negocios muy alineados con nosotros mismos, o lo que es lo mismo: crear y hacer crecer negocios que nos hacen muy felices en el camino.

Como impulsoras de Emprender en PAS sentimos una gratitud infinita por haber podido compartir tantas herramientas, conocimientos y experiencias a las personas que confiaron en nosotras uniéndose al congreso virtual. Tuvimos la enorme fortuna de contar con ponentes que nos deslumbraron con sus aportaciones, no solo a nosotras como organizadoras, también a las personas asistentes.

Llegados a este punto, no podemos sino mirar hacia un futuro donde los Emprendedores Altamente Sensibles sigan conociéndose a sí mismos y creando negocios que contribuyan a un mundo más equilibrado y feliz, por eso en los próximos días compartiremos nuestra propuesta para mantener vivo este espacio.

Lo que sigue en Emprender en PAS no lo decidiremos solo Deborah Rodríguez y Núria Castelló como creadoras de este espacio: deseamos que este punto de encuentro sea de todos y para todos los Emprendedores Altamente Sensibles que sienten que tienen en él un rinconcito donde desarrollarse. Por eso, el 15 de marzo hemos hecho llegar a todas las personas suscritas a **Emprender en PAS** un email con una propuesta y algunas preguntas. Estamos deseando ver qué nace de ahí.

Acuarela Emocional



sta es la finalidad principal de Acuarela Emocional, una herramienta, creada por Mónica Planas, diseñadora e ilustradora, que ayuda a mejorar aspectos psíquicos, físicos y emocionales, a través del proceso creativo y la técnica de acuarela.

El nuevo método terapéutico nace a raíz del cambio de 360 grados que vivió Planas cuando le detectaron una Malformación Arteriovenosa (MAV). Durante un tiempo intentó compaginar su trabajo como diseñadora en empresas multinacionales con su enfermedad. El estrés del día a día provocó que se quedará en sillas de ruedas y reaprendiera a caminar más de tres veces.

"Tuve que aceptar que mi vida había cambiado, pero no en un sentido negativo, simplemente era diferente. Prioricé mi salud".

Durante este proceso de adaptación y búsqueda de sí misma, empezó a probar terapias y actividades para encontrar un equilibrio sano con sus emociones. "Lo que siempre estuvo a mi lado fue la acuarela. Me di cuenta de que fluían mis sentimientos junto con el agua y el color".

A través de este descubrimiento, la diseñadora comenzó a investigar en 2007 acerca de los beneficios de la acuarela. Años después, Planas se lanzó al mundo empresarial para crear su propia marca solidaria HakunaBen que, actualmente, se desdobla, para desarrollar el proyecto de Acuarela Emocional.

Desde 2018, la creadora está formando a personas, en sus talleres de Acuarela Emocional, en la introducción de prácticas saludables como la aceptación y gestión de los sentimientos, la búsqueda del equilibrio sano entre las obligaciones y los deseos, la reducción de los niveles de estrés...

"Durante las sesiones, las personas encuentran un espacio libre de prejuicios, donde se permiten reconectar con su amor propio y sus emo-



ciones como vía para recuperar su paz interior, rebajando el nivel de estrés, miedo y dolor".

Más de 80 alumnos, en la mayoría mujeres de un rango de edad de 30 a 70 años, con una profesión orientada a ayudar y acompañar a otros, han practicado esta medicina emocional. "Suelen acudir a mí mujeres con un ritmo de vida muy intenso, con una agenda llena de obligaciones y compromisos que les impiden poder disfrutar de lo que les rodea y de ellas mimas".

El paradigma actual está dejando graves secuelas psicológicas. "Las personas buscan nuevas vías de escape y están empezando a tomar conciencia de la importancia de la salud mental: cada día recibo más mensajes pi-

diendo consejo acerca del estrés, la ansiedad, la gestión emocional...".

Hecho que ha animado a la ilustradora a lanzar oficialmente los cursos de Acuarela Emocional, ahora online y de nuevo presenciales cuando la situación lo permita. La primera convocatoria del año, actualmente cerrada y con plazas completas, se abrió en febrero. La previsión es que a mediados de abril vuelva a haber nuevas inscripciones disponibles.

"De cada servicio ofrecido, dono un euro a la Fundación Institut Guttmann, para apoyarla en el desarrollo de su labor y ayudar a otras personas afectadas por enfermedades neurovasculares".



TaniaMUÑOZMaldonado

Directora de Comunicación, Marketing y Relaciones externas del grupo ESCO, Escuela Superior de Comunicación y Marketing Vicepresidenta de DIRCOM Andalucía

La gestión de intangibles, clave en la estrategia empresarial

n un contexto como el actual, la confianza generada por una empresa se ha convertido en un factor decisorio para el éxito de cualquier organización.

Las empresas y entidades de índole pública o privada hemos de ser conscientes de que esta confianza puede decantar la balanza, cada día, entre ser elegido o rechazado por el cliente, teniendo esto una afectación directa en la buena salud y, sobre todo, en la viabilidad futura de la empresa. Nadie, por tanto, duda ya de que la gestión de la reputación debe ocupar un espacio capital en la toma de decisión empresarial.

Haciendo una reflexión y acercando este término al plano de la vida personal, la elección de nuestra pareja, amigos o hasta de la empresa a la que dedicamos buena parte de nuestro tiempo no es ajena a este concepto de confianza. ¿Por qué iba a ser diferente a la hora de elegir algo mucho más banal como es un producto o servicio?

Cuando nos referimos a conceptos como confianza, cultura, marca, valores o capital humano, estamos aludiendo a intangibles, un término que se ha consolidado en el día a día de todos los dircom, pero también, de los directivos y directivas responsables del buen gobierno de las organizaciones.

A día de hoy y en función de la tipología de la empresa o del sector en el que esta opere, en torno a un 50% del valor de una marca reside en estos intangibles. Especialmente notorio es este hecho en las denominadas "big five". En este sentido, la publicación digital "Board Agenda", especializada en gobernanza y estrategia, revela que Google, Apple, Microsoft, Amazon y Facebook deben su valoración casi totalmente a sus intangibles (por encima

del 80% en algunos casos). La capacidad y apuesta constante por la innovación de estas compañías, su manera de hacer las cosas, su cultura empresarial, su marca y, por supuesto, su propósito corporativo, son algunas de las claves que ayudan a entender por qué en el actual escenario social y empresarial gran parte del valor de éstas y otras empresas líderes no reside en sus bienes materiales o en sus activos, sino que procede de otros factores más complejos a la hora de abordar su gestión y sobre todo, medirse, estando directamente relacionados con el grado de confianza que son capaces de transmitir.

Si el comportamiento de los grupos de interés o stakeholders hacia una organización depende del juicio que tengan de ella, y este juicio se basa en aquello que conocen de la misma, hemos de pensar que la gestión de la comunicación es crucial desde un punto de vista de negocio.

Llegados aquí me gustaría incidir en algo que podría parecer obvio, pero no lo es, y es que para ser efectiva, cualquier estrategia de comunicación debe estar sustentada en la verdad, en un proyecto de pilares robustos que apueste por la excelencia en la gestión, ya que no hay mejor aval para garantizar la credibilidad y eficacia de nuestro relato corporativo.

Si, por el contrario, la fórmula no fuera esa, caeríamos en el riesgo de convertir esta estrategia en un mero tacticismo de "maquillaje corporativo" cortoplacista y carente de visión, algo que puede dañar, y mucho, la credibilidad de las empresas, pero también, la nuestra como profesionales.

En este sentido, si atendemos a los datos recogidos en el prestigioso Barómetro que Edelman publica anualmente, en 2021 la desconfianza de los ciudadanos en los medios de comunicación ha seguido



aumentando, cayendo el nivel de confianza global ocho puntos respecto a 2020, con una media de 53 sobre 100. Es el dato más bajo de los últimos diez años de este estudio. "Las redes sociales y los medios propios son todavía bastante peor percibidas, con una puntuación de 41 y 35, respectivamente", según arroja el estudio.

Datos como estos nos hacen reflexionar ya que, a pesar de encontrarnos inmersos en un clima de incertidumbre, este es también un momento de grandes oportunidades para las empresas y las instituciones confiables. Aludiendo a la misma fuente, podemos afirmar que las empresas se han convertido en las instituciones que más confianza proyectan (61%) y que ocho de cada 10 encuestados demandan a los directivos y, por tanto, a sus organizaciones, que se pronuncien sobre cuestiones sociales importantes. Todo un reto además para el ejercicio de nuestra profesión que atraviesa, sin duda, una etapa dulce. En gran medida, somos responsables de la información y el contenido emitido tanto interna como externamente, de cómo somos percibidos por los stakeholders.

Storytelling y storydoing van de la mano. Gestionar bien y comunicarlo mejor, pero, sobre todo, hacerlo con ética, responsabilidad y transparencia, más si cabe, atendiendo a la actual crisis de confianza por la que atraviesan los ciudadanos.

Habilidades como la empatía y la capacidad de escucha están estrechamente relacionadas con el estilo de liderazgo y la gestión de las mujeres. Nuestra sensibilidad para entender las motivaciones y necesidades del entorno es esencial, siendo el punto de partida sobre el que construir los posteriores planes de acción en áreas como la de comunicación o asuntos públicos, entre otras. Y es que conectar el propósito empresarial con las expectativas de los grupos de interés ha de formar parte, ahora más que nunca, de la estrategia corporativa, más si cabe en un entorno de máxima competitividad y de baja confianza.

La inteligencia emocional femenina y la capacidad de adaptación son cualidades altamente valoradas en estos tiempos de incertidumbre y cambio permanente que a la par, son tiempos de retos y oportunidades en la búsqueda de la excelencia.

Mujer y movilidad sostenible

El 52% de las mujeres españolas cambiaría su modo de transporte habitual por uno sostenible

n los últimos años hemos visto cómo los principales modelos de movilidad urbana en las grandes ciudades de todo el mundo se están modificando y dando respuestas a las nuevas necesidades de sus habitantes. A raíz de la crisis sanitaria del coronavirus, esta transformación se ha acelerado aún más, cambiando incluso la concienciación y hábitos de las personas, y, por ello, muchas ciudades han tenido que adaptarse a pasos agigantados. Midas, la cadena especialista en el mantenimiento integral del automóvil, bajo su campaña #EllasConducen, que busca romper con los mitos de la mujer al volante, ha querido analizar y recopilar los hábitos y preocupaciones de las mujeres conductoras de las principales ciudades españoles (de más de 300.000 habitantes) a través de su estudio Ellas Conducen por la Ciudad.

Uno de los datos más significativos que arroja este estudio es que solo el 12% de los españoles utiliza actualmente movilidad sostenible para moverse por la ciudad, aunque esta práctica está más extendida entre hombres (15%) que entre mujeres (10%). Según datos del estudio, las opciones favoritas de las mujeres conductoras son el coche híbrido o eléctrico (5%), seguido de la bicicleta (4%), el patinete (2%) y la moto eléctrica (0,2%). Las ciudades a la cabeza de este tipo de movilidad son Zaragoza, donde el 16% de las mujeres encuestadas reconoce utilizar estos vehículos de forma habitual, seguido de Valencia, con un 13%, y Bilbao, con un 12%. Por la cola se encuentran Málaga (6%), Barcelona (8%) y Madrid (10%).

Sin embargo, a la hora de preguntar sobre sus motivaciones en un futuro próximo, más del 52% de las encuestadas reconoce que cambiaría su modo de transporte habitual por uno sostenible, frente al 61% de los hombres. Ambos sexos coinciden en la misma medida (42 %) en





que el cambio sería hacia un coche híbrido o eléctrico. Este porcentaje es aún más elevado (90 %) entre las mujeres que utilizan vehículos de combustión como modo de transporte habitual. Estas reconocen que realizarían un cambio, pero que no lo hacen porque les resultaría más caro (68%) o la ciudad en la que viven no está preparada para otro tipo de vehículos (32 %).

Si preguntamos a las mujeres que ya utilizan diariamente vehículos sostenibles, el 47 % reconoce que no cambiaría. Las más fieles a sus actuales vehículos son las usuarias de coches híbridos o eléctricos (66%). Además, el 45 % de las mujeres que utilizan vehículos sostenibles reconocen hacerlo por concienciación con el medio ambiente, frente al 36 % de los hombres.

En palabras de Patricia Suárez, directora de Marketing de Midas: "Estamos observando cómo los habitantes de las grandes ciudades están empezando a modificar sus hábitos de movilidad. Desde Midas somos conscientes de este cambio en los hábitos y por eso estamos adaptando nuestros talleres para ofrecer servicios de mantenimiento y reparación de bicicletas, motos y patinetes. Sin embargo, aún queda mucho por hacer ya que estos cambios de hábitos deben ser adaptados por igual tanto por hombres como por mujeres, ya que creemos en la importancia de empoderar a estas últimas al volante, independientemente del modo de transporte que utilicen. La campaña #EllasConducen, en colaboración con Ayuda en Acción, busca romper con los mitos de la mujer al volante, así que, cuánta más información tengamos al respecto, más estigmas podremos eliminar".



El 56% de las mujeres cree que en sus ciudades no se toman las suficientes medidas para reducir la contaminación

La movilidad urbana avanza hacia un modelo que busca ser más sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Sin embargo, no todas las ciudades españolas avanzan al mismo ritmo. Según el estudio de Midas, entre las razones que dan las conductoras españolas para no dar el cambio hacia una movilidad sostenible se encuentran que sería más caro (51%) y que sus ciudades no están preparadas (23%). Con relación a esta última, las alicantinas (53%) y cordobesas (52%) son los que más se inclinan por esta afirmación.

Midas también quiere conocer si las mujeres conductoras creen que en sus ciudades se toman las suficientes medidas para reducir la contaminación. En general, el 56% de las mujeres encuestadas cree que no se toman suficientes medidas, siendo las mujeres de Palma de Mallorca (73%), Madrid (62%) y Alicante (60%) las que están más acuerdo con esta afirmación. Por el contrario, el 68% de las valencianas, el 48% de las zaragozanas y el 40% de las malagueñas sí creen que se toman las medidas necesarias. Curiosamente, estas tres ciudades son donde hay más presencia de vehículos sostenibles. A la cola se encuentran ciudades como Madrid (9%), Bilbao (9%) y Sevilla (8%).

Las mujeres: las más temerosas a bicicletas y patinetes

El uso de la bicicleta y patinete en España es bastante minoritario, solo el 8% reconoce utilizarlos como medio de transporte habitual. Sin embargo, es donde observamos mayores diferencias por cuestión de género: el 10% de los hombres las utilizan frente al 5% que representan las mujeres. De hecho, el 65% de las mujeres encuestadas reconoce que no utilizan estos vehículos porque no se sienten seguras conduciéndolos por su ciudad. Las ciudades cuyo porcentaje de uso de

bicicleta entre mujeres es mayor son Valencia, Zaragoza (con un 13% y 12% respectivamente) y Sevilla (9%).

Entre las razones que dan las mujeres para no utilizar estos medios de transporte se encuentra principalmente el miedo a que el resto de conductores les ponga en peligro (61%), no ser lo suficientemente visible para el resto de conductores (46%) y la falta de experiencia y el miedo a caerse (47%). En este sentido, las mujeres son mucho más temerosas que los hombres, ya que un porcentaje muy pequeño de estos últimos -solo el 26 %- indicó esta opción.

Hábitos de movilidad tras el estado de alarma

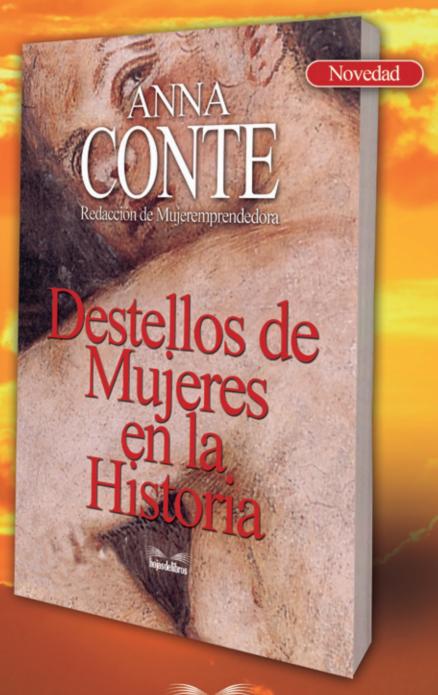
Tras el primer estado de alarma muchas personas han visto modificados sus hábitos de movilidad. En este sentido, el 43 % de las encuestadas reconoce que evita más el transporte público, el 28 % que utiliza más el vehículo particular y el 28 % que solo va a sitios donde se puede ir caminando.

Entre las mujeres que utilizan más el vehículo particular tras el estado de alarma se encuentran las murcianas (50%), seguido de las sevillanas (32%) y los madrileñas (31%). Cabe destacar otros datos curiosos como que el 60% de las alicantinas reconoce que ya solo va a sitios donde pueda ir caminando o las madrileñas, que son los que más aumentando el uso del taxi (11%). Además, Midas continúa con su campaña solidaria #EllasConducen que tiene como objetivo acabar con los tópicos que rodean a las mujeres a la hora de conducir, desmitificando algunas de las ideas que las han perseguido a lo largo de los años cuando se ponen al volante. A partir del mes de mayo, y para dar un gran impulso a la campaña, Midas donará un porcentaje del importe de cada Revisión Oficial realizada en sus talleres a pagar estos carnets de conducir.

ANNA CONTE

Redacción de Mujeremprendedora

Destellos de Mujeres en la Historia



hojasdelibros

Mary Ellen Mark. Vidas de mujeres

oto Colectania (Barcelona) acoge hasta el 31 de julio la exposición *Mary Ellen Mark. Vidas de mujeres* que, comisariada por Anne Morin, recopila fotografías, películas y material para explorar el trabajo que la fotógrafa realizó durante la segunda mitad del siglo XX, documentando una gran variedad de mujeres en situaciones diversas.

Desde que se graduó en la Annenberg School for Communication de la Universidad de Pensilvania en 1964 con un título en fotoperiodismo, hasta su reciente muerte, poco más de 50 años después, Mary Ellen Mark trabajó como fotógrafa documental realizando ensayos fotográficos innovadores e intensamente vívidos, que exploran las realidades de la gente en situaciones complejas, a menudo difíciles. Las protagonistas de la mayor parte de esas imágenes fueron mujeres.



Campamento gitano, barcelona, 1987

Mark mostró los abusos sufridos por las mujeres a través de numerosos proyectos que exploran la vida de las mujeres en situaciones difíciles, dolorosas y, a veces, casi imposibles. Testigo apasionada, la obra de su vida consistió en utilizar la fotografía y el cine para profundizar en la existencia de los demás como una forma de aceptar su humanidad y compartirla con una audiencia más amplia, proporcionando a sus sujetos una voz relevante, a menudo poderosa.

En la década de 1970, Mark realizó una serie de fotografías íntimas en blanco y negro de pacientes del Pabellón 81, el pabellón psiquiátrico para mujeres del Hospital Estatal de Oregón, y publicó un libro del mismo nombre, *Ward 81*. En 1981 vio la luz otro volumen, *Falkland Road: Prostitutes of Bombay*, un proyecto pionero del color sobre la vida de las trabajadoras sexuales en el barrio rojo de Bombay. Unos años más tarde, su trabajo sobre las misioneras de la Caridad de la Madre Teresa de Calcuta se publicó también en formato libro.

Su investigación sobre Erin Blackwell "Tiny", una joven fugitiva a la que conoció en 1983, y sobre su grupo de amigos que vivían en la



la Madre Teresa dando de comer a un hombre en el Hogar de Moribundos, Misioneras de la Caridad de la Madre Teresa, Calcuta, India, 1980

calle, se convirtió primero en una película nominada al Oscar, *Streetwise*, y después, en una segunda película y dos libros, que retratan tres décadas de la batalla de esta joven contra la pobreza y la adicción a las drogas y su papel como madre de diez hijos.

Mark también fotografió a chicas adolescentes en sus bailes de graduación en la escuela secundaria, lo que también dio lugar a un libro y una película, *Prom.* De su visita al *Twins* Days Festival en Twinsburg (Ohio) salió otro libro y otra película, Twins. Hizo también una serie de fotografías y una película sobre los miembros de un circo en India, *The Amazing Plastic Lady*. Para la revista *Life* consiguió la famosa imagen de una joven turca que sobrevivió a un terrible terremoto en su país, además de fotografiar a una familia sin hogar que vivía en un automóvil. Además, hizo retratos de muchas mujeres célebres, entre ellas, Maya Angelou, Candice Bergen, Lillian Gish, Etta James o Twinka.



Niña saltando un muro, Central Park, Manhattan, Nueva York, EE. UU., 1967

Su obra se publicó en medios internacionales como *Life, New York Times, Vanity Fair, New Yorker* y *Rolling Stone* y en sus 18 libros.

Katherine Blodgett



[1898 - 1979] – ¿Usas gafas? Si es así, conoces muy bien la incomodidad de conducir de noche y cruzarte con los faros de vehículos que vienen por el lado opuesto de la carretera proyectando una infinidad de rayos sobre tus gafas. Malestar que seguro habrás superado el día que decidiste hacerte las lentes antirreflejos. Qué diferencia, ¿verdad?

Sí, pero ¿quién ha tenido la idea y el ingenio de inventar la lente antirreflejante? Una mujer: Katherine Blodgett.

Nacida en 1898 en Schnectady (Nueva York) fue la primera mujer contratada en los laboratorios de investigación de General Electric (1917), así como la primera mujer en doctorarse en física en la Universidad de Cambridge en 1926. Fue asistente de Irving Langmuir, premio Nobel de Química.

Lo interesante es que Blodgett logró hacer realidad los descubrimientos de su maestro -que habrían quedado quizás solo como una curiosidad científica- dándoles una aplicación práctica. Las invenciones de Langmuir se referían a recubrimientos monomoleculares, componentes químicos aceitosos que cubren la superficie del agua, el metal o el vidrio, formando una película que tiene exactamente el mismo espesor que una molécula.

Katherine Blodgett se da cuenta de que, dado que estas películas reducen el deslumbramiento en la superficie del agua, también pueden reducir el deslumbramiento de la luz reflejada en las superficies de vidrio.

Tras varias pruebas, gracias a una película a base de bario, llega a definir la primera lente del mundo 100% transparente, verdaderamente invisible. En 1938 recibió la patente de la «estructura de la película y el método de preparación» y la humanidad recibió un producto precioso.

Aparte de las gafas, ¿quieres conocer alguna más de las aplicaciones prácticas que puso en marcha? Ahí va una: ¡Alas de avión resistentes al hielo!

A.C.

1996-2021



AGENDA DE LA EMPRESA CUMPLE 25 AÑOS

