

WOMEN

FOR THE FUTURE

CÍRCULO NETWORKING DE LEANIN ARGENTINA

NO. 07 / SEPTIEMBRE 2024

MUJER DE SEPTIEMBRE

LILIANA
PARODI

LA MUJER DE LOS
MEDIOS

REVISTA
WOMEN FOR
THE FUTURE

UNA INICIATIVA DEL
CÍRCULO NETWORKING
DE LEANIN ARGENTINA

YAN DE
SIMONE

ENTREVISTA EXCLUSIVA

¡VAMOS JUNTAS YA!



sumario.

Editora:

Karina Loaiza

Editorial:

Lisette Rencoret Méndez

Columnistas

Argentina:

Marta Giudice

Veronica Morales

Lucia Ilari

Carolina Moundjian

Celina Cocimano

Karina De La Vega

Mónica Arias

EE.UU.:

Vale Laco

Italia:

Cintia Basualdo

España:

Cristina Madrid

RR.PP:

Celina Cocimano

ESCRÍBENOS A:

E-mail:

info@circulonetworking.com

Web:

www.circulonetworking.com

Linkedin:

[Círculo Networking Leanin](#)



16.



Mujer del Mes

Liliana Parodi

La Mujer de los Medios

04.

Patricia Malnati

Impulsa el cambio en la industria del caucho.

06.

Yan de Simone

Rompiendo Paradigmas en la Comunicación de Triple Impacto.

08.

Maia Pechersky

Creatividad que Conecta.

10. **Entrevista a Silvia San Román.** Integrante de nuestro Círculo.

12. **Entrevista a Verónica Rosin.** Integrante de nuestro Círculo.

13. **Artículo: De Sueños a Emprendimiento.** Por Danu Otero, integrante de nuestro Círculo.

14. **Artículo: Gilberto y yo.** Por Lisette Rencoret. Líder de nuestro Círculo

22. **Listado de integrantes del Círculo Networking**

26. **¿Estás lista para hacer tu campaña publicitaria en Meta?** Por Carolina Moundjian

27. **Auto motivación en una mujer líder**
Por Celina Cocimano.

28. **Conectando con la Tecnología: El Factor Humano en la Era Digital** Por Cristina Madrid. Desde España.

29. **Cumplimos un sueño.**
Por Karina de la Vega

30. **¿Videollamadas? ¿Oratoria al rescate!**
Por Lucía Ilari

31. **Negocios exitosos: el juego del largo plazo.**
Por la Dra. Marta Giudice

32. **10 Sugerencias para comunicar y liderar con Excelencia.** Por Mónica Arias.

33. **8 Mujeres: Presupuesto y crianza.** Por Vale Laco. Desde EE.UU.

34. **Diversidad on streaming**
Por Verónica M. Morales

36. **Huellas de tortuga: Venezia, Grecia.** Por Cintia Basualdo. Desde Italia.

Editorial

“El éxito no se mide por el dinero que ganas sino por la diferencia que haces en la vida de los demás”
Michel Obama

Y con este mensaje les presentamos la 7ma Edición de nuestra revista Women For The Future, que nos llena de orgullo por la repercusión obtenida con más 6 mil reproducciones.

Un logro alcanzado gracias a un auténtico trabajo en equipo y los generosos y muy valiosos aportes de las integrantes de nuestra comunidad y de las extraordinarias mujeres entrevistadas.

Gracias a todas y a disfrutar de todos y cada uno de los contenidos!

Lic. Lisette Rencoret Mendez

Líder Círculo Networking de Leanin Argentina

[@lisette.rencoret](https://www.instagram.com/lisette.rencoret)



Liderazgo y Sustentabilidad

Patricia Malnati impulsa el cambio en la industria del caucho y las pymes.

¿Cómo comenzó tu carrera y qué te llevó a especializarte en la industrialización del caucho y en temas de sustentabilidad dentro del ámbito pyme?

Realmente nunca había planeado hacerme cargo de la pyme familiar, mi camino profesional se orientaba en otra dirección. Una sucesión inesperada cambió el curso de mi vida: una situación imprevista y dolorosa que me dejó al frente de la empresa, y de repente, la responsabilidad de mantener el negocio familiar recayó sobre mis hombros. Jomsalva ha contribuido al desarrollo de la industria nacional al enfocarse en la tercerización de procesos relacionados con los compuestos de caucho y en la medida que la Sustentabilidad fue adquiriendo dimensión en la industria fue encontrando la oportunidad de ampliar las concepciones del cuidado del ambiente, temáticas sociales y de gobernanza que Jomsalva maneja desde siempre.

Como presidenta de Jomsalva SA y promotora de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ¿cuáles consideras que son los mayores desafíos para las pymes en la implementación de prácticas sustentables?

Las pymes enfrentan varios desafíos significativos al implementar prácticas sustentables, suelen tener menos recursos para investigar y capacitarse en temas de sostenibilidad.

Cambiar procesos de producción, cadenas de suministro o modelos de negocio puede ser un desafío cultural dentro de la empresa, resistencia al cambio, especialmente si las prácticas actuales llevan mucho tiempo implementándose. Acceso al capital es limitado, lo que dificulta financiar los cambios necesarios para implementar prácticas sustentables.

Eres fundadora de la Red de Mujeres y Caucho, ¿qué te inspiró a crear esta red y cómo ha impactado en la industria del caucho en Argentina?

La inspiración surgió luego de muchos años de caminar este sector y notar que era una industria predominantemente masculina. Al involucrarme más,



noté la falta de representación femenina en los niveles de decisión, liderazgo y operación dentro de la industria del caucho y del neumático en Argentina.

Es una plataforma para visibilizar el trabajo de las mujeres, fomentar la capacitación, y crear un espacio de networking que les permitiera intercambiar conocimientos y experiencias.

No solo cambió la narrativa en torno a la participación femenina en la industria, sino que también ha fortalecido la colaboración entre las empresas del sector, creando un impacto positivo tanto a nivel económico como social.

¿De qué manera tu trabajo como vicepresidenta del Departamento de Ambiente y Sustentabilidad en la Unión Industrial de Buenos Aires ha contribuido a fortalecer el compromiso ambiental de las empresas en la región?

He trabajado para promover la adopción de prácticas ambientales responsables y sostenibles entre las empresas de la región, buscando no solo concienciar sobre la importancia de la sostenibilidad, sino también brindar herramientas y apoyo a las empresas para que puedan incorporar estas prácticas en sus operaciones. Capacitación y asesoramiento dirigidos a las pymes, temas claves como la gestión eficiente de recursos, el manejo adecuado de residuos, el uso de energías



renovables y el cumplimiento de la normativa ambiental vigente. Formación adaptada a las realidades de las empresas locales.

Fuiste elegida como Best Company Director en los Recycle Awards 2022. ¿Qué significa este reconocimiento para ti y cómo refleja el compromiso de tu empresa con la sustentabilidad?

Te lleva a repasar los últimos años en Jomsalva y te confirma que la sustentabilidad es el camino correcto. Agradecida por las decisiones tomadas, por los cambios aplicados en el proceso productivo para ser una Planta más sustentable, por invertir cada día para ser más competitivos a pesar de los riesgos y por seleccionar a aquellas personas que empatizan con nuestra filosofía de trabajo siendo parte de un gran Equipo.

Es un reconocimiento a la trayectoria de una Pyme familiar, con 50 años en el mercado. Mis emociones están repartidas entre imaginar el orgullo que tendría mi padre por este reconocimiento internacional y el legado y ejemplo para mi hijo Santiago Guerra, tercera generación en JOMSALVA.

¿Cómo integras los principios de la sostenibilidad en la transformación de procesos industriales sin comprometer la competitividad y el crecimiento de las pymes?

Uno de los primeros pasos es evaluar el uso de recursos, como energía, agua y materias primas, para identificar áreas de desperdicio. A través de tecnologías eficientes y la implementación de prácticas como el reciclaje y la reutilización de materiales, las pymes pueden reducir costos de producción, lo que mejora su competitividad. Es fundamental plantear la transformación hacia la sostenibilidad como un proceso gradual.

A lo largo de tu trayectoria, has liderado iniciativas en diversos comités y redes relacionadas con

la sustentabilidad. ¿Qué logros o cambios te enorgullecen más de haber impulsado en estas áreas?

Me enorgullece inspirar y generar cambios significativos tanto en mi propia empresa como en la industria en general.

Contribuir a la formación y sensibilización de las pymes en la región, a través de mi labor como directora del Comité de Sustentabilidad de la Sociedad Latinoamericana de Tecnología del Caucho SLTC. Desarrollamos programas de capacitación que han ayudado a muchas empresas a comprender que la sostenibilidad puede ir de la mano con la rentabilidad.

Promover la creación del Premio ‘Pymes Inclusivas’ de la mano del G100 Recursos Humanos y Retención de talentos del que formo parte.

La creación de espacios de diálogo y redes, como la “Red Mujeres y Caucho”, ha sido un hito personal y profesional. Fomentar la inclusión y la participación de mujeres en la industria, a través de mi participación en la Red MIA Mujeres de la Industria Argentina.

Finalmente, ¿qué mensaje inspirador te gustaría compartir con otras mujeres emprendedoras y líderes de pymes que buscan integrar la sustentabilidad en sus negocios?

“La sostenibilidad no es solo una tendencia, sino una oportunidad para transformar y fortalecer tu empresa desde sus cimientos. Como mujeres en el mundo empresarial, tenemos una perspectiva única y la capacidad de liderar con empatía y visión a largo plazo. Confía en tu capacidad para innovar y transformar; tu esfuerzo no solo beneficiará a tu empresa hoy, sino que será el legado que dejes para las generaciones futuras.”

Patricia Malnati

<https://www.linkedin.com/in/patricia-malnati-a609bb60/>



Yan De Simone

Rompiendo Paradigmas en la Comunicación de Triple Impacto.



Desde el FORBES Women Summit hasta la expansión internacional de BIUNIVERSE, Yan comparte su visión sobre la sostenibilidad y la inclusión en la industria.

Tuvimos recientemente en el FORBES Women Summit, un evento que reúne a grandes líderes. ¿Cómo fue tu experiencia en el Summit y qué aprendizajes te llevaste de este encuentro?

Siempre que tengo la posibilidad de habitar espacios como este, que permiten hablar de la comunicación como herramienta transformadora para una sociedad más justa, diversa e inclusiva, estoy. El aprendizaje tiene que ver con habitar precisamente esos espacios que poseen un nivel de amplificación muy importante y donde no tienes miedo de abrir conversaciones que pueden resultar incómodas.

Como fundadora y CEO de BI UNIVERSE, ¿qué te inspiró a crear una empresa con un enfoque de triple impacto, y cómo has visto evolucionar este concepto en el mundo de la comunicación?

Durante muchos años de carrera trabajé con audiencias desde la planificación de medios y lo que me inspiró en un principio tuvo que ver con conocer a esas personas. Cuando decidí armar Bi Universe, supe que las audiencias tenían que ser protagonistas y encontrar un mensaje que las representara. Ese fue el puntapié para hoy estar trabajando para brindar información valiosa para que esas mismas audiencias puedan decidir de una manera transparente.

Hoy en la comunicación de triple impacto se dice mucho y se hace poco. Es un concepto que está muy en boca de muchas personas, pero en el que pocas profundizan. Creo que hay buenas intenciones, pero se requiere mayor compromiso, capacitación constante y que exista una elección genuina.

BI UNIVERSE opera en varios países. ¿Cómo lograste expandir tu empresa a nivel internacional y qué desafíos has enfrentado en ese proceso?

La primera expansión fue a Uruguay en medio de la pandemia. Fue una cuestión de supervivencia. Tenía que sostener una empresa con personas a cargo. Salí a buscar nuevas oportunidades con la intención de armar campañas regionales. En España, la expansión se inspiró en ver un mercado necesitando lo que nosotras venimos





a proponer: comunicación, creatividad y estrategia con perspectiva de género, diversidad e inclusión y con una cadena productiva ambientalmente regenerativa. Siempre me la jugué porque tengo confianza en el poder transformador de lo que estamos haciendo.

Llevas más de 20 años en la industria de la publicidad y la comunicación. ¿Cómo ha cambiado el enfoque hacia la diversidad, inclusión y sostenibilidad en las empresas durante este tiempo?

Es fundamental darle el reconocimiento al movimiento feminista que nos abrió los ojos y nos dio nuevos lentes. Y cuando miras de una manera ya no puedes ver de otra. Hay comunicaciones machistas o violentas que ya no tienen lugar porque la cultura cambió y porque las audiencias las rechazan. Esto es un camino, no es un punto de llegada. Por eso hay que seguir profundizando en las conversaciones.



En tu opinión, ¿qué papel juegan las agencias de comunicación en promover un cambio hacia un modelo de negocio más justo y sustentable?

Si acordamos que la publicidad crea realidades y cultura, entonces las agencias de comunicación son una pieza clave para dejar de reproducir discriminación, violencias simbólicas y hasta hábitos de consumo irresponsables con el planeta.

Tu trabajo en Instagram @muychule también se centra en valores de triple impacto. ¿Cómo utilizas esta plataforma para inspirar y educar a tu audiencia sobre estos temas?

Yo no disocio lo personal de lo profesional. Estoy en las redes sociales desde que arrancó Instagram. Pude transitar el camino y entender que no me valida. Entonces, a mis 42 años y habiendo crecido en un mundo analógico, no tengo miedo a salir a decir algo. Si dirijo una agencia de comunicación estratégica y creativa de triple impacto recertificada B, por supuesto que en mis redes sociales voy a tocar esos temas. Yo no salgo a educar a nadie ni pretendo hacerlo. Comparto lo que creo que se puede construir colaborativamente desde la comunicación. Abro

conversaciones. Es un ida y vuelta.

¿Podrías compartir alguna campaña o proyecto reciente en BI UNIVERSE que haya tenido un impacto significativo y que represente los valores de tu empresa?

Paremos la pelota, una campaña de concientización nacional que desarrollamos en Argentina con el objetivo de prevenir la violencia de género, enfocada en la comunidad de varones. Una idea creativa con una producción multicanal que incluyó spots televisivos, contenidos digitales, medios on/off. Abrimos una conversación estando del otro lado,

incluyendo a las masculinidades y su rol a la hora de dejar de ser cómplices y ponerle un freno a la violencia machista.

Para las mujeres que buscan emprender o liderar en industrias creativas con un enfoque de triple impacto, ¿qué consejo les darías para lograr un equilibrio entre crecimiento empresarial y responsabilidad social?

Mi experiencia ha sido que cuando vos escuchás más de lo que decís, tenés más posibilidades de introducir nuevos conceptos o maneras de hacer. Para crecer en el liderazgo de triple impacto es importante aprender a escuchar, evaluar la situación y reconocer oportunidades, que a veces son mínimas, son medio paso. Y se puede construir de a medio paso. Es preferible ir más despacio que ir al choque de una.

Por último, cuéntanos si tienes algún sueño o aspiración por cumplir.

En términos laborales, mi sueño es que las personas con las que hago equipo hagamos lo que queremos y estemos felices con lo que hacemos. Que el trabajo sea un medio para la realización personal. ¿Un sueño propio? Terminar mis días frente al mar habiendo dicho: "Hasta acá estuvo bien".

Yan De Simone

<https://www.linkedin.com/in/yandesimone/>
<https://www.instagram.com/muychule/>
<https://biuniversehub.com/es>



Creatividad que Conecta

Maia Pechersky y su visión en Brand Communications.

¿Podrías contarnos sobre ti y cómo llegaste a especializarte en áreas como Brand Communications y Shopper Marketing?

Soy publicista especializada en BTL y marketing de experiencias de marca, uniendo creatividad y estrategia para conectar con el público de forma única. Empecé en cine y agencias de publicidad. Me fui especializando en marketing de retail y luego farmacéutico. Siempre me entusiasmó la idea de conectar a través de experiencias emocionales y su potencial para las marcas.

Tu experiencia en marketing estratégico para empresas de retail y farmacéuticas es impresionante. ¿Qué diferencias y retos encontraste al trabajar con estos dos sectores tan diversos?

Trabajar para estos sectores implica adaptarse a diferentes realidades y necesidades. En el retail, la creatividad y la inmediatez son clave, mientras que en la farmacéutica la confianza y la responsabilidad son prioritarias. Ambos nos desafían a encontrar el equilibrio entre emoción y racionalidad para impactar. Para lograr que las experiencias conecten de manera efectiva, es fundamental conocer al consumidor a fondo, entender sus necesidades, deseos y preferencias, y ofrecer un producto que realmente les aporte valor.

¿Qué te inspira a la hora de crear experiencias de marca y cómo logras que estas experiencias se conecten de manera efectiva con los consumidores?

Todo lo que nos rodea puede ser fuente de inspiración. Esa es la magia de la creatividad. Desde una simple conversación hasta las tendencias emergentes. Crear experiencias que resuenen en el consumidor implica comprender sus necesidades, sorprenderlo y sobre todo, escucharlo.

¿Qué habilidades o conocimientos crees que son fundamentales para quienes desean destacar en el mundo del marketing estratégico y la comunicación de marcas?

La creatividad, la empatía y la capacidad de adaptación son pilares en un mundo cambiante. La curiosidad, estar actualizado en tendencias y la habilidad para trabajar en equipo también son clave.

¿Hay algún proyecto o evento estratégico que hayas liderado del cual te sientas particularmente orgullosa por su impacto y resultados?

Cada proyecto tiene su encanto, pero destacaría uno donde logramos transformar la comunicación en un evento de una marca tradicional en una experiencia relevante para el nicho de marketing farma, con el objetivo de educar creativamente sobre la importancia de cumplir con los estándares de calidad y regulaciones para garantizar eficacia y seguridad en medicina. La clave fue entender el ADN de la marca y reinventar su narrativa de una manera auténtica y vibrante.

Para las lectoras que buscan emprender o crecer en el ámbito del marketing y la comunicación, ¿qué consejo les darías para superar los desafíos y tener éxito?

Mi consejo es simple: sean perseverantes, estén abiertas a nuevas ideas y a reinventarse. Cada una definirá qué es "éxito", pero será el resultado del trabajo constante y dedicado.

Maia Pechersky. Co-Founder y DGC de Souri Productora creativa

<https://www.linkedin.com/in/maiapechersky/>

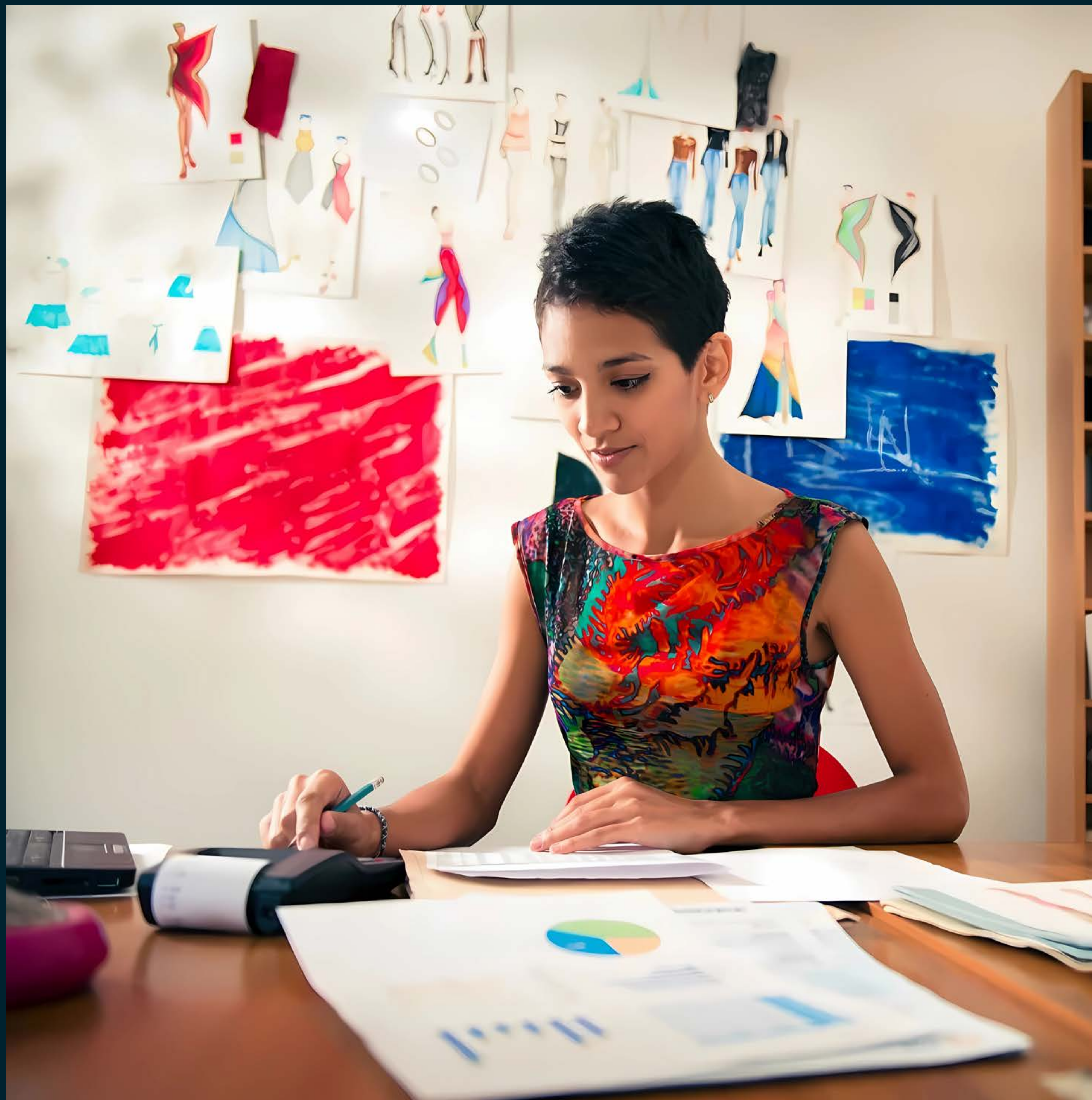
Nuestras marcas:

[Souri](#)
[Smilers](#)



TU MARCA SE DESTACA AQUÍ

ANUNCIA AHORA





Silvia San Román: Diseñando con Propósito

La creadora de la línea Canva nos cuenta cómo fusiona diseño y sustentabilidad.

¿Podrías compartir un poco sobre cómo comenzó tu camino en el diseño de bolsos y qué te llevó a fundar tu propia marca?

Mi camino en el diseño comenzó con una pasión innata por los materiales y la moda. Estudié diseño gráfico, de modas, joyería y marroquinería, lo que me permitió experimentar con diferentes disciplinas hasta que encontré mi verdadera vocación en los accesorios. En 1996, abrí mis primeras tiendas en Recoleta, Cariló y Villa Crespo, donde diseñaba y vendía sombreros y bolsos de cuero tanto para hombres como para mujeres, además de carteras de tapicería y jacquards. La necesidad de crear productos que reflejaran mi visión de calidad y durabilidad me llevó a fundar mi propia marca, y desde entonces he buscado innovar sin perder de vista la funcionalidad y la estética atemporal.

Recibir la Distinción del Sello de Buen Diseño Argentino es un gran logro. ¿Cómo fue el proceso de crear la línea de mochilas unisex Canva, y qué crees que la hizo destacar para recibir este reconocimiento?

El proceso de crear la línea de mochilas unisex Canva fue una verdadera exploración de materiales. En 2014, después de haber trabajado años con cuero, decidí experimentar con la lona de algodón, un material que me sedujo por su durabilidad, resistencia y capacidad de adaptarse a un diseño más sostenible. La línea Canva, lanzada en 2017, refleja el concepto de slow fashion y la moda sustentable. Es una colección que busca ofrecer productos atemporales, adaptables a cualquier temporada del año, con un estilo clásico e informal. Creo que lo que hizo destacar esta línea para recibir el “Sello de Buen Diseño Argentino”, fue su enfoque en la funcionalidad, la versatilidad y su compromiso con la durabilidad sin sacrificar el estilo.

A lo largo de tu carrera como emprendedora, tuviste que hacer ajustes en el público al que apuntabas tus productos. ¿Qué te llevó a hacer este cambio y cómo

lo has gestionado en términos de marketing y diseño?

El cambio en mi público objetivo fue un proceso natural. Al principio, mis diseños estaban más orientados a hombres y mujeres de manera diferenciada. Con el tiempo, y especialmente con la creación de la línea de bolsos de lona, noté que muchos de mis productos eran

perfectamente funcionales y estéticos para un público sin género. La moda está evolucionando hacia una mayor inclusividad, y quise reflejar eso en mi marca. A nivel de marketing, el e-commerce, las redes sociales como Instagram, los showrooms y las ferias itinerantes han sido fundamentales para llegar a este nuevo público, transmitiendo los valores de la marca: sustentabilidad, durabilidad y un diseño atemporal.

¿Qué habilidades o características personales consideras esenciales para mantenerte firme en el mundo del diseño y el emprendimiento, especialmente en momentos de cambio?

Sin duda, la resiliencia ha sido clave. En el mundo del diseño y el emprendimiento, hay muchas caídas y obstáculos, especialmente en momentos de crisis económicas. Lo más importante es saber adaptarse, reinventarse sin comprometer la esencia ni la calidad del producto. La capacidad de aprender de cada desafío





y buscar alternativas creativas es lo que me ha permitido seguir adelante. Además, el amor por mi profesión ha sido siempre mi motor. Diseñar no es solo un trabajo, es una pasión que me impulsa a seguir creando.

¿Hay algún proyecto o diseño dentro de tu trayectoria que sientas que ha marcado un antes y un después en tu carrera como diseñadora?

El lanzamiento de la línea de mochilas de lona Canva fue sin duda un antes y un después. Pasar del cuero a la lona significó no solo un cambio de material, sino una evolución en mi manera de concebir el diseño. Fue un proyecto que me permitió conectarme con el concepto de moda sustentable y ofrecer un producto con valores más alineados a mi visión actual. La respuesta del público y el reconocimiento que recibí con el Sello de Buen Diseño Argentino confirmaron que este era el camino que quería seguir.

Para las lectoras que están empezando su camino en el diseño o el emprendimiento, ¿qué consejo les darías para mantenerse creativas y adaptarse a los cambios del mercado?

Mi consejo sería que se mantengan fieles a su pasión y a la calidad de su trabajo, pero que al mismo tiempo sean flexibles y abiertas al cambio. El mundo del diseño está en constante evolución, y adaptarse es fundamental. No tengan miedo de probar cosas nuevas, de cambiar de rumbo si es necesario. La resiliencia y la capacidad de aprender de cada experiencia, buena o mala, es lo que las hará fuertes en el largo plazo. Y sobre todo, que disfruten el proceso, porque es ahí donde reside la verdadera satisfacción.

Silvia San Román

<http://www.sanromanstore.com.ar>

Ig @sanromanstoreoficial

<https://www.linkedin.com/in/silvia-mabel-san-rom%C3%A1n-54a483192/>



SAN ROMAN



Sello
**Buen
Diseño**
argentino



Transformando el miedo en éxito

La historia inspiradora de Verónica Rosin.

¿Podrías presentarte brevemente? Cuéntanos sobre tus estudios, tu especialización y de dónde eres originalmente.

Me costó decidir qué carrera seguir. Me gustaban los números y leía revistas de negocios. Como hacía la protagonista de la película ejecutiva.

Empecé a comercializar y descubrí la contabilidad. Me costaba mucho pero me gustaba las metodologías que brindaba. En 4to año me quería cambiar a contadora pero no me animaba porque todos los que seguían para contador eran perito y yo sentía que no iba a ser buena en esto. Pero con terapia, me cambié y me recibí de contadora. Seguí estudiando derecho. Empecé a dar materias. En el medio nacieron mis hijas. Llevó varios años.

¿Cómo fue tu camino profesional hasta llegar a donde estás hoy? ¿Cuáles fueron los mayores desafíos que enfrentaste y cómo los superaste?

Trabaje mientras estudiaba en relación de dependencia pero en mi interior quería trabajar autónomamente. Me rompía la cabeza como hacer ese pasaje. En ese momento no existía el homeoffice. Surgió una oportunidad de trabajar free lance y con todo el miedo del mundo lo hice. No fue fácil. Muchas noches de insomnio. Pero en ese momento me tiré a la piletta.

¿Qué te motivó a especializarte en las áreas de procesos, finanzas y sostenibilidad, y cómo aplicas estos conocimientos en tu día a día profesional?

En una empresa certificamos procesos y ahí descubrí el mundo de la mejora de procesos. Me di cuenta de cuántas cosas podrían mejorarse si se analizan las causas y se toman medidas. Siempre me interesó el medio ambiente personalmente pero no lo vinculaba con lo profesional hasta hace poco que se empezó a hablar de reportes relacionados con aspectos de la sostenibilidad. Y fui integrando esas áreas.

El tema de finanzas siempre me gustó pero lo procrastinaba.

Pensaba “voy a tener tiempo más adelante” A los 40 me cayó la ficha: si no me ocupaba se me venían los años encima. Los clientes me consultaban y me preocupaba mis próximos años si no pudiese trabajar tan intensamente cómo resolvería mi bienestar económico si algo pasara. Investigue y me ocupe del tema para mi y lo empecé a hablar con los demás y vi que era un tema poco hablado y no se hacían cosas por desconocimiento. Ahí empecé a pulir esta área.

Desde tu experiencia, ¿qué habilidades consideras esenciales para quienes buscan prosperar en el mundo empresarial o de consultoría?

Foco, perseverancia, paciencia, curiosidad, innovador, creativo.

¿Podrías compartir algún proyecto o logro del cual te sientas particularmente orgullosa y que haya tenido un impacto positivo en tus clientes o comunidad?

En noviembre del 2023 di una charla sobre el cuidado del medio ambiente. Mucha gente que la escucho se puso a pensar en el tema y ese era el objetivo. Multiplicar el

tema para que más personas reflexionen sobre el mismo y puedan accionar.

Finalmente, ¿qué mensaje inspirador te gustaría compartir con los lectores de nuestra revista, especialmente aquellas que buscan emprender o avanzar en sus carreras?

No se sientan solas, busquen redes, perseveren y no se dejen llevar por el que dirán. Si tienen claro cuál es su objetivo, planifiquen, pueden ir ajustando. El camino no es fácil. Requiere tiempo y esfuerzo. Pero si tienen algo para darle a los demás, es egoísta que se lo guarden. Los demás necesitan eso de uds.

Vero Rosin

Ig @veronica.a.rosin

<https://www.linkedin.com/in/veronicarosin/>



De Soñar a Emprender

La Guía Definitiva para Mujeres Visionarias de Danu Otero.



Emprender no es solo un desafío, es una puerta abierta a la auto-realización y el crecimiento personal. Aunque el camino pueda ser arduo, con planificación y dedicación puedes convertir tu visión en una empresa exitosa. Esta guía te ayudará a mantener el enfoque y el entusiasmo en tu viaje emprendedor.

Primero, evalúa si estás lista para dejar tu empleo. Mantener tu trabajo mientras construyes las bases de tu proyecto te proporcionará estabilidad financiera al inicio. Aunque el estrés es inevitable, no dejes que el miedo te paralice.

Desarrollar habilidades transferibles es clave. La gestión de recursos, el marketing y la organización empresarial son competencias que puedes adquirir leyendo libros, asistiendo a conferencias o buscando mentores. Estas habilidades no solo te ayudarán a lanzar tu negocio, sino también a hacerlo crecer de manera sostenible.

Dedicar tiempo al autoconocimiento también es vital. Conocer tus fortalezas y debilidades te permitirá tomar decisiones más acertadas. No apresures el proceso; cada persona tiene su propio ritmo y construir sobre bases sólidas es esencial. El autoconocimiento es un cimiento invaluable para tu éxito.

Además, la capacitación técnica y el entendimiento de la gestión empresarial son cruciales. Aunque no realices el trabajo técnico directamente, conocer los principios básicos te permitirá gestionar mejor tu negocio. Procura no procrastinar; la acción es tu aliada, y el aprendizaje vendrá a través de la prueba y error.

Buscar un mentor es de gran ayuda. No tiene que estar en tu sector, pero debe tener experiencia en superar fracasos y gestionar capital. Un mentor positivo puede mantenerte motivada y ofrecerte valiosos consejos durante momentos difíciles.

La pasión es el motor del éxito. Emprender con entusiasmo te permitirá disfrutar del proceso y lograr satisfacción personal. Si tu motivación principal es el amor por lo que haces, el éxito financiero vendrá naturalmente. Evita enfocarte solo en lo económico.

Investiga la industria en la que deseas incursionar. Estudia el mercado, conecta con profesionales y aprende de las experiencias ajenas. El boca a boca y las herramientas de marketing digital pueden ser poderosos impulsores, pero mantén tus estrategias protegidas.

Aprovecha la tecnología disponible. Herramientas como la inteligencia artificial y las aplicaciones especializadas ofrecen estrategias prácticas y te permiten conectar con personas influyentes más fácilmente que nunca. Úsalas para expandir tus redes y fortalecer tu proyecto.

Realiza un Plan de acción. Emprender es un estilo de vida; cada paso te acerca a tu meta. La pasión, la perseverancia y una planificación clara son los ingredientes esenciales para alcanzar el éxito.

Danu Otero
IG@oterodanu

Gilberto y Yo

By Lisette Rencoret. Parte 1

Año 2012 y era mi 5ta visita de trabajo a Colombia, mi 3a a Barranquilla. En la primera visita, conocí a las hermanas María Inés y Eulalia Arteta. Dos mujeres muy cálidas, vivaces y con un vuelo intelectual atrapante. Así fue que nos sumergimos en una charla multicolor que me generó una gran emoción. Algo especial y misterioso había en el aire, pero no logré decodificarlo. Creo que fue eso lo que me llevó a decirles que sus progenitores debían ser personas extraordinarias. María Inés nunca olvidó mi comentario.

En mi 3er visita a esa bella ciudad caribeña, María Inés me invitó a cenar a su casa. Una zona hermosa de Barranquilla, llena de verdes. El buen gusto iluminaba cada rincón de ese hogar.

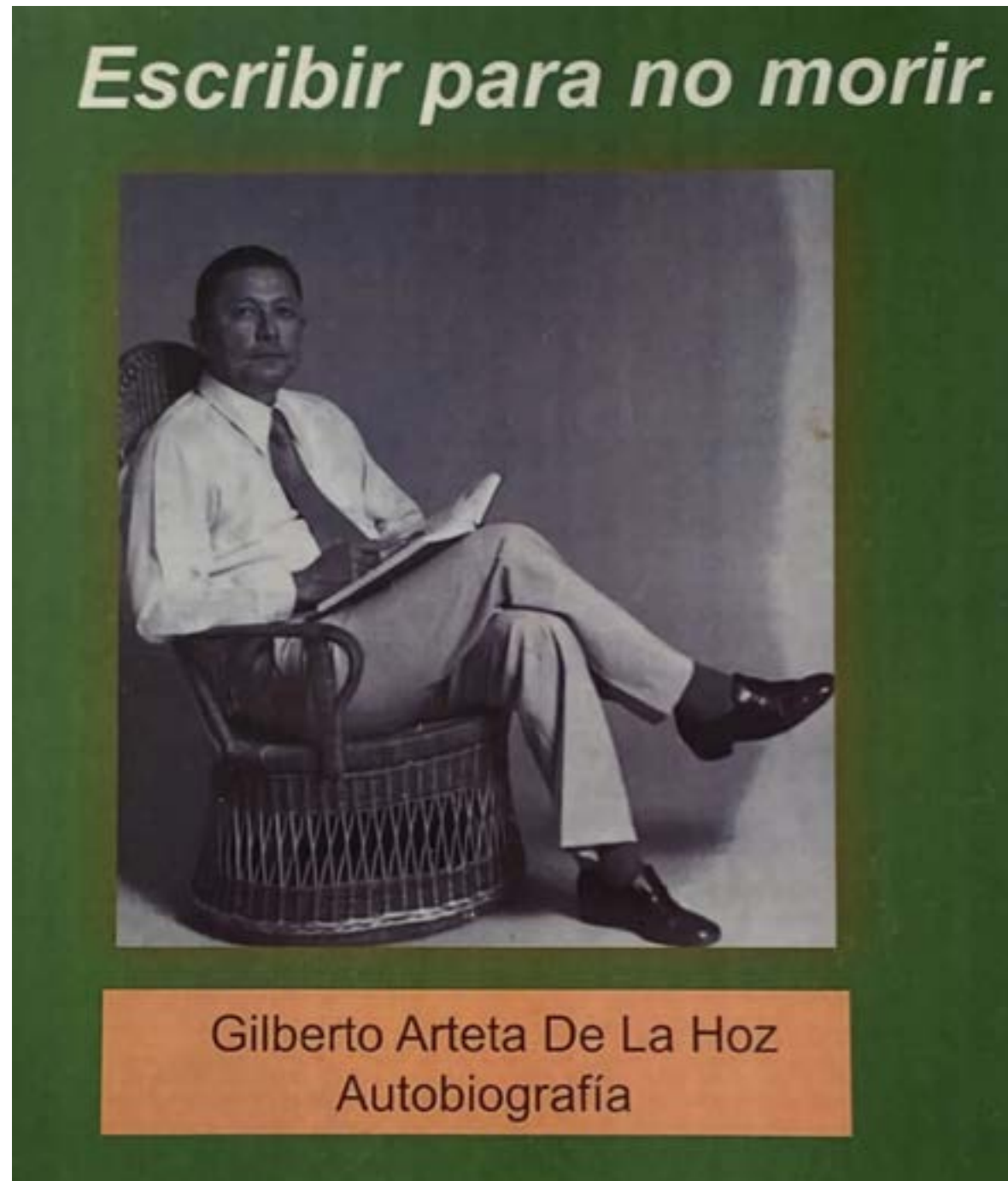
Por una razón inexplicable, me inquietó que no estuviera Gilberto, el padre de estas mujeres, del cual tanto me habían hablado ellas. Pregunté por él y para mi decepción, me dijeron que estaba descansando. Eso me afectó y sumó misterio a mis percepciones.

Comenzaron a desfilar manjares en medio de un clima muy alegre y familiar. Ahí fue cuando giré mi mirada a la derecha y lo vi. Sin duda alguna, era Gilberto. Su presencia iluminó la escena. Un caballero andante con una sonrisa pícaro e inocente a la vez, trasladándose despacio, casi solemne, apoyado en un bastón. Lo viví como un reencuentro con alguien muy querido.

Luego de las presentaciones y saludos de rigor, se quedó sentado justo frente a mí y así en ese ambiente de celebración, inició oficialmente la velada. Risas, música caribeña y más deliciosas bandejas.

Por ese entonces yo estaba movilizada por la reciente lectura del libro de Juan Carlos Lecompte, esposo de Ingrid de Betancourt en ese momento.

Como millones de personas, yo había seguido el dramático derrotero que vivió Ingrid, secuestrada por las FARC, y no lograba entender cómo luego de su rescate, ella había decidido continuar su vida sin Juan Carlos y marcharse a París en solo horas. Entonces sentí que ese caballero andante llamado Gilberto, podría hacerme entender eso y



mucho más. Su sabiduría me resultaba indiscutible. Su transparencia y humanidad me inspiraba una confianza y afecto indescriptible.

Gilberto no solo respondió mi duda. Él fue mucho más allá y puso en contexto dicha circunstancia, permitiéndome obtener una visión panorámica y detallada a la vez, de toda la contingencia política y social de Colombia al momento de los hechos.

Confieso que a esas alturas para mí solo éramos él y yo sumergidos en una charla mágica.

Se hizo tarde. Hubiera continuado compartiendo con él muchas más horas de vuelo pero era hora de aterrizar.

Sin embargo, de pronto él se levantó, y fue a algún lugar de su casa. Tardó unos minutos y regresó con un libro en la mano que me obsequio "No hay silencio que no termine*" de Ingrid de Betancourt.



Creo que ni tuve capacidad de reacción, pero mucho mayor fue mi emoción cuando al abrirlo leí su dedicatoria:

"A Lisette con el aprecio y la devoción de un amor a primera vista"

Continuará...

SUMATE A NUESTRO STAFF DE COLUMNISTAS

VAMOS JUNTAS YA



**ENVÍANOS TU MENSAJE A NUESTRO LINKEDIN:
CÍRCULO NETWORKING LEANIN
O ESCRIBINOS A: INFO@CIRCULONETWORKING.COM**



Liliana Parodi:

Innovadora y Líder en los Medios Argentinos.

Con más de tres décadas de trayectoria en la industria de la televisión y la radio, Liliana Parodi ha sido pionera en el periodismo audiovisual en Argentina. Su carrera abarca hitos como la creación de Intratables y su liderazgo en la programación de América TV y A24. Ganadora de dos premios Konex, Parodi ha sido clave en la evolución de los medios en el país, trabajando junto a las figuras más influyentes del periodismo. En esta entrevista, nos comparte su visión sobre la diversidad, la economía “Silver”, y el impacto de las mujeres en los medios.

Liliana, naciste en Gral. Villegas, muy joven te fuiste a José C Paz, y de ahí, a Capital Federal para luego convertirte en toda una marca registrada. ¿Cómo fue ese recorrido?

Sí, terminé el colegio secundario con una beca, lo cual me permitió continuar estudiando y no ir a trabajar a los 15 años que era el mandato por necesidades económicas en casa. Terminé el secundario y sí bien la mayoría se proyectaba trabajando en Villegas, yo tenía claro que mi lugar era la Capital. Entonces tenía 17 años y me vine a la Capital. Al ser Perito Mercantil, busqué en esa época en el diario Clarín y encontré trabajo como cadeta administrativa.

¿Y luego pasaste al rubro gastronómico?

Sí, como camarera, lo cual en esa época, espantó a mamá. No era un trabajo para una niña, para una dama. La diferencia la marcó que se trataba del bellissimo restaurante de Harrod's. Éramos 120 empleados. Me pusieron la bandeja gigante en la mano, con un lazo en el brazo... y a trabajar

¿Fue ahí que te dieron el sector donde iban

clientes por canje, y que resultó ser clave para tu futuro?

Sí. Ahí conocí a toda la gente de los medios. Era el principio de los 80, y surgió la guerra de Malvinas y el restaurante cerró, pero pasé a otro de la calle Florida y al mismo tiempo inicié mis estudios como periodista. Entre mis nuevos clientes, estaba la familia de Radio Milagrosa, donde estaban nada menos que Carrizo, Larrea y Fontana, de modo que al recibirme, se los comenté buscando una oportunidad. Resultado, obtuve mi primer trabajo, sí bien meritorio, en dicha radio. Igualmente continué trabajando en gastronomía para asegurarme un ingreso económico.

Luego de 3 años, impulsada por una compañera, dejé la gastronomía y me quedé solo en radio privada... Al poco tiempo me despidieron. Hago otras cosas, y vuelvo un poco a la gastronomía. Estamos hablando del fin de los 80, y ahí el gran cambio. Aparece Radio América, que era la radio de las noticias.

Ese fue entonces el inicio de un recorrido nada menos que de 33 años en los medios. Radio América y luego Canal América

¡Sí! Imagínate, Radio América, CBN, América TV, A24, directora de noticias, directora de contenidos y luego productora general

¿Habías imaginado una carrera en los medios, tenías alguna orientación?

No, en principio no. Se fue dando. Primero leí un reportaje a Roberto Maidana en el tren y me gustó lo que él hacía. Pensé, por ahí quiero ir, por el periodismo.

Lo que sí sucedió, es que ya siendo periodista,



**LILIANA
PARODI**
La mujer de los medios

todo el trabajo siempre fue de producción y directora de noticias. No me puse yo al frente de cámara, ni de micrófono, ni en las firmas.

En el último Summit de Forbes, mencionaste: “Las mujeres deberíamos ser más críticas entre nosotras”, cuéntanos sobre ello.

Ni hablar. Porque siempre vemos en el otro, digamos, el género. Cuando decimos la cuestión de género, creemos que son solamente los hombres. Y nosotros somos como la peor raza. Revisemos nuestros sesgos, revisemos que somos nosotras las que creamos esos hombres. Entonces, revisemos la familia completa, revisemos todo. No se puede hablar solo del hombre o del niño o del joven.

Fíjate que hoy se habla mucho de “sororidad”, pero... ¿En la práctica? En la práctica no es. Porque estamos siempre con el dedo señalador, tipo, “mírala a esta”, “está grande, es vieja”, “debe salir con alguien...” Imagínate, si pongo a una mujer en la tele que se hizo una cirugía, dirán “mira la cirugía que tiene”, sí pongo otra sin cirugía, dirán “Que arrugada que está”.

Vayamos a tu actividad y foco actual. Tienes una agencia de medios y estás trabajando, dando charlas, cursos orientados a la llamada Economía Silver. ¿De qué se trata?

Sí, pero no se puede hablar solo de la gente Silver. La relación es intergeneracional y creo que ese fue un error de todo el trabajo de género. Poner al hombre enfrente, pero creo que todavía estamos a tiempo de solucionarlo.

Por otro lado, respecto a la economía Silver, tener en cuenta que hoy la expectativa de vida es de 100 años, y que solo la jubilación no te va a permitir subsistir, de manera que es clave también la educación financiera. Fíjate que la economía plateada, para la región de América Latina y el Caribe, representa cada vez más una oportunidad económica en sectores como el turismo, los cuidados y la vivienda.

Jubilarse no debe ser sinónimo de no trabajar. Yo no siento que deba dejar de continuar activa. En la economía plateada se busca cambiar ese paradigma. Fíjate que el consumo mundial es de gente más cincuenta, todo un dato.

Las personas trabajan, tienen hijos, venden, compran, crean, producen, de todo. Hasta muchos más años que cuando jubilarse, ser

de la tercera edad, significaba que ya fuiste, desapareciste. Entonces, voy volcando todo ese conocimiento en esta nueva etapa.

Lo que hay que cambiar es la narrativa, la conversación, y entonces vas entrando. Pero eso demanda un tiempo, un esfuerzo, políticas públicas, medios de comunicación, publicidad. De todos modos, algo va cambiando. Fíjate que ahora tenemos protagonistas como Meryl Streep, De Niro, Brandoni, Franchella...

De hecho, yo tenía a Carmen y a Georgina que tenían cuarenta y tantos cuando estuvieron conmigo en los 90, y hoy esas dos mujeres felizmente conducen los dos canales más importantes.

En la última parte del siglo pasado y ya en esta, se extendió tanto la expectativa de vida que hay que gestionar de otra manera esos años que antes parecían que eran estudio, trabajo, me jubilo y me tiro en la plaza. Entonces hay todo un sesgo mostrando a las personas adultas donde se cree que todas las personas jubiladas pueden llegar a ser solamente las personas que hacen fila para cobrar su jubilación. No, señores, acá hay otra vida, otra gente que sigue trabajando y consumiendo, ni te digo porque da la casualidad que los baby boomers, son los que más dinero han juntado en la historia de la humanidad. Son personas que consumen, producen, trabajan, lideran. Y todo ese conocimiento, hay que gestionarlo desde cero. Sí te jubilas, y no te alcanza, puedes pensar por ejemplo en un emprendimiento. Debemos pensar en cómo lograr que algunas empresas empiecen a tomar gente de más edad. De hecho, hay un informe, que dice que el 40% del consumo mundial es de la gente más idónea entonces, ahí, estamos hablando de economía civil

¿Qué balance haces de estos 32 años en los medios?

Yo he tomado la vida como la vida la fue presentando y la voy jugando, la voy bailando, y bailar en América, jugar en América, para mí fue mi vida profesional casi entera de la que la gente conoce. Y me dejaron hacer mucho. Siento que hubo programas, personas, historias que tienen que ver con mi construcción profesional. Así que, mis recuerdos son más que maravillosos. Me siento parte. Quizás pude haber sido mejor negociadora con el dinero, Siempre iba más por la seguridad laboral que por la cantidad. Y eso



tenía que ver con mi obsesión por ser una persona adulta sin problemas económicos. Aunque te digo, me quedo con todo lo otro, que se lo enseñe mucho a las nuevas generaciones que es lo que te llevas. Es tu experiencia, tu conocimiento, tu historia. No te lo quita nadie, es invaluable.

¿Algún mensaje que quieras dejar a nuestros lectores?

Sí, en el tema de la diversidad. Necesitamos decirle a todo el mundo que trabaja en marketing orientado a producto, que no se olviden que esta gente compra, toma, sale, gasta, consume. Porque la publicidad está siempre dedicada a la imagen del joven.

En el caso de la televisión, nosotros hace mucho tiempo que sabemos que el mayor porcentaje del público es más 50. A mí no me es fácil decirme me encajé en Chica Silver pero dije, está buenísimo decirme así, antes que me digan “estás grande”. No, no me sentiría cómoda. Entonces encontré como una narrativa que gusta a las personas cuando las incluyo. Hay mucho para cambiar, mucho para trabajar, para incluir porque necesitamos inclusión de la mayor cantidad de gente posible. Necesitamos poner sobre la mesa las oportunidades, laborar, poder crear, poder trabajar, poder sobrevivir después es una decisión individual. Puede haber personas que digan, “yo no quiero trabajar”. Bueno, ok, no importa pero al que sí quiere trabajar, debemos de generarle oportunidades. Hay que llegar a todos los sectores. Adicionalmente, hay personas que aún pudiendo satisfacer sus necesidades, están solas, sin familia, y la inactividad les ocasiona problemas de salud, y entonces también ellas necesitan de oportunidades para continuar activas.

Liliana Parodi

<https://www.linkedin.com/in/lilianaparodi>



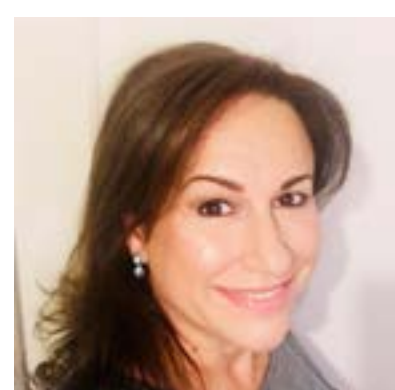
INTEGRANTES

Círculo Networking de LeanIn Argentina

Conociendo a las mujeres integrantes de nuestra comunidad colaborativa



Lisette Rencoret
Líder Círculo Networking de Leanin Argentina
<https://www.linkedin.com/in/lisetterencoret2020/>
Email: lrencor@gmail.com



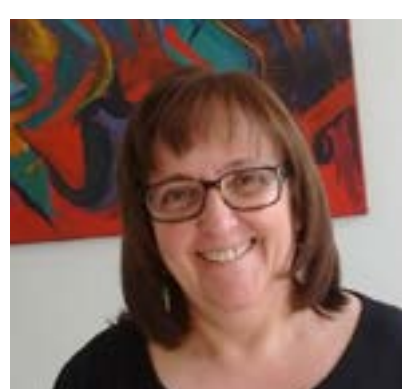
Ana Karina de la Vega
Tecnología | Inteligencia Artificial | Cloud | Ciberseguridad
<http://linkedin.com/in/karina-de-la-vega-937982a>
Email: karina.delavega.ar@gmail.com



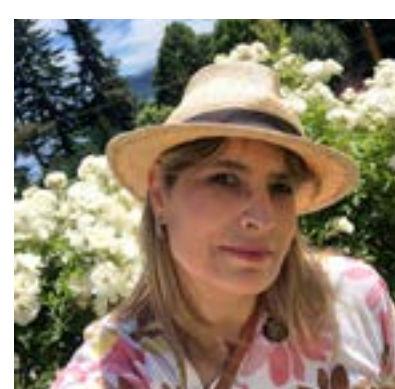
Adriana M. Francia
Mentora de escritura para emprendedores
<https://www.instagram.com/estiloadrianafracia/>
Email: adrimfrancia@gmail.com



Anabella López Piñeyro
Especialista en Diversidad e inclusión.
<https://www.linkedin.com/in/anabella-lopez-piñeyro>
Email: anabella@centrocadaques.com.ar



Alejandra De Luca
Diseñadora Gráfica. Identidad de empresa y diseño editorial.
<https://www.linkedin.com/in/alejandradeluca/>
Email: asdeluca@gmail.com



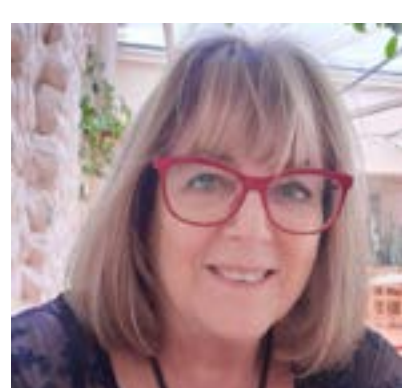
Anahi Vallejos
Contador Público
<https://www.instagram.com/gestionparque/>
Email: anahi.vallejos@gestionparque.com.ar



Alejandra Pérez Medina
Coach
<https://www.instagram.com/conestilodealex>
Email: lacoach72@gmail.com



Ani Rubinat
Arquitecta
www.rubinat.com.ar
Email: ani@rubinat.com.ar



Ana María Schmid
Dra. en Educación. Áre. Educación a Distancia
<https://www.linkedin.com/in/ana-schmid-b713251a>



Ariana Belotti
Mentora de Emprendedores
<https://www.instagram.com/felizdeemprender/>
Email: Aribelotti@hotmail.com



Carina Alejandra Di Caro
 Catadora de Lavandas
<https://www.instagram.com/aromaacampodicaro1>
 Email: aromaacampo.carinadicaro@gmail.com



Claudia Papianni
 Coach Espiritual - Proceso de transformación personal basado en Pathwork
<https://www.instagram.com/claudiapapianni/>
 Email: claudiapapianni@hotmail.com



Carla Ilabaca Jara
 Periodista y Coach de Oratoria
<https://www.instagram.com/carla.ilabaca.jara/>
 Email: carlailabaca@gmail.com



Cristina Manzano
 RRII - Mujer rural - Emprendedora de quesos
<https://www.linkedin.com/in/cristinamanzano/>
 Email: mariacristinam9@gmail.com



Carolina Moundjian
 Lic. en Publicidad y Asesora en Marketing Digital.
<https://www.linkedin.com/in/carolinamoundjian/>
 Email: carolinamoundjian@hotmail.com



Cristina A Oneto
 Especialista en Evaluación de Talento
<http://linkedin.com/in/crisoneto>
 Email: crisoneto@gmail.com



Cecilia Boggi. Consultora, Instructora y Coach de Liderazgo y Dirección de Proyectos e Implementación de Oficinas de Proyectos
<https://www.linkedin.com/in/ceciliaboggi/>
 Email: ceciliaboggi@gmail.com



Daniela Otero
 Emprendedora en el rubro indumentaria/ Moda. Asesora de imagen
<https://www.instagram.com/oterodanu>
 Email: danielaoterogancio@gmail.com



Celina Cocimano
 Terapeuta emocional, coach ontológico, escritora
<https://www.instagram.com/celinacocimano/>
 Email: sesionesterapia@gmail.com



Daniela Silberberg
 Coach de mujeres emprendedoras
<https://www.instagram.com/daniela.silberberg>
 Email: daniela.silberberg1@gmail.com



Cintia Basualdo
 Diseñadora de Viajes a medida
<https://www.youtube.com/channel/UCv2pNoRLjypo4JVbgGEN7fg>
 Email: cintiabasualdo@gmail.com



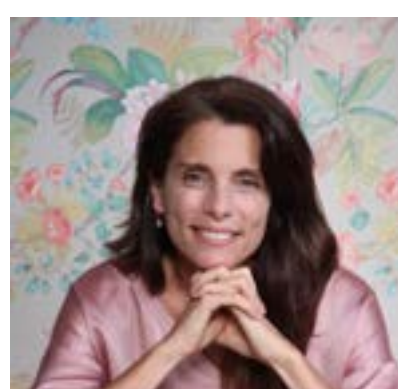
Elda Almeida
 Consultora y Mentora Negocios y Sustentabilidad
<https://bit.ly/elda-almeida>
 Email: trinessds@gmail.com



Elisa González
Lic en Psicología, pintora y Coach Organizacional centrada en cultura
https://www.instagram.com/Lisi_consultoriayarte
Email: psieligon@yahoo.com.ar



Jorgelina Gatti
Mentora de Bienestar Emocional y Organizacional
<https://www.linkedin.com/in/jorgelina-laura-gatti>
Email: jgattirrh@gmail.com



Helena Estrada
Speaker, escritora
<https://linktr.ee/helenamestrada>
Email: estradahelena2@gmail.com



Juliana de la Torre
Consultora de emprendedores y PyMES, Coach Ontológica.
Profesora universitaria, mentora y parte de CAEC.
https://www.instagram.com/_julidelatorre/



Ines González. Consultora en Comunicación con Expertise
Internacional en el Mundo del Vino
<https://www.linkedin.com/in/ines1/>
Email: ines@inesgonzalez.com



Karina Loaiza
CEO VivoTV.com | Diseñadora gráfica
<https://www.linkedin.com/in/karinaloiazad/>
Email: karinaloiazad@gmail.com



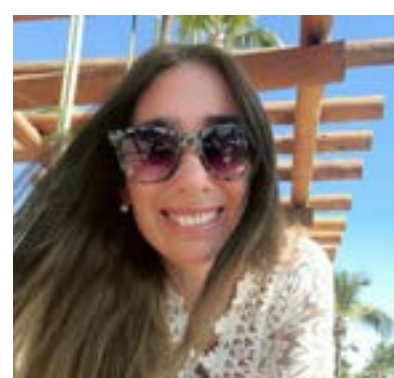
Ivana peloso
Fabricación de carteras en cuero
<https://www.instagram.com/fratellabags>
Email: Fratellabags@gmail.com



Laura Demarco
Coach ejecutiva y Mentor Coach
<https://www.linkedin.com/in/laurademarcocoach>
Email: demarlau@gmail.com



Jimena Moyano
Marketing y Comunicación. Desarrollo de negocios
<https://www.instagram.com/ser.agencia/>
Email: jimena@seragencia.com



Laura Gabriela Peduto
Evaluadora de habilitación de Establecimiento y de Registro de Productos Médicos en la ANMAT.
<https://www.linkedin.com/in/laura-peduto-63ba3367/>
Email: lau.peduto@gmail.com



Jimena Petenello
Coach de mujeres profesionales
<https://www.linkedin.com/in/jimenapetenello/>
Email: hola@jimenapetenello.com



Lucia Ledesma Azar
Tea Blender- Sommelier de te- Master tea
<https://www.linkedin.com/in/lucia-ledesma-32b47a2aa>
Email: luciabanda895@gmail.com



Lucía Mariel Ilari
 Profesora de Lengua y de Oratoria
<https://www.instagram.com/educatoriaok>
 Email: educatoriaok@gmail.com



María Fernanda Gómez
 Lic. en Psicóloga y Coach Ontológico.
<https://www.instagram.com/fergopsicocoach>
 Email: fergocoach@gmail.com



Luciana Aguirre Moro
 Coach, consultora y facilitadora
<https://www.linkedin.com/in/lucianaaguirremoro>
 Email: lucianaaguirremoro@gmail.com



María Harismendy
 Socióloga
<https://www.linkedin.com/in/maría-harismendy-9b30b9a2>
 Email: meryharis@gmail.com



Mafer Blasetti
 Artista ecléctica: Pintura-Cerámica-objetos
<https://www.instagram.com/maferblasetti.art/>
 Email: mafer121@gmail.com



María Jose López Pena
 Terapeuta bioenergética
<https://www.instagram.com/healingenergy.bio/>
 Email: lopezpenamariajose@gmail.com



Marcela Alejandra Barbitta
 Asesora Coach de Imagen. Mentora Certificada
<https://linktr.ee/MarcelaBarbitta>
 Email: marcelabarbitta@gmail.com



María Noel Lucano. Lic. en Psicología, coach ontológico, consultora organizacional, asesora y coach de imagen
<https://www.linkedin.com/in/marianoellucano.com>
 Email: mnlconsultora@gmail.com



Marcela Paula Curi
 CEO de Broker de Seguros BLE INSURANCE (Argentina) y Business Development Director en VAIS (México)
<https://www.linkedin.com/in/marcelapaulacuri/>
 Email: marcelapaulacuri@gmail.com



Mariana Cynthia Brunstein
 Psicóloga organizacional
<https://www.linkedin.com/in/marianabrunstein>
 Email: mariana.brunstein@gmail.com



María Cecilia Celerier
 Traductora pública de inglés y profesora
<https://www.instagram.com/unicornsolucioneslinguisticas>
 Email: mariaceciliacelerier@gmail.com



Mariana García
 Agente inmobiliario
<https://www.linkedin.com/in/mariana-garcia-b2869912/>
 Email: marian.c.garcia@gmail.com



Marta Giudice
 Coach y mentora de negocios
<https://www.linkedin.com/in/mariamartagiudice/>
 Email: marta@martagiudice.com



Patricia Ostapchuk
 Bioquímica – Perfumista
<https://www.linkedin.com/in/bioquimicapatricia/>
 Email: lucachuksas@gmail.com



Martha Bejar
 Diseñadora de Sombreros
<https://www.instagram.com/marthaf.bejar>
 Email: Bejarmartha10@gmail.com



Rosana Selles
 Asesoramiento en marketing digital
<https://www.linkedin.com/in/rosanaselles/>
 Email: consulta@rsmarketing.com.ar



Mirta Cox
 Pedagoga especializada en Learnability. Coach organizacional
www.mirtacox.com
 Email: mirta.cox@gmail.com



Roxana Chaves
 Wedding & Event planner
<https://www.puroeventos.com.ar/>
 Email: info@puroeventos.com.ar



Mónica María Arias. Consultora en Comunicación de Excelencia -
 NeuroCoach - Profesora de Oratoria Creativa. Bilingue
<https://www.linkedin.com/in/monica-arias-comunicacion-de-excelencia/>
 Email: contacto@monica-arias.com



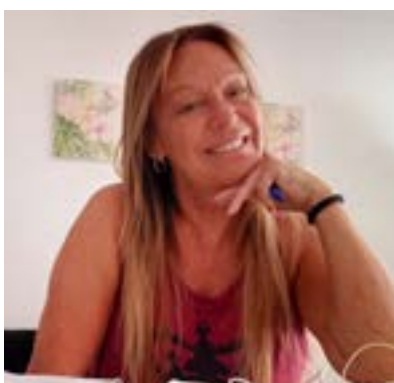
Sabrina Silvia Faustini Scorzafave
 Lic. En Terapia Ocupacional
<https://www.instagram.com/desplegare>
 Email: sabrinafaustini@gmail.com



Nadia Bretto
 Mentora de Emprendedoras
<https://www.instagram.com/soyemprendedora.com.ar/>
 Email: nadiabretto@gmail.com



Sandra Boye
 Florista
<https://instagram.com/sbfloreria>
 Email: sfloreria@gmail.com



Patricia Lina Sciuto
 Psicóloga Clínica
<https://www.linkedin.com/in/patricia-sciuto-36366167>
 Email: licenciadasciuto@gmail.com



Sandra Cavallo
 Mentora de transformación personal/organizacional
<https://www.linkedin.com/in/sandra-cavallo/>
 Email: info@sandracavallo.com



Silvia Beatriz Lavítola. Atención al cliente. Teambuilding
Trabajo en equipo, liderazgo con Exp. Sensoriales
<https://www.linkedin.com/recibirconestiloconsultora>
Email: slavitol@recibirconestiloconsultora.com



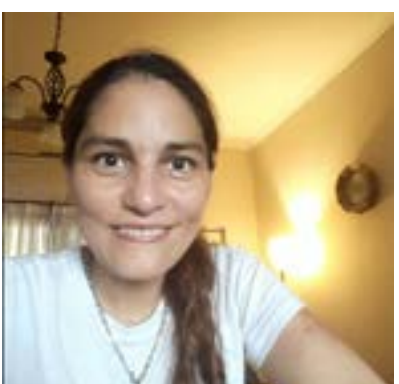
Verónica Funes
Lic. Administración - MBA – RRHH
<https://www.linkedin.com/in/veronica-funes-hr-rrhh-people>
Email: vfunes@hotmail.com



Susana Abelson
Prof. Geogr. y Tec.Sup.Produc. y Creativ.Radio
<https://www.linkedin.com/in/susana-abelson-6680a41a/>
Email: difupren@gmail.com



Verónica Morales. Auditora de SIGEG, Psicóloga. Especialista en
Diversidad, Bienestar Emocional & Desarrollo Organizacional.
www.linkedin.com/in/veronicamariamorales
Email: hola@perspectivagen.com



Úrsula Martínez
Analista de sistemas
<https://linkedin.com/in/ursula-martínez>
Email: ursula.martinez27@gmail.com



Verónica Rosin
Contadora y asesora en planificación financiera
<https://www.linkedin.com/in/veronica-rosin-ba640b7/>
Email: veronica.a.rosin@gmail.com



Vale Laco. Mentora en Inteligencia Emocional Financiera aplicada a
los negocios y a la vida
<https://www.linkedin.com/in/valerialaconich/>
Email: valelaco@valelaco.com



Valeria Abel
Empresaria especializada en el mundo de las piedras naturales.
<https://www.instagram.com/melinajoyeria>
Email: melinajoyeria@gmail.com



Valeria Eschenberg
Artista Tejedora
<https://instagram.com/accesorios.val>
Email: valerianova@yahoo.com.ar





Carolina Moumdjian 

Publicista. Asesora en Marketing Digital
Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/>

¿ESTÁS LISTA PARA HACER TU CAMPAÑA PUBLICITARIA EN META?

En esta nota quiero dirigirme a los **ANUNCIOS EN META** (Facebook anteriormente). Es importante el contenido orgánico pero el pago es el complemento perfecto.

Hacer campaña publicitaria te ayuda a:

- Aumentar el reconocimiento de marca
- Generar ventas y clientes potenciales
- Llegar a tu público objetivo de manera eficiente
- Construir relación y lealtad con los clientes
- Medición y optimización de resultados, entre otros objetivos.

Recordá:

La plataforma ajusta y prueba diferentes combinaciones de elementos creativos para identificar cuáles generan mejores resultados. Trabaja con AI para potenciar el rendimiento. Más allá de las ventas, las campañas publicitarias ayudan a mantener la marca en la mente de los consumidores y fortalecer la relación con la audiencia, fomentando la lealtad a largo plazo. También aumentan el tráfico al sitio web o redes sociales, mejorando la visibilidad de la marca en el ámbito digital.

Pero quiero enfocarme en lo más importante.
SI NO TENÉS UNA ESTRATEGIA CLARA Y EL



OBJETIVO CON EL QUE VAS A TRABAJAR, NO HAGAS CAMPAÑA.

Te voy a dar un tip para crear tu campaña. Tenelo presente. Los anuncios de Reels convierten la atención en acción y potencian los resultados comerciales. (video vertical).

Agregar Reels para hacer anuncios es una estrategia poderosa para captar la atención y conectar con la audiencia de manera creativa y dinámica.

Este formato tiene un estilo de comunicación entretenido, fácil de comprender y cercano a la vez. Lo llamaría “el lenguaje de Reels”.

Dato de color

Según una muestra de 1,2 millones de anuncios de Reels, los que incluyen presencia humana en el contenido (como una cara y/o persona) obtuvieron un 27% más de rendimiento que otros anuncios que no la usaron.

Los videos actualmente representan más del 60% del tiempo que se pasa en Facebook e Instagram, y aproximadamente, el 50% del tiempo en Instagram se dedica a Reels.

**¿Estás creando reels con tu estrategia de comunicación?
Espero comentarios.**



Celina Cocimano 
Terapeuta y Coach Emocional
IG [@celinacocimano](#)

AUTO MOTIVACIÓN EN UNA MUJER LÍDER

La automotivación en una mujer líder de equipos es esencial para mantener su desempeño, inspirar a quienes la rodean y enfrentar los desafíos que conlleva su rol. Una mujer líder debe ser la primera en reflejar esa energía positiva y resiliente que busca en su equipo. Sin embargo, para lograrlo, debe saber cómo automotivarse y conocer las causas que podrían llevarla a desmotivarse.



Aprender a decir “no”: Una mujer líder suele tener múltiples responsabilidades y, muchas veces, se siente obligada a aceptar todo lo que se le pide. Aprender a decir “no” cuando sea necesario es fundamental para mantener un balance y evitar la sobrecarga que puede llevar a la desmotivación.

Te comparto un ejercicio práctico que una mujer líder puede realizar para automotivarse casi al

instante cuando sienta que su energía o enfoque decaen:

¿Cómo automotivarse?

Recordar el propósito: Tener presente el “por qué” y el “para qué” se hace lo que se hace. Reflexionar sobre el impacto que genera liderar un equipo, el cambio positivo que puede provocar y el crecimiento personal y profesional que implica. Recordar su propósito es clave para mantener el fuego interno encendido, es mantener siempre vigente la huella que quiere dejar en su camino.

Celebrar los logros: Suelen enfocarse más en los errores que en los éxitos. Cambiar esa perspectiva y tomarse el tiempo para celebrar cada logro, por pequeño que sea, refuerza la sensación de avance y éxito. Esto le dará la confianza necesaria para enfrentar nuevos retos.

Establecer metas personales y profesionales: Tener objetivos claros y alcanzables mantener la motivación activa. Alimentar el propósito día a día permite que estén alineadas constantemente con su motivación.

Practicar la gratitud: Tomarse unos minutos al día para reflexionar y agradecer lo que se tiene. La gratitud ayuda a concentrarse en lo positivo y a reconocer las oportunidades que la vida presenta, “siempre ver el vaso medio lleno, y desde ahí, seguir construyendo”.

“Reencuentro con el Propósito”

Toma una hoja y una birome, y durante un minuto escribe de manera rápida cinco logros recientes, grandes o pequeños, que te hagan sentir orgullosa. Pueden ser logros personales, profesionales o incluso momentos en los que superaste un desafío.

Elige uno de esos logros que te haya impactado más y que esté relacionado con tu propósito como líder. Cierra los ojos y revive ese momento. Recuerda cómo te sentiste, quiénes te acompañaron, y el impacto que generaste.

Mientras visualizas ese logro, concéntrate en la emoción positiva que experimentaste en ese instante. Permítete sentir nuevamente la satisfacción, el orgullo y la alegría que viviste. Respira profundamente y deja que esa emoción recorra tu cuerpo, nutriendo tu motivación.

Este ejercicio es efectivo para recordar por qué eres una líder y cómo tus acciones generan cambios positivos. Al revivir un logro significativo, te reconectas con tu propósito, elevando tu estado de ánimo y motivación de forma inmediata.



Cristina Madrid

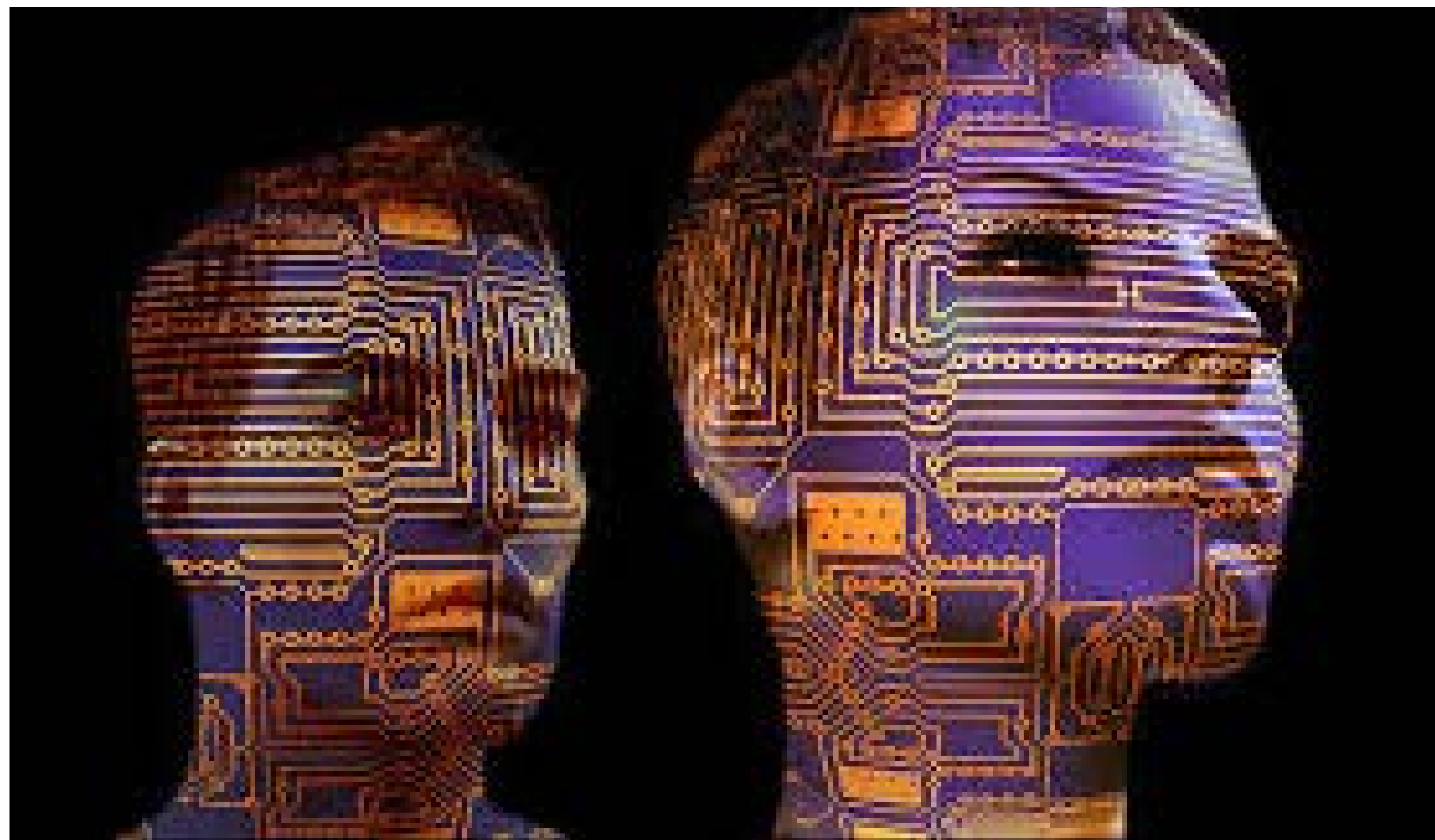
Fundadora de Human Digital Consulting y Líder del Círculo Netgrowing Club de LeanIn Barcelona. España
Linkedin: <http://www.linkedin.com/in/>

CONECTANDO CON LA TECNOLOGÍA: EL FACTOR HUMANO EN LA ERA DIGITAL

En un mundo en que la tecnología está cada vez más presente, es fácil olvidar que detrás de cada pantalla y cada algoritmo hay personas con emociones, deseos y necesidades. Las emociones tienen un fuerte impacto en las decisiones que tomamos, cómo interactuamos con el mundo y cómo reaccionamos frente a la tecnología.

Las emociones juegan un papel muy importante en nuestras decisiones, y cuando hablamos de tecnología, no sólo queremos resolver un problema, sino que también queremos tener una experiencia positiva, duradera y que nos haga sentir seguros. Esto explica por qué a veces no podemos entender o utilizar una aplicación, software o plataforma. Por ejemplo, incluso si encontramos una aplicación que nos hace la vida más fácil pero que al mismo tiempo causa estrés o confusión, a la larga no será útil ni tendrá éxito.

Los diseñadores y desarrolladores de productos digitales están empezando a comprender y reconocer que existe un factor emocional y que se debe incorporar en los procesos de diseño. El objetivo es conseguir crear una experiencia tecnológica más humana y personalizada. El siguiente paso es centrarse en el diseño emocional con el objetivo de que la creación de nuevos productos y servicios digitales



o tecnológicos evocan respuestas emocionales positivas en los usuarios, más allá de la simple usabilidad. Todo esto se basa en entender cómo las personas perciben y responden a los estímulos visuales, auditivos y táctiles para crear interfaces y funcionalidades más intuitivos, agradables y amigables.

El mayor desafío es equilibrar el lado emocional y el lado técnico. No se trata de producir máquinas, aplicaciones, etc; para que parezcan personas o tengan emociones humanas, sino ser capaces de diseñar herramientas que respondan a necesidades emocionales. Aunque parezca difícil, se han implementado ya por ejemplo los chatbots para el servicio de atención al cliente. Estos no sólo resuelven preguntas o problemas de los usuarios, sino que lo hacen de una forma empática, que nos hace sentir escuchados y comprendidos.

El futuro de la tecnología muestra un claro enfoque en las personas, a diferencia de lo que la gente cree cuando se habla de la era digital, la Inteligencia Artificial o cualquier nueva tecnología innovadora y disruptiva. Si tanto diseñadores y desarrolladores como usuarios entienden la tecnología como una experiencia, nos ayudará a crear un futuro más humano en el que las máquinas y las personas puedan vivir juntas sin que haya una deshumanización en toda la evolución digital.



Karina de la Vega

Mamá curiosa y profesional de tecnología

[Linkedin](#)



CUMPLIMOS UN SUEÑO

Con los chicos agarramos el auto y viajamos 2 días a Península de Valdéz. En el camino visitamos Las Grutas que tantas veces habíamos escuchado y quedamos fascinados. Entrando a la península nos cruzamos con vicuñas y guanacos. Ahora empieza la aventura: embarcar para navegar junto a las ballenas. También ver orcas, elefantes y lobos marinos, pingüinos, zorros y maras. Entonces se me ocurrió contarles algunas de las formas en que la inteligencia artificial (IA) es usada hoy en día para protegerla y conservarla:

- Monitoreo de la salud de los ecosistemas marinos: Se utiliza para analizar datos recopilados por sensores y cámaras submarinas, para monitorear la salud de los ecosistemas marinos y detectar cambios en la biodiversidad.
- Detección de especies en peligro de extinción: A través del análisis de imágenes y videos submarinos se puede identificar y rastrear especies en peligro de extinción, como tortugas marinas y ballenas.
- Análisis de datos de pesca: Para ver datos de pesca y detectar patrones de sobrepesca, lo que ayuda a los reguladores a tomar decisiones informadas para proteger las poblaciones de peces.
- Identificación de áreas de conservación: Rastreando datos geográficos y ecológicos para encontrar áreas críticas para la conservación de la biodiversidad marina.
- Desarrollo de sistemas de alerta temprana: Es usada para desarrollar sistemas de alerta temprana para detectar cambios en el entorno marino, como la detección de derrames de petróleo o la presencia de especies invasoras.
- Simulación de escenarios climáticos: La IA se utiliza para simular diferentes escenarios y predecir el impacto del cambio climático en los ecosistemas marinos.
- Análisis de datos de sonar y radar: Se emplea para analizar datos de sonar y radar para detectar y rastrear objetos



- submarinos, peces y mamíferos marinos.
- Desarrollo de robots submarinos: Se usa para desarrollar robots submarinos autónomos que pueden explorar y monitorear el entorno marino de manera eficiente.
- Análisis de datos de oceanografía: Para estudiar datos de oceanografía y predecir patrones de circulación oceánica y cambios en el nivel del mar.
- Educación y conciencia: Infaltable para desarrollar herramientas educativas y de conciencia sobre la importancia de la conservación de la vida submarina.

La IA se volvió una herramienta fundamental y estos son sólo algunos ejemplos de cómo está siendo usada para la preservación de la vida submarina. La investigación y el desarrollo en este campo están en constante evolución.



Lucía Ilari

Profesora de Lengua y Comunicación especializada en Comunicación No Verbal.



¿VIDEOLLAMADAS? ¡ORATORIA AL RESCATE!



En la actualidad, las videollamadas son esenciales para nosotras, las emprendedoras de Latinoamérica. Sin embargo, pueden ser agotadoras. Un estudio de la Universidad de Stanford desarrollado por Jeremy Bailenson, doctor en psicología cognitiva, habla de la “fatiga de Zoom”, explicando cómo las reuniones virtuales pueden ser más extenuantes que las presenciales. Pero, con algunos ajustes, podemos hacerlas más efectivas y menos cansadoras.

1. Usa Herramientas de Colaboración

Plataformas como Google Meet, Zoom o Microsoft Teams facilitan la interacción. Compartir pantalla, hacer encuestas y usar pizarras virtuales hace que la reunión sea más dinámica y productiva.

2. Dinámicas Rompehielo

Encender la cámara puede ser incómodo para muchos, pero las dinámicas rompehielo ayudan. Paula Farias, experta en improvisación teatral, sugiere juegos rápidos o preguntas divertidas. Incluso puedes incluir ejercicios, estiramientos o una canción para que todos se muevan un poco. Esto relaja el ambiente y anima a participar.

3. Mira a la Cámara

Cuando hables, enfócate en la cámara. Aunque pueda parecer raro, simula el contacto visual y ayuda a conectar mejor con tu audiencia.

4. Cuida tu Escenario Virtual

Tu fondo debe estar limpio y ordenado. Un espacio despejado

o una pantalla neutra ayudan a mantener la atención en ti y en tu mensaje.

5. Presentaciones Audiovisuales

Las presentaciones son excelentes para apoyar tu discurso, pero asegúrate de que sean claras y visibles en cualquier dispositivo como el celular.

6. Modula tu Voz

Como menciona el doctor en biología Hernán Aldana en su charla TED “Presencia en el aula virtual”, la voz debe ser clara y modulada con diferentes tonos para mantener el interés. Evita que el sonido del teclado interrumpa tu discurso, dejando que tu voz invada y domine el espacio virtual.

7. Importancia de mostrar tus manos

Cuando hablas en videollamadas, procura que se vean tus manos. Los gestos no verbales, como las manos, son cruciales para la comunicación y pueden hacer que tu mensaje sea más claro y convincente.

8. Reduce el tiempo de las videollamadas

La fatiga de Zoom es real, así que mantén tus videollamadas cortas y concisas. Ve al grano para evitar agotamiento innecesario.

9. Combate la “Fatiga de Zoom”

Para reducir el agotamiento, el especialista Bailenson recomienda disminuir el tamaño de la ventana de la videollamada, usar un teclado externo para moverte libremente y desactivar la opción de ver tu propio video. También configurar la pantalla para ver sólo la cámara de quien esté hablando. Estos cambios pequeños pueden hacer una gran diferencia.

10. Reinventate

Hernán Aldana nos brinda un consejo muy útil: “reinventate”. Es fundamental que te animes a ser creativa con tus interacciones virtuales a fin de hacerlas más atractivas y adecuadas a tu público.

Con estos consejos, tus videollamadas se convertirán en una herramienta poderosa para tu emprendimiento. La oratoria, como siempre, está aquí para ayudarte.



Dra. Marta Giudice

Coach y Mentora de Negocios

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/>



NEGOCIOS EXITOSOS: EL JUEGO DEL LARGO PLAZO

En la era de la inmediatez, donde las redes sociales están llenas de promesas de riqueza rápida, te quiero invitar a jugar el juego del largo plazo.

El mito de la gratificación instantánea

Las plataformas digitales han dado lugar a una nueva generación de influencers que, muchas veces sin la experiencia necesaria, venden la ilusión de que es posible alcanzar el éxito con unas pocas acciones “infalibles”. Si bien algunas de estas estrategias pueden tener elementos valiosos, la mayoría carecen de sustento sólido. La realidad es mucho más compleja. El crecimiento real y sostenible requiere trabajo constante, aprendizaje continuo, y una visión clara a largo plazo.

El camino de las grandes referentes

Al pensar en ejemplos de mujeres exitosas cuyas trayectorias se desarrollaron a lo largo de años, recordé a Indra Nooyi, ex-CEO de PepsiCo, la primera mujer y la primera inmigrante en lograr ese rol en el gigante estadounidense. Ella trabajó en diferentes puestos durante más de dos décadas antes de alcanzar esa posición y dejar en la empresa un legado significativo. Este es solo un ejemplo para recordar que el éxito no es una línea recta, sino una trayectoria llena de altibajos. Cada fracaso y cada éxito es una oportunidad de aprendizaje que, acumulada con el tiempo, te lleva a lograr tus objetivos.

Estrategias de largo plazo para resultados sostenibles

Si buscamos liderar negocios y lograr metas que se sostengan en el tiempo, es fundamental enfocarse en estrategias que generen valor a largo plazo.

1. Focalización en el crecimiento continuo

El crecimiento personal y profesional es un proceso que nunca termina. Esto implica tanto la formación académica como la experiencia práctica en el campo.

2. Crear y mantener relaciones estratégicas

En los negocios, las relaciones lo son todo. Sin embargo, estas relaciones no se construyen de la noche a la mañana. La creación de una red sólida de contactos y colaboradores requiere tiempo, confianza y, sobre todo, autenticidad.

3. Visión a largo plazo

Se trata de evitar concentrarse solo en los resultados inmediatos, sino pensar en el impacto que las decisiones tendrán en el futuro. Esto se refleja en una planificación estratégica que va más allá de los próximos meses o incluso años.

No creamos en “espejitos de colores”



1. Cuidado con las promesas de riqueza rápida

Si bien algunas historias de éxito rápido pueden ser ciertas, son la excepción, no la regla. Cada negocio tiene su propio ritmo y desafíos.

2. La importancia de aprender de los errores

No se trata de no fallar nunca, sino de saber levantarse tras cada caída y aprender de cada experiencia negativa.

3. Enfoque en el impacto, no en las cifras

Esto implica construir un negocio que ofrezca valor genuino a sus clientes y que tenga un propósito más allá de las ganancias rápidas.

Es una maratón, no una carrera de velocidad. Por eso, te invito a jugar el juego del largo plazo y a dejar una huella duradera. Para esto, el camino requiere paciencia, resiliencia y una visión clara. No hay recetas mágicas.



Mónica M. Arias

Consultora Bilingüe en Comunicación de Excelencia.

Emails: contacto@monica-arias.com

[LinkedIn](#)

IG@creceinspirando

10 SUGERENCIAS PARA COMUNICAR Y LIDERAR CON EXCELENCIA

Me encantan los recursos creativos de la inteligencia artificial al alcance de todos. Desde ChatGpt, la IA intensificó su oferta, pasando por Pika, Tome, Blender, Midjourney, Runway, Leonardo.ai, etc, y ahora el “bebé” de Open IA: SORA, y el de Google: Gemini. ai. Una plataforma para cada necesidad y muchas de uso gratuito. Maravilloso.

Sin embargo, de nada sirven estas propuestas si no somos capaces de dominar el arte de comunicar y de relacionarnos de manera efectiva, coherente y que implique crecimiento para todas las partes, en particular cuando se llevan adelante proyectos que implican liderar grupos humanos.

En esta entrega, te doy 10 sugerencias para ayudarte a mejorar tu nivel de inteligencia emocional, nivel de comunicación y calidad de tu gestión.

- 1 – Efectuar un proceso de profundo auto conocimiento o Auto-Coaching: Es necesario realizar una introspección exhaustiva para reconocer fortalezas y debilidades propias, antes de señalar las ajenas.
- 2 – Para que la comunicación no se “ahogue” o atraviese un “cuello de botella” innecesario, es preciso saber que asumir la plena responsabilidad de tu rol incluye estar atenta no solo a las variables de contextos externos, sino a las que marcan las dinámicas relacionales internas en tu empresa. Esto se traduce, entre otras cosas, en ser consciente de cómo está tu personal periódicamente: si necesita de un refuerzo extra, o de tu apoyo, de tu escucha intencional o de cualquier otro aporte que ayude a solidificar su confianza.
- 3 – Capacitarte en las nuevas tendencias dentro de las organizaciones. Ya no es suficiente leer libros o hacer cursos de Liderazgo... Hoy es preciso tomar decisiones aprendiendo y utilizando, además de la artificial, inteligencia emocional, comunicación de excelencia, NeuroLiderazgo, gestión colaborativa y de personal con diferencias generacionales, habilidades de inclusión en contextos diversos y globales, etc... Capacidades todas imprescindibles en la realidad

empresarial actual.

- 4 – Incrementar tu dosis de empatía y humildad para:
 - a. Reconocer que a veces no sabés que no sabés, y que siempre hay espacio para crecer.
 - b. Tomar la iniciativa de acercarte para conocer más sobre cada una de las personas que lideras.
 - c. Reconocer tus puntos fuertes, y también solicitar feedbacks o retroalimentación periódica para lograr mejoras. Estos 3 puntos te ayudarán a liderar los cambios con menor resistencia y mayor compromiso de parte de tu personal.
- 5 - Contratar ayuda externa: Un/a Neuro Coach holístico/a para optimizar tus niveles de comunicación y apoyarte en el proceso de crecimiento profesional propio y de tu/s equipo/s.
- 6 – Ser ultra coherentes: que lo que decís refleje lo que hacés. Se educa con el ejemplo, y esto no es nuevo, pero la coherencia dejó de ser un valor hace rato en las empresas y organizaciones de todo tamaño y en todo el mundo. Es necesario recuperarlo.
- 7 – Correrse de la manía por la perfección. Nada más indeseable y desmoralizante que gestionar personal desde el “primer planismo”, la exigencia desmedida y la necesidad de recibir permanente aprobación/admiración, etc.
- 8 – Instaurar aprecio, respeto, cuidados y armonía, donde el error sea parte del aprendizaje de todos. Si sos de las que usan el dedo índice para señalar a quienes cometieron errores, necesitas trabajar en Vos misma antes de seguir siendo quien comete el peor error.
- 9 – Mantener la mente abierta y considerar posibilidades de cambio, permitiéndote interacciones más espontáneas, menos acartonadas, más alegres, reales y beneficiosas para todo el personal.
- 10 – Invertir en tu educación continua: Convertite en la Líder para quien tu gente esté encantada de trabajar, y educá a tu personal en todo lo anterior.

Recordá que: “Cuanto más grande es el desafío, mayor es la oportunidad de crecimiento” Mary Kay Ash.





Vale Laco



Experta en Inteligencia Emocional Financiera. EE.UU.

<https://www.linkedin.com/in/valerialaconich/>

8 MUJERES: PRESUPUESTO Y CRIANZA

¿Te pasa que destinas mucho más dinero a actividades y deseos de tus hijos que a los tuyos? ¿Hay coherencia entre el dinero que ingresa a la familia y el porcentaje destinado a tus hijos? Por mi experiencia trabajando con cientos de mujeres el principal obstáculo para lograr los objetivos propios como mujer y/o los objetivos de la pareja es el constante drenaje de dinero destinado a responder a las necesidades y anhelos de sus hijos. Muchas confiesan que les genera mucha culpa decirles que no y son capaces de endeudarse para satisfacer los pedidos de sus hijos. Sin embargo, luego sufren de mucho estrés financiero lo cual termina muchas veces afectando el vínculo con sus hijos viviendo en un ambiente de tensión y malestar en el hogar ¿Te sientes identificada?.

¿Qué puedes hacer para empezar a tomar decisiones más coherentes que cuiden tu salud emocional financiera?

Primer paso: Diferenciar los gastos. Algunas sugerencias son diferenciarlos según dinero destinado a:

- Elecciones que como madre/padres consideran fundamentales y prioritarias en su presupuesto. Por ejemplo, tipo de educación, plan de salud, actividades deportivas, vivienda, tipo de alimentación. O sea, son tus elecciones no las de tus hijos.
- Actividades recreativas. Acá dependiendo de la edad de tus hijos serán actividades en las que tú decides y/o ellos piden.
- Vestimenta básica y extra (diferenciar qué es lo que tus hijos “necesitan” y qué es más un mimo, un anhelo, un extra).
- Regalos a amigos

- Vacaciones
- Otras

Segundo paso: Analizar tus números. ¿Cuánto dinero estás destinando a cada una de esas categorías? ¿Cómo impactan los gastos destinados a la crianza de tus hijos en tu salud emocional financiera? ¿Qué impacto tendrá en tu futura libertad financiera?



Tercer paso: Tomar acción. En base a la información decidir qué sistema de gestión de tu dinero vas a poner en lugar para tomar decisiones informadas y coherentes con lo que realmente priorizas intentando ofrecerle a tus hijos lo que tú valoras y a su vez cuidando tu salud emocional financiera.

¡Vamos por mucha salud emocional financiera en el hogar!
“Si desarrollar tu Inteligencia Emocional Financiera TE es COHERENTE, ¡VALE!”



Verónica M. Morales

Directora de PerspectivaGent®

www.linkedin.com/in/veronicamariamorales



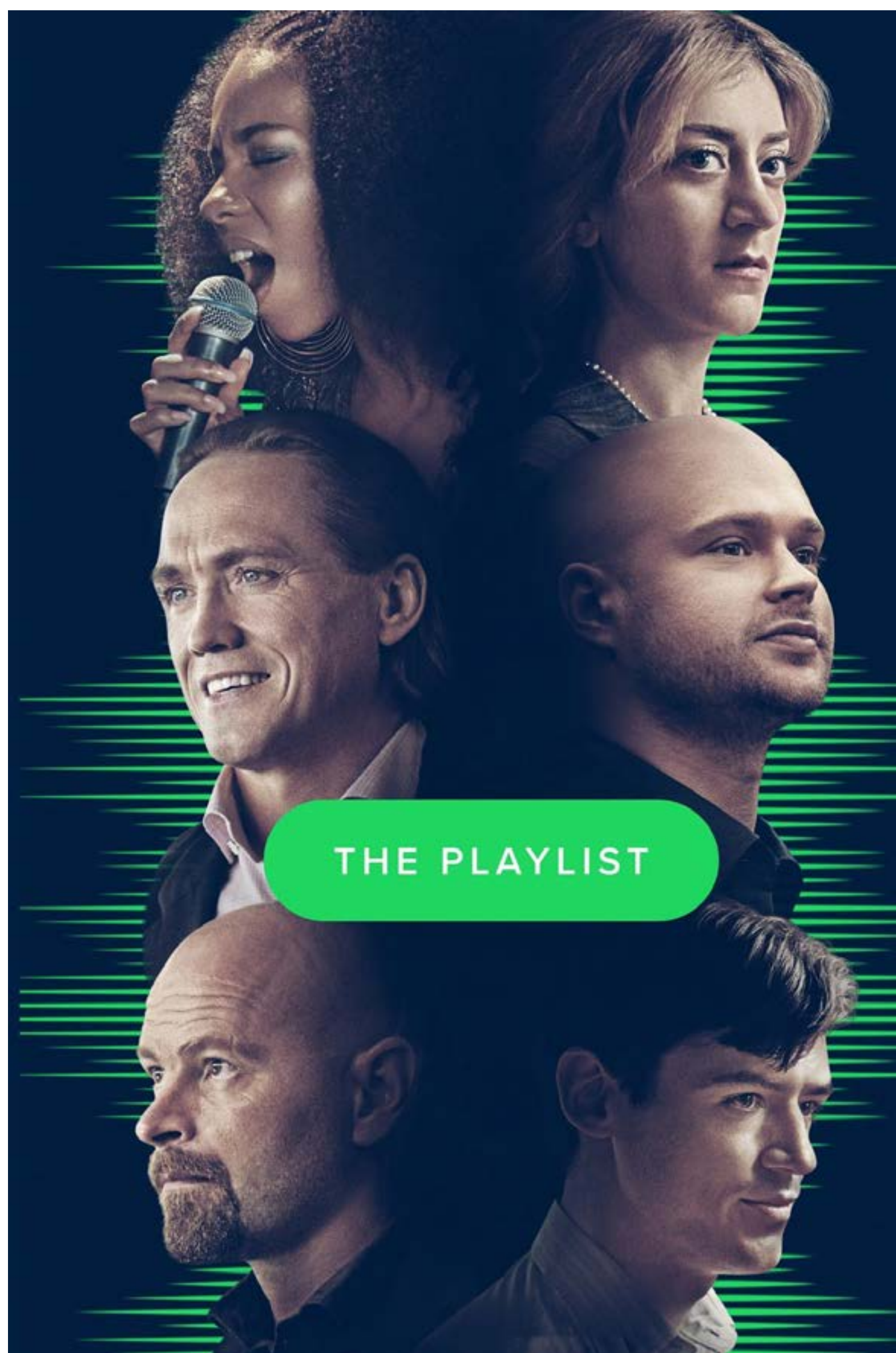
DIVERSIDAD ON STREAMING

Se me había pasado ver la serie *The Playlist*, relato ficticio basado en la historia de la creación de Spotify, donde dos empresarios tecnológicos suecos, Daniel Ek y Martin Lorentzon, revolucionan la industria de la música con una plataforma de streaming legal, allá por los primeros años de este siglo.

La serie no está nada mal. Captura los intereses y demás males de las industrias tecnológicas y de la música; pero también los aportes distintos e indispensables de la diversidad de personas que se unen para alcanzar un éxito de tales dimensiones.

Al verla, me maravilló la claridad de eso que transmitimos todo el tiempo quienes difundimos la riqueza de la construcción de espacios y ámbitos respetuosos y alentadores de la diversidad. Resulta que cada capítulo es la versión -no oficial- de varios de los protagonistas de los primeros años de la empresa. En el quinto capítulo, el relato es el de Lorentzon, principal accionista y uno de los socios fundadores. Allí se puede ir identificando señales y signos que hablan claramente de un perfil intelectual distinto al resto – aunque no es el único-, y que abre, a partir de su visión, la posibilidad de creación del mega streaming musical.

Sven Hans Martin Lorentzon nació en 1969 en la ciudad de Borås, Suecia. Proveniente de una familia de clase media, su padre trabajaba como economista mientras que su madre era profesora en la escuela primaria. Desde una pronta edad, fue diagnosticado con el Síndrome del Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH). Este diagnóstico se encuadra en lo que hoy conocemos



como la Diversidad Funcional Intelectual (DFI).


La DFI se considera un trastorno del desarrollo neurológico de la persona que suele producirse por una alteración a nivel genético y supone para la persona dificultades en la atención, la memoria, la apreciación, el lenguaje, la resolución de problemas o la capacidad para relacionarse con otras personas. Algunos ejemplos son los trastornos del hiperactividad y atención, los trastornos del espectro autista, el Síndrome de Down y algunos trastornos del aprendizaje como la dislexia.

La diversidad funcional intelectual no es un padecimiento mental, como sí lo es la esquizofrenia o algunas formas de depresión, en cuyo caso, hablamos de Diversidad Funcional Psíquica o Mental.

Antiguamente, en los casos de DFI, el grado de afectación se medía en base a la pérdida de su capacidad cognitiva, mediante el Cociente Intelectual de la persona y se le clasificaba como leve, moderada, grave o profunda. Actualmente, el análisis que llevamos a cabo, a los fines de establecer un diagnóstico y tratamiento incluye necesariamente la consideración del ámbito en donde la persona se desarrolla, ya que no existen dudas acerca de cómo este impacta en el desarrollo de capacidades y aptitudes.

Gracias a esta forma de entender y acompañar a la diversidad intelectual, casos como el de Lorentzon no son excepciones, las condiciones de acceso a una empleabilidad de calidad son más accesibles que en todos los tiempos pasados.

SUMATE A NUESTRO STAFF DE COLUMNISTAS
VAMOS JUNTAS YA

A young woman with short, wavy brown hair is smiling broadly, looking slightly to the right. She is wearing a light-colored top with a green and yellow floral pattern. Her right hand is resting near her chin. The background is a clothing store with a white rack of various colorful garments (red, orange, yellow, pink) hanging on hangers.

ENVÍANOS TU MENSAJE A NUESTRO LINKEDIN:
CÍRCULO NETWORKING LEANIN
O ESCRIBINOS A: INFO@CIRCULONETWORKING.COM



HUELLAS DE TORTUGA - VENEZIA

Feliz mes querida Tortuga! te estaba extrañando.

Ven a los rincones secretos de Venecia (Venezia en italiano) y saca provecho a tu visita de al menos dos días.

Ya sabes que Venecia es la joya de Italia, y más allá de los destinos convencionales alberga rincones secretos que están esperando ser descubiertos. En este artículo, caminarás dejando tus huellas de tortuga a través de un itinerario de dos días para aprovechar al máximo tu visita a esta mágica ciudad.



Día 1: Directo al Corazón de Venecia

Por la mañana comienza la aventura en la Piazza San Marco, aquí te espera la impresionante Basílica de San Marcos y el Palacio Ducal, dos de los principales atractivos de la ciudad. Aunque son destinos populares, te recomiendo llegar temprano para evitar las multitudes, a la Basílica pueden ingresar gratis y para el Palazzo Ducale deberás comprar el ingreso online o en la taquilla del mismo.

Después de explorar la plaza ve hacia el laberinto de callejones estrechos que rodea la zona, encontrarás pequeñas tiendas locales y auténticos cafés italianos. No lo dudes: perderse por estas callejuelas es mágico, ¡cada rincón es una sorpresa!

Al medio día te adentrarás en una típica “trattoria”

veneciana para probar algunos de los platos locales. Te sugiero probar la “sarde in saor” (sardinas en escabeche) o el “risotto al nero di seppia” (risotto negro con sepia) para experimentar los sabores únicos de la región.

“Panza llena corazón contento” por eso después del almuerzo, toma el vaporetto (el transporte público acuático) hacia el barrio de Dorsoduro. Aquí, visita la Galleria dell’Accademia, que alberga una impresionante colección de arte veneciano. Luego, iremos al Campo Santa Margherita, un lugar favorito entre los lugareños para tomar un café y disfrutar de la atmósfera relajada.

Te aconsejo que a eso de las 9 de la noche salgas a recorrer sus puentecitos, no hay mejor espectáculo que la laguna sin multitudes.



Día 2: Tras los rincones ocultos

Empieza el segundo día explorando el barrio de Cannaregio (mi barrio preferido te confieso). Camina por el Ghetto Judío, uno de los más antiguos del mundo, y descubre la historia única que se esconde detrás de sus calles adoquinadas. Para que el paseo sea de lo mejor únete a un Free Walking Tour que es lo ideal en esta ciudad.

Saborea un auténtico “cicchetti” veneciano en algún bar local. Estos son pequeños aperitivos, similares a las tapas españolas, que se sirven con vino. Es una experiencia culinaria imperdible, te lo aseguro.

Por la tarde ve a explorar el barrio de Castello. Aquí encontrarás el Arsenale di Venezia, un antiguo astillero y arsenal naval que es una maravilla arquitectónica. Y haciéndote un tiempo extra pasea por el Parco delle Rimembranze para disfrutar de unas vistas espectaculares de la ciudad desde la orilla.

Para culminar “in bellezza” toma un vaporetto hacia la isla de San Giorgio Maggiore. Sube a la torre del campanario de la iglesia homónima y “comete” la vista panorámica de Venecia mientras el sol se pone sobre los canales.



¡El Broche de oro de verdad! ¿no lo crees?

Mi querida tortuga Venecia es una ciudad llena de sorpresas, y estos rincones secretos son solo el comienzo del viaje. Pon esta ciudad en tu lista de deseos porque cuando viajes a Italia ese es uno de los sitios que no debes dejar de visitar.

Luego de escribir este artículo una vocecita me dice (casi a gritos): “¡Empaca tus maletas y prepárate para descubrir la Venecia auténtica en tu visita de dos días!” ¡No me digas, te está sucediendo lo mismo! ;-)

¡Que placer escribirte! Nos vemos en el próximo número y a por tus viajes sin dudar.



Cintia Basualdo
Diseñadora de
Viajes
@sensiinviaggio
Artículo:
@copyright
Cintia A.
Basualdo
Blog de Viajes
de Sensi in
Viaggio



LEE NUESTRA
PRIMERA EDICIÓN AQUÍ

