



**TU REVISTA
EMPREENDEDORA**

Somos Globales

起業家マガジン

LA DOBLE DISCRIMINACIÓN DE LA MUJER

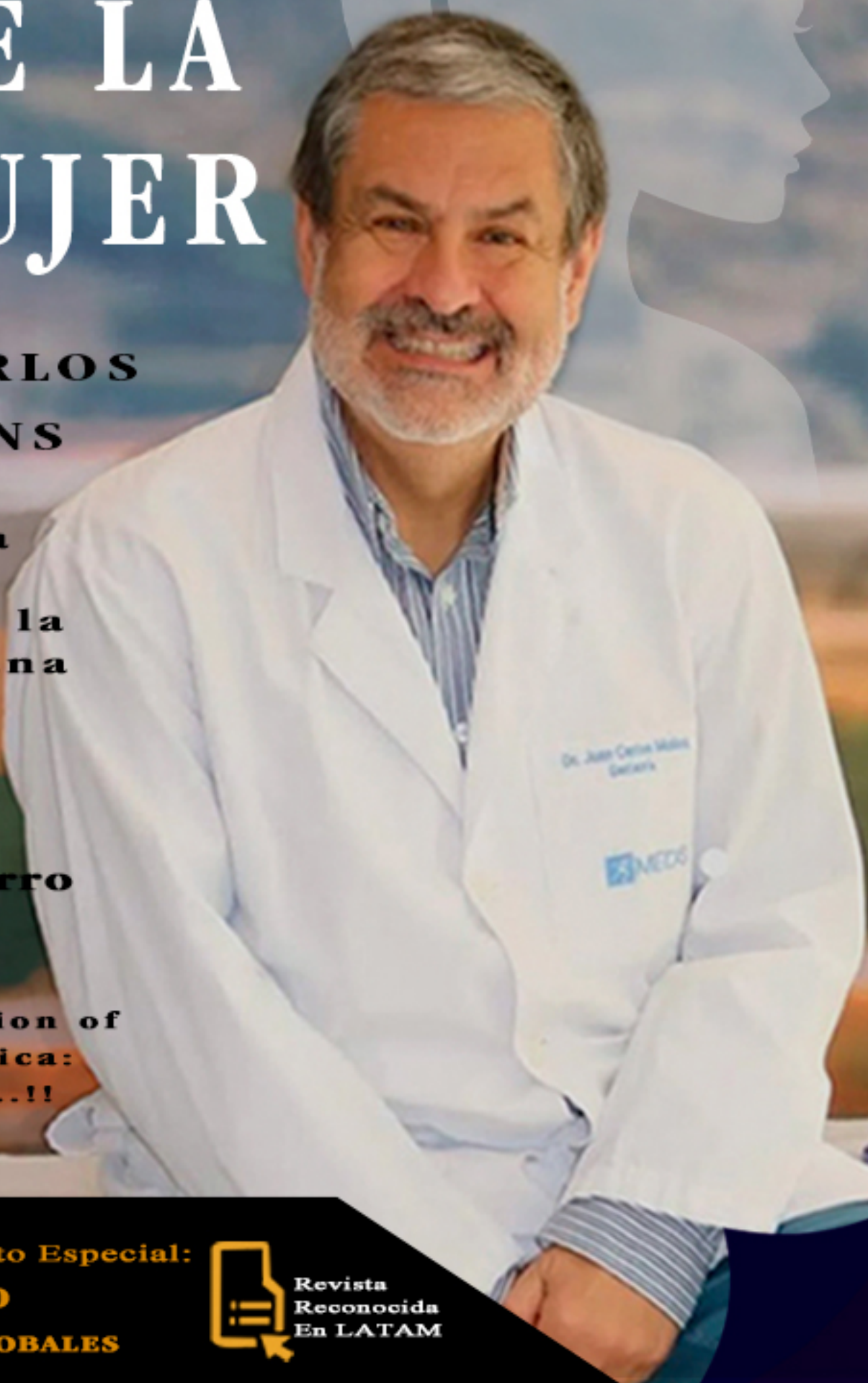
**DR. JUAN CARLOS
MOLINA YONS**

**Geriatra-Clínica
Meds- Chile
Vicepresidente de la
RED Iberoamericana
RIES GAUDIUM**

ALIMENTOS...JUPITER.!

**Ing. José Colinas Ferro
MikroFood-Chile**

**The double discrimination of
Women in Latin America:
An urgent Challenge...!!**



AÑO 2025

Edición N°
22

**Incluye Suplemento Especial:
INICIATIVA 360
PERSPECTIVAS GLOBALES**



Revista
Reconocida
En LATAM

VOCÊ ESTÁ PRONTA PARA DAR O PASSO?



MANUELA NICOLÁS AMORÓS
C.E.O. Inteligencia Emocional
Neuro-Educación-Psicología Positiva
Coach estratégica
Alicante-España

DESTACADOS QUE APARECEN EN ESTE NÚMERO



Fundadora **CONECTANDO EMPRESAS**
LIC. FABIANA GULLE Rosario.
Provincia de Santa Fe - Argentina

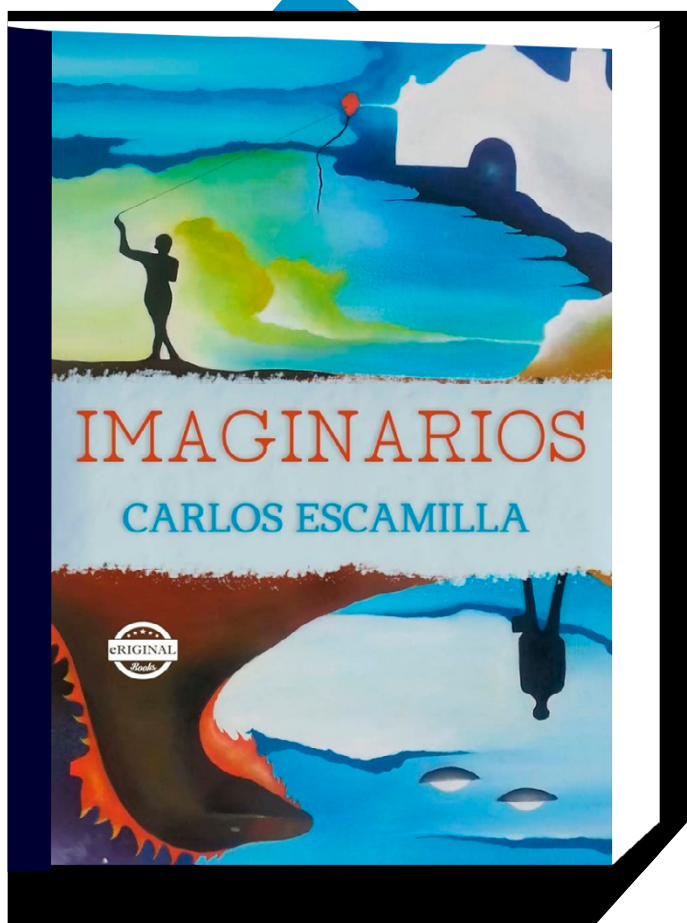
CEO ANTONIO E. DI GÉNOVA
CEO Group Consultoría
Integral Relaciones Públicas
Buenos Aires



Artista Plástico Ecológico
JUAN CARLOS MORALES
Rengo - Chile



Obra Literaria del Poeta
Pintor Hondureño
Residente en Texas de EE.UU.
CARLOS ESCAMILLA



Mikro Food Alimentos -Júpiter
ING. JOSÉ M. COLINAS FERRO
Los Ángeles-Región del Bio - Bio
Chile



Hostel Los Andes



  +54 9 2612 404360  +54 9 0261 4317751
Bandera de Los Andes 461 San José. Mendoza-Argentina
 Los Andes Hostel  hostellosandes 
hostellosandesmza@gmail.com.ar
hostellosandesmza.com.ar

Fiesta de Mujeres




FCV
Fundación
Conciencia Verde

 OMECH


MIA
A D K I N T U



EMPREENDEDORES , PROFESIONALES DESTACADOS, NACIONALES E INTERNACIONAL

- 8

Chile
Perfil de Portada
DR. JUAN CARLOS MOLINA YONS
La Doble discriminación de la Mujer
Geriatra Clínica MEDS-Chile
- 12

México
Protocolo DEI Como Motor de Transaformación Social.
Artículo: Abogada - Escritora Noris Steenstrup
- 16

Chile
Arte Ecológico Juan Carlos Morales
Innovación y Respeto por la Naturaleza
La Inspiradora Misión de MENESTRAL
RENGO-CHILE
- 20

Alicante - España
CEO Manuela Nicolás Amoro's
Artículo: La Mujer Madura frente a la doble
discriminación y el poder de reconstruirse
- 24

Chile-Los Ángeles Región del Bio-Bio
Ing. José Colinas Ferro
Innovación Tecnología - Alimentos a Júpiter:
La próxima Frontera en Seguridad Alimenticia
Mlkro Food.
- 28

Argentina-Buenos Aires
Antonio E. Di Génova
CEO Group Consultoría Integral
de Relaciones Públicas
Estrategías de la Comunicación
y La comunicación Estratégica.
- 32

Argentina - Rosario
Lic. Fabiana Gulle - Fundadora Conectando
Empresas - El Nuevo Poder Empresarial.



<https://turevistaemprendedora.com.ar/home/iniciativa-360/>

© Chile, Ley 17336 Propiedad Intelectual, todo material expuesto y señalado por parte de las entrevistas realizadas por **Tu Revista Emprendedora** incluyendo gráficos, logotipos, slogan, etcétera; son de propiedad de los mismos, y es material protegido por las normas de propiedad intelectual e industrial, quedando prohibido su uso por parte de cualquier otro tercero sin autorización.

Argentina, Ley 11.723 Brasil, Ley 9.279





VISION AND ACTION

In this May edition, the first of 2025, Tu Revista Emprendedora covers topics of great social and environmental importance. We begin with a profound reflection on the double discrimination faced by women, a subject presented by Dr. Juan Carlos Molina Yons from Clínica MEDS in Chile, offering an enriching perspective on the challenges and opportunities in this stage of female life.

We also highlight the social impact of ecological arts, led by the Chilean artist Juan Carlos Morales, who shares how these cultural expressions raise awareness and promote action for a more sustainable world.

In the field of innovation, we introduce an exciting technological breakthrough: food designed to reach Jupiter, developed by Multiliofilización, led by engineer José Colinas Ferro from Chile. This innovation promises to revolutionize food production and provide solutions to the nutritional challenges on our planet.

Additionally, our edition is renewed with the inclusion of the weekly supplement "Iniciativa 360," created in collaboration with Adriana Gentili from Murphy, in the province of Santa Fe. This space will offer practical tools to enhance your skills and improve decision-making when facing the challenges you aim to overcome in your personal and professional life.

We invite you to explore new ideas, strengthen your vision, and take confident steps toward entrepreneurship and comprehensive development with INICIATIVA 360.



VISÃO E AÇÃO

Nesta edição de maio, a primeira de 2025, a sua Revista Emprendedora aborda temas de grande importância social e ambiental. Começamos com uma reflexão profunda sobre a dupla discriminação enfrentada pelas mulheres, um assunto apresentado pelo Dr. Juan Carlos Molina Yons da Clínica MEDS, no Chile, oferecendo uma perspectiva enriquecedora sobre os desafios e as oportunidades nesta fase da vida feminina.

Também destacamos o impacto social das artes ecológicas, lideradas pelo chileno Juan Carlos Morales, que compartilha como essas expressões culturais despertam consciência e incentivam a ação por um mundo mais sustentável.

No campo da inovação, apresentamos um avanço tecnológico interessante: alimentos projetados para chegar a Júpiter, desenvolvidos pela Multiliofilización, liderada pelo engenheiro José Colinas Ferro, do Chile. Essa inovação promete revolucionar a forma de produzir alimentos e oferecer soluções para os desafios alimentares do nosso planeta.

a com a inclusão do suplemento semanal "Iniciativa 360", elaborado em colaboração com Adriana Gentili, de Murphy, na Província de Santa Fé. Este espaço oferecerá ferramentas práticas para potencializar suas habilidades e melhorar a tomada de decisões diante dos desafios que você deseja superar na sua vida pessoal e profissional.

**CONVIDAMOS VOCÊ A EXPLORAR
NOVAS IDEIAS, FORTALECER SUA
VISÃO E DAR PASSOS FIRMES EM
DIREÇÃO AO EMPREENDEDORISMO E AO
DESENVOLVIMENTO INTEGRAL COM A
INICIATIVA 360.**

HOLA LECTORES:

Staff

Edición Nº 22 creada en Argentina
MAYO 2025

Directora Editorial: **Jannette Rizzo**
C.E.O. Fundadora-Periodista. Coach-Mentora
Estratégica Multisectorial
Presidente en Argentina Global G100
Media Arts & Communication
Certificada en Liderazgo en Felicidad por Mide la
Felicidad de Colombia

SELMA NUNES: Abogada - Presidente OMECH
Vice Presidenta de la Cámara Chilena - Brasileña de Comercio
Repr. Del IBREI Chile

INICIATIVA 360. Adriana Gentili
Co-Editora Suplemento Semanal

Embajadora C.E.O. Manuela Nicolás Inteligencia
Emocional - Columnista - España

Fotografías adicionales de plataforma de Freepik / Stock

Diseño y diagramación de interiores de páginas por la
editorial **Tu Revista Emprendedora**

Contacto: Chile +569 73914936 /
Argentina + 54 9 341 2037510+54 9 341 +238486

Idea y producción de "Tu Revista Emprendedora"
AGENCIA MILLA AD KINTU SPA.

www.turevistaemprendedora.com.ar



“
WE ARE
GLOBAL FROM
LATAM FOR
YOU!!



JANNETTE RIZZO
Editora-Periodista
Fundadora Tu Revista Emprendedora



VISIÓN Y ACCIÓN 2025

En esta edición de mayo, la primera de 2025, en Tu Revista Emprendedora abordamos contenidos de gran importancia social y medioambiental. Comenzamos con una reflexión profunda sobre la doble discriminación que enfrentan las mujeres, un tema que presenta el doctor **JUAN CARLOS MOLINA YONS DE CLÍNICA MEDS DE CHILE**, ofreciendo una perspectiva enriquecedora sobre los retos y las oportunidades de la vida femenina.

También destacamos el impacto social de las artes ecológicas, a cargo del chileno **JUAN CARLOS MORALES**, quien comparte cómo estas expresiones culturales generan conciencia y fomentan la acción por un mundo más sustentable. En el ámbito de la innovación, traemos un interesante avance tecnológico: alimentos diseñados para llegar a Júpiter, desarrollados por Multiliofilización, liderado por el ING. **JOSÉ COLINAS FERRO DE CHILE**, que promete revolucionar la manera de producir alimentos y ofrecer soluciones para los desafíos alimenticios en nuestro planeta.

Además, nuestra edición se renueva con la incorporación del suplemento semanal "Iniciativa 360", elaborado en colaboración con **ADRIANA GENTILI**, de Argentina. Este espacio ofrecerá herramientas prácticas para potenciar tus habilidades y mejorar la toma de decisiones frente a los desafíos que desees superar en tu vida personal y profesional.

**TE INVITAMOS A EXPLORAR NUEVAS
IDEAS, FORTALECER TU VISIÓN
Y DAR PASOS FIRMES HACIA EL
EMPRENDIMIENTO Y EL DESARROLLO
INTEGRAL, CON INICIATIVA 360.**

CONSTRUYAMOS UNA
SOCIEDAD QUE NO
DISCRIMINE POR GÉNERO
NI POR EDAD.
NUNCA MÁS VIEJISMO EN
LATINOAMÉRICA, NUNCA
MÁS MACHISMO.

DR. JUAN CARLOS MOLINA YONS

Geriatra de Clínica MEDS, Santiago de Chile.

Vicepresidente de la Red Iberoamericana
REs GIDIUM, Salamanca, España.

LA DOBLE DISCRIMINACIÓN DE LA MUJER EN LATINOAMÉRICA LATINA: UN DESAFÍO URGENTE

Un tema recurrente en la mesa política y el debate social es la situación de la mujer. Sin embargo, una perspectiva crucial emerge al considerar la intersección del género con el envejecimiento poblacional en nuestro continente. La frase "la mujer embellece luego envejece y es el hombre el que fallece" nos introduce a una realidad ineludible: la vejez en Latinoamérica tendrá, predominantemente, rostro de mujer. Esto nos obliga a examinar con urgencia la doble discriminación que enfrentan.

MACHISMO Y EDADISMO: UNA SUMA PELIGROSA.

Históricamente, la mujer ha enfrentado diferencias de género arraigadas en el machismo. A esta discriminación estructural, se suma un fenómeno creciente y acelerado en nuestro continente: el envejecimiento poblacional. Con él, surge el "viejismo" o "edadismo", una discriminación basada en la edad, para la cual nuestras sociedades no siempre están preparadas.

Si no generamos cambios conductuales, culturales y educacionales profundos, la mujer latinoamericana se verá sometida a una doble carga discriminatoria: por ser mujer y por ser mayor. La pandemia de COVID-19 evidenció esta realidad: el cuidado de la familia, hijos y adultos mayores recayó desproporcionadamente en el género femenino, llevándolo a la postergación de sus propias necesidades y desarrollo. Ellas han sido una bisagra fundamental en tiempos de crisis.

Consecuencias Económicas y Sociales de la Doble Discriminación. El envejecimiento femenino en un contexto de desigualdad laboral agrava la situación. A la mujer se le paga menos que al hombre, vive más tiempo y, en muchos casos, se jubila antes. Estas condiciones, inherentemente discriminatorias, sentencian a muchas mujeres a la pobreza en la vejez.

La justicia social y la reivindicación de los derechos de la mujer en Latinoamérica son, por tanto, necesidades imperiosas. Los cambios culturales, educacionales, políticos y legislativos no pueden esperar más. Es el momento de realzar y homenajear a la mujer latinoamericana, quien ha hecho posible el desarrollo de nuestras familias y naciones, a menudo postergando su propia felicidad y desarrollo personal. Si a la demografía del envejecimiento le sumamos la discriminación de género preexistente, nos enfrentamos a una "tormenta ideal" donde ser mujer mayor implicará una doble vulnerabilidad.

HACIA UN CAMBIO CULTURAL Y SOCIETARIO

De todos nosotros depende, y de las propias mujeres, hacer valer sus derechos y exigir respeto. Los hombres, por su parte, tienen la responsabilidad de velar por la justicia social que cada mujer en Latinoamérica merece. Este es un homenaje a su entrega, pasión y convicción.

Una propuesta concreta para abordar esta doble discriminación, desde una perspectiva societaria y solidaria, sería la creación de un verdadero "Bono Mujer". Este bono buscaría recompensar todas aquellas horas no remuneradas dedicadas al cuidado y la educación, y que, a fin de cuentas, asegure un acceso expedito, adecuado y oportuno a las atenciones sociosanitarias para las mujeres de nuestro continente.

LA FUERZA DE LA MUJER Y EL FIN DE LA AUTODISCRIMINACIÓN

Las mujeres latinoamericanas demuestran día a día una resiliencia admirable. Son emprendedoras, capaces de levantarse una y mil veces, demostrando que la fortaleza no radica en no caer, sino en la capacidad de volver a pararse. Sin embargo, la injusticia social sigue siendo una barrera. *"Para triunfar mujer querida, hazte respetar, mujer querida; hazte valorar, mujer querida; siempre tenemos que recordar lo valiosa que eres para nuestra sociedad".*

ES CRUCIAL ERRADICAR LA AUTODISCRIMINACIÓN, AQUELLA GENERADA POR LA PROPIA MUJER QUE A VECES PERPETÚA PATRONES DE MACHISMO Y VIEJISMO. ES MOMENTO DE SALIR DE ESE PAPEL, ASUMIR UN NUEVO ROL, CONDUCIR LAS RIENDAS DE LA PROPIA VIDA Y BUSCAR UN DESARROLLO PLENO, LLENO DE AMOR, PLENITUD Y EL GOCE DE UNA VIDA ACTIVA Y SALUDABLE.

DR. JUAN CARLOS MOLINA YONS GERIATRA DE CLÍNICA MEDS,
Santiago de Chile. Vicepresidente de la Red Iberoamericana RES GIDIUM,
Salamanca, España.

THE DOUBLE DISCRIMINATION OF WOMEN IN LATIN AMERICA: AN URGENT CHALLENGE

A recurring topic in political forums and social debates is the situation of women. However, a crucial perspective emerges when considering the intersection of gender and the aging population in our continent. The phrase "the woman beautifies then ages, and it is the man who passes away" introduces an unavoidable reality: aging in Latin America will predominantly have the face of a woman. This compels us to urgently examine the double discrimination faced.

MACHISMO AND AGEISM: A DANGEROUS COMBINATION

Historically, women have faced gender differences rooted in machismo. To this structural discrimination, a growing and accelerated phenomenon in our continent has been added: population aging. With it comes the "very old" or "ageism," a form of discrimination based on age, for which our societies are not always prepared.

If profound behavioral, cultural, and educational changes are not made, Latin American women will be subjected to a double burden of discrimination: for being women and for being older.

The COVID-19 pandemic highlighted this reality: family, children, and elderly care disproportionately fell on women, delaying their own needs and development. They have been a key pivot in times of crisis.

ECONOMIC AND SOCIAL CONSEQUENCES OF DOUBLE DISCRIMINATION:

The aging of women in a context of labor inequality worsens the situation. Women are paid less than men, live longer, and in many cases, retire earlier. These inherently discriminatory conditions condemn many women to poverty in old age. Social justice and the reinvigoration of women's rights in Latin America are therefore urgent necessities.

Cultural, educational, political, and legislative changes cannot wait any longer. It is time to honor and elevate Latin American women, who have made the development of our families and nations possible, often postponing their own happiness and personal development.

When demographic aging is combined with pre-existing gender discrimination, we face a "perfect storm" where being an older woman will imply double vulnerability.

TOWARDS CULTURAL AND SOCIETAL CHANGE:

It depends on all of us, and especially on women themselves, to assert their rights and demand respect. Men, for their part, bear the responsibility to ensure respect.

A concrete proposal to address this double discrimination, from a societal and solidaristic perspective, would be the creation of a true "Women's Bonus." This bonus would aim to reward

all those unpaid hours dedicated to care and education and, ultimately, ensure quick, adequate, and timely access to social and health services for women in our continent.

THE STRENGTH OF WOMEN AND THE END OF SELF-DISCRIMINATION:

Latin American women demonstrate admirable resilience every day. They are entrepreneurs, capable of getting up again and again, proving that strength does not lie in never falling, but in the ability to get back on their feet. However, social injustice remains a barrier. "To succeed, dear woman, demand respect; dear woman, demand to be valued; dear woman, always remember how valuable you are to our society."

It is crucial to eradicate self-discrimination, that which is generated by women themselves and sometimes perpetuates patterns of machismo and outdated ideas. It is time to leave that role behind, assume a new one, take the reins of one's own life, and seek full development—full of love, fulfillment, and the enjoyment of an active and healthy life.

A CALL TO ACTION:

LET'S BUILD A SOCIETY THAT DOES NOT DISCRIMINATE BASED ON GENDER OR AGE. NEVER AGAIN AGEISM IN LATIN AMERICA, NEVER AGAIN MACHISMO. IT IS NOW THE TIME TO ERADICATE DOUBLE DISCRIMINATION AND ENSURE THAT BEING A WOMAN IN LATIN AMERICA IS A SOURCE OF PRIDE. CHANGE DEPENDS ON EACH OF US WHO READS THESE LINES. THIS IS SOCIAL JUSTICE, AND IT IS WHAT LATIN AMERICAN WOMEN DESERVE.

Por Dr. Juan Carlos Molina Yons, Geriatrics Specialist at Clínica MEDS, Santiago de Chile. Vice President of the Ibero-American Network REs GIDIUM, Salamanca, Spain.

Um tema recorrente na mesa política e no debate social é a situação da mulher. Contudo, uma perspectiva crucial surge ao considerar a interseção do gênero com o envelhecimento populacional em nosso continente. A frase "a mulher embeleza depois envelhece e é o homem quem falece" nos apresenta uma realidade ineludível: a velhice na América Latina terá, predominantemente, o rosto de uma mulher. Isso nos obriga a examinar com urgência a dupla discriminação que elas enfrentam.

MACHISMO E IDADISMO:

Uma Soma Perigosa Historicamente, a mulher enfrentou diferenças de gênero enraizadas no machismo. A essa discriminação estrutural, soma-se um fenômeno crescente e acelerado em nosso continente: o envelhecimento populacional. Com ele, surge o "VIEJÍSSIMO" OU "IDADISMO", uma discriminação baseada na idade, para a qual nossas sociedades nem sempre estão preparadas.

Se não promovermos mudanças comportamentais, culturais e educacionais profundas, a mulher latino-americana será submetida a uma dupla carga discriminatória: por ser mulher e por ser mais velha. A pandemia de COVID-19 evidenciou essa realidade: o cuidado com a família, filhos e idosos recaiu desproporcionalmente sobre o gênero feminino, levando à postergação de suas próprias necessidades e desenvolvimento. Elas têm sido pilares fundamentais em tempos de crise.

CONSEQUÊNCIAS ECONÔMICAS E SOCIAIS DA DBLE DISCRIMINAÇÃO:

O envelhecimento feminino, num contexto de desigualdade laboral, agrava a situação. A mulher recebe menos que o homem, vive mais tempo e, em muitos casos, se aposenta mais cedo. Essas condições, inerentemente discriminatórias, condenam muitas mulheres à pobreza na velhice.

A JUSTIÇA SOCIAL E A REIVINDICAÇÃO DOS DIREITOS DA MULHER NA AMÉRICA LATINA SÃO, portanto, necessidades prementes. Mudanças culturais, educacionais, políticas e legislativas não podem mais esperar. É hora de valorizar e homenagear a mulher latino-americana, que possibilitou o desenvolvimento de nossas famílias e nações, muitas vezes adiando sua própria felicidade e crescimento pessoal. Se à demografia do envelhecimento somarmos a discriminação de gênero preexistente, enfrentaremos uma "TEMPESTADE PERFEITA" onde ser mulher mais velha implicará uma vulnerabilidade dupla.

RUMO A UMA MUDANÇA CULTURAL E SOCIETÁRIA

Depende de todos nós, e das próprias mulheres, fazer valer seus direitos e exigir respeito. Os homens, por sua vez, têm a responsabilidade de zelar pela justiça social que cada mulher na América Latina merece. Este é um tributo à sua entrega, paixão e convicção.

Uma proposta concreta para abordar essa dupla discriminação, de uma perspectiva societária e solidária, seria a criação de um verdadeiro "Bono Mulher". Este benefício buscaria

recompensar todas aquelas horas não remuneradas dedicadas ao cuidado e à educação, garantindo, ao final, um acesso rápido, adequado e oportuno aos atendimentos socio sanitários para as mulheres de nosso continente.

A FORÇA DA MULHER E O FIM DA AUTODISCRIMINAÇÃO AS MULHERES LATINO-AMERICANAS DEMONSTRAM DIA A DIA UMA RESILIÊNCIA ADMIRÁVEL.

São empreendedoras, capazes de se levantar uma e outra vez, demonstrando que a força não reside em não cair, mas na capacidade de reerguer-se. Contudo, a injustiça social continua sendo uma barreira. *"Para vencer, querida mulher, faça-se respeitar; querida mulher, faça-se valorizar; sempre devemos lembrar o quão valiosa você é para nossa sociedade".*

É crucial erradicar a autodiscriminação, aquela gerada pela própria mulher, que por vezes perpetua padrões de machismo e idadismo. É momento de sair desse papel, assumir um novo papel, conduzir as rédeas da própria vida e buscar um desenvolvimento pleno, repleto de amor, plenitude e o prazer de uma vida ativa e saudável.

CONCLUSÃO: UM CHAMADO À AÇÃO

CONSTRUAMOS UMA SOCIEDADE QUE NÃO DISPERCIONE POR GÊNERO NEM POR IDADE. NUNCA MAIS IDADISMO NA AMÉRICA LATINA, NUNCA MAIS MACHISMO. É HORA DE ERRADICAR A DUPLA DISCRIMINAÇÃO E GARANTIR QUE SER MULHER NA AMÉRICA LATINA SEJA MOTIVO DE ORGULHO. A MUDANÇA DEPENDE DE CADA UM DE NÓS, QUE LEMOS ESTAS LINHAS. ISTO É JUSTIÇA SOCIAL, E É O QUE A MULHER LATINO-AMERICANA MERECE.

Por Dr. Juan Carlos Molina Yons Geriatra da Clínica
MEDS, Santiago do Chile.
Vice-presidente da Rede Ibero-Americana REs GIDIUM,
Salamanca, Espanha.

La Abogada Ambientalista Noris Steenstrup destaca la creciente relevancia de los protocolos de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) como una prioridad estratégica fundamental para las organizaciones contemporáneas, trascendiendo la idea de ser una simple moda para posicionarse como un motor de transformación social y organizacional sostenible. La autora subraya que el desarrollo de entornos laborales saludables, justos y productivos, donde cada individuo se sienta valorado, representado y escuchado, es el núcleo de esta iniciativa.

EL protocolo DEI se define como un conjunto de principios y prácticas diseñadas para que las organizaciones reconozcan, valoren y promuevan la diversidad en todas sus manifestaciones (género, orientación sexual, raza, edad, religión, capacidad, origen étnico, etc.). Su objetivo es garantizar la equidad en los procesos internos y fomentar un ambiente inclusivo. **STEENSTRUP** enfatiza que este no es solo un requisito externo, sino un compromiso activo con los derechos humanos y la justicia social, aplicándose de manera crucial desde los procesos de reclutamiento.

LOS COMPONENTES CLAVE DEL DEI SE DESGLOSAN:

EQUIDAD, que implica ajustar recursos para eliminar barreras estructurales, como la accesibilidad física y digital, el apoyo a madres lactantes o cuidadores, y políticas salariales transparentes. **INCLUSIÓN**, que es el resultado de una cultura que celebra la diversidad, asegurando que todos se sientan seguros, bienvenidos y capacitados para contribuir plenamente. Esto se logra mediante formación continua en sesgos inconscientes, uso de lenguaje inclusivo y mecanismos de participación equitativa.

También presenta ejemplos de empresas globalmente comprometidas con DEI, como Microsoft, Ben & Jerry's y Unilever, que no solo mejoran su reputación, sino que generan un impacto real y contribuyen a un entorno más justo. Estas prácticas, según la autora, impactan directamente en el rendimiento empresarial.

Se citan estudios de firmas como McKinsey, Deloitte y la Universidad de Harvard que demuestran correlaciones positivas: equipos ejecutivos con diversidad de género tienen un 25% más de probabilidad de obtener rentabilidad superior (McKinsey 2020), y con diversidad étnica y cultural, el margen asciende al 36%. La innovación también se ve impulsada, con empresas diversas reportando un 19% más de ingresos por este concepto (Boston Consulting Group).

En cuanto a la atracción y retención de talento, el 67% de los candidatos busca empleadores diversos (Glassdoor, 2020), y las culturas inclusivas tienen tasas de retención cinco veces mayores (Deloitte). La reputación de marca se beneficia significativamente, con un 70% de intención de compra por parte de consumidores jóvenes hacia marcas inclusivas

(Accenture, 2018). Además, se reducen los conflictos y mejora el clima laboral, con una disminución de hasta el 30% en problemas de discriminación (SHRM) y equipos seis veces más comprometidos.

EN MÉXICO, LA ADOPCIÓN DE POLÍTICAS DEI HA CRECIDO, AUNQUE PERSISTEN DESAFÍOS.

El informe HRC Equidad MX2025 reveló que, de 305 empresas evaluadas, 261 obtuvieron una puntuación perfecta. Sin embargo, solo el 13% de los puestos en consejos de administración de empresas en la Bolsa Mexicana de Valores son ocupados por mujeres. La Secretaría del Trabajo y Previsión Social otorga el distintivo "Empresa Incluyente Gilberto Rincón Gallardo", reconociendo a 389 empresas que han empleado a 3,902 personas en situación de vulnerabilidad.

EN CONCLUSIÓN, SI BIEN
UN NÚMERO CRECIENTE
DE EMPRESAS EN MÉXICO
Y AMÉRICA LATINA ESTÁ
ADOPTANDO POLÍTICAS DEI Y
RECIBIENDO RECONOCIMIENTO
POR ELLO, AÚN QUEDA UN
CAMINO IMPORTANTE POR
RECORRER PARA LOGRAR
UNA INCLUSIÓN PLENA Y
EQUITATIVA A TODOS LOS
NIVELES ORGANIZACIONALES
Y EN LA SOCIEDAD EN
GENERAL.

A portrait of Noris Steenstrup, a woman with dark hair, wearing a green and gold floral patterned jacket over a black top. She is resting her chin on her hand and looking directly at the camera. The background is a blurred bookshelf filled with books.

NORIS STEENSTRUP

Abogada-Escritora
México

DEI PROTOCOL AS A CATALYST FOR SOCIAL TRANSFORMATION

The growing importance of Diversity, Equity, and Inclusion (DEI) protocols as a fundamental strategic priority for contemporary organizations, transcending the idea of being a mere trend to position itself as a driver of sustainable social and organizational transformation. The author emphasizes that developing healthy, fair, and productive work environments where each individual feels valued, represented, and heard is the core of this initiative.

THE DEI PROTOCOL IS DEFINED as a set of principles and practices designed for organizations to recognize, value, and promote diversity in all its manifestations (gender, sexual orientation, race, age, religion, ability, ethnic background, etc.). Its goal is to ensure equity in internal processes and foster an inclusive environment. **STEENSTRUP** stresses that this is not just an external requirement but an active commitment to human rights and social justice, with crucial application starting from recruitment processes.

THE KEY COMPONENTS OF DEI ARE OUTLINED AS FOLLOWS:

EQUITY, which involves adjusting resources to eliminate structural barriers such as physical and digital accessibility, support for breastfeeding mothers or caregivers, and transparent salary policies; **INCLUSION**, which results from a culture that celebrates diversity, ensuring that all feel safe, welcome, and empowered to contribute fully. This is achieved through ongoing training on unconscious biases, the use of inclusive language, and mechanisms for equitable participation.

The article presents examples of globally committed companies like Microsoft, Ben & Jerry's, and Unilever, which not only improve their reputation but also generate real impact and contribute to a fairer environment.

According to the author, these practices directly impact business performance. Studies from firms such as McKinsey, Deloitte, and Harvard University demonstrate positive correlations: executive teams with gender diversity have a 25% higher likelihood of achieving superior profitability (McKinsey 2020), and with ethnic and cultural diversity, the margin increases to 36%. Innovation is also driven forward, with diverse companies reporting 19% higher income from this area (Boston Consulting Group).

Regarding talent attraction and retention, 67% of candidates seek diverse employers (Glassdoor, 2020), and inclusive cultures have retention rates five times higher (Deloitte). Brand reputation is significantly enhanced, with 70% of young consumers indicating a higher purchase intention towards inclusive brands (Accenture, 2018). Additionally, conflicts are reduced, work climate improves—with up to a 30% decrease in discrimination issues (SHRM)—and teams are six times more engaged.

In Mexico, the adoption of DEI policies has grown, although challenges remain. The HRC Equidad MX2025 report revealed that out of 305 evaluated companies, 261 received a perfect score. However, only 13% of board positions in companies listed on the Mexican Stock Exchange are held by women. The Secretariat of Labor and Social Welfare grants the "Inclusive Company Gilberto Rincón Gallardo" distinction, recognizing 389 companies that have employed 3,902 vulnerable individuals.

In conclusion, **STEENSTRUP** affirms that although an increasing number of companies in Mexico and Latin America are adopting DEI policies and receiving recognition, there is still significant work ahead to achieve full and equitable inclusion at all organizational levels and in society at large.

NORIS STEENSTRUP
Abogada-Escritora
México

PROTOCOLO DEI COMO MOTOR DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

RELEVÂNCIA DOS PROTOCOLOS DE DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO (DEI) COMO UMA PRIORIDADE ESTRATÉGICA FUNDAMENTAL PARA AS ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS, TRANSCENDENDO A IDEIA DE SEREM UMA SIMPLES MODA PARA SE POSICIONAR COMO UM MOTOR DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL E ORGANIZACIONAL SUSTENTÁVEL. A AUTORA REFORÇA QUE O DESENVOLVIMENTO DE AMBIENTES DE TRABALHO SAUDÁVEIS, JUSTOS E PRODUTIVOS, ONDE CADA INDIVÍDUO SE SINTA VALORIZADO, REPRESENTADO E OUVIDO, É O NÚCLEO DESSA INICIATIVA.

NORIS STEENSTRUP
Abogada-Escritora
México

PORTUGUÊS



O protocolo DEI é definido como um conjunto de princípios e práticas projetados para que as organizações reconheçam, valorizem e promovam a diversidade em todas as suas manifestações (gênero, orientação sexual, raça, idade, religião, capacidade, origem étnica, etc.). Seu objetivo é garantir a equidade nos processos internos e fomentar um ambiente inclusivo. **STEENSTRUP** enfatiza que isso não é apenas uma exigência externa, mas um compromisso ativo com os direitos humanos e a justiça social, aplicando-se de forma crucial desde os processos de recrutamento.

OS COMPONENTES-CHAVE DO DEI SE DESDOBRAM EM:

Equidade, que implica ajustar recursos para eliminar barreiras estruturais, como acessibilidade física e digital, apoio a mães lactantes ou cuidadores, e políticas salariais transparentes; e Inclusão, que é o resultado de uma cultura que celebra a diversidade, garantindo que todos se sintam seguros, bem-vindos e capacitados para contribuir plenamente. Isso é alcançado através de formação contínua em preconceitos inconscientes, uso de linguagem inclusiva e mecanismos de participação equitativa.

O ARTIGO APRESENTA EXEMPLOS DE EMPRESAS GLOBALMENTE COMPROMETIDAS COM O DEI, COMO MICROSOFT, BEN & JERRY'S E UNILEVER, que não só melhoram sua reputação, mas também geram um impacto real e contribuem para um ambiente mais justo. Essas práticas, segundo a autora, impactam diretamente no desempenho empresarial. São citados estudos de empresas como McKinsey, Deloitte e Harvard que demonstram correlações positivas: equipes executivas com diversidade de gênero têm 25% mais chance de obter rentabilidade superior (McKinsey 2020), e com diversidade étnica e cultural, essa margem sobe para 36%. A inovação também é impulsionada, com empresas diversas reportando um aumento de 19% na receita por esse conceito (Boston Consulting Group).

No que diz respeito à atração e retenção de talento, 67% dos candidatos buscam empregadores diversos (Glassdoor, 2020), e culturas inclusivas apresentam taxas de retenção cinco vezes maiores (Deloitte). **A reputação da marca é significativamente beneficiada, com 70% de intenção de compra por parte de consumidores jovens em relação a marcas inclusivas (Accenture, 2018).** Além disso, os conflitos são reduzidos e o clima organizacional melhora, com uma diminuição de até 30% em problemas de discriminação (SHRM) e equipes seis vezes mais comprometidas.

No México, a adoção de políticas DEI vem crescendo, embora desafios ainda persistam. O relatório HRC Equidad MX2025 revelou que, de 305 empresas avaliadas, 261 obtiveram pontuação máxima. No entanto, apenas 13% dos cargos nos conselhos de administração das empresas na Bolsa Mexicana de Valores são ocupados por mulheres. A Secretaria do Trabalho e Previsão Social concede o distintivo "Empresa Incluyente Gilberto Rincón Gallardo", reconhecendo 389 empresas que empregaram 3.902 pessoas em situação de vulnerabilidade.

EM CONCLUSÃO,

STEENSTRUP AFIRMA QUE, EMBORA UM NÚMERO CRESCENTE DE EMPRESAS NO MÉXICO E NA AMÉRICA LATINA ESTEJA ADOTANDO POLÍTICAS DEI E RECEBENDO RECONHECIMENTO POR ISSO, AINDA HÁ UM LONGO CAMINHO A PERCORRER PARA ALCANÇAR UMA INCLUSÃO PLENA E EQUITATIVA EM TODOS OS NÍVEIS ORGANIZACIONAIS E NA SOCIEDADE DE MODO GERAL.

**MENESTRAL'S WORK REMINDS US THAT ART CAN BE
MUCH MORE GUARDIANS OF A HEALTHIER
AND MORE JUST PLANET.**



MENESTRAL
CHILE

**ARTE ECOLÓGICO
JUAN CARLOS MORALES
RENGO-CHILE**

INNOVACIÓN Y RESPETO POR LA NATURALEZA: LA INSPIRADORA MISIÓN DE MENESTRAL

Chile es un país lleno de magia natural, desde su cordillera hasta sus volcanes, que inspiran a artistas plásticos, poetas y creadores a románticamente celebrar su entorno. En este contexto, el arte ecológico emerge como una poderosa herramienta para crear conciencia sobre la importancia de cuidar nuestro medio ambiente. Uno de los ejemplos más inspiradores en esta temática es la marca Menestral, fundada por **JUAN CARLOS MORALES** en la ciudad de Rengo, en la Región del Libertador Gral. Bernardo O'Higgins.

Durante nuestra visita a Chile, tuvimos la oportunidad de entrevistar a **JUAN CARLOS MORALES**, cuyo trabajo va más allá de la creación artística; sus acciones tienen un impacto social y ambiental significativo. En particular, su labor se enfoca en promover la reinserción de los internos en la Cárcel de Rengo (CEP), mediante proyectos que buscan integrarlos de manera activa y constructiva en la sociedad.

Estas iniciativas no solo facilitan su recuperación personal, sino que también contribuyen a fortalecer diversas metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Específicamente, sus acciones abordan el ODS 3, que busca garantizar la buena salud y el bienestar de las personas; el ODS 4, relacionado con una educación de calidad y oportunidades de aprendizaje; el ODS 8, que promueve el empleo digno y el crecimiento económico; y el ODS 16, que fomenta la paz, la justicia e instituciones sólidas. La propuesta de Morales demuestra cómo el arte y las acciones concretas pueden ser herramientas poderosas para la transformación social, procurando una reintegración efectiva y promoviendo cambios positivos en la comunidad penitenciaria y en la sociedad en general.

Una de sus primeras obras, titulada **RESISTENCIA**, aborda la difícil situación que enfrentan los habitantes del pueblo de **CODPA**. La comunidad lleva más de 20 años luchando contra la intención de una minera de intervenir sus cerros sagrados, que son esenciales para la fuente de agua y la vida en su territorio. Esta obra busca sensibilizar sobre la importancia de proteger esos espacios sagrados y resaltar la resistencia de la comunidad ante la amenaza de la explotación minera. La pieza refleja el compromiso por preservar cultura, agua y tradiciones, y denuncia la amenaza que representa la minería para la supervivencia y la identidad de esa comunidad.

LO QUE HACE AÚN MÁS VALIOSO EL TRABAJO DE MENESTRAL

En su profundo vínculo con la comunidad local, a través de talleres y proyectos participativos, fomentan la utilización de técnicas tradicionales y promueven la sustentabilidad. Además, su enfoque en la participación comunitaria busca fortalecer el sentido de pertenencia y conservación cultural, ayudando a revitalizar prácticas artesanales y a involucrar a las personas en la protección de su entorno. En tiempos donde el cuidado del medio ambiente y la lucha por la defensa de territorios sagrados, como los cerros de Codpa, cobran mayor relevancia, el arte ecológico de Menestral representa una vía de resistencia y esperanza.

EL SIGNIFICADO DE MENESTRAL, en su esencia, refleja esa unión entre el arte, la naturaleza y la comunidad. Es una marca que simboliza creatividad responsable, donde cada pieza cuenta una historia de transformación, respeto y amor por la tierra. En un mundo en constante cambio, propuestas como esta nos invitan a reflexionar y actuar, promoviendo un turismo y consumo responsable que contribuya a la conservación del patrimonio natural y cultural.

Así, el trabajo de Menestral nos recuerda que el arte puede ser mucho más que una expresión estética: puede servir como un medio poderoso para sensibilizar, conectar y transformar nuestras comunidades en guardianes de un planeta más sano y justo.



INNOVATION AND RESPECT FOR NATURE: MENESTRAL'S INSPIRING MISSION

Chile is a country full of natural magic, from its mountain ranges to its volcanoes, inspiring visual artists, poets, and creators to romantically celebrate their environment. In this context, ecological art emerges as a powerful tool to raise awareness about the importance of caring for our environment. One of the most inspiring examples in this theme is the brand Menestral, founded by **JUAN CARLOS MORALES** in the city of Rengo, in the Libertador General Bernardo O'Higgins Region.

During our visit to Chile, we had the opportunity to interview **JUAN**, whose work goes beyond artistic creation; his actions have a significant social and environmental impact. In particular, his efforts focus on promoting the reintegration of inmates at the Rengo Prison (CEP), through projects that seek to actively and constructively integrate them into society. These initiatives not only facilitate their personal recovery but also contribute to strengthening various goals of the Sustainable Development Goals (SDGs). Specifically, his actions address SDG 3, which aims to ensure good health and well-being; SDG 4, related to quality education and learning opportunities; SDG 8, promoting decent work and economic growth; and SDG 16, fostering peace, justice, and strong institutions. Morales's proposal demonstrates how art and concrete actions can be powerful tools for social transformation, aiming for effective reintegration and promoting positive changes within the prison community and society at large.

ONE OF HIS EARLY WORKS, TITLED RESISTANCE, addresses the difficult situation faced by the inhabitants of the village of CODPA. The community has been fighting for over 20 years against a mining company's plan to intervene in their sacred hills, which are essential for their water sources and their livelihood. This piece aims to raise awareness about the importance of protecting these sacred spaces and highlights the community's resistance to the threat of mining exploitation. It reflects a commitment to preserve culture, water, and traditions, and denounces the danger that mining poses to the survival and identity of that community.

WHAT MAKES MENESTRAL'S WORK even more valuable is its deep connection with the local community. Through workshops and participatory projects, they promote the use of traditional techniques and encourage sustainability. Additionally, their focus on community participation aims to strengthen a sense of belonging and cultural conservation, helping to revitalize artisanal practices and engaging people in protecting their environment. In times when caring for the environment and defending sacred territories, like the hills of Codpa, are increasingly relevant, Menestral's ecological art represents a form of resistance and hope.

THE ESSENCE OF MENESTRAL reflects that union between art, nature, and community. It is a brand that symbolizes responsible creativity, where each piece tells a story of transformation, respect, and love for the land. In a constantly changing world, proposals like this invite us to reflect and act, promoting responsible tourism and consumption that contribute to the preservation of natural and cultural heritage.



O Chile é um país repleto de magia natural, desde suas cordilheiras até seus vulcões, inspirando artistas visuais, poetas e criadores a celebrá-lo romanticamente. Nesse contexto, a arte ecológica surge como uma ferramenta poderosa para sensibilizar sobre a importância de cuidar do meio ambiente. Um exemplo inspirador nessa temática é a marca **MENESTRAL**, fundada por **JUAN CARLOS MORALES** na cidade de Rengo, na Região do Libertador Geral Bernardo O'Higgins.

Durante nossa visita ao Chile, tivemos a oportunidade de entrevistar **JUAN**, cujo trabalho vai além da criação artística, tendo um impacto social e ambiental significativo. Seus esforços concentram-se na reintegração de presos na prisão de Rengo (CEP), por meio de projetos que promovem uma inclusão ativa e construtiva na sociedade. Essas ações não apenas auxiliam na recuperação pessoal, mas também contribuem para os ODS 3, 4, 8 e 16, que visam à saúde, educação, trabalho digno e paz social. A proposta de Morales demonstra como a arte e ações concretas podem ser instrumentos de transformação social, promovendo mudanças positivas dentro da comunidade penitenciária e na sociedade.

UMA DE SUAS OBRAS INICIAIS, INTITULADA RESISTÊNCIA, aborda a luta do povo de Codpa contra uma mineradora que planeja explorar suas colinas sagradas, essenciais para o abastecimento de água e a sobrevivência do local há mais de 20 anos. A peça busca sensibilizar sobre a necessidade de proteger esses espaços sagrados, refletindo o compromisso de preservar cultura, água e tradições, além de denunciar os riscos da exploração mineral.

O TRABALHO DO MENESTRAL DESTACA-SE POR sua forte conexão com a comunidade local por meio de oficinas e projetos participativos, que promovem técnicas tradicionais e sustentabilidade. Essa participação fortalece o sentimento de pertencimento e conservação cultural, revitalizando práticas artesanais e defendendo o meio ambiente.

ASSIM, A ARTE ECOLÓGICA DO MENESTRAL REPRESENTA RESISTÊNCIA E ESPERANÇA DIANTE DAS AMEAÇAS AOS TERRITÓRIOS SAGRADOS E AO PATRIMÔNIO NATURAL E CULTURAL, CONVIDANDO À REFLEXÃO E À AÇÃO POR UM PLANETA MAIS JUSTO E SUSTENTÁVEL.



VOCÊ ESTÁ PRONTA PARA DAR O PASSO?



MANUELA NICOLÁS AMORÓ'S
C.E.O. Inteligencia Emocional
Neuro-Educación-Psicología Positiva
Coach estratégica
Alicante-España

LA MUJER MADURA FRENTE A LA DOBLE DISCRIMINACIÓN Y EL PODER DE RECONSTRUIRSE

Las mujeres, en la madurez, nos reinventamos: de la invisibilidad al empoderamiento.

A partir de los 45 años, muchas mujeres comenzamos a notar una doble discriminación: por ser mujeres, y por haber dejado atrás la juventud. La sociedad glorifica lo joven, lo nuevo, lo "prometedor", y deja en la sombra lo vivido, lo profundo, lo consolidado. Así, podemos llegar a sentirnos invisibles. Sin embargo, este puede ser también el momento de despertar y reconectar con todo lo que somos: **mujeres poderosas y plenas.**

INVISIBILIDAD PROFESIONAL: EL TECHO GRIS.

En el entorno laboral, muchas notamos que nuestras ideas se escuchan menos o que ya no somos consideradas para ciertos proyectos o ascensos. Este fenómeno tiene nombre: **TECHO GRIS**, una barrera que une el sexismo con el edadismo. Estudios recientes confirman que a las mujeres se les empieza a discriminar por edad incluso antes que a los hombres, y que los prejuicios sobre su capacidad de innovar, adaptarse o liderar se intensifican con la edad.

Son numerosos los casos de mujeres que, con décadas de trayectoria, muestran cómo, incluso profesionales altamente calificadas, se ven descartadas por el solo hecho de superar los 50. Muchas directivas se sienten ignoradas en reuniones, relegadas en decisiones claves, o presionadas para parecer más jóvenes. Esto no sólo limita su proyección, sino que erosiona su confianza.

EL CUERPO, EL DESEO Y EL MITO DE LA PÉRDIDA

Otro gran reto es el que enfrentamos con nuestro cuerpo. Con la menopausia llegan cambios físicos y emocionales, pero también llega un discurso social que insiste en que lo bello y deseable ya pasó. Comentarios como *"a esta edad ya no necesitas eso"* pueden hacer que dejemos de cuidar, mirar o habitar nuestro cuerpo con amor. Sin embargo, el **deseo no desaparece**, solo se transforma. Nuestro cuerpo, con su historia, merece placer, atención y respeto.

¿Y si aún queda mucho por crear?

En el ámbito del emprendimiento y la innovación, la mujer madura sigue siendo una figura ausente. *¿Cuántas veces has pensado "ya no tengo edad para eso"?* Sin embargo, muchas mujeres a esta edad deciden crear, fundar, reinventarse. Su red de contactos, su visión estratégica y su experiencia son un capital que no se enseña en ninguna universidad. La creatividad no tiene fecha de caducidad.

ES TU MOMENTO: DECIDE QUIÉN QUIERES SER

Desde la inteligencia emocional, la psicología positiva, la neuroeducación y el mindfulness, podemos dar un giro a esta etapa vital. Cuestiona los estereotipos que has interiorizado, entrena tu mente, fortalece tu cuerpo, y habita tu presente con conciencia. El cerebro puede seguir aprendiendo toda la vida. Y tú también puedes.

Como coach e interventora estratégica, he acompañado a muchas mujeres en esta transición. Mujeres que se sentían agotadas y pequeñas, y que hoy lideran, emprenden, brillan. Si algo me ha enseñado esta experiencia es que *la mujer madura no está acabada: está despertando.*

”

**ESTE PUEDE SER EL INICIO DE TU
CAPÍTULO MÁS AUTÉNTICO,
VALIENTE Y LUMINOSO.**

THE MATURE WOMAN IN THE FACE OF DOUBLE DISCRIMINATION AND THE POWER TO REBUILD HERSELF

Women, in maturity, reinvent ourselves: from invisibility to empowerment.

Starting at age 45, many women begin to notice double discrimination: for being women and for leaving youth behind. Society glorifies the young, the new, the "promising," and casts into shadow the lived, the profound, the consolidated. Thus, we can come to feel invisible. However, this can also be the moment to awaken and reconnect with all that we are: a powerful and complete woman.

PROFESSIONAL INVISIBILITY: THE GRAY CEILING

In the workplace, many of us notice that our ideas are heard less or that we are no longer considered for certain projects or promotions. This phenomenon has a name: the gray ceiling, a barrier that combines sexism with ageism. Recent studies confirm that women start to face age discrimination even before men do, and prejudices about their capacity to innovate, adapt, or lead intensify with age.

There are numerous cases of women who, with decades of experience, show how even highly qualified professionals are dismissed solely because they are over 50. Many female executives feel ignored in meetings, sidelined in key decisions, or pressured to appear younger. This not only limits their prospects but also erodes their confidence.

THE BODY, DESIRE, AND THE MYTH OF LOSS

Another major challenge is what we face with our bodies. Menopause brings physical and emotional changes, but it also brings a social discourse that insists that beauty and desirability are gone. Comments like "at this age, you don't need that anymore" can cause us to stop caring for, looking at, or inhabiting our bodies with love. However, desire does not disappear; it only transforms. Our bodies, with their history, deserve pleasure, attention, and respect.

What if there is still much to create?

In the fields of entrepreneurship and innovation, the mature woman continues to be an absent figure. **How many times have you thought, "I'm too old for that"?** Yet, many women at this age decide to create, found, or reinvent themselves. Their network of contacts, strategic vision, and experience are a capital that is not taught in any university. Creativity has no expiration date.

THIS IS YOUR MOMENT: DECIDE WHO YOU WANT TO BE

Through emotional intelligence, positive psychology, neuroeducation, and mindfulness, we can shift this vital stage. Question the stereotypes you've internalized, train your mind, strengthen your body, and inhabit your present with awareness. The brain can continue learning throughout life—and so can you.

As a coach and strategic intervener, I have supported many women through this transition. Women who felt exhausted and small, and who today lead, undertake, and shine. If there's one thing this experience has taught me, it's that the mature woman is not finished: she is awakening.



ARE YOU READY TO TAKE THE STEP?
THIS COULD BE THE BEGINNING OF
YOUR MOST AUTHENTIC, BRAVE,
AND LUMINOUS CHAPTER.



A MULHER MADURA DIANTE DA DOBRA DISCRIMINAÇÃO E O PODER DE RECONSTRUIR-SE

As mulheres, na maturidade, reinventamo-nos: da invisibilidade ao empoderamento

A partir dos 45 anos, muitas de nós começamos a perceber uma dupla discriminação: por sermos mulheres e por termos deixado a juventude para trás. A sociedade valoriza o jovem, o novo, o "promissor", e deixou em segundo plano o que foi vivido, o que é profundo, o que foi consolidado. Assim, podemos nos sentir invisíveis. No entanto, este também pode ser o momento de despertar e reconectar com tudo o que somos: uma mulher poderosa e plena.

INVISIBILIDADE PROFISSIONAL:

o teto cinza No ambiente de trabalho, muitas de nós notamos que nossas ideias são ouvidas com menos frequência ou que não somos mais consideradas para certos projetos ou promoções. Esse fenômeno tem nome: teto cinza, uma barreira que une o sexismo ao ageísmo. Estudos recentes confirmam que as mulheres começam a ser discriminadas por idade até antes dos homens, e que os prejuízos sobre sua capacidade de inovar, adaptar-se ou liderar se intensificam com o passar do tempo.

São inúmeros os casos de mulheres que, com décadas de trajetória, mostram como até profissionais altamente qualificadas acabam sendo descartadas apenas por ultrapassar os 50 anos. Muitas líderes se sentem ignoradas em reuniões, relegadas em decisões importantes ou pressionadas a parecer mais jovens. Isso não só limita sua projeção, como também corrói sua confiança.

O CORPO, O DESEJO E O MITO da perda Outro grande desafio é aquele que enfrentamos com nosso corpo. Com a menopausa, chegam mudanças físicas e emocionais, mas também surge um discurso social que insiste que o que é belo e desejável já passou. Comentários como "com essa idade, você não precisa mais disso" podem fazer com que deixemos de cuidar, olhar ou habitar nosso corpo com amor. No entanto, o desejo não desaparece, apenas se transforma. Nosso corpo, com sua história, merece prazer, atenção e respeito.

E se ainda há muito para criar?

No campo do empreendedorismo e da inovação, a mulher madura continua sendo uma figura ausente. Quantas vezes você já pensou "não tenho mais idade para isso"? No entanto, muitas mulheres nessa fase decidem criar, fundar, reinventar-se. Sua rede de contatos, sua visão estratégica e sua experiência são um capital que não se ensina em nenhuma universidade. A criatividade não tem data de validade.

É seu momento: decida quem quer ser A partir da inteligência emocional, da psicologia positiva, da neuroeducação e do mindfulness, podemos dar um giro nesta etapa da vida. Questionar os estereótipos que interiorizou, treine sua mente, fortaleça seu corpo e habite seu presente com consciência. O cérebro continua aprendendo a vida toda. E você também pode.

Como coach e interventora estratégica, acompanhei muitas mulheres nessa transição. Mulheres que se sentiam exaustas e pequenas, e que hoje lideram, empreendem, brilham.



O QUE ESSA EXPERIÊNCIA ME ENSINOU É QUE A
MULHER MADURA NÃO ESTÁ ACABADA:
ELA ESTÁ DESPERTANDO.
VOCÊ ESTÁ PRONTA PARA DAR O PASSO? ESTE
PODE SER O INÍCIO DE SEU CAPÍTULO MAIS
AUTÊNTICO, CORAJOSO E LUMINOSO.



INNOVACIÓN EN: LIOFILIZACIÓN-MULTILIOFILIZACIÓN UNA SOLUCIÓN SOSTENIBLE PARA COMBATIR EL HAMBRE EN LA REGIÓN SUDAMERICANA Y EL MUNDO



μFood
www.mikrofood.cl

JOSÉ MIGUEL COLINAS FERRO

Ing. Civil en Electrónica - Ing Civil Industrial
Diplomado Administración de Empresas
Los Ángeles de la Región del Bio-Bio-Chile

ALIMENTOS PARA JÚPITER: LA PRÓXIMA FRONTERA EN SEGURIDAD ALIMENTICIA

*La lucha contra el hambre sigue siendo una de las mayores preocupaciones a nivel mundial y un objetivo de desarrollo sostenible (ODS) que debemos alcanzar con urgencia. En este contexto, surgen soluciones innovadoras impulsadas por el ingenio y conocimiento de **VISIONARIOS COMO EL ING. CIVIL EN ELECTRÓNICA E ING. CIVIL INDUSTRIAL, JOSÉ MIGUEL COLINAS FERRO**, quien también cuenta con una sólida formación en Administración de Empresas. Reside en Los Ángeles, en la Región del Bio Bío, Chile, dedicándose a crear soluciones que pueden transformar vidas y cerrar brechas alimentarias en el mundo.*

Un verdadero emprendedor, apasionado y comprometido con erradicar el hambre en el mundo. Durante la pandemia, José, con un profundo conocimiento de la liofilización y un espíritu curioso e innovador, se propuso diseñar un **EQUIPO MULTILIOFILIZADOR**, que corrige falencias del proceso de liofilización, con el cual es capaz de procesar hortalizas, plantas medicinales, carnes, huevos y una amplia variedad de frutos. Su visión rompe con lo convencional, marcando una verdadera diferencia en el mercado y enfrentando uno de los mayores desafíos sociales y alimentarios de nuestro tiempo.

SU OBJETIVO ES REVOLUCIONAR LA FORMA EN QUE PRODUCIMOS:

Promoviendo una economía circular donde las pérdidas en los procesos productivos, actualmente inevitables para muchas empresas, puedan ser erradicadas. Aún no existe una solución integral que aborde este desafío, y su visión busca transformar la industria y reducir significativamente el desperdicio, aportando a un futuro más sostenible y responsable.

EL EQUIPO DE JOSÉ HA DESARROLLADO UNA INNOVADORA TECNOLOGÍA:

Procesa diferentes productos, como el ajo, mediante multiliofilización, logrando extraer el agua sin usar químicos. Este producto es el AJO LIQUIDO, conservando su aroma y sabor original, y asegurando su duración en el tiempo. Todo esto fue descubierto durante la pandemia de COVID-19, cuando el ingenio y la creatividad se volvieron fundamentales en tiempos difíciles.

Lo más destacado de su método es su capacidad para mantener el color, aroma y frescura de plantas verdes, como las hojas de **EUCALIPTO**, que logran secarse y extraerle hasta un 70% de agua que se captura con aroma, olor y sabor a eucalipto.

También desarrolló un proceso para separar el agua de la **CLARA DE HUEVO**, obteniendo un 75% de clara seca, en cristales tipo azúcar, que se reconstituye al agregar agua. Otro desarrollo destacable es hacer polvo de carne con un 75% de seco. Es decir 1kg de polvo de carne nos proporciona 630 grs. de proteína. Y cabe destacar el producto **TOMATE** seco al 97% que nos entrega 30grs de tomate en polvo por cada 1Kg de Tomate natural.

Y esto es sólo el comienzo,!

¿Qué impacto podría tener esta tecnología en la lucha contra el hambre a nivel regional?

La innovación en la liofilización y multiliofilización permite producir alimentos con mayor valor nutricional, duraderos y fáciles de transportar, lo cual facilitaría el acceso a alimentos nutritivos en zonas vulnerables y en situaciones de crisis.

Además, la capacidad de procesar y conservar diferentes tipos de alimentos, como carnes, verduras, hierbas medicinales y huevos, contribuye a reducir las pérdidas postcosecha y a optimizar el uso de recursos alimentarios, promoviendo una economía circular y sustentable.

EN SÍNTESIS, ESTA TECNOLOGÍA DE MULTILIOFILIZACIÓN:

Tiene el potencial de mejorar la accesibilidad y disponibilidad de alimentos de calidad, reducir pérdidas y desperdicios, y contribuir a una producción más sostenible, apoyando significativamente el combate al hambre a nivel global y regional.

¿Cómo cambia este proceso de Multiliofilización el manejo y conservación de alimentos?

Este método modifica el manejo convencional de los alimentos al ofrecer productos con una vida útil mucho más larga sin necesidad de refrigeración, permitiendo su almacenamiento en condiciones más simples y menos costosas. **La capacidad de mantener la frescura, las propiedades organolépticas y los valores nutricionales** tras el secado y rehidratación facilita la distribución y el almacenamiento en zonas con infraestructura limitada, evitando pérdidas por deterioro. Además, reduce la necesidad de espacios refrigerados y amplía la disponibilidad de alimentos en lugares remotos o en situaciones de emergencia.

En general nuestro proceso usa técnicas de liofilización, sin embargo la máquina multiliofiliza los productos, es decir ejecuta el proceso de liofilización consecutivas veces para separar el agua del producto seco.

Este innovador diseño y desarrollo, patentado en Chile, es el fruto del trabajo de un equipo comprometido y apasionado, incluyendo a su sobrino, un Ingeniero Químico en Alimentos que colabora en explorar y perfeccionar los resultados para garantizar que sean aptos para el consumo humano.

SE TRATA DE UN EMPRENDIMIENTO CON UN PROPÓSITO PROFUNDO: OFRECER SOLUCIONES REALES A LA INDUSTRIA ALIMENTARIA, CONTRIBUYENDO ADEMÁS A LA LUCHA CONTRA EL HAMBRE EN EL MUNDO. COMO BIEN DICE JOSÉ, SU VISIÓN ES APORTAR 'ALIMENTOS PARA JÚPITER', UN SUEÑO QUE BUSCA NO SOLO INNOVAR, SINO TAMBIÉN GENERAR UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO, ALIMENTANDO ESPERANZAS Y CAMBIANDO VIDAS.

FOOD FOR JUPITER: THE NEXT FRONTIER IN FOOD SECURITY

Innovation in Lyophilization-Multilyofilization: A Sustainable Solution to Combat Hunger in the South American Region and the World

The fight against hunger remains one of the greatest concerns worldwide and a Sustainable Development Goal (SDG) that must be achieved urgently. In this context, innovative solutions driven by the ingenuity and knowledge of **VISIONARIES LIKE CIVIL ENGINEER IN ELECTRONICS AND INDUSTRIAL CIVIL ENGINEERING, JOSÉ MIGUEL COLINAS FERRO**, emerge. He also has a solid background in Business Administration. He resides in Los Angeles, in the Bio Bío Region, Chile, dedicating himself to creating solutions that can transform lives and close food gaps around the world.

JOSÉ IS APASSIONATE AND COMMITTED ENTREPRENEUR

dedicated to eradicating world hunger. During the COVID-19 pandemic, with extensive knowledge of freeze-drying and an innovative spirit, he designed a Multi-freezing machine that overcomes limitations of traditional freeze-drying processes. This technology can process vegetables, medicinal plants, meats, eggs, and various fruits, marking a significant departure from conventional methods and addressing one of the major social and food challenges today.

HIS GOAL IS TO REVOLUTIONIZE FOOD

PRODUCTION By promoting a circular economy where waste and losses are minimized, addressing a critical gap in sustainable industry solutions. His team developed advanced technology capable of processing diverse products, such as garlic, through multi-freezing to extract water without chemicals, resulting in "**LIQUID GARLIC**" that preserves aroma, flavor, and shelf life. During the pandemic, this innovation exemplified ingenuity in difficult times.

KEY HIGHLIGHTS INCLUDE MAINTAINING

the color, aroma, and freshness of green plants like Eucalyptus, extracting up to 70% of water, and creating products like egg white crystals with 75% dryness that rehydrate easily. They also make protein-rich meat powder and tomato powder, maximizing resource use and nutritional value.

This technology has a profound impact on regional food security by producing durable, nutritious, and easy-to-transport foods that can be stored even in areas with limited infrastructure. It reduces post-harvest losses, conserves resources, and supports environmental sustainability.

The multi-freezing process significantly extends shelf life without refrigeration, facilitating storage and distribution in remote or emergency settings. The patented method, involving consecutive freeze-drying cycles, was developed by a dedicated team, including José's nephew, a food engineer, to ensure safety and quality.

ULTIMATELY, JOSÉ ENVISIONS "FOOD FOR JUPITER," AIMING TO NOT ONLY INNOVATE BUT ALSO FOSTER SOCIAL CHANGE BY PROVIDING SOLUTIONS TO REDUCE GLOBAL HUNGER AND INSPIRE HOPE AND TRANSFORMATION.

A PRÓXIMA FRONTEIRA EM SEGURANÇA



A luta contra a fome continua sendo uma das maiores preocupações em nível mundial e um objetivo de desenvolvimento sustentável (ODS) que devemos alcançar com urgência. Nesse contexto, surgem soluções inovadoras impulsionadas pelo engenho e conhecimento de **VISIONÁRIOS COMO O ENGENHEIRO CIVIL EM ELETRÔNICA E ENGENHARIA CIVIL INDUSTRIAL, JOSÉ MIGUEL COLINAS FERRO**, que também possui uma sólida formação em Administração de Empresas. Reside em Los Ángeles, na Região do Bio Bío, Chile, dedicando-se a criar soluções que podem transformar vidas e fechar brechas alimentares no mundo.

José é um empreendedor apaixonado e comprometido com a erradicação da fome mundial. Durante a pandemia, com profundo conhecimento em liofilização e um espírito inovador, ele desenvolveu um equipamento chamado Multiliofilizador, que melhora o processo de liofilização, permitindo processar hortaliças, plantas medicinais, carnes, ovos e diversos frutos. Sua visão rompe com o convencional, fazendo a diferença no mercado e enfrentando um grande desafio social e alimentar na atualidade.

O OBJETIVO de José é revolucionar a produção de alimentos, promovendo uma economia circular onde perdas no processo produtivo, atualmente inevitáveis, possam ser eliminadas. Sua equipe criou uma tecnologia inovadora que processa diferentes produtos, como alho, que é transformado em alho líquido, sem uso de químicos, mantendo aroma, sabor e durabilidade por mais tempo. Durante a pandemia, essa inovação foi descoberta, demonstrando criatividade em tempos difíceis.

O MÉTODO DESTACA-SE POR PRESERVAR cor, aroma e a frescura de plantas verdes, como folhas de eucalipto, que podem secar e extrair até 70% da água, mantendo o cheiro e sabor. Além disso, desenvolveram processos para separar água da clara de

ovo, obtendo um pó de clara seca com 75% de proteína, que se reconstitui ao acrescentar água. Outra inovação é o pó de tomate, que fornece 30g de tomatina em pó por quilo de tomate natural.

ESSA TECNOLOGIA TEM GRANDE POTENCIAL PARA MELHORAR O ACESSO A ALIMENTOS NUTRITIVOS, duráveis e de fácil transporte, especialmente em regiões vulneráveis ou emergências. Ao reduzir perdas pós-colheita e desperdício, ela promove uma produção mais sustentável. O método de multiliofilização executa ciclos repetidos de liofilização para separar a umidade, sendo patenteado no Chile por uma equipe dedicada, incluindo um engenheiro químico.

O PROPÓSITO DO PROJETO É OFERECER SOLUÇÕES REAIS À INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA, CONTRIBUINDO PARA O COMBATE À FOME GLOBAL. COMO JOSÉ AFIRMA, SUA VISÃO É FORNECER "ALIMENTOS PARA JÚPITER", BUSCANDO INOVAR E GERAR IMPACTO SOCIAL POSITIVO, ALIMENTANDO ESPERANÇAS E MUDANDO VIDAS.

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN



La gestión estratégica de las comunicaciones internas y externas: son claves para fortalecer la imagen, la cultura y la competitividad de las organizaciones en un entorno global dinámico. Es como lo describe el profesor Antonio Ezequiel Di Génova quien tiene amplio profesionalismo en comunicación y relaciones públicas. Es autor de 9 libros: Global PR; Ceremonial Empresarial (2 ediciones); Organización Integral de Eventos; Manual de Relaciones Públicas (3 ediciones); Gestión Integrada de Relaciones Públicas, Eventos y Protocolo; Organización de Congresos & Convenciones, Manual de Oratoria Neuroexperiencial y Comunicación, Gestión Estratégica de Comunicación Institucional y Estrategias de Relaciones Públicas para la prevención y manejo de Crisis

Enfatiza la importancia de adoptar un enfoque planificado y sistemático en la gestión de las comunicaciones empresariales, tanto internas como externas, para sostener la competitividad y fortalecer las relaciones con públicos clave en un entorno global complejo y dinámico.

CONTEXTO Y RELEVANCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

En un mundo caracterizado por múltiples cambios socio-políticos y económicos, las organizaciones necesitan gestionar sus comunicaciones con inteligencia y precisión, atendiendo a diversos stakeholders. La comunicación estratégica surge como un proceso orientado a definir objetivos medibles a mediano y largo plazo, integrar herramientas tácticas y técnicas, y realizar un análisis ambiental que permita diseñar planes de acción alineados con los lineamientos institucionales y los intereses del entorno.

COMPONENTES CLAVE DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

COMUNICACIONES INTERNAS: La gestión eficaz de la comunicación interna busca fortalecer la relación con el público interno, compuesto por empleados, altos directivos, accionistas y otros públicos internos o semi internos como proveedores y

familiares del personal. La clave radica en generar vínculos basados en compromiso mutuo, cultura compartida y valores institucionales. Talleres, encuestas de clima laboral, transmisión transparente de los valores, misión y objetivos internos facilitan la cohesión y el alineamiento de las personas con la cultura organizacional. Liderar cambios culturales, fomentar el aprendizaje, la innovación y la diversidad son aspectos esenciales para promover un ambiente de trabajo saludable, motivado y dispuesto a afrontar desafíos.

COMUNICACIONES EXTERNAS: La gestión de las comunicaciones hacia públicos externos requiere un análisis de cada segmento en función de su interés y relación con la organización. La fidelización de clientes, la gestión del riesgo reputacional y la generación de alianzas estratégicas son tareas prioritarias. La capacidad de entender los intereses, comportamientos y expectativas de los públicos externos permite diseñar mensajes personalizados y estrategias de relacionamiento más efectivas. El establecimiento de una buena imagen y la gestión constante de la reputación son fundamentales para mantener la confianza y facilitar la aceptación de productos, servicios o iniciativas institucionales en el mercado.

IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN Y EVALUACIÓN

El proceso de comunicación estratégica no es solo la ejecución tácticamente efectiva, sino también la evaluación continua del impacto de las acciones. La formulación de objetivos claros y la medición de resultados permiten hacer ajustes necesarios, asegurando que las acciones comunicacionales contribuyen al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

VENTAJAS DE IMPLEMENTAR UNA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

ENTRE LOS BENEFICIOS DESTACADOS SE ENCUENTRAN:

El fortalecimiento de la imagen y reputación corporativa. La atracción y retención del talento, con la consolidación de una marca empleadora sólida. La mejora en productividad y rentabilidad, al contar con empleados comprometidos y motivados. La creación de un ambiente participativo, que fomente la diversidad, la innovación y el compromiso con la cultura organizacional. La expansión y consolidación de alianzas estratégicas, facilitando la apertura de nuevos mercados y el fortalecimiento de relaciones con distintos públicos.

EL PAPEL DEL LIDERAZGO Y LA ALTA DIRECCIÓN

El apoyo explícito de la alta dirección es crucial para implementar y mantener una gestión efectiva de la comunicación. La participación del liderazgo garantiza que la cultura, los valores y las políticas comunicacionales sean coherentes y sostenibles en el tiempo, logrando que las estrategias internas y externas tengan mayor impacto y sostenibilidad.



ANTONIO EZEQUIEL DI GÉNOVA
CEO GROUP. CONSULTORÍA INTEGRAL
RELACIONES PÚBLICAS.
ESCRITOR. ESPECIALISTA EN
ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN
Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.

En síntesis, la gestión estratégica de las comunicaciones es una herramienta indispensable para las organizaciones que buscan consolidar su imagen, potenciar su cultura interna y fortalecer sus relaciones externas en un escenario cada vez más competitivo y complejo. La integración de comunicaciones internas y externas, con un enfoque planificado, medible y alineado a los objetivos estratégicos, proporciona las condiciones necesarias para afrontar desafíos, aprovechar oportunidades y asegurar la sostenibilidad a largo plazo de la organización.

COMMUNICATION STRATEGY AND COMMUNICATION STRATEGIES

Context and Relevance of Strategic Communication In a world characterized by multiple socio-political and economic changes, organizations need to manage their communications with intelligence and precision, attending to various stakeholders. Strategic communication emerges as a process aimed at defining measurable objectives in medium and long-term, integrating tactical and technical tools, and conducting an environmental analysis to design action plans aligned with institutional guidelines and environmental interests.

Key Components of the Communication Strategy The communication strategy is divided into two main areas: internal and external communications. Both complement each other and are fundamental for organizational performance.

INTERNAL COMMUNICATIONS: The effective management of internal communication seeks to strengthen relationships with the internal audience, composed of employees, senior managers, shareholders, and other internal or semi-internal publics such as suppliers and family members of staff. The key lies in generating bonds based on mutual commitment, shared culture, and institutional values. Workshops, climate surveys, transparent transmission of values, mission, and internal objectives facilitate cohesion and alignment with the organizational culture.

LEADING CULTURAL CHANGES, FOSTERING LEARNING, INNOVATION

The Importance of Planning and Evaluation The process of strategic communication is not only about effective tactical execution but also about continuous evaluation of the impact of actions. Formulating clear objectives and measuring results allow necessary adjustments, ensuring that communication actions contribute to achieving organizational goals.

ADVANTAGES OF IMPLEMENTING STRATEGIC COMMUNICATION

Among the highlighted benefits are: strengthening the corporate image and reputation; attracting and retaining talent, with the consolidation of a solid employer brand; improving productivity and profitability through committed and motivated employees; creating a participatory environment that fosters diversity, innovation, and commitment to organizational culture; expanding and consolidating strategic alliances that facilitate opening new markets and strengthening relationships with different publics.

THE ROLE OF LEADERSHIP and Senior Management Explicit support from senior management is crucial to implement and maintain effective communication management. Leadership participation ensures that the culture, values, and communication policies are consistent and sustainable over time, making internal and external strategies more impactful and durable.

“ **CONCLUSION IN SUMMARY, STRATEGIC COMMUNICATION MANAGEMENT IS AN INDISPENSABLE TOOL FOR ORGANIZATIONS SEEKING TO CONSOLIDATE THEIR IMAGE, ENHANCE THEIR INTERNAL CULTURE, AND STRENGTHEN...** ”

La gestión estratégica de las comunicaciones **INTERNAS Y EXTERNAS:** clave para fortalecer la imagen, la cultura y la competitividad de las organizaciones en un entorno global dinámico. Es como lo describe el profesor Por Antonio Ezequiel Di Génova quien tiene amplio profesionalismo en comunicación y relaciones públicas, es Autor de 9 libros: Global PR; Ceremonial Empresarial (2 ediciones); Organización Integral de Eventos; Manual de Relaciones Públicas (3 ediciones); Gestión Integrada de Relaciones Públicas, Eventos y Protocolo; Organización de Congresos & Convenciones, Manual de Oratoria Neuroexperiencial y Comunicación, Gestión Estratégica de Comunicación Institucional y Estrategias de Relaciones Públicas para la prevención y manejo de Crisis.

COMPONENTES-CHAVE DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

É DIVIDIDA EM DUAS ÁREAS PRINCIPAIS: comunicações internas e externas. Ambas se complementam e são fundamentais para o desempenho organizacional.

COMUNICAÇÕES INTERNAS: A gestão eficaz da comunicação interna busca fortalecer o relacionamento com o público interno, composto por funcionários, altos executivos, acionistas e outros públicos internos ou semi-internos, como fornecedores e familiares do pessoal. O segredo está em gerar vínculos baseados em compromisso mútuo, cultura compartilhada e valores institucionais. Oficinas, pesquisas de clima, transmissão transparente dos valores, missão e **OBJETIVOS INTERNOS FACILITAM** a coesão e o alinhamento com a cultura organizacional. Liderar mudanças culturais, fomentar o aprendizado, a inovação e.

IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

não se resume à execução tática eficaz, mas também à avaliação contínua do impacto das ações. A formulação de objetivos claros e a medição de resultados possibilitam fazer ajustes necessários, garantindo que as ações comunicacionais contribuam para o alcance das metas organizacionais.



VANTAGENS DE IMPLEMENTAR UMA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Entre os benefícios destacados estão: fortalecer a imagem e reputação corporativa; atrair e reter talentos com a consolidação de uma marca empregadora sólida; melhorar a produtividade e a rentabilidade ao comprometidos e motivados; criar um ambiente participativo que fomente a diversidade, a inovação e o engajamento com a cultura organizacional; expandir e consolidar alianças estratégicas, facilitando a entrada em novos mercados e fortalecendo relacionamentos com diferentes públicos.

O Papel da Liderança e Alta Dirección O apoio explícito da alta direção é crucial para implementar e manter uma gestão eficaz da comunicação.

A participação da liderança garante que a cultura, os valores e as políticas comunicacionais sejam coerentes e sustentáveis ao longo do tempo, fazendo

com que as estratégias internas e externas tenham maior impacto e longevidade.

CONCLUSÃO RESUMINDO,
A GESTÃO ESTRATÉGICA
DA COMUNICAÇÃO É UMA
FERRAMENTA INDISPENSÁVEL
PARA ORGANIZAÇÕES QUE
DESEJAM CONSOLIDAR SUA
IMAGEM, IMPULSIONAR
SUA CULTURA INTERNA E
FORTALECER...

EL NUEVO PODER EMPRESARIAL

Relaciones que venden más que la Publicidad. Relaciones y Negocios

Conectando Empresas. La fundadora **LIC. FABIANA GULLE** es la red de networking que convierte contactos en oportunidades reales

En un mundo donde todo parece acelerado y cada conexión se mide por métricas digitales, Conectando Empresas se impone como un recordatorio poderoso: el verdadero negocio está en las relaciones humanas, no en los algoritmos. Lejos de ser una app o una plataforma tecnológica, Conectando Empresas es la red de networking que está redefiniendo la manera de crear alianzas, compartir valor y hacer crecer negocios de verdad.

MÁS QUE UN EVENTO, UN ESTILO DE HACER NEGOCIOS

Desde su nacimiento, Conectando Empresas demostró que la mejor estrategia de marketing es una conversación honesta, un apretón de manos (físico o digital) y la capacidad de escuchar antes de vender. Es un espacio donde empresas de todos los tamaños —desde pymes hasta grandes marcas— se encuentran en igualdad de condiciones para crear conexiones reales, duraderas y con propósito.

LAS REDES SOCIALES COMO ALIADAS, NO COMO PROTAGONISTAS

Si bien el corazón de Conectando Empresas late en encuentros presenciales o virtuales donde los rostros y las ideas se cruzan sin filtros, las redes sociales juegan un papel clave: son el canal que mantiene viva la conversación, amplifica el alcance y convierte una reunión en una comunidad que nunca duerme.

Publicaciones en LinkedIn que resumen aprendizajes, historias inspiradoras en Instagram, grupos de WhatsApp que se convierten en grupos de trabajo... Aquí, cada red social es una herramienta estratégica para multiplicar el impacto de una sola conversación.

DEL “BUEN CONTACTO” AL “BUEN NEGOCIO”

Lo que diferencia a Conectando Empresas de cualquier otro espacio de networking es su enfoque práctico, humano y centrado en el valor compartido. Aquí, no se trata de coleccionar tarjetas ni seguidores, sino de entender qué necesita el otro y cómo podemos crecer juntos.

Los testimonios hablan por sí solos: acuerdos comerciales nacidos en un café, colaboraciones surgidas en un evento de networking, y hasta franquicias que hoy se expanden gracias a una conversación iniciada en un grupo de esta red.

¿POR QUÉ FUNCIONA?

SE BASA EN TRES PRINCIPIOS:

- Relaciones genuinas, más allá del interés inmediato.
- Visibilidad estratégica, donde cada empresa muestra su esencia, no sólo su producto.
- Colaboración como modelo de crecimiento, no como discurso vacío.

¿ESTÁS CONECTANDO... O SOLO PUBLICANDO?

La gran diferencia entre visibilidad y conexión está en la intención. Y eso es justamente lo que propone Conectando Empresas: volver a la raíz del negocio, donde las personas hacen la diferencia y las ideas se transforman en resultados.



**NO NECESITAS MÁS APPS. SOLO NECESITAS ESTAR
DONDE ESTÁN LOS QUE CREEN EN EL PODER DEL
“JUNTOS ES MEJOR”.**





**LA RED DE
NETWORKING QUE
CONVIERTE
CONTACTOS EN
OPORTUNIDADES
REALES**



FABIANA GULLE
Fundadora de
Conectando Empresas

Relationships that sell more than advertising.

Relationships and Business Founded by LIC. FABIANA GULLE, CONECTANDO EMPRESAS is the networking network that turns contacts into real opportunities.

In a world where everything seems accelerated and each connection is measured by digital metrics, Conectando Empresas stands as a powerful reminder:

TRUE BUSINESS IS IN HUMAN RELATIONSHIPS, NOT IN ALGORITHMS.

Far from being an app or a technological platform, Conectando Empresas is the networking network redefining how alliances are created, value is shared, and businesses genuinely grow.

More than an event, a way of doing business Since its inception, Conectando Empresas has demonstrated that the best marketing strategy is an honest conversation, a handshake (physical or digital), and the ability to listen before selling. It is a space where companies of all sizes— from small and medium-sized enterprises to large brands— meet on equal footing to create genuine, lasting, and purposeful connections.

SOCIAL MEDIA AS ALLIES, NOT PROTAGONISTS

While the heart of Conectando Empresas beats in face-to-face or virtual meetings where faces and ideas cross freely, social media play a key role: they are the channel that keeps the conversation alive, amplifies reach, and transforms a single meeting into a community that never sleeps.

LinkedIn posts summarizing insights, inspiring stories on Instagram, WhatsApp groups that turn into working groups... Here, each social network is a strategic tool to multiply the impact of a single conversation.

FROM “GOOD CONTACT” TO “GOOD BUSINESS”

What sets Conectando Empresas apart from any other networking space is its practical, human approach centered on shared value. It's not about collecting business cards or followers but understanding what the other needs and how we can grow together.

TESTIMONIES SPEAK FOR THEMSELVES:

Business deals born in a coffee shop, collaborations arising from networking events, and even franchises that are expanding thanks to conversations started within this network.

WHY DOES IT WORK? BECAUSE IT IS BASED ON THREE KEY PRINCIPLES:

Genuine relationships, beyond immediate interests. · Strategic visibility, where each company shows its essence, not just its product. · Collaboration as a growth model, not empty rhetoric.

ARE YOU CONNECTING... OR JUST POSTING?

The big difference between visibility and connection lies in intention. And that is precisely what Conectando Empresas proposes: to return to the roots of business, where people make the difference and ideas turn into results.

”

YOU DON'T NEED MORE APPS.
YOU JUST NEED TO BE WHERE THOSE WHO
BELIEVE IN THE POWER OF “TOGETHER IS
BETTER” ARE.



O NOVO PODER EMPRESARIAL



VOCÊ NÃO PRECISA DE MAIS APLICATIVOS.
SÓ PRECISA ESTAR ONDE ESTÃO AQUELES QUE
ACREDITAM NO PODER DO
“JUNTOS É MELHOR”.



PORTUGUÊS



Relacionamentos que vendem mais do que publicidade.
Relacionamentos e Negócios Fundada pela LIC. FABIANA GULLE, A CONECTANDO EMPRESAS é a rede de networking que transforma contatos em oportunidades reais.

Em um mundo onde tudo parece acelerado e cada conexão é medida por métricas digitais, a Conectando Empresas se impõe como um lembrete poderoso: o verdadeiro negócio está nas relações humanas, não nos algoritmos. Longe de ser um aplicativo ou uma plataforma tecnológica, a Conectando Empresas é a rede de networking que está redefinindo a maneira de criar alianças, compartilhar valor e fazer negócios de verdade.

Mais do que um evento, um estilo de fazer negócios. Desde sua fundação, a Conectando Empresas demonstrou que a melhor estratégia de marketing é uma conversa honesta, um aperto de mãos (físico ou digital) e a capacidade de ouvir antes de vender. É um espaço onde empresas de todos os tamanhos — desde pequenas e médias empresas até grandes marcas — se encontram em igualdade de condições para criar conexões reais, duradouras e com propósito.

AS REDES SOCIAIS COMO ALIADAS, não como protagonistas. Embora o coração da Conectando Empresas bata em encontros presenciais ou virtuais, onde rostos e ideias se cruzam sem filtros, as redes sociais desempenham um papel fundamental: são o canal que mantém a conversa viva, amplia o alcance e transforma uma reunião em uma comunidade que nunca dorme.

Postagens no LinkedIn que resumem aprendizados, histórias inspiradoras no Instagram, grupos de WhatsApp que se transformam em grupos de trabalho... Aqui, cada rede social é uma ferramenta estratégica para multiplicar o impacto de uma única conversa.

DO “BOM CONTATO” AO “BOM NEGÓCIO” O QUE DIFERENCIA A CONECTANDO EMPRESAS de qualquer outro espaço de networking é sua abordagem prática, humana e centrada no valor compartilhado. Aqui, não se trata de colecionar cartões ou seguidores, mas de entender o que o outro precisa e como podemos crescer juntos.

OS TESTEMUNHOS FALAM POR SI: acordos comerciais surgidos em um café, colaborações iniciadas em um evento de networking e até franquias que hoje se expandem graças a uma conversa iniciada nesta rede.

POR QUE FUNCIONA?

SE BASEIA EM TRÊS PRINCÍPIOS-CHAVE:

Relacionamentos genuínos, além do interesse imediato. ·
Visibilidade estratégica, onde cada empresa mostra sua essência, não apenas seu produto. ·
Colaboração como modelo de crescimento, e não como discurso vazio.

VOCÊ ESTÁ CONECTANDO... OU APENAS PUBLICANDO?

A grande diferença entre visibilidade e conexão está na intenção. E isso é exatamente o que a Conectando Empresas propõe: retornar às raízes dos negócios, onde as pessoas fazem a diferença e as ideias se transformam em resultados.



TU REVISTA
EMPRENDEDORA



UNPUBLISHED WORK, CHILDHOOD IN BALANCE

OBRA INEDITA INFANCIA EN EQUILIBRIO

Artista Plástico y Poeta: Carlos Escamilla de Estados Unidos

Todos los derechos reservados de esta obra y de este medio, las imagenes y contenido son de exclusividad de sus autores.

www.turevistaemprendedora.com.ar

REDES SOCIALES



linktree Linked



YouTube

