



Terpel, El Cóndor, Alpina, Brinsa, Sidoc y Corficolombiana son algunas de las empresas colombianas con buenos resultados que hoy están en manos de mujeres.<sup>1</sup>

Uno de los sectores donde es poco frecuente ver una empresa dirigida por una mujer es en el de la construcción. En Colombia hay una excepción: **Construcciones El Cóndor**, una empresa que mueve al año más de \$800.000 millones y cuya presidente es **Luz María Correa Vargas** desde hace 18 años. Para esta ejecutiva el éxito en los resultados financieros no depende del género, sino de trabajo y actitud.

Entre las 100 empresas que más facturaron el año pasado en Colombia, **Alpina** destaca en el puesto 73 con casi \$2 billones en ingresos operacionales. En la dirección ejecutiva de este fabricante de productos lácteos hay una mujer, **Cristina de la Vega**, quien no escatima en enaltecer cómo la diversidad en los equipos de trabajo son parte del éxito de esta compañía.

**Siderúrgica del Occidente**, mejor conocida como Sidoc, es otra de las pocas empresas que es presidida por una mujer en Colombia. **Marcela Mejía** es la actual gerente general de una compañía que el año pasado aumentó en 11,33% sus ingresos (\$536.499 millones) y cuya operación se da en un sector exclusivo de hombres. *“Hasta donde sé, soy la única mujer liderando una siderúrgica en Latinoamérica”*, dijo. Pero eso no la ha frenado, al contrario, también es la presidente del Comité Siderúrgico. *“Empecé mi carrera en este sector, rodeada de hombres, pero mi gestión me ha permitido demostrar que la seriedad y los resultados no es un tema de género. Me he ganado el respeto y he logrado abrirles las puertas a otras mujeres”*.

La presidenta de **Terpel**, **Sylvia Escovar**, tiene claro que no representa a la mayoría en la alta dirección empresarial, pero eso no la desanima y más bien advierte que dicha realidad puede y debe cambiar. *“Si queremos disminuir esa brecha debemos reconocer, como primera medida, que la diversidad es su mayor potencial y que cuando tenemos mujeres en juntas directivas es más factible que las empresas se inclinen a tener una compensación equitativa en términos de género. Esto impulsa el cierre de las brechas salariales y abona el camino hacia la equidad”*, comentó.

**Coca-Cola** reconoce que la mujer es una de las auténticas claves del siglo XXI, y eso es lo que inspira su Global Women’s Initiative. En el ámbito de las personas, nace su visión Diversidad 50/50 de hombres y mujeres en todos los niveles de la organización para el año 2020. En el ámbito del

---

<sup>1</sup> Ejemplos tomados del vínculo <https://www.larepublica.co/especiales/las-1000-empresas-mas-grandes-de-2019/conozca-estos-siete-ejemplos-de-liderazgo-femenino-en-las-companias-mas-vendedoras-3041010>

mercado, su iniciativa 5by20 busca apoyar el desarrollo económico de cinco millones de mujeres emprendedoras a través de su cadena de valor en el año 2020.<sup>2</sup>

**IKEA** tiene claro su objetivo: apuesta por la composición equilibrada de su equipo directivo y quiere alcanzar el 50% en la proporción de mujeres en el comité de dirección, en 2015 a nivel global y en 2016 en España.

**Orange**, operador multinacional del mercado de las telecomunicaciones, tiene establecido en España un sistema que fomenta la presencia de mujeres en posiciones gerenciales a través de sus procesos de promoción y movilidad interna.

Desde que **Estée Lauder** creó la compañía, la incorporación de la mujer a los puestos con decisión y directivos ha estado en el ADN de la empresa. De hecho, en Estée Lauder las mujeres directivas ya son mayoría. Sin duda es una organización que, por su actividad, atrae especialmente a las mujeres y la mayoría de nuevas incorporaciones junior son chicas. Pero también es cierto que en la empresa se busca la promoción por mérito y rendimiento, lo que ha favorecido la llegada de más mujeres a los puestos de mando medios y a la dirección.

**IBM** entiende la diversidad como parte de la cultura de la empresa. Desde sus inicios, la compañía lo ha demostrado aplicando sus políticas a todos por igual y asumiendo que el talento femenino no está en discusión, que está suficientemente demostrado y que hoy día no cabe duda de que es un imperativo de negocio

En **Energizer**, el 64% de la fuerza laboral y el 57% en el equipo directivo son mujeres. A pesar de que sus productos —pilas, afeitado y cuidado solar— son utilizados por ambos sexos, al final la decisión de compra suele ser de las mujeres. Por tanto, la compañía entiende que tener una buena representación de mujeres en su organización le ayuda a gestionar mejor su negocio, así como a mejorar en términos de crecimiento.

---

<sup>2</sup> Ejemplos tomados del vínculo <https://www.pwc.es/es/publicaciones/gestion-empresarial/assets/mujer-directiva-inspirando.pdf>