

“Es clave visibilizar la labor de liderazgo de la mujer”

Primera ejecutiva que accede a su posición en la historia casi bicentenaria de esta empresa periodística sostiene que los medios de comunicación tienen un importante rol en esa materia, para avanzar en equidad de género en todas las esferas del mundo laboral.

 Rosa Zamora Cabrera
rosa.zamora@mercuriovalpo.cl

Una mirada optimista respecto de la creciente participación de la mujer en dirección de procesos y toma de decisiones gerenciales en la región, reveladora de un avance sin vuelta atrás en la disminución de la brecha en equidad de género, es la que tiene Karla San Martín Allison, subgerenta y representante de la empresa El Mercurio de Valparaíso (EMV) en materias legales, laborales, comerciales y operativas.

Relacionadora pública de la **Universidad de Viña del Mar** y licenciada en Comunicación Organizacional, con 16 años de desempeño en la empresa, es la primera mujer que accede a esa posición en la historia casi bicentenaria de la compañía, lo que para ella significa “una satisfacción y una tremenda responsabilidad, más aún en medio de una crisis, donde las empresas periodísticas hemos debido adaptarnos a muchos cambios”.

“La información y el contenido de calidad siguen siendo necesarios, pero la forma de acceder a ellos cambió y debemos adaptarnos”, subraya. “Por otra parte, las marcas que participan hoy de nuestros medios y plataformas también están adaptándose a las nuevas exigencias del mercado, donde hoy requieren un vínculo y comunicación más transparente y cercana, y las plataformas para ello las tenemos, pero también las hemos debido adaptar. Por lo tanto es un lindo desafío, pero hay que llevarlo a la acción y rápido”.

MESA MUJER-EMPRESA CRCP

En su condición de representante de EMV, Karla San Martín se integró a la Mesa Mujer-Empresa de la Cámara Regional del Comercio de Valparaíso (CRCP), que preside Claudia Acevedo, fundadora de Áurea, y que reúne a empresarias, emprendedoras y directivas de empresas y universidades de la región, quienes se encargan de levantar datos e información que den cuenta del diagnóstico regional de la participación femenina en altos cargos y de la realidad emprendedora de las mujeres.

Algunas de las empresas e instituciones representadas en esta instancia, que fue creada hace más de una década, son Universidad de Las Américas, Chilquinta, Fincloud, Puerto Valparaíso, Universidad Adolfo Ibáñez, Puerto Ventanas, IST, Codelco Ventanas, Lathrop Consultores, EMV, entre otras.

El objetivo es analizar, difundir y proponer estrategias para lograr la equidad de género y fomentar la participación femenina en la economía regional, potenciando el trabajo colaborativo entre socias para levantar acciones concretas con miras a posicionar esa temática en todas las esferas del mundo laboral, desde los pilares estratégicos de visibilización, formación, colaboración, emprendimiento e innovación, investigación y generación de contenidos.

En ese contexto destaca la formación en competencias de liderazgo y gestión a través de webinars y opciones de capacitación, con el objetivo de que, a futuro, generen impacto en la región. Así también, se busca propiciar espacios de participación y capacitación para las integrantes de la Mesa a través de la exposición de expertos sobre la materia y sus actualizaciones, que permitan generar un relato común.

MEDIOS Y VISIBILIZACIÓN FEMENINA

- De ser una empresa con amplio predominio masculino hasta los años 80, EMV fue acogiendo una creciente participación femenina en sus distintas áreas, incluyendo la periodística, donde el diario La Estrella tiene una directora por primera vez en un siglo. ¿Cómo ve ese proceso?

- Es un proceso esperable, más aún en los tiempos que corren. Veo con mucho optimismo que mujeres ocupemos cargos de liderazgo y no necesariamente en materias que son comúnmente asociadas a la mujer, me refiero a cargos de comunicaciones o comerciales, sino que en la dirección de procesos y toma de decisiones gerenciales. Y el segundo aspecto destacable es cómo los medios asumimos responsabilidad en la discusión y nos preocupamos por ejemplo de incorporar como fuente a mujeres, las visibilizamos, sin segregar



MIGUEL CAMPOS

sus opiniones a las competencias más habituales, sino que somos capaces de incorporar sus opiniones y experiencias a temas que han sido considerados históricamente masculinos, por ejemplo en materias de ciencia y tecnología, minería, puertos, entre otros.

- ¿Cuál diría que es el principal aporte de la mujer en el quehacer de una empresa periodística como esta, en particular en tiempos de crisis como los que estamos viviendo?

- Efectivamente, nos toca vivir tiempos de crisis propios de la industria y a eso le sumamos la pandemia. Me parece que hoy una de las principales competencias es la ductilidad, visualizar distintos escenarios e imprimir velocidad a los cambios a fin de adaptarnos a este entorno cambiante y exigente.

DEUDA EN EQUIDAD DE GÉNERO

- Entre las instancias en que participa en calidad de representante de EMV figura la Mesa Mujer-Empresa de la Cámara Regional del Comercio de Valparaíso. ¿Cuál es su motivación para integrar esa instancia?

- La primera motivación fue el liderazgo de una mujer, Marcela Pastenes, gerenta general de la CRCP. Luego, la diversidad de mujeres que son parte de la mesa hace que el intercambio sea realmente enriquecedor. Junto con ello, que existe un plan de trabajo muy bien armado y con objetivos claros. Por último, creo relevante que la empresa periodística más importante de la región se haga parte de la

discusión de estos temas, y participe activamente de las comunidades que se van formando en nuestra región, y a su vez poder aportar también con la visibilización de las iniciativas que desarrollamos en la mesa.

- Dado que el objetivo es impulsar estrategias para lograr la equidad de género en el mundo laboral y fomentar la participación de las mujeres en la economía regional, ¿diría que hay una deuda en la zona en materia de igualdad en esos ámbitos y cómo se puede ir superando?

- Efectivamente, hay una deuda y en regiones más aún, pues las oportunidades son menos. A mi parecer, la manera de avanzar en esta materia es el diálogo, el debate, la formación de comunidades y alianzas que nos permitan compartir experiencias y prácticas, y a la vez nos dé la fuerza para poner en relieve la discusión en los medios y así llegar a influir en empresarios y autoridades.

- ¿Cuáles son las primeras tareas que se han fijado para este año como Mesa Mujer - Empresa CRCP?

- Aumentar la participación de la mujer en la economía regional, analizar y difundir la equidad de género en las organizaciones, visibilizar la labor de liderazgo de la mujer en los distintos rubros de la economía regional, y generar alianzas y colaboración con distintas instituciones y organizaciones, construyendo redes de confianza y compartiendo buenas prácticas.