

# EL CAMINO DE LAS LATINAS HACIA LA EXCELENCIA EN UN MUNDO POSPANDÉMICO

MARZO  

---

**2022**



UN INFORME SOBRE  
DESARROLLO DE LA  
CARRERA Y PROFESIONAL

# LATINAS & POWER CORP



# EL CAMINO DE LAS LATINAS HACIA LA EXCELENCIA EN UN MUNDO POSPANDÉMICO

MARZO  

---

**2022**

UN INFORME SOBRE  
DESARROLLO DE LA  
CARRERA Y PROFESIONAL



# QUÉ ENCONTRARÁ...

<b>INTRODUCCIÓN</b>	03
<b>ACERCA DE LATINAS &amp; POWER</b>	06
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	07
<b>MISIÓN Y VISIÓN</b>	09
<b>METODOLOGÍA</b>	11
<b>DATOS DEMOGRÁFICOS</b>	13
<b>DATOS</b>	15
Latinas con carreras de nivel inicial	15
Latinas con carreras de nivel medio	17
Nivel ejecutivo/Directoras de juntas corporativas	19
<b>RESUMEN DEL ESTUDIO</b>	23
<b>CONCLUSIÓN</b>	28
<b>COLABORADORES</b>	29

# Introducción

---

**H**ace muchos años, tuve el privilegio de ser la oradora principal en la primera conferencia anual de Latinas & Power. Recuerdo perfectamente la energía en la sala llena, los valiosos intercambios durante todo el día, las latinas y sus defensoras llenas de esperanza, motivación y compromiso para un mayor impacto y éxito.

Ha sido un honor observar y apoyar el liderazgo visionario de Marilyn Alverio en acción, creando Latinas & Power y haciéndola crecer para tener un impacto en las carreras profesionales y en las vidas de miles de mujeres y sus familias en todos estos años.

Este informe es una ampliación de esa visión, sumando una voz vital a los muchos esfuerzos por brindar intervenciones prácticas para abordar la “Brecha de liderazgo en las latinas”. Y si bien los datos, la documentación y las recomendaciones son específicas de las latinas, el trabajo proporciona una importante guía con perspectivas relevantes para apoyar a mujeres de todos los orígenes mientras continúan adaptándose a un nuevo mundo de trabajo.

Cuando repaso mi propia carrera como emprendedora exitosa, alta ejecutiva de la lista *Fortune* 50, autora y en mi trabajo actual como asesora de liderazgo transformacional para algunas de las mejores empresas y organizaciones del mundo, lo que sé es que las oportunidades suelen servir como un imán para ayudar a las personas y organizaciones a descubrir quiénes pueden ser y qué pueden lograr.

Lo que les pido es que acepten el llamado a la acción con el que este estudio contribuye, desafiándonos a repensar y volver a imaginar qué es posible, no solo para las latinas y las mujeres, sino también para nuestras organizaciones y la sociedad en su conjunto.

En colaboración,

Deborah Rosado Shaw  
*Directora, Rosado Shaw Group, LLC.*

**El poder  
solo puede  
expresarse  
mediante  
la acción.**

Latinas & Power ahora ha crecido para convertirse en una plataforma *global* que ofrece múltiples experiencias de aprendizaje híbrido virtual y en persona







# Acerca de **Latinas & Power**



**L**atinas & Power es una red mundial creada para inspirar, motivar y posibilitar que las latinas tengan éxito como líderes y promotoras influyentes. Llega a las latinas a través de múltiples plataformas: en una conferencia anual en persona, seminarios web virtuales y plataformas de redes sociales. La programación que ofrece incluye oradoras inspiradoras, talleres de habilidades y una feria de proveedoras, así como también una difusión estratégica en redes sociales exhibiendo historias de éxito de las latinas

**Una misión de empoderar a mujeres para que se conviertan en líderes y promotoras.**

y promocionando los tantos logros de las latinas en el mundo actual. Latinas & Power fue fundada en 2004 por Marilyn Alverio, una ejecutiva de mercadotecnia estratégica corporativa y promotora de la comunidad que ha pasado décadas dedicándose a empoderar mujeres. En el transcurso de los últimos 19 años, la red ha llegado a más 10,000 mujeres en todo los Estados Unidos y en varios países alrededor del mundo. ■

# Información general

El primer simposio de latinas en New England se llevó a cabo en mayo de 2004. Al evento con entradas agotadas asistieron Latinas de ideas afines que buscaban un foro en el que pudieran contactarse entre ellas en un espíritu de camaradería y apoyo. Latinas & Power ahora ha crecido para convertirse en una plataforma global que ofrece múltiples experiencias de aprendizaje híbrido virtual y en persona y ha atraído a oradoras notables como las actrices Rita Moreno, Rosie Perez, Andrea Navedo,



Las latinas que están ascendiendo en su profesión están bajo un escrutinio desproporcionado. Se entiende que las latinas deben estar listas para presentarse porque los errores se amplifican.

## Una instantánea demográfica de la población latina en los EE. UU.:

**2010:**  
**50,477,594**

**16.3%**  
de la población

**2020:**  
**62,080,044**

**18.7%**  
de la población

 **23%**  
de AUMENTO

Hay cerca de 13 millones de latinas profesionales de entre 25 y 65 años en los EE. UU., ¡y están listas para el prime time!



FUENTE: CENSO DE LOS EE. UU. GRÁFICO CORTESÍA DE HOROWITZ RESEARCH.

vocalista de Vikki Carr, y muchas ejecutivas latinas pioneras y emprendedoras exitosas.

En 2019 el grupo solicitó y recibió el estado de 501(c)(3) después de reconocer una necesidad de iniciativas programáticas que pudieran abordar la brecha existente en liderazgo de latinas en todos los aspectos de la sociedad (pero en especial en atención médica, educación financiera, desarrollo profesional y apoyo a la comunidad) al ofrecer un nivel más profundo de resultados de capacitación.

Para cubrir esta necesidad, Latinas & Power Corp. está creando una nueva iniciativa que ofrecerá una experiencia de aprendizaje híbrida llamada **Latinas in Leadership Institute™ (LiLI)** con el fin de achicar esta brecha. La plataforma ofrecerá dos cursos durante un programa de certificación de 3 meses y 1/2 sobre liderazgo y apoyo a la comunidad. El curso de liderazgo estará dirigido a latinas de nivel de inicial a medio

en sectores corporativos, del gobierno y sin fines de lucro. El curso de apoyo a la comunidad gira en torno a un enfoque en justicia social y política pública, que proporcionará a las participantes las habilidades que las promotoras de políticas y de salud necesitan.

El programa de certificación a través de LiLI es una respuesta directa a nuestros datos en este informe como así también a los aportes de participantes en nuestras tantas iniciativas de programas. Las latinas nos cuentan que están tomando cursos constantemente para perfeccionarse, pero en ocasiones enfrentan terribles desafíos para equilibrar el trabajo y la vida. Tienen interés en participar en oportunidad de corta duración y alto impacto para aumentar su base de conocimiento y potencial de ventas, expandiendo así su acceso a ser ascendidas y a que su voz se escuche. ■

# Misión y visión

## De “El camino de las latinas hacia la excelencia en un mundo pospandémico”

El objetivo de este informe es informar, educar, empoderar y ofrecer soluciones prácticas que puedan ser implementadas de inmediato no solo por las latinas, sino también por cualquier institución pública o privada que esté buscando comprender mejor y armar a las mujeres con prácticas habilidades de liderazgo para abrir y perseguir oportunidades de éxito.

Para tener una visión holística de la situación de las latinas, es igualmente importante que enmarquemos el informe de Latinas & Power dentro de la literatura y los estudios de investigación existentes. Un estudio publicado en 2020 por la red de mujeres ejecutivas Network of Executive Women (NEW) titulado *Latinarrific*, “Latinas in Corporate America – A Foot in Two Worlds”, repasó la situación actual de las latinas en la población activa y proporcionó a las corporaciones datos e información sobre las latinas y cómo deberían atraer a este segmento en crecimiento a su población activa. Con estas perspectivas, las empresas pueden comprender mejor cómo reclutar talentos latinos y desarrollar carreras y escalafones por los que las latinas puedan ascender a puestos de liderazgo ejecutivo. La mayoría de los

datos del estudio fueron los siguientes:

- El talento de latinas de alto nivel estaba yéndose de la comunidad corporativa estadounidense a un ritmo alarmante porque sentían que no encajaban en la típica cultura corporativa de los Estados Unidos.

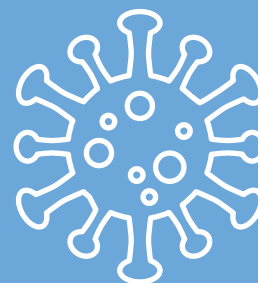


- ▣ Las participantes sentían que muchas empresas no estaban haciendo nada para ascender a las latinas o para incluir sus ideas o recomendaciones en la empresa de maneras estructuradas.

Para ver el informe completo, visite [nextupisnow.org/research/latinas-corporate-america](https://nextupisnow.org/research/latinas-corporate-america)

La dura realidad es que la mayoría de los estudios con respecto a las latinas siguen centrándose casi exclusivamente en su gasto como consumidoras y en su consumo de

**Este informe proporciona prácticas intervenciones para abordar la “Brecha de liderazgo en las latinas”.**



## El factor pandemia

La pandemia exacerbó la desigualdad arraigada en las comunidades de color. Sin embargo, también está dando a muchas mujeres una perspectiva diferente sobre sus carreras profesionales y vida laboral. Los datos de Latinas & Power mientras se llevaba a cabo el grupo focal para este informe pusieron de manifiesto **cómo** la pandemia ha cambiado de muchas maneras las perspectivas y necesidades de muchas latinas. Llevar a cabo investigaciones durante la pandemia nos permite informar en tiempo real los sentimientos de las latinas e informar sus esperanzas, temores y sueños.

medios. Si bien es importante reconocer el poder del consumo que ha coronado a las latinas como las “Jefas de la casa” y cómo influyen o controlan el gasto de la casa para cuidar de su familia, es igualmente importante comprender los problemas que las latinas tienen en el lugar de trabajo.

Las latinas, un segmento en rápido crecimiento de la población activa en los EE. UU., son ahora el mayor grupo de mujeres trabajadoras en los EE. UU. detrás de blancas no hispanas. Sumando más de 12 millones, las latinas representan el 16 % de la población activa femenina, una cifra que la Oficina de Estadísticas Laborales proyecta que crecerá considerablemente (10/20/21 <https://blog.dol.gov>). ■

# Metodología

---

El concepto de este informe fue concebido por Marilyn Alverio, quien también participó como colaboradora. La Sra. Alverio contrató los servicios de investigación de Latin2Latin Marketing, una agencia de soluciones de contratación de Florida ganadora de múltiples premios. La fundadora de Latin2Latin, Arminda “Mindy” Figueroa, es una reconocida líder en los campos de mercadotecnia tradicional, multicultural, directa y digital. El investigador principal Steve Garcia tiene vasta experiencia trabajando con clientes incluidos en *Fortune* 100, entre ellos, Johnson & Johnson, Nestlé Purina y Coca-Cola. Latinas & Power ofreció sus servicios y apoyó que Adriana Sánchez Dominicci llevara a cabo el análisis de datos para este informe de investigación.

Se usó un método de varias aristas de reclutamiento de participantes y recopilación de datos para llevar a cabo la investigación para este informe. La Sra. Alverio y su equipo primero desarrollaron un cuestionario de reclutamiento dirigido a latinas con carreras profesionales en niveles inicial y medio.

Sus respuestas preliminares proporcionaron valiosas perspectivas que se determinó tenían una correlación con los datos finales de la investigación.

De las 122 personas que respondieron el cuestionario de reclutamiento, 16 fueron seleccionadas para avanzar a “Listen2Learn”, una serie de entrevistas virtuales de estilo grupo focal. Las 106

respuestas restantes del cuestionario se incluyeron en las perspectivas generales que obtuvimos. Además, se invitó a un grupo de ocho latinas de nivel ejecutivo al grupo de investigación de “Listen2Learn” para entrevistas personalizadas. El resultado fue una muestra de mujeres que representaban una amplia variedad de niveles profesionales, ubicaciones geográficas e industrias.

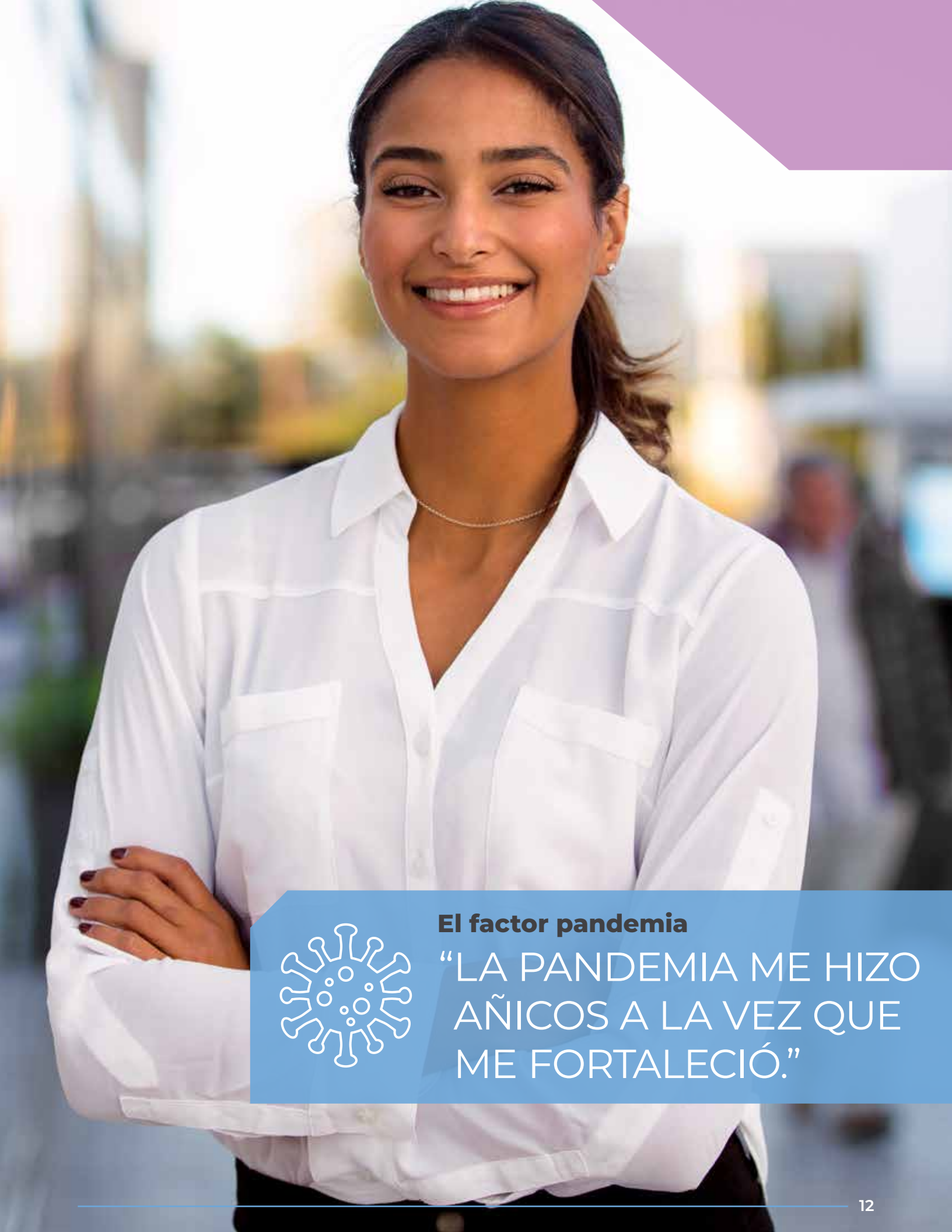
En su conjunto, las respuestas del cuestionario y de las entrevistas proporcionaron una perspectiva de los sentimientos de las latinas.

Con un tamaño pequeño de muestra, los sentimientos aquí recopilados validaron lo que hemos oído de miles y miles de participantes de Latinas & Power a lo largo de los años.

Las entrevistas se llevaron a cabo para obtener información que pudiera guiarnos en el desarrollo de un programa que aborde los muchos desafíos, barreras y oportunidades que las latinas enfrentan hoy en el lugar de trabajo, y para determinar las ganas y el compromiso de tiempo para un programa de certificación.

Los archivos en borrador de las entrevistas fueron transcritos por la Sra. Sánchez-Dominicci y examinados usando la herramienta de agrupamiento de datos de fuente abierta Carrot2. Los investigadores extrajeron temas clave de 24 transcripciones, ocho de nivel ejecutivo y 16 de nivel inicial/medio, que fueron agrupadas por temas clave. ■

*(MassMutual donó horas voluntarias para la colaboración de la Sra. Sánchez-Dominicci con este informe).*



**El factor pandemia**

“LA PANDEMIA ME HIZO  
AÑICOS A LA VEZ QUE  
ME FORTALECIÓ.”

# Datos demográficos

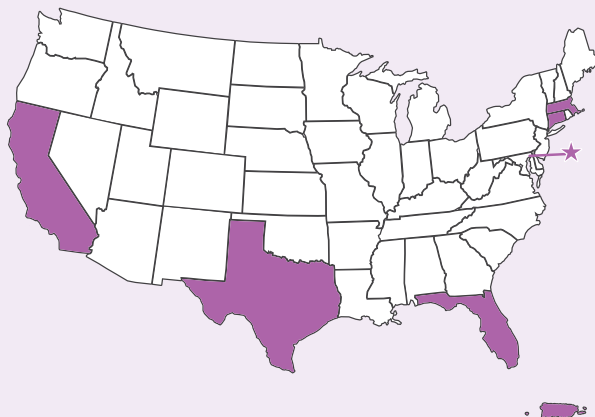
## Nivel ejecutivo

**Las latinas de nivel ejecutivo** que participaron de las entrevistas para nuestro estudio representaban a las siguientes industrias:

- ▣ Comunicaciones
- ▣ Finanzas
- ▣ Infraestructura
- ▣ Consultoría de gestión
- ▣ Organizaciones sin fines de lucro
- ▣ Políticas públicas
- ▣ Tecnología

### Ubicaciones representadas

CA, CT, DC, FL, MA, PR, TX



### Experiencia

Las ocho latinas  
prestaron servicios

por más de

**20**  
años



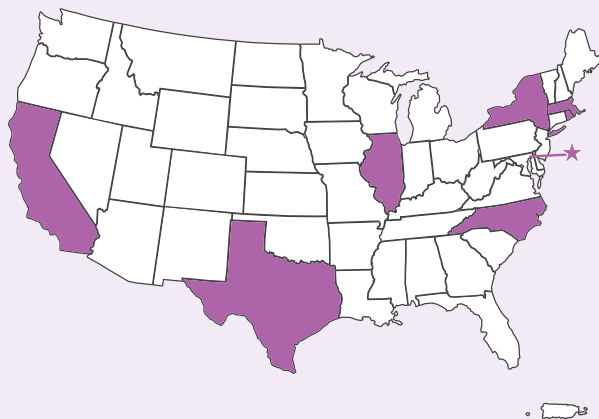
# Nivel inicial y nivel medio

Las latinas de nivel inicial y nivel medio que participaron de las entrevistas para nuestro estudio representaban a las siguientes industrias:

- ▣ Comunicación
- ▣ Educación
- ▣ Atención médica
- ▣ Lucha para paliar el hambre
- ▣ Seguros
- ▣ Salud mental
- ▣ Política
- ▣ Bienes raíces
- ▣ Servicios sociales
- ▣ Tecnología
- ▣ Desarrollo de la población activa

## Ubicaciones representadas

CA, CT, DC, IL, MA, NC, NY, RI, TX



## Experiencia

Cuatro han prestado servicios

**16 años** o más

Seis han prestado servicios entre

**6 y 15 años**

Seis han prestado servicios entre

**1 y 5 años**

# Datos

---

## Latinas con carrera profesional de nivel inicial

### Sentido de comunidad y conexión con raíces latinas

Las latinas que identificamos como en nivel inicial expresaron un alto interés en apoyar a otras mujeres, latinas y personas de color y alzar la voz por ellas. Fueron empáticas con las personas en sus comunidades y sintieron una responsabilidad por hacer más. Al querer ayudar a otras latinas a ascender en sus carreras profesionales, nuestras entrevistadas se ponen al frente para apoyar a personas de color en sus respectivas organizaciones. Las entrevistadas informaron un continuo interés en una mayor participación en el trabajo y las organizaciones sin fines de lucro.

### El impacto de la pandemia

Las entrevistadas indicaron que la pandemia tuvo en general un impacto positivo en sus carreras en cuanto a flexibilidad y tiempo adicional para ser creativas. El grupo de nivel inicial compartió que agradeció tener más tiempo para ahondar en pasatiempos y pasiones personales.

Al mismo tiempo, el equilibrio entre vida y trabajo se convirtió en una meta perdida ya que los límites entre la vida personal, la vida familiar y las responsabilidades laborales se volvieron difusos, sin separaciones entre sí. Las entrevistadas manifestaron que les estaba costando poder seguir el ritmo de las demandas de la nueva normalidad. Antes de la pandemia, las latinas ya enfrentaban una historia de recursos limitados, una tradición profundamente arraigada de obligaciones

familiares y la desigualdad de condiciones en comparación con sus pares blancas en el lugar de trabajo. Estas desigualdades solo fueron amplificadas en los años en los que la pandemia dio una nueva forma a la cultura estadounidense.

Un aspecto negativo identificado por las entrevistadas fue la pérdida de contacto humano y conexión física con colegas y amigos, lo que se tradujo en una sensación de aislamiento y frustración. Al mismo tiempo, con una vida social limitada fuera de la casa, algunas de las participantes aprovecharon el aislamiento para adquirir habilidades técnicas y continuar con más carreras de grado en línea. También pudieron encontrar tiempo para dedicar al cuidado personal, incluso aprovecharon las opciones de salud mental que estuvieron más fácilmente disponibles mientras estaban en casa.

Otro beneficio informado fue el

poder desarrollar proyectos comerciales o aprovechar oportunidades de ingresos extra. Esto tuvo como consecuencia que las entrevistadas crearan un nuevo sentido de propiedad al crear sus propios proyectos y buscar un segundo empleo y trabajos adicionales por cuenta propia como un camino hacia el emprendimiento.

### **La identidad latina**

Algunas de las mujeres indicaron verse a ellas mismas como la “niña del cartel”, lo que significa que sintieron la responsabilidad de representar a sus comunidades latinas/ hispanas al plantear los problemas en sus respectivos entornos de trabajo.

Las latinas de nivel inicial nacidas en EE. UU. expresaron que sintieron una fuerte conexión con sus raíces y un sentido de pertenencia con el clan latino/hispano. ■



## **Las latinas son un importante motor económico**

12.9 millones de latinas están en la población activa

<https://blog.dol.gov/2021/09/17/celebrating-the-rise-of-hispanic-women-workers>



# Latinas con carrera profesional de nivel medio

## Autenticidad

Un componente clave que surgió de las conversaciones con las profesionales de nivel medio fue la autenticidad: comprender cómo mantener su verdadero yo mientras maniobran por las aguas políticas dentro de sus organizaciones.

### El factor confianza

Este grupo indicó que suelen sentirse invisibles en sus organizaciones. La falta de líderes con las que puedan identificarse y en las que puedan confiar es un tema que contribuyó a la exposición limitada que se les ofrecía.

### Conocer su talento

Las latinas con carrera profesional de nivel medio valoran el desarrollo de su marca individual. Enfatizaron el concepto de

“Conocer su talento”: lo que es exclusivamente de una misma, su base de conocimientos y sus aptitudes. Recibieron bien la idea de participar en programas de certificación en los que pueden perfeccionar y hacer crecer su marca a la vez que aprenden más sobre sus talentos.

### La interseccionalidad trae el cambio

Muchas latinas en este grupo observaron el concepto de interseccionalidad: de



qué manera las distintas identidades que tienen afectan sus metas y las perspectivas que aportan. Contaron sus observaciones sobre cómo las instituciones, incluidas corporaciones y agencias del gobierno, están interconectadas de maneras opresivas que impiden a las latinas avanzar.

La meta para las latinas es ser una fuerza impulsora que traiga diversidad y un cambio institucional no solo para las latinas, sino también para todos los grupos subrepresentados.

La pandemia sirvió como un catalizador para que muchas latinas se vuelvan introspectivas y rompan barreras, primero como una manera de “buscar cordura”, pero también como una manera de estar conectadas con otras personas y, en consecuencia, poner otra perspectiva sobre la mesa. Las latinas expresaron su fuerte deseo de volverse un conducto para representar y hablar por otras mujeres cuyas voces pueden haber sido acalladas durante la pandemia. Más que nunca, las latinas se comprometen a ser inclusivas, apuntando alto y elevando a otras con ellas. ■



## Datos adicionales:

- Las latinas con carrera profesional de nivel medio también tenían un deseo de servir más a sus comunidades e incrementar su participación en asuntos sociales que impiden el crecimiento de grupos de latinos y latinas. Mirando a sus hijos como la futura generación, están buscando maneras de retribuir.
- Están buscando mayor acceso a la gerencia y el liderazgo superiores en su lugar de trabajo, pero informaron dificultad para lograr esa mayor atención de sus líderes a la hora de presentar sus ideas y debates con la gerencia superior. La pregunta se volvió en cómo efectuar este cambio para crear un mayor acceso.
- Parte de su viaje de autoperfeccionamiento examinó cómo hallar y tomarse el tiempo necesario para el trabajo introspectivo. Debido a las limitaciones de tiempo con la familia, las carreras profesionales y otras obligaciones, la preferencia fue por cursos de aprendizaje autoguiados y en línea.
- El costo de la continuidad de la educación se observó como una barrera clave para acceder al desarrollo personal y al crecimiento profesional continuos.

# Nivel ejecutivo y Directoras de juntas corporativas

## Toma de riesgos

Las latinas de nivel ejecutivo y las directoras de juntas corporativas indicaron que las latinas “pasaron a un segundo plano” durante la pandemia. No ser vistas y no estar en el foro público ha sido perjudicial para las latinas en general. Remarcaron la importancia de que las latinas aprendan a promocionar sus cualidades distintivas y a tomar riesgos para perseguir nuevos proyectos. Informaron una necesidad de desarrollo de aptitudes como una herramienta para ascender dentro de sus organizaciones y como un trampolín para buscar oportunidades con otras organizaciones.

Las latinas de nivel ejecutivo en nuestro estudio, que fueron de muchas maneras las pioneras en sus respectivas industrias, ven un futuro brillante para las latinas. Creen que las latinas de la Generación del milenio y de la Generación Z tienen innumerables oportunidades de seguir adelante y ser colaboradoras clave para la sociedad.

## Síndrome del impostor

Un tema frecuente mencionado por este grupo y los otros fue un énfasis en reducir el síndrome del impostor para asegurar que las latinas no queden atascadas en patrones de dudar de sí mismas sobre sus habilidades, aptitudes y talentos. El temor a ser expuestas como un “fraude” es algo que puede dificultar la capacidad de una latina para avanzar y que incluso puede afectar su vida familiar con su esposo/ pareja e hijos.

## Mentoría y patrocinio

Las latinas de nivel ejecutivo indicaron que el acceso a mentores y patrocinadores y la orientación que recibieron de ellos, lo que las ayudó a navegar por las coyunturas clave en sus carreras, tuvieron un impacto en su nivel de logro profesional. Muchas señalaron que sus patrocinadores fueron hombres latinos que las pusieron bajo su ala y las ayudaron a llegar a los siguientes niveles de crecimiento. La clave para ellas fue una voluntad para trabajar arduamente y tomar riesgos para alcanzar el siguiente desafío u oportunidad.

Un área de oportunidad para crecimiento y visibilidad identificada por este grupo estuvo dentro de sus comunidades: prestar servicios en juntas/comités sin fines de lucro. Esto sirvió como un trampolín para alcanzar sus puestos de nivel ejecutivo y puestos de alto perfil en juntas con fines de lucro. La visibilidad con ejecutivos de nivel más alto en sus compañías les permitió a las latinas demostrar el calibre de pensamiento y perspectiva única que una latina aporta al nivel de junta.



## **Expectativas sociales**

Una barrera que las latinas de nivel ejecutivo observan son las normas y expectativas sociales que hombres y mujeres tienen con respecto a las mujeres en la cultura latina. La expectativa tradicional de saber cuál es su lugar y quedarse en él, sin hacer ruido y dejando que los hombres tomen el control es un detrimento para el desarrollo profesional de las latinas.

## **El sexto sentido de las latinas**

Las latinas de nivel ejecutivo remarcaron la importancia de desarrollar la seguridad

para confiar en la intuición al acercarse a las personas y tomar decisiones sobre la carrera profesional y las oportunidades de vida. El concepto del “sexto sentido de las latinas” se identificó como un talento que las latinas deben utilizar después de conocer todos los hechos y consultar con colegas de confianza.

## **Coraje y servicio**

Parte del crecimiento de las latinas es tener coraje, lo que significa hacer escuchar su voz y hablar por las demás y apoyar a las personas en su comunidad y organización,

en especial otras latinas. La idea de que “unidas nos levantamos, divididas nos caemos” fue común entre los tres grupos. Para aprovechar al máximo lo que están haciendo, las latinas deben prestar servicios en áreas que les apasionen y en las que quieran hacer una diferencia para ellas mismas y, más importante aún, para los demás.

## **Representación en entornos corporativos**

Las latinas que ascienden en su carrera profesional son puestas bajo un escrutinio desproporcionado y, por ello, se entiende que las latinas deben estar “listas para representar”. Son examinadas en cada paso, y los errores que puedan cometer son amplificados. Se torna importante estar preparada y dispuesta a hacer el trabajo extra que se requiere para

completar las tareas mejor que otras personas lo harían.

Parte de ser una latina en los sectores corporativo y público dominados por hombres blancos es demostrar capacidad y superar las bajas expectativas predeterminadas. Algunas personas no esperan que las latinas ocupen lugares de poder, influencia y toma de decisiones, y las latinas enfrentan prejuicios y microagresiones en el lugar de trabajo. La resistencia puede ser vista por quienes no son latinos como una confirmación de ciertos prejuicios.

## **Tecnología y datos**

Un tema común que fue frecuente en las distintas entrevistas con latinas de la alta dirección fue que la habilidades tecnológicas y de datos son fundamentales para que las latinas tengan éxito y crezcan en sus puestos de nivel ejecutivo. ■





# DESAFÍOS QUE ENFRENTAN LAS LATINAS

**Las latinas ganan actualmente**

**55 centavos**

de dólar comparado con hombres blancos no latinos.

**Las ganancias de las latinas en comparación con las de hombres blancos fue del**

**4%**

entre 1988 y 2019.

**Las latinas no alcanzarán una paga igual hasta el año**

**2197**

al ritmo actual de cambio.

# Resumen

---

La pandemia marcó un cambio para muchas latinas. Con la atención en el malestar social y la injusticia racial en 2020, la visibilidad de las latinas quedó relegada, a la vez que las latinas tuvieron que aprender a hacerse valer desarrollando lo que se llamó “confianza en el mundo virtual”.

Las voces de las latinas se están escuchando. Varias nos dijeron que las reuniones virtuales dieron lugar a nuevas conexiones con líderes máximos y que tuvieron nuevas oportunidades de hablar sobre sus proyectos y promocionar sus acciones y su voz.

Las latinas tuvieron que aprender a manejar la “ansiedad social” que la pandemia nos trajo a todos.

La pandemia también les dio a las latinas más tiempo para la reflexión y la introspección con respecto a cuál es su rol en los EE. UU.

El crecimiento del mundo virtual permitió, en ciertas maneras, la “autenticidad en el mundo de los negocios”. Requirió que las personas hallaran las maneras de ser más convincentes y persuasivas al presentarse a través de la cámara web, en comparación con la presentación en persona. Las latinas han aprendido que deben ser más organizadas y asegurarse de que su equipo y la gerencia puedan ver que están realizando el trabajo mientras trabajan de manera remota.

La pandemia también acentuó la necesidad de especificar la identidad social de cada una y comunicar de qué maneras los múltiples roles en la vida han convergido como consecuencia de trabajar desde casa o lidiar con cambios en los trabajos o la carrera profesional.

También ha provocado una búsqueda desesperada por lograr un “equilibrio entre la vida y el trabajo”. El trabajo y la convivencia con la pareja y la educación a distancia de los hijos obligó a las latinas a desarrollar nuevas maneras de lidiar con la nueva normalidad.

También trajo un mayor deseo de armarse de conocimiento y nuevas aptitudes y oportunidades para brindar servicio y retribuir.

En general, cada grupo se mostró optimista con respecto a que **el futuro es brillante**. Las oportunidades para que las latinas construyan sus propios caminos pueden crearse, por lo que pueden hacer el trabajo que se necesita para alcanzar el éxito.

## Perspectiva para el futuro

Todas las participantes latinas en nuestros grupos vieron la necesidad de lo que expresaron como un requisito: no solo ser una promotora y una voz potente para las latinas, sino también, en general, para las mujeres y las personas de color.

La autoidentificación como latina es vista como “su talento” para la sociedad estadounidense. Se considera que la



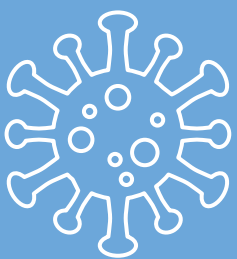
diversidad y riqueza de pensamiento, incluidas la cultura y el bilingüismo que las latinas aportan a la sociedad estadounidense, hacen a nuestro país más fuerte para el futuro.

La clave para dar a conocer la experiencia y el pensamiento de las latinas es a través del trabajo sin fines de lucro. Quieren aprender cómo retribuir a su comunidad y promover y brindar apoyo a “su” gente. Buscan cambiar las injusticias sociales que siguen siendo frecuentes en los Estados Unidos.

Las latinas con su poder y conciencia cada vez mayores también deben estar al frente y apoyar a otras latinas y personas de color dentro de sus organizaciones. Esto se alinea con las metas de diversidad, equidad e inclusión corporativas. Las latinas pueden ser modelos a seguir al implementar esos cambios.

Para producir los cambios necesarios dentro de las comunidades, las latinas quieren generar mayor empatía con las personas en su comunidad y examinar cómo podrían ser de ayuda en áreas clave de necesidad al trabajar con otras latinas y organizaciones que están haciendo esos cambios.

Las latinas y las personas no latinas en nivel ejecutivo pueden ser modelos a seguir, participar en el desarrollo de programas para patrocinadores y mentores y captar proactivamente a los empleados que prometen para que participen en programas de mentoría.



## **El factor pandemia**

“LA PANDEMIA ME HIZO AÑICOS  
A LA VEZ QUE ME FORTALECIÓ.”

## Programa sugerido

Nuestra investigación indica que la mayoría de las participantes buscan constantemente cursos de certificación que sean aplicables a sus carreras profesionales.

Los cursos sugeridos por grupos focales cubrirían lo siguiente:

- ▣ Capacitación práctica en programas informáticos y aplicaciones informáticas, para ayudarlas a ser más eficaces en sus asignaciones de trabajo y responsabilidades laborales.
- ▣ Identificar las mejores plataformas de redes sociales para desarrollar “Su marca y su latinidad” en un mundo virtual
- ▣ Habilidades técnicas, que incluyen análisis de datos, codificación y ciberseguridad
- ▣ Habilidades organizativas y de presentación para vender sus productos o promocionar sus ideas, u obtener la aprobación de proyectos por parte de la gerencia

- ▣ Habilidades para hablar en público y habilidades de persuasión para expandir su influencia e impacto
- ▣ Desarrollar habilidades de liderazgo para crecer al siguiente nivel en sus organizaciones
- ▣ Gestión de mercadeo, comercial y financiera, que incluye cómo leer estados financieros, crear e interpretar estados de ganancias y pérdidas y mercadeo para clientes
- ▣ Desarrollo de habilidades gerenciales para posicionarse para solicitar nuevos informes
- ▣ Pensamiento crítico y resolución de problemas
- ▣ El “arte de la negociación”

## Promoción

- ▣ Para las latinas en organizaciones de la comunidad y sin fines de lucro, aprender habilidades de promoción fue importante
- ▣ El curso en política pública fue otro de gran interés

**Existe una necesidad de más latinas en puestos de liderazgo**

**JUNTA  
ALTA GERENCIA  
NIVEL EJECUTIVO**

# Las principales desigualdades deben abordarse

La importancia de mentoría, formar redes  
—y saber cómo hacerlo.

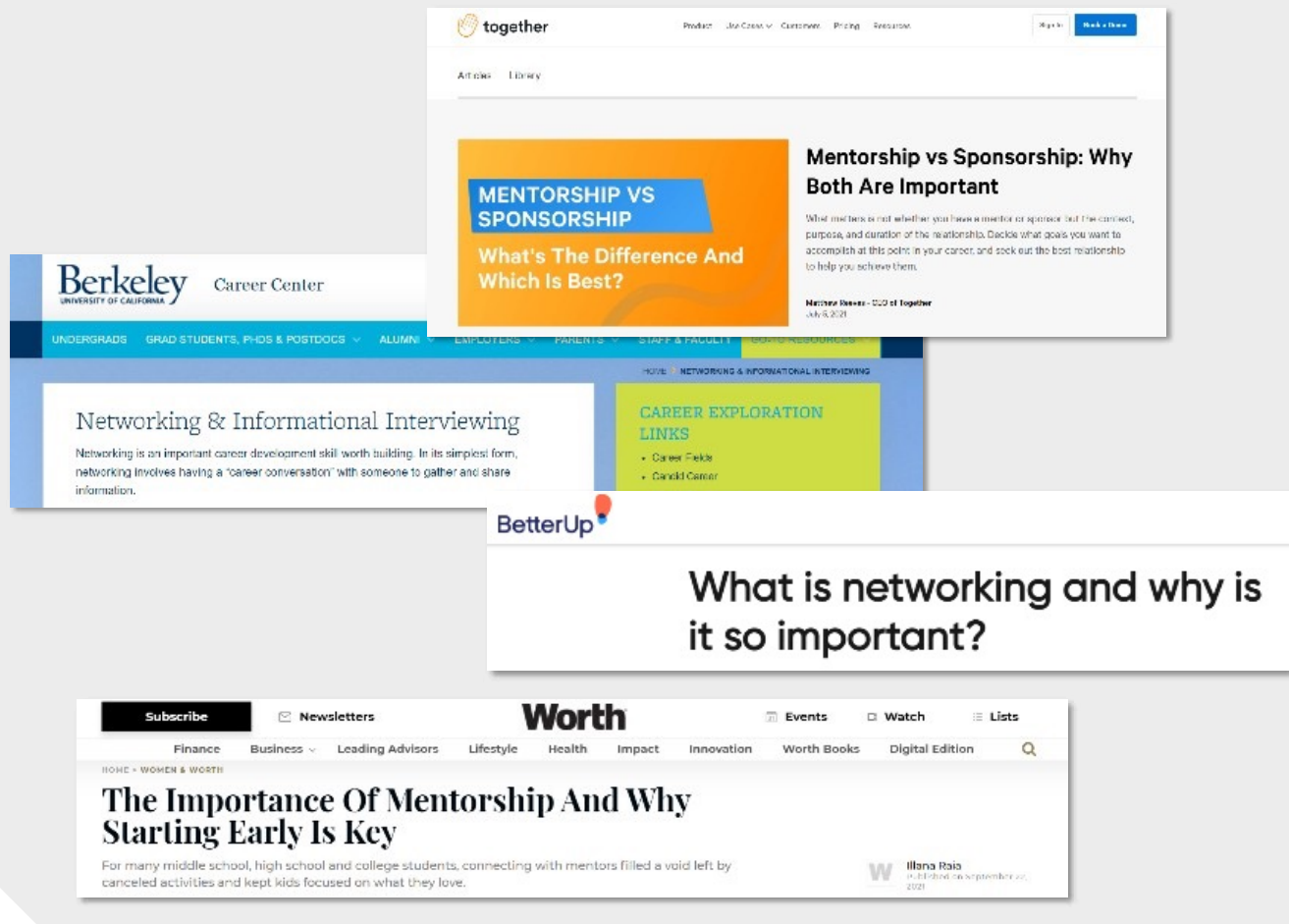


Gráfico cortesía de Horowitz Research.

## Latinas progresando

- ▣ Cuidado personal, manejo del estrés y seguir las pasiones
- ▣ Principios básicos de la mentoría y el patrocinio - cómo identificar un mentor y cómo conseguir un acuerdo de mentoría
- ▣ Habilidades emprendedoras para iniciar un nuevo negocio
- ▣ Invertir y construir un legado financiero para sus hijos

## Formatos de los cursos

- ▣ Todas las entrevistadas manifestaron interés en un formato híbrido virtual/en persona
- ▣ Los grupos de estudio se consideraron una manera positiva de aprendizaje
- ▣ Las entrevistadas solicitaron líderes que pudieran brindar mentoría para mejorar su currículum
- ▣ Un compromiso de tiempo de entre 4 y 6 horas por semana para los cursos se consideró apropiado y permite tiempo para tareas en el hogar
- ▣ Se solicitaron niveles de certificación para documentar el progreso y perfeccionar su capacidad para alcanzar puestos de niveles más altos ■



# Conclusión

---



Es importante observar que el informe de Latinas & Power se basa en los fundamentos establecidos en el estudio de 2020 prepandemia encargado y publicado por la red de mujeres ejecutivas Network of Executive Women (NEW) titulado “Latinas in Corporate America – A Foot in Two Worlds” (Las latinas en los Estados Unidos corporativo. Un pie en dos mundos). Para hacerlo, Latinas & Power invitó a Arminda Figueroa y Steve Garcia, dos de los coautores del estudio, a participar como investigadores principales y coautores de este informe de Latinas & Power.

En la investigación de Latinas & Power de 2021, nuestro enfoque fue examinar e informar lo que ocurrió y cambió durante la pandemia para que pudiéramos comenzar a diseñar y proponer una solución práctica a la brecha en liderazgo de las latinas.

Lo que se descubrió en este estudio y en nuestros casi 20 años de datos empíricos recopilados a través de Latinas & Power servirá como un trampolín para crear un programa que considere la información que obtuvimos a través de este informe. Nuestra meta es solicitar fondos de subsidios, patrocinadores y asociaciones adicionales para lanzar nuestro programa híbrido a principios de 2023. ■

# Colaboradores

## Equipo de investigación



**Arminda "Mindy" Figueroa**  
Directora ejecutiva,  
Latin2Latin  
Marketing



**Steve Garcia**  
SVP, Demógrafo,  
Latin2Latin  
Marketing



**Adriana Sánchez Dominicci**  
Analista de  
investigación de  
datos, MassMutual



**Marilyn Alverio**  
Directora  
ejecutiva, Latinas  
& Power Corp.

## Gracias, Deborah Rosado Shaw, por colaborar y presentar este informe.



### Deborah Rosado Shaw

Asesora de confianza. Alta ejecutiva de Fortune 50. Emprendedora pionera. Oradora principal. Autora. Deborah es conocida como una de las principales expertas mundiales actuales en cultura, diversidad, participación y liderazgo transformacional.

El liderazgo de pensamiento y la trayectoria de Deborah Rosado han sido plasmados en estudios de caso de libros de texto y en múltiples medios, incluidos ABC, *Forbes*, Telemundo, el *Show de Oprah Winfrey* y *USA Today*. Ha sido reconocida con numerosos premios, incluidos el de *Fortune*, "Las 50 latinas más poderosas en los Estados Unidos corporativo", el de la *Black Enterprise Magazine*, "Principales ejecutivas en diversidad corporativa" y el de la *Latino Leaders Magazine*, "Los 101 latinos más influyentes en los EE. UU."



## Colaboraciones con las entrevistas a ejecutivas

**Deborah Rosado Shaw**, Asesora de confianza de F50 (Florida)

**Graciela Saenz**, Bufete de abogados de Graciela Saenz PLLC (Texas)

**Elizabeth Oliver-Farrow**, Presidenta y directora ejecutiva retirada de Oliver Group Inc. (DC)

**Honorable Aida M. Álvarez**, Ex administradora de SBA, Gabinete del Presidente de los EE. UU. (CA)

**Yvonne Garcia**, Jefa de personal a Directora ejecutiva de State Street Bank Corp. (MA)

**Marilynn Cruz-Aponte**, Directora asistente de obras públicas de East Hartford (CT)

**Myrna Soto**, Directora ejecutiva y fundadora, Apogee Executive Advisors LLC

**Maria Eugenia Ferré Rangel**, Presidenta de la Junta Directiva, GFR Media y Directora de comunicación, Grupo Ferré Rangel

## Editora del contenido del informe

**Diane Alverio**

## Latinas & Power Corp. Junta Directiva

**Noemi Santana**, Presidenta de la Junta

**Carmen Sierra**, Tesorera de la Junta

**Norma Villanueva**, Secretaria de la Junta

**Marilynn Cruz-Aponte**, Miembro de la Junta

## Este informe fue posible gracias a un subsidio recibido de la Connecticut Health Foundation

De conformidad con su enfoque en liderazgo comunitario, apoyan los esfuerzos de promoción para alzar las voces de aquellos más afectados por desigualdades y asegurar que los líderes comprendan los asuntos críticos.

Un agradecimiento especial a nuestros patrocinadores durante estos años que han hecho posible construir la red de Latinas & Power: Liberty Bank, Eversource, Connecticut Higher Education Trust (CHET), VOYA, AARP, The Hartford, Webster Bank, MassMutual, TJX Corp., Aetna, Cigna, Latin Financial, YMCA of Greater Hartford, Junior Achievement of Southwest New England, Latin2Latin Marketing, Camelo Communication, La Voz y Horowitz Research.

LLJ2203\_220401A

Visite nuestras plataformas de redes



[/latinaspower](#)



[/latinaspower](#)



[/company/latinaspower](#)



[/latinasandpower](#)



[/c/LatinasPower](#)

s sociales y comparte:

*#latinasandpower*

*#latinavoices*

*#voceslatinas*

Visite [latinasandpower.com](http://latinasandpower.com)  
para ver la última información.

Visite nuestras plataformas de redes sociales y comparta:



[/latinaspower](#)



[/latinaspower](#)



[/company/latinaspower](#)



[/latinasandpower](#)



[/c/LatinasPower](#)

*[#latinasandpower](#)*

*[#latinavoices](#)*

*[#voceslatinas](#)*

Visite [latinasandpower.com](http://latinasandpower.com)  
para ver la última información.