



BEATRIZ RIVAS LEAL

Profesional con más de 15 años de experiencia en Latino América, desarrollando e implementado **estrategias de asuntos corporativos**, que impactan positivamente a la mejora de los resultados de negocio con un posicionamiento claro de la marca.

Con amplia experiencia en comunicaciones corporativas e institucionales, ha desarrollado e implementado estrategias exitosas para el **crecimiento de los niveles de confianza** en las organizaciones (internas y externas) para transformarlas en el aliado de negocios por excelencia.

Especialista como consultor de **procesos de capital humano**, comunicaciones estratégicas y comerciales, corporate governance y RSE, se ha logrado posicionar como vocero institucional y mediático de múltiples organizaciones, **siendo reconocida como una de las 100 mujeres más influyentes del Mercadeo en México por la Revista Marketing 2.0, ediciones 2017 y 2018.**

Constructor y líder de equipos de alta capacidad de disrupción, con clara visión de aporte a la estrategia de negocios y con alto sentido de trascendencia social, ha sido colaboradora de importantes medios de comunicación, a través de artículos con contenidos prácticos de gestión humana, comunicación estratégica y alineación reputacional de multiáreas, con foco en el negocio y sus resultados financieros.

Es firme creyente en la **co-responsabilidad de construir un mejor país** desde el ser y hacer negocios rentables, comprometidos con sus talentos y que trascienden al entorno social de la organización.



Experiencia Profesional.

GOintegro Diciembre 2018- Actual.

Country Manager para México & Centroamérica.

Propósito: Liderar desarrollo del negocio de Digital Transformation de la cartera de clientes de GOintegro en México y Centroamérica, con el firme propósito de facilitar el logro de objetivos estratégicos que permitan aportar valor a sus respectivos negocios.

Great Place To Work® México Noviembre 2015- Agosto 2018

Corporate Affairs VP

Propósito: Liderar el desarrollo de la estrategia reputacional multiaudiencias e implementación de los planes de acción para incrementar el posicionamiento de la marca GPTW™, el crecimiento de la cartera de negocios y la satisfacción de los clientes.

Principales logros:

- Incrementar el valor y posicionamiento de la marca corporativa de GPTW™ México a través de alianzas estratégicas con organizaciones gubernamentales, ONG, gremios y empresas locales y multinacionales, lo cual llevó a la potencialización de la cartera de clientes a través de nuevos negocios en un 20% en el área metropolitana, y en un 35% en el interior de la república.
- Desarrollo de 20 nuevos canales de distribución no tradicionales, apalancado en la red de aliados estratégicos.
- Posicionamiento de la organización como KOL en materia de gestión humana y viabilizador de procesos de negocio, fungiendo como principal vocero y conferencista en ambientes de alta exposición estratégica con cámaras, gremios, academia y MCS.



Incremento en 2000% de ROI, en 28 meses, tras generación estratégica de contenidos mediáticos, relacionamiento editorial y participación activa en espacios de exposición pública, manteniendo como promedio anual más de US\$3M de ROI for free press.

- Colaboración trimestral con artículos de gestión humana y la articulación en procesos neurálgicos de negocio, en los principales de medios de comunicación en el país (Forbes, Alto Nivel, Entreprenur, Milenio, Reforma, Players of Life, entre otros).
- Conferencista principal de GPTW™ México en múltiples espacios empresariales y de negocio a nivel nacional, canalizados a través de gremios, cámaras y universidades.

• Reconocida por dos años consecutivos como una de las mujeres más influyentes en Marketing, por la revista Marketing 2.0., 2017 y 2018.

Octubre 2014-Octubre 2015

Atento Región Norte de América Latina.

Gerente de Comunicación Interna, RSC, Clima y Motivación para la Región Norte de Latinoamérica

Principales logros:

- Diseño, construcción y posicionamiento del área de cara a audiencias internas, logrando la retención del 100% de los reportes directos e indirectos de todos los países supervisados.
- Construcción y gestión de la estrategia de comunicaciones y activación de canales de comunicación interna para el posicionamiento de la Estrategia de Negocios de la Región Norte de LatAm y, en específico para el mercado mexicano.
- Diseño e implementación de la estrategia de RSC a ser capitalizable desde la perspectiva reputacional tanto para el mercado mexicano, como para la Región Norte LatAm como bloque.
- Diseño e implementación de la estrategia para la consolidación de las percepciones de toda la estructura de la operación México de cara a la aplicación y certificación del GPTW™, y en el liderazgo de la estrategia para los países del bloque, alcanzando un incremento promedio de 6 puntos porcentuales.



Junio 2012-Septiembre 2014

Zurich Seguros Venezuela

Head of Marketing & Communications

Principales logros:

- Desarrollo de estrategia comunicacional para el reposicionamiento de la marca institucional y de los dos negocios (Global Life y General Insurance). Incremento del 3000% del ROI por Free Press en comparación al acumulado de 10 años previos.
- Rediseño y lanzamiento de nuevos canales de comunicación interna, tanto tradicionales como no tradicionales, incrementando la participación e integración de los colaboradores en 45% en las iniciativas internas en el segundo semestre de implementación de la estrategia 2013, así como la práctica diaria del 60% de los colaboradores en la interacción con los mismos.
- Reingeniería del programa de fidelidad y lealtad del principal canal de distribución (T1 y T2), a través de proyectos e iniciativas que permitieron la conexión emocional y visualización de negocios efectivos, incrementando la rentabilidad por bróker y generando atracción de nuevos negocios.
- Tropicalización de la campaña global de la marca, desarrollando y aterrizando una estructura que permitiese posicionar los segmentos del negocio y sus líneas de producto.
- Lanzamiento de producto para el segmento de automóvil, diseñado para abordar el segmento C de la población, generando el crecimiento de la cartera a través de este grupo socioeconómico.



Diseño y gestión del proceso de profundización del conocimiento de los segmentos C, D y E de la población, de cara al desarrollo de nuevos modelos de comercialización de productos de vida.

- Diseño y ejecución de proyecto integral de “Creating Shared Value”, en la cual se fusiona la estrategia de RSE, el voluntariado, la exposición de la marca institucional, acciones de asuntos públicos y el primer acercamiento de los segmentos del negocio al segmento D y E. Proyecto reconocido dentro del Top 5 global.

Noviembre 2010- Febrero 2012

Nestlé Venezuela

Gerente de Asuntos Públicos/ Relaciones con la Comunidad

Principales logros:

- Creación de metodología para establecimiento y sostenibilidad de relaciones estratégicas con actores clave para las operaciones, principalmente del sector gobierno.
- Diseño de metodología y puesta en práctica de formato para identificación y categorización de mapa estratégico de temas sensibles en materia socio-comunitaria.
- Diseño conceptual y práctico del programa de Escuelas de Desarrollo Comunal, así como los lineamientos para un programa de Escuela de Valores a ser implementado en los segmentos D y E en zonas aledañas a las operaciones.
- Establecimiento de relaciones estratégicas con organismos regionales y nacionales como soporte al plan de negocio de la empresa y sus operaciones.



Septiembre 2009- Mayo 2010

Sodexo Venezuela

Gerente de Comunicaciones y Marca

Principales logros:

- Diseño y ejecución de plan estratégico de comunicaciones integradas de mercadeo para el reimpulso y posicionamiento de la marca corporativa así como de productos según cronograma de lanzamiento y/o plan de ventas.
- Creación y optimización de alianzas para incrementar el valor agregado del Programa Vida Profesional hacia clientes de alto interés para el negocio con facturaciones anuales por encima de US\$5M, así como para la comunidad de gestión del talento humano.
- Optimización del relacionamiento mediático entre la empresa y las fuentes de estrategia y negocios y RSE a través del desarrollo de eventos y/o informaciones de alto nivel noticioso. Incremento del ROI en 250% durante los primeros 4 meses, y del acumulado durante la gestión del 320% (aproximadamente).
- Reingeniería del programa de lealtad de clientes.

Noviembre 2008-Septiembre 2009

Burson-Marsteller de Venezuela

Champion Brand & Marketing Communications team/ Senior Associate

- Atención reactiva a la pérdida de un porcentaje importante de la cartera de clientes de la agencia.
- Apoyo a la estrategia regional de posicionamiento de la agencia, a través del incremento del 15% de la cartera de la misma en el segundo trimestre de la gestión.
- Creación de estrategias de alto impacto mediático para principales clientes de la agencia.

Principales clientes: Unilever Andina, Tiendas Beco, Lubricantes Shell de Venezuela, Laboratorio Allergan a través de Merck, Fru-Frú, Esprit, LG Electronics, Sodexo Venezuela, British Council, Mattel, entre otros.



Julio 2004- Octubre 2008

PIZZOLANTE Comunicación Estratégica

Diversos Cargos (Consultor Senior para cuentas internacionales, Coordinador de Proyectos de Desarrollo para Venezuela y LatAm, Asistente Académico del Ing. Ítalo Pizzolante)

- Creación de la metodología de todos los productos de formación y desarrollo, así como la transferencia del área a toda la estructura de consultores y asesores de la firma.
- Incremento de productos de formación, desarrollo y sensibilización extra fee en 450%, a través de la creación y redefinición de la cartera entregada al inicio de la gestión.
- Ejercicio del rol de facilitador principal de la firma para la ejecución de sesiones, charlas y talleres de vocería, coaching individual de voceros y manejo comunicacional de crisis, aproximadamente 160 programas ejecutados, más 1200 voceros entrenados y la creación y consolidación de más de 30 Comités para la Gestión de Situaciones de Crisis.

Principales clientes: CEMEX, apoyos sostenidos para: Equipo de CSR Global, para las operaciones de Costa Rica Nicaragua, Dominicana, Panamá, Puerto Rico, así como la Dirección de Comunicaciones y la Dirección de RSE y Relaciones con la Comunidad de la operación de CEMEX México. Grupo Cementos de Chihuahua (México), FICEM (Federación Interamericana del Cemento), HP América Latina, Empresas Polar, Laboratorio Baxter, CAVEFACE (Cámara Venezolana de Fabricantes de Cerveza), General Electric (GE) para las comunicaciones corporativas y la unidad de Energy, entre otros.



Formación académica y Experiencia Docente

Formación Académica: Maestría Profesional en Administración de Empresas, Universidad Latina de Costa Rica, 2004. Mención Especial por índice académico.

Otras especializaciones en Venezuela:

- Licenciatura Educación, mención Integral, UCAB, 2002.
- Técnico Superior en Educación, mención Integral, UCAB, 2000
- Especialización en Comunicaciones Integradas de Mercadeo, Universidad Metropolitana, 2007
- Diplomado en Desarrollo Gerencial y Empresas Socialmente Responsables. USB. 2011. Pendiente entrega trabajo de grado.

Experiencia Docente: Con más de 8 años de experiencia docente de postgrado en Comunicación Organizacional y Gerencia Estratégica en: Universidad Metropolitana (Venezuela), Universidad Monteávila (Venezuela), conferencista invitada por: Universidad Latina de Costa Rica (CR) y Universidad Anáhuac (México).

