

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

CHILE



@RevistaFactordeExito
www.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Exito

@RevistaFDE

Josefina Sáez Larraín

Socia fundadora y directora ejecutiva de Traslación

Es estratégico reconocer
el potencial turístico de Chile

● Enrique Rosselot

Abogado

Impulsando el
Turismo Sostenible

● Rodrigo Barrera Rojas

Jefe Oficina Desarrollo Territorial
Agencia de Sostenibilidad
Energética (AgenciaSE)

El Turismo Sostenible
como Motor de Desarrollo y
Conservación en Chile

● Priscila Cabrera

Gerente de desarrollo,
Fundación Generación
Empresarial

Forjando la Sostenibilidad
desde el Gobierno
Corporativo

● Laila Chartuni Ortega

Presidenta TOP Companies

El liderazgo empresarial
sigue madurando:
TOP+América 2023

RANKING
TOP América
2023

sesderma 
listening to your skin

C-VIT 5

Multiplica tu luz

x5
vitaminas C

Descubre la increíble luminosidad que solo el primer Sérum con 5 tipos de vitaminas C liposomadas puede aportar a tu piel. ¿Lista para mostrar toda tu luz?

Mayor hidratación y efecto antiedad
Ácido hialurónico y proteoglicanos

Estimula la síntesis de colágeno
Centella asiática

Complejo tensor inmediato



WWW.SESDERMA.COM.DO



10-11-12
OCTUBRE 2024

HOTEL SANCTUARY
CAP CANA
República Dominicana

EXPO

FACTOR DE ÉXITO

LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

Turismo Sostenible: Forjando el Éxito Empresarial del Siglo XXI

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

En un mundo donde la conciencia y la responsabilidad ambiental y social empresarial se han erigido como pilares fundamentales, nos encontramos en un momento crucial para abordar el desafío imperante de nuestro tiempo: la convergencia entre el turismo y la sostenibilidad. Este edición se sumerge en un análisis de cómo la unión entre el turismo y la sostenibilidad no sólo es esencial para la preservación del planeta, sino también una estrategia clave para el éxito y la competitividad de las empresas en el siglo XXI.

La sostenibilidad ya no puede considerarse un aspecto periférico en la toma de decisiones empresariales; más bien, debe ser el epicentro de cada elección estratégica. En un panorama donde los recursos naturales son finitos y la responsabilidad social se ha vuelto una exigencia no negociable, las empresas deben asumir la meta de ser más sostenibles como una prioridad transversal que permea todas las facetas de sus operaciones.

En este contexto, proponemos una inmersión en las prácticas y estrategias que permiten a las empresas no solo prosperar en términos económicos, sino también contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente. La sostenibilidad, lejos de ser una carga, se revela

como la columna vertebral que sustenta una estrategia empresarial sólida y resiliente.

Líderes empresariales y profesionales comprometidos, reconocen que no es suficiente simplemente generar riqueza. Las empresas deben abrazar un propósito mayor, una misión que trascienda el ámbito económico y se convierta en un agente de cambio positivo para la sociedad. Este número es un llamado a la acción, un recordatorio de que cada decisión empresarial puede ser un paso hacia un futuro más sostenible y equitativo.

Acompáñenos en este viaje de descubrimiento e inspiración, donde exploraremos las historias de éxito, las innovaciones empresariales y las estrategias que están transformando el turismo en una fuerza impulsora para el cambio positivo. Juntos, podemos construir un camino hacia un mundo empresarial más sostenible, ético y exitoso.

Con liderazgo visionario y acciones concretas, estamos construyendo el futuro que deseamos ver.

¡Bienvenidos a esta edición!



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Josefina Sáez Larraín
Socia fundadora y directora ejecutiva de Traslación

Es estratégico reconocer el potencial turístico de Chile

- Antonio Gutiérrez
- Sebastián Goldsack
- José Pavez
- Rodrigo Holmberg

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Líderes que abren camino
Ismael Cala

- Prácticamente todos el 2022
- Antes de salir de las redes sociales
- Trabaja de nuevo
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Sara Smok
Vicepresidenta de la Cámara Nacional de Comercio (CNC)

Reactivación Económica, un desafío para mantener vigencia en el mercado

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

John Maxwell
Fundador de The John Maxwell Company y The John Maxwell Team y MIRECUP

El liderazgo verdadero siempre se sostendrá

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

La transformación digital es un proceso paulatino
Alvaro "Coco" de Vaneegas

Panorama económico de cara al 2022

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Gabriela Salvador Broussingaray
Directora de Negocios

Cuando una mujer triunfa, gana el mundo entero

Mujeres
Factor de Éxito

"LIDERAZGO FEMENINO. LIDERAZGO DE IMPACTO"

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Gonzalo Muñoz
Partner en Manila, MTCOS y Polkura, Colaborador Sistemático

Transformación digital, el gran desafío para el liderazgo responsable

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Top 10 América

Sostenibilidad, el imperativo de hoy
Marcela Siri

Directora Asuntos Corporativos, Engagement & Sostenibilidad de L'Oréal Chile

Sostenibilidad como eje estratégico en todos los sistemas del negocio

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Marcelo Muñoz
Empresario, CEO, inversionista y mentor empresarial

El liderazgo ha cambiado drásticamente y seguirá cambiando

Perspectiva Empresarial

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Mujeres con talento es lo que necesitamos

Marta Alonso Pelegrin
Directora de Asesoría de Negocios en GLBA, ENERGY SERVICES (ES)

El efecto transformador del liderazgo femenino

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferenciación!

CHILE

Rodrigo Garay
Business Manager en Intel y HP en Chile

Talento y Tecnología: liderando el cambio

- El desafío de mantener la vigencia en el mercado
- El desafío de mantener la vigencia en el mercado

**APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS EDICIONES**



[contenido]

portada



Es estratégico reconocer el potencial turístico de Chile

pág. **12**

Josefina Sáez Larraín
Socia fundadora y directora ejecutiva de Traslación

INTERVIEW



Impulsando el Turismo Sostenible

pág. **20**

Enrique Rosselot
Abogado

INTERVIEW



El Turismo Sostenible como Motor de Desarrollo y Conservación en Chile

pág. **24**

Rodrigo Barrera Rojas
Jefe Oficina Desarrollo Territorial Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE)

INTERVIEW



Forjando la Sostenibilidad desde el Gobierno Corporativo

pág. **28**

Priscila Cabrera
Gerente de desarrollo, Fundación Generación Empresarial

EMPRESARIALES VIP



pág. **52**

Una edición especial para exaltar la Calidad

OPEN BUSINESS



El liderazgo empresarial sigue madurando: TOP+América 2023

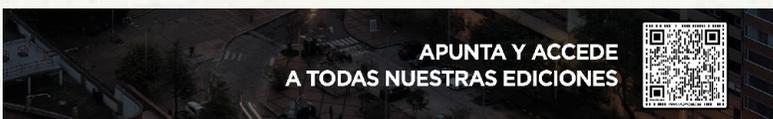
pág. **58**

Laila Chartuni Ortega
Presidenta TOP Companies

► Revista Factor de Éxito Chile Número 11, Año 2



Isla de Pascua



CEO y Directora Editorial:
Isabel Mariella Figueroa de Rolo
i.figueroaderolo@revistafactordeexito.com

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa - Thony Da Silva Romero

CEO-Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Emy Pimentel

Digital Content Manager:
Gabriela Alfonso
Tina Pérez
Lina Bsaris

Web Master :
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager
Jacqueline Leon

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Daniel E. Gota
Hermes Flores

Portada:
Josefina Sáez Larraín
Socia fundadora y directora ejecutiva de Traslación

Articlistas de esta Edición:
Ivan Calvo
Marcelo Muñoz Rojas
Álvaro "Cuco" de Venegas
Rodrigo Planas

Revista Factor de Éxito Chile
info@chile.revistafactordeexito.com
Instagram: @RevistaFactordeExito
Twitter: @RevistaFDE
Facebook: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6. Ensanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Inversión sustentable

En continuidad con el proyecto SAG - GORE, (Transferencia para implementar prácticas de mejoras de suelos en el Maule) que tiene como finalidad apoyar a los agricultores en la recuperación de sus suelos después de la emergencia que han vivido, Cristina Bravo, gobernadora regional, entregó un aproximado de 470 millones de pesos a más de 70 agricultores de diversas comunas de la región del Maule.

Un total de 900 millones de pesos fueron destinados para distribuir en las diferentes zonas agroecológicas de la región a través de concursos. Esta iniciativa busca fomentar la sustentabilidad agroambiental y brindar apoyo a los productores locales.

Con estos recursos les permitirán adquirir insumos, recuperar praderas y obtener el equipamiento necesario para la producción agrícola.

Las prácticas desarrolladas por los agricultores incluyen el acondicionamiento de rastros, la micronivelación láser y el aprovechamiento de aguas, entre otras. En total, se espera recuperar cerca de 2.900 hectáreas de suelos en la región.



Este proyecto se enmarca en el Sistema de Incentivos para la Sustentabilidad Agroambiental de los Suelos Agropecuarios (SIRSD-S) y es ejecutado por el SAG en colaboración con el Gobierno Regional. Esta colaboración ha estado en marcha desde 2016 y ha demostrado el interés de los agricultores por desarrollar una agricultura más sustentable en la región del Maule.

Feria medioambiental

El Puerto de Antofagasta realizó con éxito la primera Feria Medioambiental “Tu Puerto Sustentable”, con la participación de más de 350 estudiantes y 17 stands relacionados con temas medioambientales y de economía circular. También se llevaron a cabo tres charlas educativas dictadas por expertos. El evento, organizado por la Empresa Portuaria Antofagasta (EPA) y la Corporación Logística Portuaria de Antofagasta (COPA), tuvo como objetivo crear conciencia y fomentar la participación comunitaria en reciclaje electrónico, cuidado del medio ambiente y economía circular.

La feria conmemoró el Día Internacional de los Residuos Electrónicos, ofreciendo un espacio para que la comunidad y organizaciones depositaran estos desechos. El evento buscó generar valor compartido y promover la educación ambiental a través del reciclaje electrónico, clave para la economía circular y la reducción de la huella de carbono. Se hizo hincapié en compartir estos mensajes con la comunidad escolar para construir un mundo más sostenible.

En la feria participaron diversas organizaciones, como el Centro de Economía Circular de la

Universidad de Antofagasta, Antofagasta Terminal Internacional y la Municipalidad de Antofagasta, entre otras. Las charlas fueron impartidas por destacados expertos, como la doctora Pía Hernández y José Miguel Aguilera. Destaca el valor y los beneficios de la sostenibilidad y los acercamientos con las comunidades en la industria marítima, portuaria y logística a nivel regional y global.



Alianza

Tresmontes Lucchetti ha renovado su convenio con el Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIA) para impulsar la agricultura sostenible y resiliente. Esta alianza histórica, que lleva 35 años, es una de las estrategias de sostenibilidad implementadas por la compañía para adaptarse al cambio climático y promover prácticas sostenibles.

Como parte de Grupo Nutresa desde 2013, la empresa ha renovado el convenio que ha estado en vigor de forma ininterrumpida desde 1988 con el INIA, reforzando el compromiso de ambas instituciones con la sostenibilidad. El convenio, denominado “Programa de Desarrollo Sustentable de Trigo Candeal para Chile en el Escenario de Cambio Climático”, fue firmado durante una visita de autoridades del INIA a la planta de producción de Tresmontes Lucchetti en Macul.

Durante la firma, se destacó el valor de las alianzas público-privadas en la construcción de una agricultura sostenible y resiliente. Iris Lobos, directora nacional de INIA, expresó que están convencidos de que el camino hacia sistemas agroalimentarios sostenibles que garanticen la seguridad alimentaria de Chile y se

hagan cargo de la huella ecológica de la producción requiere profundizar alianzas estratégicas como esta.

El programa busca mejorar las condiciones del trigo candeal, desarrollando variedades con buen potencial de rendimiento y calidad que sean compatibles con las exigencias ambientales de la industria. El desafío consiste en integrar prácticas orientadas a la producción de trigo candeal de manera efectiva en el sistema productivo nacional, cumpliendo con los pilares de una agricultura sustentable, con énfasis en la agricultura regenerativa.



Reciclación e-waste

La Reciclación e-waste es una actividad que se realiza desde el año 2018 en el campus Beauchef de la Universidad de Chile, con el objetivo de fomentar la gestión responsable de los residuos electrónicos y contribuir a la economía circular.

Se trata de una iniciativa impulsada por la Oficina de Ingeniería para la Sustentabilidad de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas (FCFM), en alianza con la Fundación Chilenter y la empresa Recimat, que se encargan de recibir, clasificar y reciclar los equipos computacionales, accesorios y componentes electrónicos que son entregados por la comunidad universitaria y el público en general.

En su sexta versión, la Reciclación e-waste alcanzó una cifra récord de 16,4 toneladas de residuos electrónicos, superando las 10 toneladas que se habían propuesto como meta.

El mayor aporte lo hicieron las distintas unidades académicas de la Universidad de Chile, con un total de 11,2 toneladas, mientras que los vecinos de diversas comunas de la región sumaron 2,1 toneladas.

La importancia de esta iniciativa radica en que los residuos electrónicos contienen materiales peligrosos para el medio ambiente y la salud humana, como plomo, mercurio y cadmio, que pueden filtrarse al suelo y al agua si no son tratados adecuadamente. Además, al reciclar estos residuos se evita el consumo innecesario de recursos naturales y se reduce la huella ecológica.



Promoviendo soluciones

Una delegación chilena participó en la cumbre de la International Desalination Association (IDA) en Sevilla, España, centrada en el cambio climático y la desalación de agua. La IDA promueve soluciones de recursos hídricos no convencionales para abordar la escasez de agua y mejorar la seguridad hídrica en el mundo.

La delegación chilena estaba compuesta por ejecutivos de la Asociación Chilena de Desalación y Reúso (ACADES) y participó en discusiones sobre adaptación al cambio climático y estrategias para garantizar una mayor disponibilidad de agua a través de soluciones no convencionales como la desalación.

Hugo Lecaros, gerente de Asuntos Corporativos de CRAMSA, destacó el liderazgo de Chile en estas áreas a nivel regional y mencionó el proyecto “Aguas Marítimas” como la iniciativa de desalación más importante de Latinoamérica.

Carlos Foxley, presidente de ACADES, resaltó la importancia de estos eventos para abordar los desafíos del cambio climático y la escasez de agua,



y mencionó el próximo congreso ACADES 2024 como una oportunidad para discutir estos temas y proponer soluciones basadas en desalación y reúso.

La participación en la cumbre refuerza la necesidad de desarrollar nuevas fuentes de agua independientes de las precipitaciones debido al cambio climático.

Electromovilidad

En la sexta versión del Acuerdo Público Privado por la Electromovilidad, se han alcanzado récords de compromisos con la participación de más de 156 instituciones en Chile. El acuerdo, impulsado por el Ministerio de Energía y organizado por la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), busca promover y acelerar la electromovilidad en el país.

Este hito demuestra los avances en la electromovilidad en Chile y destaca logros concretos en la oferta de vehículos eléctricos, la expansión de estaciones de carga, proyectos de investigación, desarrollo de capital humano y difusión de información sobre movilidad eléctrica.

El subsecretario de Energía, Luis Felipe Ramos, resaltó que el número de instituciones comprometidas ha aumentado de 20 en la primera versión a 156 en esta edición, lo cual refleja el crecimiento del ecosistema de electromovilidad en el país. Los compromisos para los próximos años incluyen la expansión de infraestructura de carga, formación de personas en electromovilidad y adquisiciones de vehículos eléctricos.

Se espera que en 2024 se extienda la ejecución de los compromisos y se realice un seguimiento periódico de los acuerdos adheridos. El primer Acuerdo Público Privado por la Electromovilidad se llevó a cabo en 2017 con el objetivo de promover la colaboración y coordinación entre distintas instituciones para impulsar la movilidad eléctrica en Chile.



Innovación

El ministro de Energía de Chile, Diego Pardow, inauguró el proyecto Emerald, un sistema de almacenamiento de energía en el Desierto de Atacama. Con una inversión de US\$75 millones, se encuentra en la central solar PV Salvador, cerca de Diego de Almagro.

El objetivo principal es brindar estabilidad y confiabilidad al sistema eléctrico mediante el equilibrio y almacenamiento de la energía generada durante las horas de mayor disponibilidad solar. El sistema consta de 116 contenedores de baterías y 4 de equipos auxiliares, con capacidad para almacenar 50 MWp por 5 horas, equivalente a 250 MWh.

El ministro Pardow resaltó la importancia de acelerar la instalación de sistemas de almacenamiento para brindar flexibilidad al sistema eléctrico y avanzar hacia la descarbonización de la matriz energética, reduciendo la dependencia de los combustibles fósiles. El gobernador regional de Atacama, Miguel Vargas, destacó el potencial del proyecto para el desarrollo futuro de la energía solar en Chile y la inversión de más de 70 millones de dólares, así como la alianza con el Gobierno de Canadá.

El presidente y CEO de Innergex, responsable del proyecto, enfatizó la importancia del

almacenamiento de energía como complemento de las renovables y el potencial de Chile en este ámbito. La seremi de Energía de Atacama, Yenny Valenzuela, destacó la contribución de la región a la masificación de las energías renovables debido a sus condiciones excepcionales.

Con la ley de almacenamiento promulgada en noviembre de 2022, Chile impulsa estos sistemas como soporte para la integración masiva de energía renovable. Emerald ejemplifica la apuesta del país por una transición hacia fuentes de energía más limpias y sostenibles.



Sello de Comuna Energética

En una ceremonia llevada a cabo en la comuna de El Bosque, Chile, se entregó el Sello Comuna Energética a 10 nuevos municipios del país. Esta segunda versión del concurso contó con un presupuesto de 20 millones de pesos y certificó comunas de las regiones de Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Maule y Magallanes, elevando el total de comunas certificadas a 32 en todo el país.

Los municipios que obtuvieron el Sello Básico fueron Calera de Tango, Paine, Colina, Cabildo, Las Cabras, El Bosque, Pelarco y El Monte. Además, se reconocieron las comunas de Punta Arenas y Las Condes con el Sello Intermedio.

En la ceremonia estuvieron presentes el ministro de Energía, Diego Pardow, y representantes de los municipios certificados. “La transición energética no se trata solo de infraestructuras y grandes obras, sino también de mejoras concretas para las familias”, destacó el ministro.

Se entregaron reconocimientos a los alcaldes y representantes de las comunas certificadas, quienes destacaron las acciones realizadas en cada territorio, como proyectos de electromovilidad, recambio de luminarias LED y energías renovables, entre otros.

Los municipios certificados recibieron asesoría valorizada en 2 millones de pesos por parte del Ministerio de Energía y la AgenciaSE, lo cual les permitió avanzar hacia una transición energética justa. La asesoría consistió en evaluar y calificar la gestión energética de cada municipio, incluyendo la planificación, desarrollo e implementación de iniciativas que promuevan la descentralización energética, la eficiencia en el uso de la energía y la incorporación de energías renovables en colaboración con actores públicos, privados y la sociedad civil.



Josefina Sáez Larraín

**Socia fundadora y
directora ejecutiva de
Traslación**

**Es estratégico
reconocer el
potencial turístico
de Chile**

Convertir al país en un destino de calidad, inteligente y con una estructura administrativa y de gestión sostenible aplicando tecnologías es una gran oportunidad para Chile, pero implica un trabajo coordinado de gestión de recursos y esfuerzos que involucren a todos los actores de la cadena de valor.

La licenciada en Comunicación Social y relacionista público, Josefina Sáez Larraín, junto a su socia María Paz Lagos, funda en 2022 Traslación, empresa con impacto social que contribuye con proyectos de innovación social a que el turismo sea un sector estratégico para el desarrollo local, descentralizado y sostenible de Chile.

“Traslación nace como un propósito de vida: querer contribuir de forma concreta al desarrollo sostenible y a la descentralización a través de una industria tan económica y socialmente rentable como el turismo. Visión que compartí con mi socia, María Paz Lagos y nos hizo fundar la empresa”, afirma Sáez.

La carrera profesional de Josefina ha estado ligada al turismo, el desarrollo territorial y las comunicaciones. Además, tiene un diplomada en Innovación de la Universidad Católica de Chile y certificación GSTC por el Consejo Global de Turismo Sostenible. Se desempeñó como directora regional del Servicio Nacional de Turismo en la Región de O’Higgins y como encargada de Fomento Productivo y Turismo en la Municipalidad de Chépica. Anterior a eso, cofundó una agencia de comunicación estratégica. Ha sido docente universitaria, speaker y panelista nacional e internacional en temas relacionados al turismo sostenible con especial experiencia en turismo rural.

Actualmente, como directora ejecutiva de Traslación, nos comenta que “el turismo gestionado correctamente, es un sector económico que genera paz social, diversifica las economías locales, genera arraigo, activa la cadena de valor, ayuda a preservar el patrimonio y es una herramienta tractora de desarrollo social, económico y cultural muy efectivo”.

“Es cada día más explícita la demanda de los ecosistemas relacionales de las empresas a que se involucren en las necesidades sociales, lo que hace mucho sentido y puedo corroborar, luego de mi experiencia en el servicio público por aproximadamente seis años. Las brechas en el desarrollo sostenible se deben abordar desde distintos sectores, no basta sólo con el sector público y la industria turística para generar destinos sostenibles. Las empresas insertas en los territorios tienen una gran oportunidad de generar una vinculación genuina y sostenible con sus ecosistemas”, explica.

Así, Traslación vincula empresas insertas en los destinos turísticos con las necesidades de los territorios a través de Proyectos de turismo sostenible. Hoy en tres regiones del país, en los destinos de San Pedro de Atacama, Chiloé y Concepción, buscamos dentro de nuestros indicadores y metas llegar a 650 millones de pesos en inversión, ocho empresas y 13 proyectos vinculándose con sus ecosistemas a través del turismo.



¿Cuáles son los mayores desafíos y también oportunidades para Chile en la implementación de prácticas de turismo sostenible?

Considero que el mayor desafío que tenemos en Chile es que el turismo sea considerado como una política de Estado. Es estratégico reconocer el potencial turístico que tenemos por las características de paisajísticas; así como reconocer la importancia que tiene un sector como el turismo para el desarrollo sostenible y descentralizado del país. Priorizarlo como una de las actividades económicas principales de Chile y atender de manera proactiva y no reactiva sus externalidades, ya ampliamente conocidas por las experiencias en otros países más desarrollados.

Hoy el turismo es un 3.3 % del PIB directo con un potencial de un 10 %, como es el caso de la región de Magallanes. La industria genera 610.994 mil empleos directos y más de un millón de puestos indirectos donde un 46,5 % son mujeres (Fuente: Subsecretaría de Turismo de Chile/INE 2023). Son números que Hacienda debería considerar a la hora de elaborar las estrategias y priorizar el presupuesto, más aún cuando es un sector validado por ser un gran reactivador de economías locales pos crisis.

Específicamente en temas de sostenibilidad, tenemos un gran desafío y también oportunidad en profesionalizar y sistematizar la gestión de destinos. Con planes a corto mediano y largo plazo de desarrollo sostenible del turismo con indicadores claros, pertinentes y consensuados, como por ejemplo los Criterios de la GSTC (Global Sustainable Tourism Council).

¿Cuál es la oportunidad? Ser un destino de calidad, inteligente y con una estructura administrativa y de gestión sostenible aplicando tecnologías. Esto implica que no se dupliquen recursos ni esfuerzos, democratizar la promoción, coordinar acciones conjuntas, involucrar actores de la cadena de valor que son clave, pero que no conversan orgánicamente.

En su opinión, ¿cómo evalúa a Chile en términos de turismo sostenible comparado con otros países de la región?

La sostenibilidad va más allá del turismo al abordar territorios. El informe de desarrollo Sostenible del 2022 (SDR por sus siglas en inglés), ubica en su ranking a Chile en el puesto 30 de 166 países analizados, marcando un puntaje de 78,22 de 100, lo que lo sitúa en la cabeza de América Latina. En la región seguido en el puesto 32 por Uruguay, Brasil (50), Argentina (51) y Costa Rica (52). Eso da luces que como país estamos avanzando en la materia en términos generales.

En mi perspectiva personal perteneciendo a la red del GSTC (Consejo Global de Turismo Sostenible), he podido compartir con expertos en sostenibilidad de distintos países de Latinoamérica rescatando diversas iniciativas concretas que apuntan a accionar medidas para la sostenibilidad de los destinos. Destaco, principalmente, en países como Perú, Uruguay y México, el trabajo sistemático y profesional que se está realizando en lo social con el turismo comunitario.

¿Cuáles son los criterios que utilizan para desarrollar proyectos turísticos que tengan real impacto? ¿Cómo vinculan a las empresas en este proceso?

Lo más importante para generar real impacto, es que el proyecto sea coherente con las necesidades y la disminución de brechas. Es exponencial el impacto que se puede generar cuando se implementan proyectos alineados con la visión del territorio. Por esto, lo principal es que los proyectos deben ser levantados/validados con la comunidades, con metodologías participativas, incluyendo idealmente a todos los actores claves para que sea representativo.

En segundo lugar, que tenga criterios de sostenibilidad y que, al menos, cumpla con dos de las cuatro dimensiones: gestión sostenible, sostenibilidad socio-económica, sostenibilidad cultural y sostenibilidad medioambiental.

Es importante también que el proyecto sea autosostenible económicamente en un plazo razonable y, por último, su impacto debe ser medible.

Con respecto a la vinculación de las empresas, puede ser desde la etapa de levantamiento del proyecto y esto se da cuando piden un análisis de entorno para levantar y diseñar proyectos a medida de las necesidades y áreas de acción de la empresa. También está la alternativa de seleccionar en nuestro Banco de Proyectos de Traslación de una iniciativa ya diseñada e involucrarse desde su ejecución. Todos los proyectos del Banco, cuentan con los criterios antes descritos.

En los proyectos que ha ejecutado con Traslación, ¿cuál ha sido el impacto medible? ¿cómo mide el resultado de las iniciativas?

Medimos en tres niveles: indicadores de la empresa, indicadores para los territorios (destino) y por proyectos.

En destinos, primeramente levantamos las brechas de los territorios para ser más competitivos y sostenibles. Con esas brechas identificadas analizamos oportunidades y diseñamos proyectos de innovación social con foco en turismo sostenible para disminuirlas. Estos, son levantados y/o validados por las gobernanzas locales o mesas de actores que creamos, y el resultado está sujeto a la ejecución de los proyectos.

En lo específico, está la medición de impacto de cada proyecto por separado donde sus indicadores son distintos según la naturaleza del proyecto, cuando son proyectos de alta complejidad o con indicadores en distintas dimensiones, se busca implementar S-ROI.

“760 millones y 13 proyectos ejecutados son nuestros indicadores y nuestra brújula de aquí al 2025”.

¿Cómo considera que se pueden incentivar a las empresas a invertir en proyectos de turismo sostenible y desarrollo territorial?

¡Es una gran pregunta! Creo que principalmente mostrándoles el valor que esto entrega a la compañía. Por nombrar algunos:

► **Más pertinencia y coherencia en las inversiones**, al ser proyectos levantados desde las necesidades de los territorios y validados. Hemos visto muchas veces elefantes blancos con inversiones millonarias que no era lo que las personas necesitan y esa disonancia con el entorno es muy contraproducente para la creación de vínculos.



ADEN Corporate
Solutions

*Capacitación y consultoría
para tu empresa*

**Más de 5000 Empresas
avalan nuestro trabajo**

- *Capacitaciones, talleres
y programas ejecutivos*
- *Diagnóstico y evaluación
del talento*
- *Simuladores de Negocios,
Bootcamps y más*

*La inversión estratégica
que impacta en los
resultados de tu empresa*



ESCANEA
Y DESCUBRE
MÁS



► **Más impacto en las inversiones**, al ser parte de una estrategia de destino, donde todas estas iniciativas van a un gran objetivo común. El echo que las empresas intervengan positivamente en las soluciones de las necesidades reales, legitima las relaciones que es uno de los grandes objetivos de las empresas y esto genera más valor.

A pesar de los argumentos sigue siendo un desafío que industrias no turísticas inviertan en un rubro que no es el de ellos. “Una industria potencia otra industria” pero cada día vemos más conciencia en que el rol social que cumplen es clave para la sostenibilidad y rentabilidad de sus propios negocios.

El mundo avanza consciente de la importancia de las prácticas colaborativas, más abiertos a vincularse hacia afuera de la organización generando redes de colaboración y valor compartido. Cada vez más los gobiernos corporativos potencian a sus áreas de Sostenibilidad (ESG), vinculación comunitaria y asuntos públicos.

¿Cuáles son las políticas y los incentivos por parte del gobierno de Chile al fomento del turismo sostenible e iniciativas de innovación con impacto social en el sector?

En específico en turismo, Sernatur y la Subsecretaría han ido generando acciones que incentivan y marcan pautas para un desarrollo más sostenible de la industria, como por ejemplo: la democratización de la distinción en Turismo Sustentable (Sello S), con el Certificado de Compromiso Turismo Sustentable que es un reconocimiento para aquellos prestadores de servicios turísticos que decidan iniciar un camino hacia la sustentabilidad y aumentar su competitividad, a través de la puesta en práctica de acciones concretas, del cual, además, buscan para este año aumentar su cobertura; el Plan de Adaptación al Cambio Climático Sector Turismo; ¿Qué huella queremos dejar? que imparte Sernatur mediante la plataforma Aprende Turismo; y se desarrolla entre Corfo y Sernatur desde el 2018 el ISDT (Índice de Saturación de Destinos Turísticos)

La educación y conciencia son importante cuando hablamos de turismo sustentable y vinculación de las comunidades, ¿qué iniciativas tiene Traslación en este sentido?

Nos encanta este tema. Tenemos dos cursos nuevos para implementar, que es el de sostenibilidad y el de Hospitalidad.



Desde el punto de vista de las comunidades, ¿cómo maneja el acercamiento con ellas?

Todas las comunidades son muy distintas, trabajar con comunidades indígenas, por ejemplo, es muy distinto que trabajar con gremios, o con juntas de vecinos. Pero hay un punto de común que es la coherencia y cumplir acuerdos. Hoy más que nunca la confianza se gana con esas dos cosas, y en Traslación nos sale muy natural. El acercamiento inicial es con metodología, pero luego, es corazón y conexión. Saber escuchar, el interés genuino por querer contribuir, generar espacios para construir visión común y puntos de encuentro.

En Traslación ha desarrollado el concepto de turismo industrial, turismo rural y turismo científico, ¿Qué cabida han tenido estos proyectos?

Hay muchos tipos de turismo, pero quisimos poner foco en los que son nuestra expertise y en los que vemos más potencial. En Chile el turismo rural es clave para el desarrollo territorial y la descentralización. El 76 % (236 de 345 comunas a lo largo del territorio) son tipificadas comunas rurales. 1 de cada 4 chilenos/as -es decir, 4.5 millones de personas- vive en el campo. 22 % del Producto Interno Bruto (PIB) proviene de la economía rural. (Fuente: “Radiografía de la ruralidad en Chile Hoy” Ministerio de agricultura/Fundación Futuro. DOSSIER No2 / 2021)

El turismo industrial es una innovación en nuestro país. Y es consecuente con nuestro trabajo con las empresas. Estamos convencidas que Chile tiene un capital cultural tremendo en sus productos y procesos, hay identidad y relatos que sería de gran valor potenciar. Tal como se ha hecho con el vino y el enoturismo, por ejemplo, sería interesante saber

cómo llegan las frutas que comemos a nuestra mesa, la enorme cadena de valor que parte de los huertos, sigue en las cosechas, la selección de calidad, procesos de embalaje, transporte, usos de los subproductos, etc. Lo mismo con minerales y salmones; entender qué hay detrás de las forestales. Conocer de primera fuente, cuáles son las reales prácticas de sostenibilidad de los procesos que la mayor parte de las veces son muy rigurosos, con estándares internacionales, pero la mayoría de las personas no conocen

Y en relación al turismo científico, es un turismo de intereses especiales que ha va en alza por las características naturales de nuestro país: cielos prístinos, glaciares, cordillera, y otros atractivos que lo hace ser un sector con mucho potencial, sobre todo si logramos hacer “match” con la academia.

Por ejemplo, en la publicación del Decreto N°2 del Ministerio de Ciencia y Tecnología, Conocimiento e Innovación, publicado en julio del 2023 en el Diario Oficial se declara a los cielos de 29 comunas de Regiones del Norte de nuestro país como “áreas con valor científico y de investigación para la observación astronómica”. En el mismo comunicado para el desarrollo del astroturismo se incluye una inversión de US\$ 5.000 millones para infraestructura astronómica.

¿Qué proyectos tienen en carpeta para desarrollar a corto y mediano plazo?

A corto plazo estamos con comunidades indígenas apoyando con la planificación estratégica para implementar criterios de turismo sostenible en sus planes de vida. Parques privados de conservación y aplicación de ley SBAP; proyectos de gestión de destino y disminución de brechas con mesas de gremios; financiar y levantar proyectos para el “Banco de Proyectos de Traslación” con el laboratorio de turismo del Duoc.

En carpeta buscamos implementar visitas a procesos productivos de la agroindustria, de la minería, la madera y otras industrias características de nuestro país. Y a mediano plazo, se viene algo tremendo, todavía no puedo contar mucho, pero a grandes rasgos es tecnología en el turismo para la gestión sostenible de los destinos.





HUBRadioTV
EMPRESARIAL



**PIENSA
EN GRANDE**

¡ÚNETE!

¡Sea auspiciador en HubRadio Empresarial!

Escríbenos a **director@hubradio.online**

O a través de  **+56 988 67 41 25**

Enrique Rosselot

Abogado

Impulsando el Turismo Sostenible

“La sostenibilidad en el turismo no es solo un deber, es la clave para ofrecer experiencias memorables y forjar un futuro turístico más resiliente y en armonía con nuestro entorno”.

En el tejido multifacético del liderazgo empresarial y la sostenibilidad, Enrique Rosselot emerge como un referente sólido, fusionando una destacada carrera en diversas industrias con una profunda conexión con la causa sostenible. Abogado de la Pontificia Universidad Católica de Chile y con un MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez, Rosselot ha forjado su camino a lo largo de más de 35 años, desentrañando las complejidades legales, financieras y operativas que definen a las empresas. Su huella se extiende desde roles clave en el Grupo BHC, Banco de Chile, Leasing Andino, D&S hasta Grupo El Mercurio, aportando una perspectiva integral que abraza la diversidad de sectores.

En esta entrevista exclusiva para la revista Factor de Éxito, nos sumergimos en la mente estratégica de Enrique Rosselot, explorando cómo su trayectoria ha convergido con el universo del turismo y la sostenibilidad. Desde su papel como director de Grupo Turistik hasta su participación en el Comité de Turismo Sostenible, Rosselot comparte sus reflexiones sobre el impacto transformador de las finanzas sostenibles y la conexión crucial entre el turismo y las inversiones verdes.

A través de sus experiencias en La Gran Guía, IMELSA Energía y su representación en el Grupo de Implementación del Acuerdo de Escazú, descubrimos la visión integral de Rosselot sobre la colaboración entre el sector privado y gubernamental para impulsar prácticas sostenibles en el turismo. Además, exploramos cómo su experiencia en gestión financiera, control de gestión y cumplimiento se entrelaza con la adopción de prácticas sostenibles en las decisiones estratégicas. Enrique Rosselot destaca la importancia de la cultura organizacional en la adopción de prácticas sostenibles y comparte lecciones valiosas de su experiencia en La Gran Guía, donde lideró la reestructuración y redefinición del modelo de negocios en un entorno de cambio radical.

En tiempos actuales, marcados por una conciencia creciente hacia la sostenibilidad, Enrique Rosselot comparte su perspectiva sobre el papel fundamental de las empresas y líderes en la configuración de un turismo más sostenible. Su consejo resulta como un faro para aquellos que buscan abrazar prácticas más responsables en el sector: adaptarse a la evolución del viajero pospandemia y ofrecer experiencias consistentes con una visión de mundo que prioriza la sostenibilidad. Enrique Rosselot, es un líder cuya travesía profesional no solo abarca industrias, sino que se proyecta como un faro orientador hacia un futuro donde el liderazgo empresarial se fusiona armoniosamente con la imperativa causa de la sostenibilidad en el turismo.

Ha tenido una destacada carrera en empresas como Grupo BHC, Banco de Chile, Leasing Andino, D&S y Grupo El Mercurio. ¿Cómo ha influido tu experiencia en estas organizaciones en tu perspectiva sobre la integración del turismo con la sostenibilidad?

Mi trayectoria profesional me ha permitido sumergirme en diversas industrias, desde retail y finanzas hasta medios de comunicación. En cada una de ellas, identifiqué elementos aplicables al turismo sostenible. Este sector requiere atención a las condiciones laborales, impacto ambiental y sostenibilidad financiera. Mi experiencia me brinda herramientas para abordar los complejos aspectos de un turismo sostenible de manera integral.

Como director de Grupo Turistik y miembro del Comité de Turismo Sostenible, ¿cómo lideras iniciativas que promueven la sostenibilidad en la industria turística?

Tanto en Grupo Turistik como en el comité de sostenibilidad de la Federación de Turismo de Chile, contribuye a la evolución de la sostenibilidad en la industria. No limitamos nuestra visión solo al cuidado ambiental; Consideramos también aspectos como derechos humanos y gobiernos corporativos. El turismo sostenible abarca desde la gestión de residuos hasta el impacto en las comunidades y la educación. Es una perspectiva holística que abordo con pasión.

Dada tu experiencia en Finanzas Sustentables, ¿cómo crees que la inversión verde puede impactar positivamente en el desarrollo económico y la calidad de vida, especialmente en el sector turístico?

Las finanzas sostenibles son esenciales en La lucha contra la crisis climática. En el contexto turístico, incentivos alineales entre sostenibilidad y financiamiento es clave. La inversión verde no solo beneficia al medio ambiente, sino que también proporciona condiciones financieras favorables. Esto incentiva a los operadores turísticos a adoptar prácticas más sostenibles, generando un impacto positivo en el desarrollo económico y la calidad de vida.

El lema de este año en el sector turístico es “Turismo e Inversiones Verdes”. ¿Cómo ves la relación entre el turismo y las inversiones verdes y cómo puede esto impulsar el cambio hacia un modelo más sostenible en la industria?

Financiamiento con criterios de sostenibilidad y turismo sostenible son complementarios. La inversión verde impulsa un modelo más sostenible al alinear los objetivos financieros con los ambientales. Es una oportunidad para que los operadores turísticos

adopten prácticas más sostenibles, respaldados por condiciones financieras atractivas.

Como representante ante el Grupo de Implementación del Acuerdo de Escazú del Gobierno de Chile, ¿cómo ves el papel de la colaboración entre el sector privado y el gobierno en la promoción de prácticas sostenibles en el turismo?

La colaboración entre el sector privado y el gobierno es crucial. Aunque existen muchas iniciativas, falta una visión global. Los privados, con su conocimiento profundo, deben avanzar incluso sin la promoción gubernamental. La clave es contar con información clara y adecuada. La coordinación efectiva requiere compartir datos para una toma de decisiones informada.

En tu experiencia como Gerente de Personas en El Mercurio, lideraste estrategias de desarrollo cultural. ¿Cómo puede la cultura organizacional influir en la adopción de prácticas sostenibles en las empresas turísticas?

La cultura organizacional es fundamental en el turismo, una industria centrada en las personas. La pandemia ha cambiado nuestras preferencias, buscamos experiencias y servicios de calidad. Trabajar en una cultura de servicio implica abordar problemas como la informalidad laboral y las condiciones deficientes. La inversión en aspectos culturales puede traer beneficios significativos a corto plazo.

Habiendo trabajado en La Gran Guía, donde lideraste la reestructuración del modelo de negocios, ¿cómo incorporaste conceptos de sostenibilidad en esa transformación y qué resultados observaste?

La reestructuración en La Gran Guía fue una respuesta rápido a un cambio de paradigma. En ese momento, la sostenibilidad estaba centrada en la supervivencia financiera y minimizar el impacto en los colaboradores. La adaptación a nuevas circunstancias fue prioritaria, y la sostenibilidad financiera fue un componente clave de esa adaptación.

Tu experiencia incluye gestión financiera, control de gestión y cumplimiento. ¿Cómo abordas la integración de prácticas financieras sostenibles en las decisiones estratégicas de las empresas turísticas en las que estás involucrado?

Las decisiones financieras históricamente han sido técnicas, pero hoy incorporan variables de sostenibilidad. Por ejemplo, en una empresa participante, elegimos vehículos eléctricos al renovar la flota, considerando las emisiones. La sostenibilidad se ha vuelto un criterio esencial en la toma de decisiones financieras.

Como Gerente de Contratos en IMELSA Energía, participa en negociaciones para proyectos de energía. ¿Cómo puede la gestión de contratos contribuir a la sostenibilidad en el desarrollo de proyectos turísticos?

Los proyectos de energías renovables son fundamentales y se han vinculado cada vez más con el turismo. Además, hemos implementado proyectos de eficiencia energética en hoteles. La gestión de contratos puede contribuir a la sostenibilidad al favorecer la adopción de prácticas más limpias y eficientes.

En el contexto actual, ¿Cuál crees que es el papel fundamental de las empresas y líderes en el impulso de un turismo más sostenible, y qué consejo daría a aquellos que buscan adoptar prácticas más responsables en el sector?

Después de la pandemia, las personas han cambiado sus comportamientos y buscan experiencias más sostenibles. Las empresas turísticas deben alinearse con esta nueva perspectiva. Mi consejo es que adopten prácticas responsables, considerando el impacto ambiental, las condiciones laborales y la conexión con las comunidades locales. La sostenibilidad no es solo una opción, sino el camino hacia el futuro del turismo.

Agradecemos a Enrique Rosselot por compartir su valioso conocimiento y experiencias, brindando una perspectiva inspiradora sobre el papel esencial de la sostenibilidad en la industria turística. Su visión integral destaca la necesidad de abordar no solo los aspectos ambientales, sino también los sociales y económicos para construir un turismo verdaderamente sostenible.





LIDERAZGO EN DÚO
DOS LÍDERES. UNA MIRADA



**¡EL LIDERAZGO
NECESITA DE TI!**



LIDERAZGO EN DUO

Rodrigo Barrera Rojas

Jefe Oficina Desarrollo Territorial
Agencia de Sostenibilidad
Energética (AgenciaSE)

El Turismo Sostenible como Motor de Desarrollo y Conservación en Chile

Los cambios que necesitamos impulsar para un desarrollo sostenible pueden venir de la mano de actividades que pongan en valor los bienes comunes de los territorios, haciendo parte a las comunidades locales y conservando los equilibrios ecosistémicos. Las transformaciones que son necesarias depende de todos y cada uno de nosotros. Todos tenemos un rol que cumplir. Si conscientes de aquello somos y nos hacemos parte de esas transformaciones conductuales y sistémicas, materializaremos juntos un camino para sostener la vida.

En un mundo donde la conciencia y la responsabilidad ambiental y social empresarial son fundamentales, el turismo sostenible se alza como una oportunidad ineludible para el sector empresarial y de negocios. ¿Cómo definiría la intersección entre el turismo y la sostenibilidad en el contexto actual?

Para mí, el turismo es poner en valor los bienes comunes, ecosistémicos y culturales de un territorio, y eso es una cuestión clave en el fomento del desarrollo sostenible. La sostenibilidad en el turismo requiere aprovechar los bienes comunes de un territorio, preservando los equilibrios ecológicos, la protección de la biodiversidad y asegurando las necesidades fundamentales de las comunidades locales. El turismo puede lograr aquello, relevando con pertinencia local los bienes propios de un territorio. Generando así un círculo virtuoso entre desarrollo económico, protección del medio ambiente y bienestar social.

Ha mencionado que le apasiona apoyar a comunidades para desarrollar modelos de vida más sostenibles. ¿Podría compartir una experiencia o proyecto en el que haya visto un impacto positivo en una comunidad gracias a la implementación de prácticas sostenibles en el turismo?

Junto con el equipo de la Agencia de Sostenibilidad Energética y el Ministerio de Energía de Chile, apoyamos técnicamente y financieramente el desarrollo de varias iniciativas de sostenibilidad en diversas comunas de Chile. Un ejemplo es en la comuna de Navidad, ubicada en la Región de O'Higgins de Chile. En este territorio, en colaboración con el Municipio, la comunidad local y empresas como Rupu Tours, Nikola SpA y Ahorro Energía, llevamos adelante tres iniciativas de sostenibilidad energética. Con Rupu Tours, la iniciativa de micro movilidad eléctrica abordó los desafíos de movilidad para vecinos y turistas con bicicletas eléctricas en zonas costeras. Con Nikola SpA, implementamos varios proyectos de paneles solares en infraestructuras turísticas, la escuela local y la caleta de pescadores para promover la generación distribuida. Además, se realizaron actividades para integrar a la comunidad escolar con el sector turístico de la comuna. Con Ahorro Energía, se llevó a cabo un proyecto de paneles solares para cubrir parte importante de la demanda eléctrica del centro de salud comunal, mejorando la calidad de vida de los habitantes de Navidad.

Como líder del área de desarrollo territorial en la Agencia de Sostenibilidad Energética de Chile, ¿cuál cree que es el papel crucial que juega la sostenibilidad en la promoción de un desarrollo energético sostenible a nivel local?

En este sentido, mi visión es lo que ha dicho la ciencia de manera sistemática. Enfrentamos una crisis climática causada por las emisiones de gases de efecto invernadero, y 2/3 de las emisiones globales provienen del sector de energía. Además, el IPCC ha sido enfático al mencionar que: "para que las ciudades y territorios logren grandes ahorros en las emisiones de GEI deben incluir en sus estrategias la mejora en eficiencia energética de su edificación, la reutilización o modernización de su infraestructura, gestión de residuos, y el apoyo a la transición del transporte público y no motorizado (por

ejemplo, caminar, andar en bicicleta)". Asimismo, el IPCC en su "Resumen para responsables de políticas, Cambio Climático 2022: Mitigación del Cambio Climático" publicado en 2022 ha declarado que la acción climática acelerada y equitativa para mitigar los impactos del cambio climático y adaptarse a ellos, es fundamental para el desarrollo sostenible.

Sabemos las acciones que tenemos que implementar para hacer frente a la crisis climática y promover la sostenibilidad de los territorios, la cuestión es cómo transformamos nuestros modos de vida y cuán rápido lo haremos.

Hemos leído sobre su participación en la implementación del programa Comuna Energética a nivel nacional. ¿Qué logros destacaría de esta experiencia y cómo ha contribuido a la transición hacia un desarrollo sostenible y carbono neutral a nivel local?

El programa Comuna Energética en Chile ha sido valioso para promover la participación de las comunidades locales en identificar las necesidades de sus territorios en materia energética. Asimismo, ha fomentado de manera sistemática un desarrollo local para una transición energética justa, apoyando a fortalecer la gestión energética municipal en las comunas de Chile. Esto ha permitido avanzar con acciones concretas para la mitigación y resiliencia al cambio climático, abordar los desafíos de pobreza energética, impulsar la competitividad y productividad del sector energía a escala local.

Actualmente hay 118 comunas adheridas al programa, y en colaboración con múltiples asociaciones municipales, privadas y ONGs hemos avanzado en promover la participación de sus comunidades en el desarrollo energético de sus territorios, publicando 74 Estrategias Energéticas Locales convocando a más de 6.000 participantes quienes han levantado más de 800 acciones a lo largo de todo Chile. Además, hemos fomentado una inversión de energía sostenible a escala local, implementando más de 50 proyectos e invirtiendo \$3.799 millones de pesos chilenos en iniciativas de eficiencia energética, energías renovables y electromovilidad, apalancando \$2.464 millones de pesos en inversión privada para su implementación. Asimismo, hemos contribuido a fortalecer una gobernanza local para la sostenibilidad energética, capacitando a más de 472 funcionarios municipales, con asistencia técnica permanente y certificando a 32 municipios con el Sello Comuna Energética.

Durante su tiempo en el Ministerio de Energía, usted fue responsable de la implementación del Sello de Comuna Energética. ¿Cómo cree que esta iniciativa ha influido en la promoción de la sostenibilidad energética en las comunas adheridas al programa?

El Sello de Comuna Energética certifica y reconoce la gestión energética local que realizan los municipios en sus territorios. Esto es clave para evaluar el avance de sus Estrategias Energéticas Locales, identificar logros y oportunidades de mejora. Asimismo, visibilizar el rol que están cumpliendo los municipios, empresas y sociedad civil organizada en cada uno de los territorios.

En su rol como Coordinador del Departamento de Proyectos Ambientales, lideró proyectos que promovieron el desarrollo sostenible a nivel local. ¿Podrías compartir un proyecto específico que considere especialmente impactante para la comunidad de Peñalolén?

El Municipio de Peñalolén tiene un liderazgo destacado en materia de sostenibilidad, acción climática y protección de la naturaleza. Sin duda, su Alcaldesa y el equipo municipal podrían dar cuenta de los proyectos que siguen impulsando. En mi caso, tuve la suerte de colaborar en diversas iniciativas, entre ellas: el diseño e implementación del Ecoparque Experimental Peñalolén-UAI, el cual es un espacio de educación ambiental y encuentro entre la comunidad y academia; y el desarrollo de la Estrategia Energética Local de Peñalolén, siendo esta una de las cinco primeras Comunas Energéticas en Chile.

Como consultor en Coaching Transformacional, ¿cómo integra la sostenibilidad y el crecimiento personal en su enfoque para abordar conflictos organizacionales?

La sostenibilidad implica comprender el desarrollo de una manera integral, considerando las transformaciones que requieren los sistemas sociales para sostener la satisfacción de las necesidades de manera justa y ambientalmente responsable. Esas transformaciones requieren cambios conductuales a nivel personal y colectivo, los cuales emergen de manera más evidente en los desafíos y conflictos que enfrentan las organizaciones en las cuales nos desempeñamos. Por medio de abordar los conflictos organizacionales, también podemos enfrentar juntos los desafíos de cambiar nuestras conductas y relaciones, a modos de vida más sostenibles.



Como instructor adjunto, diseñó y ejecutó el Taller de Liderazgo para alumnos de la carrera de Ingeniería en Recursos Naturales Renovables. ¿Qué aspectos centrales creen que son cruciales para liderar desafíos socioambientales?

Karen O'Brien de la Universidad de Oslo en su artículo "Respondiendo al cambio climático: las tres esferas de la transformación", se refiere a las tres dimensiones que necesitamos atender para provocar los resultados para la sostenibilidad en nuestros sistemas sociales: Uno de ellos tiene que ver con la dimensión "práctica", es decir las soluciones técnicas y comportamientos que debemos realizar; otro acerca de la dimensión "política" relacionada con las normas e incentivos de las estructuras y los sistemas políticos; y la tercera con una dimensión "personal", en la cual están presentes los

paradigmas sociales, creencias y valores de cada uno de nosotros. Para impulsar y acompañar los cambios hacia un desarrollo sostenible, es necesario atender la transformación de las creencias y los valores personales y colectivos. Para enfrentar los desafíos socioambientales, es clave el ejercicio de facilitar y movilizar estos cambios.

Durante su tiempo como Investigador Practicante, contribuyó a la elaboración de un Plan de Manejo y Desarrollo Ecoturístico. ¿Cómo considera que este plan ha contribuido a la conservación de los recursos naturales en la Región de Los Lagos?

Este fue un ejercicio que realizamos en conjunto con el equipo del Parque Tantauco y de la Universidad de Los Lagos. Para este caso se elaboró un Plan de Manejo y Desarrollo Ecoturístico de las Islas Guapiquilán, para perseguir el manejo sustentable de sus recursos naturales y la conservación de los servicios ecosistémicos de estas islas. Esta fue una colaboración para el Parque Tantauco, el cual ha tenido un papel clave en conservar el invaluable patrimonio natural de la Isla grande de Chiloé y la Región de los Lagos.

¿Cuál es su visión a largo plazo para el turismo sostenible en Chile y su contribución al bienestar de las comunidades locales y la conservación del entorno natural?

Chile ha sido reconocido en varias ocasiones como el "Mejor Destino de Turismo Aventura" de Sudamérica en los World Travel Awards (WTA). Ese reconocimiento da cuenta de la oportunidad y el potencial que tiene nuestro país para ofrecer una oferta de turismo responsable con la naturaleza, integrando a las comunidades locales en el desarrollo de una actividad económica que ponga en valor los bienes comunes con respeto a la cultura local y la protección del medio ambiente.

Finalmente, considerando su vasta experiencia y pasión por la sostenibilidad, ¿cuál es el mensaje clave que le gustaría compartir con nuestros lectores sobre el papel del turismo sostenible en la construcción de un futuro mejor?

Que los cambios que necesitamos impulsar para un desarrollo sostenible pueden venir de la mano de actividades que pongan en valor los bienes comunes de los territorios, haciendo partícipes a las comunidades locales y conservando los equilibrios ecosistémicos. Las transformaciones que son necesarias dependen de todos y cada uno de nosotros. Todos tenemos un rol que cumplir. Si somos conscientes de ello y nos hacemos parte de esas transformaciones conductuales y sistémicas, materializaremos juntos un camino para sostener la vida.

Charla cerrada

Gestión del cambio

TEAM
MARMUNOZ

MENTORING - COACHING - SPEAKER - INNOVACIÓN Y LIDERAZGO

Charla Modalidad Online y presencial Cambio positivo: Estrategias para una transformación exitosa

AGENDA TU CHARLA



Priscila Cabrera

**Gerente de desarrollo,
Fundación Generación Empresarial**

**Forjando la Sostenibilidad
desde el Gobierno Corporativo**

La cultura de integridad es la base para lograr un mundo mejor, fortaleciendo la confianza en el vínculo y construyendo sociedades sanas.

Con una destacada formación que abarca Estrategia Corporativa, Gobierno y Sostenibilidad, Priscila Cabrera ha desempeñado un papel crucial en la promoción de la cultura de integridad y sostenibilidad en empresas locales y multinacionales. Con más de 15 años de experiencia en el campo, nos brinda valiosas perspectivas sobre la evolución de estos conceptos en el mundo empresarial donde ha trabajado para fortalecer estas convicciones desde el gobierno corporativo, contribuyendo a la importancia de la sostenibilidad en la estrategia del negocio.

Basándose en su amplia formación en Corporate Strategy, Governance, y Sostenibilidad, ¿cómo cree que estos conocimientos le han permitido influir en la dirección estratégica de las empresas en las que ha trabajado?

Hace más de 15 años, hablar de cultura de integridad o sostenibilidad, más conocido en ese entonces como responsabilidad social empresarial, era algo nuevo. Las organizaciones recién estaban incorporando lenguaje en estos temas y muchas veces adoptaban buenas prácticas solo para entrar a nuevos mercados, pero no desde la convicción de que fuese imperioso para que la empresa se proyecte en el largo plazo. Desde aquí inició el camino, donde los gobiernos corporativos comenzaban a cuestionarse estos temas por diversas razones, ya sea por exigencia en los mercados de destino o por las prácticas de empresas referentes o, lamentablemente, por escándalos corporativos que quedaban en evidencia con mucha fuerza en los medios de comunicación. Desde mi experiencia, mi rol ha sido fortalecer convicciones desde el gobierno corporativo, impulsando la relevancia para la estrategia del negocio, colaborando en la construcción de áreas de ética y de sostenibilidad, con una mirada local, multinacional y holística organizacional.

Ha asesorado a gobiernos corporativos en la formulación de estrategias de cultura de integridad y sostenibilidad. ¿Qué desafíos y oportunidades destacarían al implementar estas estrategias en entornos corporativos multinacionales?

El primer desafío es diseñar una estrategia global con valores y pilares éticos compartidos por todo el grupo. A la vez, comprender las culturas locales para dar espacios de flexibilidad en la estrategia, sin trazar en los principios. Siempre es muy importante evaluar en cada localidad y naturaleza de negocio los riesgos de corrupción, vulnerabilidad en derechos humanos, el estándar de prácticas del proveedor local, el involucramiento con las comunidades locales, el impacto medioambiental, entre otros. Un ejercicio de debida diligencia entregaría respuestas interesantes a estos interrogantes. Por otro lado, está la oportunidad de incorporar iniciativas tales como la red de consejeros de integridad. Esto permite el desarrollo de una red neuronal en la organización

para tener presencia de gobernanza en todas las localidades, humanizando y acercando la bajada estratégica en cultura de integridad y sostenibilidad.

Como docente en diferentes programas académicos, ¿cómo aplica sus conocimientos y experiencia para formar a futuros líderes en materia de Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social?

En este espacio he tenido la oportunidad de formar a estudiantes de postgrado donde cada uno, desde diferentes disciplinas, ha llevado a sus lugares de trabajo una nueva forma de hacer empresa. Actualmente, en el MBA de la Universidad Técnica Federico Santa María en Chile, mis alumnos me desafían constantemente. Siempre el primer ejercicio que realizo en mi clase es para diferenciar el "buenismo" de una estrategia de sostenibilidad y cultura de integridad, ya que hay mucha confusión en esta materia. Luego conversamos sobre el rol que tiene el gobierno corporativo y del impacto de que esto nazca desde la estrategia con una bajada concreta e integrada en el quehacer de toda la organización.

Como miembro del Comité Espejo ISO, ha contribuido al desarrollo de normas importantes. ¿Cómo cree que estas normas están influyendo en la forma en que las empresas abordan la sostenibilidad a nivel global?

La Organización Internacional de Normalización ha liderado la construcción de instrumentos que tienen aplicabilidad transversal en sostenibilidad, es decir, son directrices diseñadas para todo tipo de organizaciones y son elaboradas para que sean comprendidas ampliamente por distintos interesados. Esto se logra con la participación de representantes de diversos grupos de interés consolidados en países de todo el mundo. Lo clave en esto, es que universaliza la comprensión de conceptos y cómo estos se aplican, elevando el estándar de prácticas de sostenibilidad en todos los mercados a nivel global.

Como Gerente de Desarrollo en la Fundación Generación Empresarial, ¿cómo ha logrado impulsar culturas de integridad y cumplimiento en empresas de diferentes países y sectores?

La Fundación tiene casi 30 años impulsando culturas de integridad y cumplimiento organizacional. Hay varios caminos para esto, la ruta a seguir depende de la madurez del gobierno corporativo en estas materias. Lo que nosotros recomendamos siempre es comenzar con el diagnóstico de percepción, el Barómetro de Valores e Integridad Organizacional, ya que la percepción construye realidad. En este estudio participa toda la organización, incluyendo el directorio, y está diseñado para ser aplicable en todo tipo de empresas ya que la cultura de integridad no distingue sector industrial ni país. Luego de esto, se desarrolla un mapa de ruta, que puede incluir asesorías, talleres

de dilemas, capacitaciones, plataformas de gestión de denuncias, consultas y conflictos de interés, entre otros instrumentos. La clave en esto es celebrar y vivir la integridad, y que todos estén invitados a sumarse a disfrutar de esta cruzada.

Su experiencia en la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso incluyó asesorías en estrategias de sostenibilidad. ¿Qué logros destacarías en la implementación de estrategias sostenibles en grandes empresas?

Considero que lo más destacable fue el compromiso logrado en el gobierno corporativo. Aquí realicé las primeras estrategias de sostenibilidad basadas en ISO 26000 en Chile y Latinoamérica. Como estos temas eran muy nuevos todos querían contribuir desde su mirada, y también se cuestionaban si esto era realmente un aporte para la estrategia o era solo una moda. Hoy en día, aquellas que tuvieron la convicción de continuar e invertir en sostenibilidad son referentes internacionales siendo parte del Dow Jones Sustainability Index Chile.

Como miembro activo en la elaboración de normas internacionales de sostenibilidad, ¿cómo ve el papel de estas normas en la evolución hacia prácticas empresariales más sostenibles?

El rol de las normas internacionales y su evolución constante es ofrecer a todos los sectores instrumentos concretos para tener mejora continua. Sostenibilidad es un concepto en constante evolución, desde la filantropía a la responsabilidad social, pasando por el valor compartido y varios otros conceptos hasta llegar a la sostenibilidad como la permanencia de una organización en el largo plazo. Actualmente, está también instalado el concepto ASG que es utilizado en decisiones de inversión sostenible para empresas cotizadas en bolsa que integran desde la gobernanza el impacto social y el impacto medioambiental en su gestión. De esta manera, emergen nuevas normas y estándares que van acompañando la evolución del concepto en el mercado, facilitando su comprensión e integración en la estrategia de negocio.

Como investigadora asociada en la Fundación Soles, ¿qué descubrimientos notables ha hecho en relación con la sociedad civil y la responsabilidad social en Chile?

Considerando que esta investigación se realizó hace ya más de 10 años, preferiría comentar lo que observo hoy en día. La sociedad civil actualmente está más articulada. Sin duda, las redes sociales han logrado importantes puntos de encuentro para personas con intereses en común, ofreciendo variadas plataformas

que permiten compartir ideas respaldadas por imágenes y videos, lo que logra movilizar cada día a más personas por una causa común. Esto desafía la sostenibilidad de organizaciones con gobernanzas que no son capaces de ver la actual potencia de la sociedad civil en defender sus convicciones. Fortalecer el vínculo con la sociedad civil en base a la confianza y la legitimidad de las operaciones, permite a las empresas mantener una sana licencia para operar.

Fuera del ámbito profesional, ¿puedes compartir un momento o logro personal que sienta que ha influido en su enfoque hacia la sostenibilidad y la integridad en el mundo empresarial?

Toda la vida he tenido la suerte de disfrutar de la naturaleza y de las comunidades locales. Desde pequeña con mi familia pasábamos las vacaciones en el sur donde toda la comunidad era cercana y colaborativa. También en el colegio disfrutaba de las excursiones del grupo de Guías y Scout donde además con mucho entusiasmo apoyábamos a la comunidad con trabajo de beneficencia. Luego como ciclista de montaña recorriendo preciosos parajes que nos ofrece nuestro planeta, en un deporte lleno de colaboración y apoyo de grupo. Siento que todas estas vivencias han forjado mi deseo de ser parte de los que contribuyen a que vivamos en un mundo mejor. La cultura de integridad es la base para lograrlo, fortaleciendo la confianza en el vínculo y con confianza se logran construir sociedades sanas.

En el contexto actual de enfocarse en “Turismo e Inversiones Verdes”, ¿qué iniciativas o tendencias considera que serán cruciales para el éxito y la sostenibilidad en la industria turística en los próximos años?

El Turismo e Inversiones Verdes es un sector resiliente en postpandemia que está en proceso de recuperación económica y afectado además por el cambio climático. Por otro lado, este sector tiene muchas virtudes para las comunidades locales en desarrollo económico, social y cultural. Además, puede impactar positivamente el medioambiente si es que la experiencia turística se realiza con el debido cuidado del entorno y entregando una innovadora vivencia en economía circular. Una de las tendencias en marketing sostenible que está muy en boga es invitar al consumidor a mejorar el mundo con sus preferencias de consumo. Adoptar esta estrategia en el turismo sin duda atrae a nuevos consumidores. Siendo consistente con lo prometido, el mismo turista será el que recomiende esta gratificante propuesta de valor.

César García

CEO & Co-founder de Turshop

Un Visionario del Turismo Sostenible en América Latina

El turismo será sostenible o no será



En un mundo donde la conciencia y la responsabilidad ambiental y social empresarial se han convertido en pilares fundamentales, el turismo sostenible emerge como una oportunidad ineludible para el sector empresarial y de negocios. La edición #11 de Factor de Éxito se adentra en este apasionante tema, explorando cómo la convergencia entre el turismo y la sostenibilidad no solo es esencial para la preservación del planeta, sino también una estrategia clave para el éxito y la competitividad de las empresas en el siglo XXI.

Considerando sus más de dos décadas de experiencia en el sector turístico, ¿cuál considera que ha sido el proyecto o iniciativa que más impacto ha tenido en la promoción de la sostenibilidad en el turismo?

Indudablemente en Turshop que es el proyecto donde estamos inmersos hoy y que consideramos fundamental para la industria turística actual. Hemos desarrollado una solución que aborda la sostenibilidad de una manera innovadora y accesible para todo tipo de empresas en este sector.

Nuestra iniciativa ha conseguido convertir la compensación de la huella de carbono en un elemento central. Esto no solo representa una contribución significativa al cuidado del medio ambiente, sino que también marca un punto de inflexión en la forma en que las empresas turísticas se relacionan con su impacto ambiental.

Creemos que esta iniciativa no solo beneficiará a las empresas y al medio ambiente, sino también a todos aquellos que deseen viajar de manera consciente y responsable.

Habla sobre su formación en Ingeniería Comercial, Turismo y sus certificaciones en sostenibilidad. ¿Cómo ha influido esta base académica en su enfoque hacia el turismo sostenible y la gestión empresarial en este sector?

Si bien la formación básica en negocios y turismo ha sido relevante en mi trayectoria, considero que el mayor valor que aporta actualmente a nuestra visión es la capacitación en áreas como el cambio climático, la circularidad, la sostenibilidad y la innovación social.

Estos conocimientos se han convertido en el pilar fundamental que nos permite enfocar nuestros proyectos con un impacto positivo. Combinados con más de dos décadas de experiencia en la industria turística en Chile, nuestra perspectiva se ha ampliado considerablemente. En estos tiempos críticos, reconocemos la urgencia de tomar medidas concretas y positivas.

La afirmación “el turismo será sostenible o no será” encapsula de manera efectiva la necesidad imperante en nuestra industria. Esto refleja la comprensión de que las empresas, independientemente de su sector, deben cumplir con una doble función: económica y social. Sin embargo, esta dualidad debe traducirse en acciones concretas.

En la visión de futuro, se proyecta que para el año 2050, todas las empresas deberán tener un enfoque social sólido. Esto significa que cada empresa debe generar un impacto positivo en la sociedad, o de lo contrario, el mercado no la validará. A menudo, asumimos que nuestras empresas ya están contribuyendo al bienestar social, pero debemos centrarnos en hacer un esfuerzo adicional y siempre buscar cómo mejorar nuestro impacto.

Mencione su interés en combinar el conocimiento del turismo con la innovación y la sustentabilidad. ¿Puedes compartir algún ejemplo concreto de cómo ha aplicado esta combinación para impulsar proyectos o iniciativas en tu carrera?

En la intersección de tres apasionantes campos profesionales - el turismo, la sostenibilidad y la tecnología - se está gestando una iniciativa que promete revolucionar el cómo el turismo se hace cargo de su impacto. Turshop, en su constante búsqueda de innovación, está a punto de lograr un hito que marcará un antes y un después en la industria del turismo en Chile y Latam: convertirse en la primera plataforma carbono neutral compensando sus productos de manera automatizada y respaldado en Blockchain. .

Este ambicioso proyecto surge de la visión de un equipo apasionado que comprende la importancia de enfrentar el desafío del cambio climático. Turismo y sostenibilidad pueden parecer a veces como dos mundos divergentes, pero Turshop ha asumido la tarea de unirlos en una solución concreta y revolucionaria.

Compensar la huella de carbono de todos los productos comercializados en Turshop es un paso audaz hacia un turismo más responsable y respetuoso con el medio ambiente. Esta acción va más allá de simples palabras y promesas; es una manifestación concreta de un compromiso genuino para hacer frente a la crisis climática.

El camino no ha sido fácil. Unir estas tres pasiones, el turismo, la sostenibilidad y la tecnología, en una sola plataforma ha requerido un esfuerzo importante donde hemos sido acompañados de varios actores tanto públicos, como privados en Chile, tales como Corfo. Sin embargo, el equipo de Turshop está decidido a llegar a buen puerto y demostrar que el turismo puede hacerse cargo de su huella ecológica.

La industria está observando de cerca a Turshop, no solo como un referente en la industria del turismo, sino también como un ejemplo inspirador de cómo las empresas pueden liderar el camino hacia un futuro más sostenible. Pronto, la etiqueta "carbono neutral" en sus productos será un testimonio de su compromiso con un turismo responsable y un planeta más saludable. Turshop está demostrando que es posible unir la pasión por el turismo con la responsabilidad ambiental, y su visión promete llevarnos a todos hacia un mañana más prometedor.

Dada su experiencia trabajando en diversos destinos turísticos, ¿cómo considera que esta variedad le ha aportado una perspectiva única para identificar y capitalizar oportunidades en distintos contextos?

Es fundamental adquirir una experiencia de primera mano al conocer e interactuar con diversos ecosistemas. En mi experiencia profesional, he tenido el privilegio de desarrollarme en dos entornos naturales excepcionales: la selva valdiviana y el desierto de Atacama. Ambos son

ecosistemas sumamente frágiles y, al mismo tiempo, destinos turísticos de gran demanda. A pesar de sus diferencias, comparten características notables debido a su aislamiento geográfico.

Los destinos turísticos en regiones remotas o aisladas suelen fomentar el uso de soluciones basadas en la naturaleza como prácticas clave. Estas soluciones han demostrado ser altamente efectivas y deben servir de inspiración para otros destinos que quizás no sean remotos. Ejemplos notables incluyen la autogeneración de energía eléctrica a través de pequeñas estaciones hidroeléctricas alimentadas por cursos de agua que descienden de la cordillera, así como la implementación de plantaciones de árboles para prevenir la desertificación. Estos servicios ecosistémicos se utilizan en perfecta armonía con la industria turística.

Este enfoque nos brinda la oportunidad de identificar posibilidades para desarrollar actividades turísticas en lugares únicos y basados en la naturaleza. Estas actividades representan un complemento respetuoso entre el turismo y la conservación del medio ambiente. Al aprender de las buenas prácticas implementadas en destinos remotos, podemos aplicar estos conocimientos en otros lugares, contribuyendo así a un turismo más sostenible y responsable.



Menciona haber contribuido en la digitalización de la industria turística. ¿Cuáles creen que son los principales beneficios y desafíos que enfrenta el sector al adaptarse a esta transformación digital?

Indudablemente, uno de los beneficios más destacados de la digitalización en la industria turística radica en su capacidad para proporcionar una mayor visibilidad a una amplia gama de productos y experiencias turísticas. Estos productos a menudo no pueden competir con aquellos que ya están posicionados en el mercado o que utilizan canales de comercialización tradicionales. Esta creciente demanda se dirige hacia experiencias menos masivas y operadas principalmente por pequeñas y medianas empresas (pymes), muchas de las cuales tienen un carácter familiar. Este enfoque tiene un impacto directo en el destino turístico, enriqueciendo la oferta y diversificando las opciones disponibles para los viajeros.

Hoy en día, la falta de digitalización afecta directamente a la competitividad de toda la industria turística en América Latina. Para abordar estos desafíos, es esencial enfocarse en dos aspectos clave. En primer lugar, la capacitación de las pymes en el uso efectivo de herramientas digitales es fundamental para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la digitalización.

Además, es necesario garantizar el acceso a tecnología y conectividad de alta calidad, ya que estos son los pilares que sustentan la transformación digital. Reducir las brechas en estos dos aspectos es esencial para que las pymes puedan competir en igualdad de condiciones en un mercado cada vez más digitalizado.

Hablemos sobre Turshop, la startup de viajes que lidera. ¿Cuál es la misión central de Turshop y cómo se posiciona a la vanguardia del turismo sostenible? Uno de los temas actuales es la necesidad de calcular y compensar la huella de carbono de los productos turísticos. ¿Cómo está abordando Turshop esta cuestión y qué tecnologías están desarrollando para lograrlo?

Turshop se fundó con una misión clara: abordar la brecha en la digitalización que afecta a las pequeñas y medianas empresas (pymes) en el sector turístico en Chile y América Latina. En el proceso de llevar a cabo esta misión, hemos identificado un elemento de negocio que no solo nos diferencia, sino que también se ha convertido en una necesidad aprendida para la industria turística. Esta necesidad es nuestra forma de generar un impacto positivo y responsable.

Actualmente, estamos en proceso de desarrollo de una integración que nos permitirá compensar automáticamente la huella de carbono de nuestros productos en línea. Este proyecto de compensación se enfoca en la conservación de la Amazonía y aborda 13 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, lo cual es un hito significativo para Turshop. Esto significa que estamos tomando medidas concretas y efectivas para asumir la responsabilidad de nuestro impacto en el medio ambiente.

Nuestra iniciativa de compensación va más allá de buenas intenciones, ya que incluye el uso de blockchain. Esto es de suma importancia, ya que garantiza la trazabilidad de cada acción de compensación. Esto es valioso tanto para las personas como para las empresas, ya que permite un seguimiento preciso y la generación de informes de gestión y sostenibilidad que demuestran nuestro compromiso con la causa.

En Turshop, cualquier empresa, independientemente de su industria, podrá compensar la huella de carbono generada por las noches de hotel de sus ejecutivos en viajes de negocios o por las actividades y viajes de sus colaboradores. En este momento, nos encontramos en una etapa inicial, donde estamos desarrollando la tecnología necesaria, con el respaldo de la inteligencia artificial, para llevar a cabo esta ambiciosa iniciativa.

¿Cuál es la visión a largo plazo que tienes para Turshop en términos de impacto en la industria turística y la sostenibilidad a nivel global?

En Turshop, tenemos una filosofía que implica mirar hacia el futuro y soñar en grande. Si bien en este momento nos encontramos en una etapa inicial de nuestro desarrollo y con muchas cosas que mejorar, creemos firmemente que estamos forjando el camino hacia la nueva forma de viajar, una que se preocupa profundamente por su impacto en el medio ambiente y busca soluciones concretas para abordar este desafío global.

Nuestra visión va más allá de las fronteras de Chile, donde nacimos en el impresionante desierto de Atacama. Vemos un futuro en el que nuestra plataforma y nuestro enfoque en la sostenibilidad pueden extenderse a nivel global con ayuda de aliados que se unan en el camino.

El potencial de escalar nuestra iniciativa es realmente ilimitada, y estamos comprometidos en llevarla a cabo.

Esta edición de Factor de Éxito se enfoca en “Turismo y sostenibilidad: una visión hacia un futuro mejor”. ¿Puede destacar algunos aspectos clave que consideran esenciales para lograr un futuro sostenible en el turismo?

Actualmente, la industria del turismo contribuye significativamente a la emisión de aproximadamente un 8% de los gases de efecto invernadero en todo el mundo. Este impacto ambiental es innegable y, en Turshop, hemos establecido como nuestra primera prioridad compensar este impacto de manera urgente. Sin embargo, la compensación de emisiones no es el único objetivo que perseguimos.

Creemos firmemente que la compensación es un paso inicial necesario, pero no debe ser el fin último. La industria del turismo debe avanzar hacia la internalización de la sostenibilidad y aprender a reducir su impacto de manera significativa a través de la adopción de nuevas y mejores prácticas. En este sentido, estamos convencidos de que la naturaleza ofrece muchas de las respuestas que necesitamos implementar en nuestra industria. La biodiversidad y los ecosistemas naturales pueden ser aliados valiosos en la búsqueda de un turismo más sostenible.

Además de reducir nuestro impacto actual, debemos tomar medidas para regenerar los ecosistemas que han sufrido daños debido a la actividad turística y otras intervenciones humanas. La restauración y conservación de estos ecosistemas son esenciales para preservar la biodiversidad y mantener la belleza de nuestros destinos turísticos.

Dada su experiencia y éxito en el ámbito del turismo sostenible, ¿cuál es su mensaje para los líderes empresariales y emprendedores que desean seguir sus pasos en la promoción del turismo sostenible? ¿Qué consejo le daría para tener éxito en este apasionante y desafiante camino?

Si bien me considero un aprendiz en el mundo del turismo sostenible, creo que es importante resaltar un principio fundamental que todos, especialmente quienes toman decisiones, debemos tener presente: todas nuestras acciones tienen un impacto. La dirección de ese impacto, ya sea positivo o negativo, depende en gran medida de nuestra visión y toma de decisiones.

En la actualidad, vivimos en un mundo inmerso en un ecosistema complejo y altamente frágil. Por lo tanto, es esencial que tomemos decisiones conscientes y reflexivas en todas las áreas de nuestra vida, incluido el turismo. Debemos reconocer que cada elección que hacemos al planificar y llevar a cabo nuestros viajes tiene un efecto en el entorno natural y las comunidades locales.

En este contexto, es crucial que desarrollemos nuestras experiencias de viaje de manera armoniosa con la madre naturaleza. Esto implica minimizar nuestro impacto ambiental y, en la medida de lo posible, contribuir de manera positiva a los destinos que desarrollamos la actividad turística.

Javier García

“El mundo necesita la protección de lugares ricos en biodiversidad para su conservación y el turismo debe ir en esa misma línea”

Javier Rodrigo García Fuentes, fundador de UNU Laboratorio de Innovación y Sustentabilidad, ofrece una perspectiva única sobre su trayectoria como publicista y su evolución hacia convertirse en un Innovador Social comprometido con el medio ambiente.

Javier García es un publicista de profesión y un innovador social de corazón, nos lleva a un viaje a través de su trayectoria profesional y personal, revelando cómo encontró su verdadero propósito en la protección del medio ambiente y el impulso del desarrollo sostenible en su querida isla de Chiloé.

Egresado de la Universidad del Pacífico como publicista, Javier nos cuenta cómo su pasión por la creatividad lo llevó a montar su propia agencia después de trabajar en varias agencias y estudios digitales. Sin embargo, fue su conexión con Chiloé y su amor por este lugar amenazado lo que finalmente lo llevó a fundar UNU, un proyecto centrado en trabajar con artesanos locales para promover la producción y el consumo responsables. Este proyecto, lejos de ser una ambición desmedida, nació del corazón y se convirtió en un faro de esperanza para la comunidad.

Como padre de tres hijos, Javier nos habla sobre la influencia de su enfoque en la sostenibilidad en la educación y los valores que inculca en su familia. Nos dice que sus hijos son una parte integral de su propósito, y que la sostenibilidad no es simplemente una moda, sino una urgente necesidad que todos debemos abordar. A través de sus palabras, podemos sentir su dedicación hacia un mundo donde el bien común y la colaboración entre el humano y la naturaleza son fundamentales.

En el mundo empresarial, UNU se destaca por su enfoque en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). García nos comparte cómo implementa estos objetivos

en su trabajo, desde la promoción de empleo decente y crecimiento económico hasta la acción por el clima.

Los logros de García no han pasado desapercibidos, ha sido honrado con dos prestigiosos premios nacionales en Medio Ambiente y Desarrollo Social. Con estos reconocimientos, él considera que validan su trabajo y lo motivan a seguir adelante en su misión. Más importante aún, lo inspiran a creer que las acciones locales pueden tener un impacto global significativo.

También exploramos el papel fundamental del turismo sostenible en la economía de Chiloé y en la conservación de su riqueza ecosistémica. García nos advierte que el turismo debe ser sostenible, ya que el mundo necesita desesperadamente proteger lugares ricos en biodiversidad para la conservación. Chiloé, con su inigualable belleza natural, se encuentra en la vanguardia de esta convergencia entre turismo y sostenibilidad.

Queda claro que García es mucho más que un innovador social; es un visionario que cree firmemente en un futuro donde la naturaleza y las personas coexisten en armonía. Su dedicación incansable a la sostenibilidad no solo está cambiando Chiloé, sino que también está dejando una huella duradera en el mundo. Su historia es un recordatorio inspirador de que cada uno de nosotros puede marcar la diferencia, incluso en los rincones más remotos de nuestro planeta.

Cuéntenos un poco más sobre su trayectoria como publicista y su evolución hacia convertirse en un Innovador Social. ¿Qué experiencias lo llevaron por este camino?

Egresé de la Universidad del Pacífico, como Publicista, con mención en creatividad. La verdad es que siempre fui del lado creativo del marketing, hasta que monté mi propia agencia. En Padre_, estuve 7 años, asociado con un estudio digital en Buenos Aires. Luego de emprender, volví a la realidad del mercado y me enrolé en varias agencias y productoras de eventos casi por 25 años.

Todo ese camino de largos años, me preparó finalmente para lo que hago hoy. Toda esa experiencia de lo bueno y lo malo, finalmente me ayudó a tomar la decisión de dejar de hacer lo que hacía y empezar a hacer lo que me apasionaba. Sin saber bien, donde iba a terminar, pero con una determinación ciega de ir hacia adelante. Y encontré el propósito de mi vida en esa especie de "iluminación". Y cree UÑU, un proyecto sin mucha ambición, pero lindo de corazón, junto a artesanos de Chiloé. Lugar donde mis padres, hacía unos meses atrás, había construido una casa.

Fue clave encontrar un territorio, un lugar, el cual me enamoré y donde podría eventualmente, empezar a generar un impacto positivo. Así que yo creo que se dio una triada fundamental para mí; mi capacidad como publicista, mi propósito y el amor por un lugar hermoso pero muy amenazado. Sin darme cuenta, empecé a caminar y a entender cómo se entrelazaba esta historia que para mí no tiene un límite. Hay tanto por hacer en sostenibilidad que siento que UÑU va a tener siempre un destino infinito.

Como padre de tres hijos, ¿cómo ha influido su enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial en la educación y valores que inculca en su familia?

Mis hijos son gran parte de este propósito, porque la sostenibilidad no es una moda, ni una tendencia, sino urgente necesidad de entender, desde la tierra, cómo debemos ser para regenerar nuestro propio hábitat. Es darse cuenta y luego, hacer algo al respecto. Nosotros, digo, la gente de mi generación ya está tarde. Y son los que vienen, los llamados a "agarrar esta papa caliente", que les estamos pasando respecto a la crisis climática.

No quiero ser parte de eso, al contrario, quiero ser parte de la solución y quiero que mis hijos también lo sean. Y se genere un cambio de paradigma, de era, donde el humano y la naturaleza trabajan de manera colaborativa, un mundo más virtuoso, más generoso, más despierto, donde el bien común sea la ruta de navegación.

Además, cada año que plantamos en Chiloé, ellos me acompañan y me siento la persona más feliz del mundo

cuando los veo rodeados de gente que quieren plantar y ayudar y formar parte del trabajo que hacemos.

Fundador de UÑU y comprometido con el medio ambiente, ¿puede compartir algunas experiencias o proyectos destacados en los que haya implementado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en su trabajo?

Varios objetivos de desarrollo sostenible "inspiran" lo que hacemos en UÑU. Por un lado, queremos trabajo decente y crecimiento económico para la comunidad de artesanos con la que trabajamos. "Producción y consumo responsable" mediante nuestro marketplace (www.unudelaista.cl) donde vendemos productos hechos a mano, sin herramientas industriales y donde destinamos un porcentaje de la utilidad a reforestar en la misma isla de Chiloé.

También "acción por el clima", donde cada año hacemos un proceso de restauración de bosque nativo junto a la comunidad y varias empresas. Y por supuesto, el más importante a mi juicio, "Alianzas para lograr objetivos", donde entran las municipalidades, las empresas, fundaciones, personas, familias y niños, todos con un propósito en común.

Ha sido reconocido con dos premios nacionales, uno en Medio Ambiente y otro en Desarrollo Social. ¿Qué significan estos premios para usted y cómo han impulsado su trabajo en pro de la sostenibilidad y el cambio climático?

Han sido dos reconocimientos muy importantes en lo personal, porque hacen tangible el trabajo hecho. Y me confirman que el camino por donde vamos es el camino correcto y que debemos seguir y seguir.

En la próxima edición de Factor de Éxito se explora la convergencia entre turismo y sostenibilidad. ¿Cómo ve el turismo sostenible como estrategia clave para el éxito y la competitividad de las empresas en el siglo XXI?

El turismo, debe ser sostenible, no hay otra, sino, se nos acaba el cuento. El mundo necesita urgentemente la protección de lugares ricos en biodiversidad para conservación. El turismo debe ir en esa misma línea. Todos los negocios en general deben tener esa mirada innovadora de incorporar a la naturaleza como parte estructural de las empresas.

Debemos cuidar lo que tenemos y generar valor a partir de ello. Las comunidades, los atractivos naturales, la flora y fauna endémica, la cultura, etc, son parte del legado que hemos recibido y debemos respetarlo y aprender de esa sabiduría que hemos ido perdiendo.

La última Cop en Canadá, acordó proteger y conservar un 30% de los ecosistemas ricos del planeta, tanto terrestres,



como marítimos. Eso también nos habla de la importancia a nivel global del cuidado y respeto que debemos tener por los lugares que visitamos.

En el caso de Chiloé, gran parte de su potencial está en su riqueza ecosistémica, lagos, lagunas, ríos, mar, bosque, turberas, humedales, flora y fauna. Si perdemos el cuidado en el medioambiente, perderemos capacidad turística, lo que implica menores ingresos para sus habitantes.

Dado su compromiso con el medio ambiente y las comunidades en Chiloé, ¿cómo ve la relación entre la sostenibilidad y el desarrollo económico en esta región?

Chiloé está lejos de Santiago, la capital, pero no sólo lejos en distancia, sino también, en la adopción de cambios, presupuesto, modernidad, innovación, etc. La sostenibilidad está recién en proceso de llegada, de manera muy temprana, pero real.

El hecho de ser isla hace que todo sea más complejo aún. Sin embargo, veo esfuerzos que impulsan el tránsito hacia ella. Más que nada en emprendedores, o en algunas comunas y en la gente que se ha trasladado a vivir a la isla. Aún queda mucho trabajo en educar a los habitantes chilotes y en regular la operación de grandes industrias como la del Salmón y la Mitilicultura. Esta realidad presenta grandes oportunidades puesto que hay mucho por hacer y mucho por innovar.

En esta edición hablamos sobre el lema del sector turístico: “Turismo e Inversiones Verdes”, ¿qué oportunidades ve en esta orientación hacia la sostenibilidad y cómo puede influir en la economía mundial y la calidad de vida de las personas?

Tengo la loca idea de pensar que en unos años más, la biodiversidad también va a ser parte del mercado. Que los terrenos van a costar más debido a su riqueza ecosistémica. En simple, tengo el delirio de pensar que donde hay un gran coigue (árbol nativo) no puede hacerse un camino. Y que el camino debe ir por otro lado, que dañe lo menos posible el habitat, aunque salga dos veces más caro. Hoy el mundo está al revés en ese sentido, y viene así desde hace muchos años.

La protección y conservación efectiva de lugares de alto valor ecosistémico presenta una importancia vital para el ser humano y la calidad de vida. Los mercados y los modelos económicos deben incorporar este cambio para entrar en un modelo más circular, donde tanto la naturaleza, como las personas están al centro, junto a la búsqueda de la rentabilidad económica.

Como ganador del premio nacional de desarrollo social en la categoría “cambio climático”, ¿puede compartir algunas iniciativas o proyectos que estén contribuyendo significativamente a abordar este desafío en Chiloé?

El año 2018 fue nuestra primera jornada de plantación, fueron nuestros primeros 500 árboles. Este año 2023, plantamos 10.000 árboles nativos, lo que habla de nuestro crecimiento. Además, el 2023 para nosotros es un hito, ya que dejamos de plantar en base a la densidad y nos metimos de lleno en la restauración ecológica.

Todos estos años, nos han ido enseñando y ayudando a mejorar nuestros ciclos anuales. Trabajar con la naturaleza implica asumir las condiciones naturales que escapan de

nuestro control. Sin embargo, cada año vamos teniendo un crecimiento en nuestras restauraciones y vamos acercándonos todo lo que podemos a la ciencia de tal manera de continuar con una base que nos vaya dando luces respecto a cómo ir progresando.

En relación con este premio, creo que nuestra mayor contribución tiene que ver con incorporar a la naturaleza como parte estratégica de las empresas con las que trabajamos. Meter a la naturaleza como parte de la cultura y llevarlo a la acción, es sin duda, lo que más nos gusta hacer. Porque hoy muchas empresas se ocupan de reducir sus huellas, lo que está muy bien, es decir, bajar al aporte de CO2 es un avance, pero ¿qué pasa con la naturaleza?

Mencionó la plantación de árboles nativos como parte de la restauración ecológica en Chiloé, ¿cómo ha sido la participación de la comunidad y los colaboradores en este esfuerzo? ¿Qué logros destacados puede compartir?

Siempre hemos enfrentado nuestras plantaciones en colaboración. No hay otra manera de hacerlo, ya que los costos son bastante elevados al restaurar y los voluntarios y los aportes de empresas pasan a tener un rol fundamental. Creo, en lo personal, que uno de los temas más interesantes, es cómo las comunidades se van sumando a lo que hacemos y cómo van de esa manera, entendiendo el valor de lo que tienen y la relevancia de cuidarlo.

Este año, particularmente, firmamos un acuerdo con la dirección de medioambiente de Ancud. Bajo este acuerdo, estamos elaborando un catastro de comunidades que no tienen red de agua potable.

En Chiloé no hay montañas, ni deshielos, por lo tanto el agua de lluvia es la única fuente de abastecimiento. En este tipo de comunidades, siempre hay una fuente de agua cerca que abastece a la comunidad, sin embargo, si no se cuida y conserva debidamente, la tendencia va a ser a la sequía, según indica la crisis climática.

Si estas comunidades se quedan sin esas fuentes de agua, tendrán un stress hídrico tremendo. De ahí la importancia de este acuerdo, que dice que plantaremos árboles cerca de estas fuentes de agua lo que traerá como consecuencia, la captura y aprovechamiento del agua mediante las raíces de estos árboles.

Como líder del Festival Pala en Mano y fundador del Laboratorio de Innovación y Sustentabilidad UÑU, ¿puede hablarnos más sobre estas iniciativas y cómo están contribuyendo a la promoción de la sostenibilidad en su región y más allá?

Todo lo que hacemos en UÑU busca de alguna manera generar impactos positivos en lo económico, lo social y ambiental. El festival es una vitrina para juntar a la comunidad, llevar educación y contagiar a las empresas en torno a la acción climática. El Lab, (www.unulab.cl) busca generar compromisos a largo plazo con las empresas, para aportar a la generación de la biodiversidad, mediante la reproducción de árboles nativos y la restauración ecológica.

Todas estas iniciativas a la larga, lo que buscan es poner a las empresas y las personas a trabajar en pro de recuperar la virtuosa y generosa biodiversidad de la isla de Chiloé.

Gloria Moya Coloma

Directora Corfo Región Metropolitana

“Las inversiones verdes no son solo una tendencia, son una necesidad urgente”

La directora de Corfo Región Metropolitana, Gloria Moya Coloma, comparte su visión sobre el papel del turismo sostenible en la construcción de un futuro mejor. Desde su experiencia como Ingeniera Agrónoma hasta su liderazgo en el desarrollo sostenible, Moya revela cómo el compromiso y la responsabilidad son clave en la gestión de una sociedad con más y mejores oportunidades.

En la convergencia entre el turismo y la sostenibilidad, se erigen figuras cuyo compromiso y responsabilidad dejan una impronta en la construcción de una sociedad más sostenible. En este contexto, Factor de Éxito tiene el privilegio de entrevistar a Gloria Moya Coloma, actual Directora de Corfo Región Metropolitana, una destacada Ingeniera Agrónoma cuya trayectoria ha sido un faro en la promoción del desarrollo sostenible en Chile.

La historia de Gloria Moya Coloma comienza en las aulas de la Pontificia Universidad Católica de Chile, donde se graduó como Ingeniera Agrónoma. Su interés por la gestión ambiental la llevó a obtener un Magíster en Medio Ambiente con mención en Gestión y Ordenamiento Ambiental en la Universidad de Santiago de Chile, marcando el inicio de una carrera dedicada a la preservación del entorno natural.

Además de su formación en agronomía y medio ambiente, esta destacada profesional ha buscado constantemente ampliar sus horizontes académicos con un diplomado en Negocios y Administración de Empresas en la UAI y un diploma de Desarrollo Sostenible y Cambio Climático de la Universidad de Chile son testigos de su compromiso con la educación continua y la adquisición de conocimientos multidisciplinarios.

Antes de asumir el rol de directora de Corfo Metropolitanano en 2022, Moya dejó una huella indeleble en la región de Tarapacá. Desde 2016, se desempeñó como Subdirectora Regional, consolidando su liderazgo y expertise en el ámbito de la promoción económica y el desarrollo sostenible.

Su experiencia en Tarapacá fue precedida por roles clave en la región, donde destacó como Jefa de Departamento de Fomento en INDAP y como Docente en la Universidad Arturo Prat. Con más de 8 años dedicados a la docencia en la carrera de Agronomía, no solo llevó su conocimiento a las aulas, sino que también contribuyó al desarrollo de nuevos profesionales comprometidos con la sostenibilidad.

El liderazgo de esta agrónoma se ha caracterizado por su apoyo decidido al emprendimiento, la innovación y la competitividad. A través de diversos fondos y programas de Corfo, ha canalizado recursos para fortalecer el tejido empresarial y fomentar la creación de soluciones sostenibles.

Su visión va más allá de los números y las estadísticas, para Moya, el desarrollo sostenible implica fortalecer el capital humano, promoviendo una sociedad que ofrezca más y mejores oportunidades. Este enfoque integral se refleja en su gestión al frente de Corfo Región Metropolitana, donde busca no solo impulsar la actividad económica sino también garantizar que esta contribuya al bienestar de la sociedad y al cuidado del medio ambiente.

Asimismo, la directora de Corfo destaca la necesidad de alinear el turismo con los principios de inversión verde, subrayando la importancia de orientar todas las actividades humanas hacia las personas, el planeta y la prosperidad. En este sentido, Moya Coloma aboga por un enfoque integrado que involucre a la comunidad, a las empresas y a las autoridades en la promoción de prácticas turísticas sostenibles.

Su labor en Corfo se extiende a la comunidad, donde ha participado activamente en iniciativas que promueven el desarrollo sostenible a nivel local. Desde programas de educación ambiental hasta el apoyo a emprendimientos locales, Moya se involucra de manera directa, demostrando que el liderazgo va más allá de las responsabilidades institucionales.

Moya también destaca la importancia de adoptar una visión integral que priorice a las personas, el planeta y la prosperidad. Su enfoque va más allá de los resultados económicos a corto plazo, buscando sentar las bases para un desarrollo sostenible a largo plazo.

Dado su extensa experiencia en desarrollo sostenible, ¿cómo ha visto evolucionar la conciencia ambiental en el sector empresarial durante su trayectoria profesional?

Creo que la conciencia ambiental del mundo empresarial ha evolucionado en la medida que se ha ido evidenciando el impacto del cambio climático en los sectores productivos, así como los riesgos que la no acción preventiva y de gestión del riesgo representa para los territorios. Chile cumple con siete de los nueve criterios de vulnerabilidad de los países, que la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, definió en 1992 y desde esa perspectiva, es de suma importancia mantener la atención en aquellos que son más críticos para las personas y sistemas

productivos, así como en los entornos territoriales y comerciales en los que están insertos.

Hay buenos indicios en este sentido, a nivel corporativo el creciente número de empresas que ha incorporado los reportes de sustentabilidad en sus prácticas regulares, así como también se ha vuelto más relevante para los inversores, tener en cuenta los criterios ESG (Environmental, Social and Governance). Entre las empresas medianas y pequeñas, ha ido avanzando el interés por los temas de sustentabilidad tanto en la implementación de proyectos de innovación en las líneas de sustentabilidad, así como se ha podido constatar que el emprendimiento con foco en sustentabilidad que ha ido ganando terreno y poco a poco va evidenciando no sólo la llegada de tendencias globales, sino también el florecimiento de una conciencia productiva, que piensa en el futuro.

Esta evolución, que aún tiene muchos desafíos y que necesita avanzar con mayor velocidad, ha ido acompañada de política pública que también ha evolucionado y que busca acompañar procesos de transición sustentable en diversas materias del ámbito productivo.

En su experiencia como directora regional de CORFO, ¿puede compartir ejemplos específicos de proyectos que hayan contribuido significativamente a la sustentabilidad ambiental y al desarrollo económico en la región?

Desde Corfo está la convicción de que es clave apoyar procesos de transformación productiva y ha sido posible apoyar iniciativas de distinta naturaleza, aportando a proyectos en diversos temas y sectores, tanto en el mundo del fortalecimiento empresarial, el emprendimiento y la innovación, vinculados a temas de sustentabilidad ambiental y que sin duda han representado iniciativas muy interesantes tanto desde el punto de vista tecnológico, como de los modelos de negocio que hay detrás de ellos.

Existen iniciativas individuales en donde podemos encontrar soluciones para la generación de madera plástica, pintura en base a materiales de difícil reciclaje, proyectos asociativos para la reducción de las huellas energéticas e hídricas y una amplia gama de iniciativas que ha fortalecido el ecosistema empresarial, algunos ligados a la sustentabilidad y Economía Circular y sus principios, que permiten abordar el flujo de materiales desde el diseño, innovando en materialidades, gestión de residuos y con la perspectiva de avanzar en el impulso del mercado de materias primas secundarias en el futuro.

Sumado a lo anterior, creo que los ejercicios de alto impacto que hemos podido impulsar, se encuentran la formación de capital humano especializado en materias de sustentabilidad, que resulta fundamental en la habilitación de ecosistemas empresariales sostenibles, aportando a generar masa crítica entre los profesionales de las organizaciones, así como profesionales que las asesoran externamente. Y con ello ir propiciando mejores escenarios y capacidades, para aportar al desacople del desarrollo del país del uso extractivo de los recursos naturales.

En este ejercicio se vuelven fundamentales los programas estratégicos en distintos sectores y territorios que desde gobernanzas público privadas, abordan temas sectoriales, cada vez más empalmados con los temas de sustentabilidad ya sea en el mundo del turismo, los alimentos, las construcción, las ciudades entre otros.

El lema de este año en el sector turístico es “Turismo e Inversiones Verdes”. Desde su posición en CORFO, ¿cómo ha estado promoviendo la inversión en iniciativas turísticas sostenibles?

Desde Corfo Metropolitano hemos impulsado una iniciativa público-privada para fortalecer el turismo de Montaña y avanzar a convertirnos en una región líder en turismo de montaña, que además no puede, debe ser sostenible. Este programa cuenta con una gobernanza público-privada que representa los intereses de distintos actores territoriales y sectoriales, que acuerdan una hoja de ruta en base a brechas existentes, que se implementa de manera compartida y colaborativa.

Este proyecto cuenta con el apoyo del Gobierno Regional y su actual Gobernador, como uno de sus socios estratégicos, impulsando apuestas conjuntas que permitan ir avanzando en proyectos habilitantes que permitan ir avanzando en la ambición del programa, en donde se ven representados múltiples intereses y se gestiona la implementación de una hoja de ruta compartida y consensuada, que ha guiado los pasos de este programa, su gobernanza y que apuesta a la concreción de proyectos habilitantes, rutas, refugios y otras formas de habilitación de infraestructura, que permita sumar activos relevantes en el desarrollo de una oferta de turismo de montaña segura, de alto estándar, inclusiva y sostenible que permita avanzar en una lógica productiva que cambia su centro de gravedad desde las dinámicas extractivas, hacia un enfoque de cuidado de los territorios, sus habitantes, ecosistemas, patrimonio natural, cultural y patrimonial, que lo pone en valor y que es en definitiva, el alma de esta actividad productiva, con gran potencial de encadenamiento productivo.

Asimismo, hemos estado avanzando en el desarrollo de iniciativas en temas como el enoturismo, que potencia el patrimonio vitivinícola de la región, así como ahora avanzamos en una apuesta de turismo urbano, que esperamos que al igual que en turismo de montaña, tengan como eje transversal el desarrollo de una industria sostenible e inclusiva y en donde esperamos acerca a innovación como palanca que permita enfrentar con nuevas soluciones, los importantes desafíos de sustentabilidad que nos convoca.

Con su formación en Ingeniería Agrónoma y su experiencia en el Instituto de Desarrollo Agropecuario, ¿cómo cree que la agricultura sostenible puede ser un motor para el desarrollo económico y social en las comunidades locales?

Como Ingeniera Agrónoma, estoy convencida que la agricultura sostenible es una pieza fundamental en el desarrollo de los territorios. Sabemos que un territorio competitivo, cuenta con condiciones de seguridad alimentaria, basadas en las zonas productivas del entorno y estos sistemas productivos, hoy por hoy deben ser sostenibles, tanto desde el impacto que generan en los recursos naturales que comprometen -agua y suelo-, como en la posibilidad de mantener y mejorar la capacidad productiva, no obstante, los riesgos inherentes a la agricultura, que en escenarios de crisis climática como el actual, son aún mayores.

En este sentido, debemos ser capaces de contar con sistemas productivos resilientes frente al clima, eficientes en el uso de suelo, agua, energía e insumos, así como reducir al mínimo las pérdidas en los distintos eslabones de la cadena, que genere productos que sean inocuos en el consumo, así como que integren cadenas logísticas que minimicen la generación de GEI, en circuitos lo más cortos posible. En este desafío la innovación y el trabajo asociativo es fundamental, tanto a nivel productivo como comercial.

Como parte de la Red de Mujeres Líderes del Estado 2020, ¿cuál considera que es el papel fundamental de las mujeres en la promoción de prácticas empresariales sostenibles y responsables en el ámbito público y privado?

Es fundamental lograr una equilibrada representación de la mujer en todo ámbito; históricamente, hemos estado circunscritas más bien al ámbito privado ligado a la familia y el cuidado; esta situación ha ido cambiando gradualmente, conforme se ha avanzado en el ingreso de la mujer al mundo público a través de su integración a la economía, al mundo laboral, la promoción de la autonomía económica y la paulatina conquista de derechos, que ha sido un camino arduo, forjado por generaciones de mujeres valientes, que ha permitido llegar al punto en que nos encontramos, que aunque con muchos desafíos, ha avanzado. La inclusión justa de la mujer en la toma de decisiones no sólo es un imperativo ético, es una excelente estrategia que contribuye a avanzar hacia mejores resultados.

Cada vez más, se pone en evidencia del efecto positivo de contar con organizaciones, ecosistemas y entornos con una representación equilibrada de la mujer en la toma de decisiones, por ejemplo, hay mediciones que hablan de un mejor desempeño empresarial, mayor retención de talento, mayor capacidad innovadora de las

organizaciones, aporte a climas laborales saludables, toma de decisión para el largo plazo, entre otros atributos del liderazgo femenino en las organizaciones.

Ecosistema empresarial e institucional en Chile, está fuertemente marcado por la presencia de mujeres, que han ido tomando posiciones de liderazgo y que han dado rostro a las estrategias de sostenibilidad de numerosas entidades.

Luego de su participación en programas internacionales como la “Academy of Sustainable Urban Mobility”, ¿cómo ve el futuro de la movilidad sostenible en las ciudades y cuál cree que es el papel del sector público en esta transformación?

La movilidad sostenible es condición necesaria para que una ciudad sea también, sostenible. La movilidad es parte del cotidiano de los habitantes de una ciudad o de un territorio y en ese sentido, la forma en que se implemente esa movilidad sin duda tendrá un efecto gravitante la calidad de vida de sus habitantes, así como también en el impacto ambiental que genere en su entorno.

Una movilidad sostenible, pone en el centro a las personas y sus necesidades de movilización, que son múltiples y variadas. Por otra parte, una movilidad sostenible, centrada en atender a las distintas necesidades de las personas puede tener configuraciones dinámicas e intermodales, que además deben ser informadas, complementarias e interoperables, de manera que favorezcan el transporte bajo en carbono y donde prospere la cultura de convivencia vial, de manera que la ciudad, sea mucho más amable, eficiente y que redunde en un mejor desempeño productivo del territorio y de las personas que transporta.

Con su formación en Gestión y Ordenamiento Ambiental, ¿cómo ha aplicado estos conocimientos en su trabajo en CORFO para fomentar el desarrollo sostenible en las políticas y proyectos de la institución?

La mirada en relación al medio ambiente, gestión y ordenamiento ambiental, me ha permitido contar con una perspectiva más amplia en relación a los desafíos de sustentabilidad que enfrentamos no sólo como agencia de desarrollo productivo, sino también como humanidad.

Desde Corfo Metropolitano, hemos buscado incorporar de manera transversal la sustentabilidad en las intervenciones sectoriales, territoriales y empresariales, tanto a nivel individual como asociativo, tiempo antes de que se implementara como estrategia transversal a nivel nacional, lo que nos ha permitido ir familiarizándonos como equipo, con temas como el ecodiseño y la economía circular, entre otros. Aún persisten importantes desafíos en relación a la disponibilidad de data sistemática y suficiente, que facilite la toma de decisiones basados en evidencia y que apunte a identificar los aportes de nuestras intervenciones a los compromisos nacionales e internacionales, no obstante ello, hemos establecido un trabajo constante para ir potenciando iniciativas que aborden los temas ambientales, que fortalezcan el ecosistema y que contribuyan a generar conocimiento agregado entre sus participantes.

En su opinión, ¿cuál es el mayor desafío que enfrenta actualmente Chile en términos de sostenibilidad y qué medidas considera esenciales para superarlo?

Creo que uno de los principales desafíos que la sostenibilidad en Chile, tiene que ver con la necesidad de trabajar asociativamente y en colaboración desde una mirada de integración multidisciplinar y desde la coordinación multinivel, fortaleciendo capacidades para articular las estrategias desde lo local de manera fluida con los niveles comunales, regionales y nacionales, según sea necesario, entendiendo que los dilemas de la sostenibilidad de los sistemas productivos deben ser entendidos desde una perspectiva sistémica y abordados desde esta misma complejidad.

Es esencial resolver las fallas de coordinación tanto público-público como público-privada de manera de ir configurando mejores

escenarios para el futuro, poniendo a disposición capacidades y agendas que faciliten el avance de las estrategias de adaptación y mitigación frente a la crisis climática actual. Asimismo, es fundamental avanzar en la generación de estrategias y acciones que, desde la política pública, contribuyan a fortalecer las estrategias de adaptación al Cambio Climático, en donde hay mucho menos intervención y financiamiento y que resulta esencial para construir resiliencia territorial.

Contando con su desempeño en cursos sobre enfoque de género en políticas públicas y emprendimiento, ¿cómo puede la igualdad de género contribuir a una economía más sostenible y justa en Chile y en el mundo?

La equidad de género beneficia a la economía. Un ejemplo de ello es que un ecosistema cualquiera, en la medida que representa de mejor forma su diversidad, es capaz de acceder a lo mejor de su talento y desde ahí, alcanzar las mejores respuestas a los desafíos que enfrenta. Así mismo, la innovación florece en los espacios de inclusión y diversidad y en la medida que aseguramos una adecuada representación de la diversidad de un territorio determinado, avanzamos hacia entornos más innovadores, necesario en los tiempos que vivimos.

Según OCDE y otras entidades, avanzar en el ámbito laboral con la mitad del talento, influye positivamente en el crecimiento, competitividad, robustez y sostenibilidad de la economía. En este sentido, he podido ver la evolución del ecosistema de emprendimiento e innovación asociado a Corfo, que a través de las convocatorias de distintos instrumentos con enfoque de género, es posible apreciar una creciente participación de mujeres en iniciativas de alto impacto, al tiempo que propician redes y generan capital social en sus entornos.

La participación de la mujer en la economía, en procesos innovadores, en la toma de decisiones, en la conducción y liderazgo político y organizacional, avanza, aunque más lento de lo requerido; hay reportes que hablan de más de dos siglos para llegar a la igualdad efectiva, de manera que estamos todos y todas convocados a este reto y contribuir a acelerar la equidad en nuestros espacios.

Como profesional altamente capacitada en desarrollo sostenible, ¿podría compartir alguna experiencia personal que la haya inspirado a seguir trabajando arduamente por un futuro más sostenible y equitativo?

La sostenibilidad y la equidad son conceptos que van de la mano; no podríamos pensar en un espacio sostenible si no es en equidad y en respeto de la diversidad.

Desde mi experiencia personal, tengo varias fuentes de inspiración, por un lado el contacto con la naturaleza en distintos escenarios y etapas de mi vida, mi familia, mi ruta profesional, las primeras prácticas, probablemente todo suma en este destilado de inspiración, pero si tuviera que elegir, creo que fue especialmente importante el tiempo que viví en la región de Tarapacá, en pleno desierto, transitando del altiplano a la costa en el mismo día, conociendo y comprendiendo los sistemas productivos desde una cosmovisión fuertemente arraigada, insertos en ecosistemas de alta fragilidad y con una fuerte identidad cultural y patrimonial, en donde sus protagonistas, trabajaban en complicidad absoluta con la naturaleza -La Pacha-.

Esta experiencia me aportó la claridad de que para los sistemas productivos y las personas que le dan vida, es vital el acompañamiento, el diálogo y la colaboración, de manera de fortalecer las redes, la confianza y desde ahí, propiciar cambios tecnológicos, prácticas, procesos o lo que haga falta. Otra fuente de inspiración siempre es mi familia, cargada de historias de mujeres que han dado sus propias batallas de independencia y autonomía, la familia que hemos formado, con nuestras tres hijas, que son presente y futuro, que espero disfruten de un mundo más justo y protector.

Felipe Omar Vera

**Project Director de Guanaku
Líder en Transformación y
Desarrollo Turístico**

El Camino hacia un Turismo Sostenible

**El turismo se convertirá en la mayor fuerza
de bienestar común del planeta**

Felipe Omar Vera, Director de Proyecto de Guanaku y experto líder en sostenibilidad turística, comparte su visión sobre el papel del turismo sostenible en la transformación económica y social de las comunidades locales. Destaca la importancia de la formación en sostenibilidad para profesionales del turismo y enfatiza en la necesidad de una colaboración global para promover prácticas sostenibles en la industria turística.

En su experiencia como Vicepresidente Mundial de Destinos Verdes y Coordinador para LATAM del Good Travel Program, ha logrado importantes reconocimientos para destinos turísticos en Chile. ¿Cómo ve el papel del turismo sostenible en la transformación económica y social de las comunidades locales?

Green Destinations es la ONG líder a nivel mundial en materia de visibilizar los esfuerzos que realizan las comunidades locales en sus avances hacia un turismo más sostenible y, en ese contexto, creo firmemente que necesitamos mostrar los éxitos que han alcanzado los territorios en los ejes sociales, ambientales y económicos y de esa forma, poder inspirar a cada vez más destinos turísticos. Un turismo más sostenible definitivamente permite que los territorios se vean en nuestro sector, una oportunidad para diversificar la economía local y para proteger sus estilos de vida y patrimonio natural y cultural, aumentando de esta forma el orgullo, la identidad y la pertenencia.

Usted ha impulsado la planificación estratégica para mejorar las condiciones de vida de las personas, conservando el patrimonio y diversificando la economía local. ¿Qué estrategias consideran cruciales para lograr este equilibrio entre desarrollo turístico y sostenibilidad?

Los tomadores de decisión deben considerar la implementación de Organizaciones Gestoras de Destinos, generándose alianzas público-privadas con apoyo de la academia, incorporando criterios e indicadores que nos permitan medir el verdadero éxito de la actividad turística. Sin embargo, estas nuevas estructuras no tendrán futuro si es que desde el nivel político, no se prioriza la actividad turística a escalas comunales, regionales y nacionales, considerando como eje central, el bienestar de las comunidades de acogida.

Como experto en sostenibilidad turística, ¿cómo ve la contribución del turismo en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU? ¿Podría compartir algún ejemplo de un proyecto exitoso en este sentido?

El turismo puede y debe ser un actor principal en lo que se refiere a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sin embargo se hace necesario acelerar los esfuerzos para, en primer lugar, entender la relación entre la actividad turística y los

Objetivos de Desarrollo Sostenible a nivel político y de comunidades. Los criterios centrales de Destinos Verdes para la gestión de destinos sostenibles hacen una relación directa con cada uno de los 17 ODS. La versión estándar 2.0 de Destinos Verdes está conformada por 6 temáticas; Gestión de Destinos, Naturaleza y Paisaje, Medio Ambiente y Clima, Cultura y Tradición, Bienestar Social y Negocios y Comunicación. Es así como cada una de las 100 historias destacadas de sostenibilidad turística del año 2023 de Green Destinations, programa conocido como TOP100, busca mostrar los esfuerzos que realizan los destinos asociados a esta iniciativa que a la fecha, ha sido utilizado en más de 600 destinos. de todo el planeta.

Ha sido clave en la implementación de la certificación UNWTO.QUEST en Chile. ¿Qué impacto ha tenido esta certificación en el desarrollo sostenible de los destinos turísticos y en la competitividad a nivel internacional?

La Certificación para la excelencia en la gestión de destinos UNWTO.QUEST posee tres ejes clave de acción; Liderazgo estratégico, Ejecución eficaz y Gobernanza eficiente. Actualmente, la certificación UNWTO.QUEST posee cinco Organizaciones de Gestión de Destinos adheridas a este proceso de mejora continua; Punta del Este Visitors & Convention Bureau; Uruguay, Agencia Cordoba Turismo; Argentina, Thomson Okanagan Tourism Association; Canada, Fundació Mallorca Turisme, España y recientemente la Corporación de Turismo de la Región de Valparaíso; Chile. Definitivamente UNWTO.QUEST tiene como principal beneficio poder revisar cada uno de los procesos que se ejecutan en la planificación y gestión de la actividad turística, permitiendo identificar las buenas prácticas y los elementos que se hace necesario mejorar. Las Organizaciones de Gestión de Destinos con certificación UNWTO.QUEST se posicionan como excelentes ejemplos de visión de largo plazo y de alianzas para la obtención de beneficios comunes, aumentando así la competitividad del territorio, al tiempo que se establecen indicadores específicos para medir los avances en sostenibilidad turística.

Usted ha estado involucrado en la Academia de la OMT, promoviendo la capacitación y el desarrollo de capacidades en el sector turístico. ¿Cómo ve el rol de la formación en sostenibilidad para profesionales del turismo en el contexto actual?

A pesar de que hoy es posible encontrar una enorme variedad de programas formativos en turismo, en donde la sostenibilidad forma parte central o bien, se toca en forma tangente, todavía existe un enorme margen de mejora en cuanto a conocer las buenas prácticas y las diversas soluciones que pueden entregarse para las problemáticas que enfrentamos en nuestro sector. Hoy es posible acceder a una diversa oferta de creación de capacidades en formato online y eso ayuda a que nuestro mensaje llegue no solo a

profesionales consolidados, sino que además a las nuevas generaciones.

Durante su tiempo como Coordinador de Especialidad en INACAP, tuvo un impacto significativo en la formación de nuevos profesionales del turismo. ¿Qué enseñanzas valiosas ha adquirido de esta experiencia?

En mi labor como Coordinador de Especialidad de la Escuela de Hotelería, Turismo y Gastronomía más grande e importante de Chile, fui honrado con el desafío de liderar un equipo de más de 130 académicos que, en su accionar en los programas de estudio, impactaban positivamente a miles de estudiantes. Y ese es precisamente la mas valiosa enseñanza; el trabajar no solo desde la técnica y el conocimiento, sino que principalmente desde lo humano, en donde los jóvenes con su energía y entusiasmo pueden propiciar los cambios que nuestro sector requiere.

Ha participado como conferenciante en numerosos eventos internacionales. ¿Podría compartir una experiencia o momento destacado que haya tenido durante alguna de estas conferencias?

Cada conferencia, capacitación y taller que he liderado tiene como principal objetivo, el que los asistentes puedan vivir un momento de reflexión y de entusiasmo para ser parte de un movimiento mundial, que es la sostenibilidad turística. Fui una de las primeras voces que hablo en Beijing, China, sobre los desafíos que tiene el turismo en LATAM y en específico Chile ya en 2017, en donde autoridades, académicos, profesionales y estudiantes comprendieron la importancia de contar con indicadores para entender el éxito, o fracaso, de nuestro sector. En Colombia y gracias a los espacios brindados por COTELCO y FENALCO, he logrado transmitir a cientos de profesionales las intersecciones entre emergencia climática, turismo y bienestar humano, todo esto en uno de los países que mayores avances esta realizando a nivel LATAM para priorizar la actividad turística.

Ha asesorado en el proceso de transformación digital del turismo en Chile. ¿Cómo ve la importancia de la tecnología en la promoción de prácticas turísticas sostenibles?

Definitivamente la tecnología nos ha ayudado y seguirá ayudando para presentar las historias de buenas prácticas en sostenibilidad turística. Ahora bien, poseemos brechas en materia de digitalización de las Micro, Pequeña y Medianas empresas, pero también de los destinos en cuanto a presentar en formato Open Data cada uno de los elementos que están en funcionamiento para hablar sobre planificación territorial y gestión de destinos. Es por eso que, aun cuando tengamos acceso a nuevas tecnologías, estas tienen que estar a disposición de los tomadores de decisión y de las comunidades de acogida para avanzar en instancias de cooperación, siempre posicionando la mejora en la calidad de vida tanto de habitantes como de visitantes.



Como miembro fundador de Global Leaders Network y miembro de la Comisión Mundial de Áreas Protegidas de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), ¿cómo ve la colaboración global en la promoción de prácticas sostenibles en el turismo?

La cooperación internacional es clave para compartir experiencias y aprendizajes, además de las posibilidades sobre acceso a financiamiento para acelerar la transformación en los procesos al interior de la cadena de valor del turismo en cuanto a sostenibilidad se requiere. Global Leaders Network fue fundada en la ciudad de Arnhem, Países Bajos en 2017 como un esfuerzo de Green Destinations para crear un debate al más alto nivel de decisiones sobre sostenibilidad turística. Asimismo, IUCN posee un gran compromiso con el turismo sostenible y las oportunidades que pueden generarse entre instituciones y proyectos deben estar en el horizonte de todo profesional de nuestro sector.

Finalmente, desde su perspectiva, ¿cuál considera que es el legado más importante que desea dejar en la industria del turismo sostenible?

Mi mayor legado tiene relación con incrementar la red de destinos que están avanzando en sostenibilidad turística, no solo en LATAM, sino que en todo el mundo y que de esta forma, el turismo se convierta en la mayor fuerza de bienestar común del planeta.

Verónica Paz Pérez García

Psicóloga Organizacional y Coach
Ontológico

**“Transformando empresas con
sostenibilidad y empatía”**

Verónica Paz Pérez García, Psicóloga Organizacional y Coach Ontológico, nos facilitó adentrarnos en el mundo de la sostenibilidad empresarial y la gestión centrada en las personas. Desde su experiencia como co-fundadora de Ayelén Consultora y su dedicación a desarrollar habilidades de liderazgo, nos guía a través de los desafíos y las oportunidades que las empresas enfrentan al integrar la sostenibilidad en sus estrategias.

Desde la necesidad de una conciencia colectiva hasta el equilibrio entre el propósito y los resultados económicos, Verónica nos ofrece una visión profunda y pragmática sobre cómo las organizaciones pueden transformarse para ser sostenibles y eficientes sin perder de vista el bienestar de sus empleados.

Desde su compromiso con el desarrollo de programas de liderazgo, destaca la necesidad de una profunda transformación en la mentalidad empresarial. Ella argumenta que, para integrar la sostenibilidad de manera efectiva, las empresas deben ir más allá de los gestos superficiales y abrazar una comprensión integral de su impacto en el mundo. Desde su punto de vista, esto implica una reflexión honesta sobre los valores y propósitos fundamentales de la organización.

También resalta la importancia de desarrollar líderes con habilidades emocionales y empatía. Para ella, el liderazgo sostenible va más allá de los números; se trata de cultivar una cultura organizacional que valore tanto el bienestar de los empleados como los resultados económicos. En este sentido, apunta la necesidad de líderes que se preocupen genuinamente por el bienestar de los demás y que estén dispuestos a hacer sacrificios en pro de un propósito más amplio.

Un ejemplo que Pérez comparte es su experiencia asesorando a una startup llamada Cebra en su camino hacia la certificación como Empresa B. Esta consultoría implicó una profunda reflexión sobre el propósito de la organización y la identificación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que podrían abordar de manera realista. Este caso subraya la importancia de alinear los objetivos de sostenibilidad con la verdadera identidad y valores de la empresa.

Verónica también habla sobre el papel del turismo en la promoción de la sostenibilidad a nivel mundial. Si bien admite que no es una experta en el sector, reconoce el potencial del turismo para generar conciencia sobre la gestión responsable de los recursos.

Para ella, la educación es fundamental y el turismo puede desempeñar un papel crucial al mostrar cómo pequeños cambios en el comportamiento del consumidor pueden marcar la diferencia.

En cuanto a los desafíos, esta profesional señala la resistencia al cambio y la falta de comprensión como obstáculos comunes cuando se trata de implementar una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad, destaca la necesidad de que los líderes sean auténticos en su compromiso con la sostenibilidad y estén dispuestos a invertir en el cambio cultural necesario.



De este modo, comparte su visión de un lugar de trabajo sostenible y eficiente. Para ella, un ambiente laboral saludable implica no solo proporcionar condiciones básicas adecuadas, sino también cultivar la salud mental de los empleados, otorgar herramientas necesarias y promover líderes conscientes y ecuanímenes, subraya la importancia de la remuneración justa y la flexibilidad para fomentar un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal.

Pérez hace énfasis en cómo las empresas pueden abrazar la sostenibilidad de manera auténtica, equilibrada y centrada en las personas. Su experiencia y perspectivas nos guían hacia un futuro empresarial más amigable, sostenible y humano, donde la integridad y el bienestar se colocan en el centro de la estrategia empresarial.

“En Chile hay una gran parte del empresariado que está aprendiendo como la sostenibilidad se integra de manera efectiva en la estrategia empresarial en la actualidad, entonces -a mi juicio- por falta de conocimiento, aún hay una tendencia de asimilar la Sostenibilidad con una artista con foco netamente social, que se ejecuta desde las áreas a cargo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y sus temas como la inclusión y la diversidad, y son pocas las empresas que analizan el negocio y las 3 áreas de impacto para preguntarse a nivel de directorio y altos mandos”, agrega la profesional.

Además, señala que las preguntas ¿cuál es el modelo de negocios, qué impactos genera? y ¿a qué propósito se puede aspirar?; son preguntas que parecen muy blandas, pero son las que generan el norte para elaborar una estrategia de Sostenibilidad sólida y global.

Lía Seguel

**Explorando los
Límites del Espacio
y la Sostenibilidad:
La Visión de
Lía Seguel Alvarado**

Lía Seguel Alvarado emerge como una pionera intrépida y apasionada. Arquitecta egresada de la prestigiosa Universidad de Concepción en Chile y candidata a Máster en Arquitectura Avanzada por la Universidad a Distancia de Madrid, ha desafiado las fronteras de lo que significa ser una arquitecta, fusionando su pasión por el espacio con su talento en el diseño arquitectónico.

Lía Seguel Alvarado, fundadora del Estudio Arquitectura Espacial Chile (ARECH), ha llevado a América Latina hacia una nueva era de exploración espacial y sostenibilidad. En esta fascinante travesía, Seguel Alvarado nos invita a descubrir las maravillas del espacio y las promesas de un futuro sostenible, donde la arquitectura espacial se entrelaza con los sueños humanos de conquistar lo desconocido.

Desde sus primeros días como arquitecta, esta profesional demostró un interés apasionado por el universo. Su fascinación por el espacio la llevó a explorar su creatividad a través del arte de la pintura abstracta, donde los colores y las formas se fusionaron para crear representaciones vívidas de cuerpos celestes y nebulosas.

Este amor por lo cósmico se fusionó naturalmente con su dedicación a la arquitectura, llevándola a una jornada de descubrimiento que finalmente culminó en la fundación de ARECH. Al reflexionar sobre su inspiración para embarcarse en este viaje único, Seguel comparte: “Creo que la arquitectura espacial tiene el potencial de mejorar la vida de las personas en la Tierra y fuera de ella”. Con estas palabras, se revela su firme compromiso con una revolución sostenible en el ecosistema espacial y terrestre.

ARECH, una empresa pionera en Chile y Latinoamérica, ha transformado la manera en que percibimos la relación entre la arquitectura espacial

y el turismo sostenible en la Tierra. Seguel vislumbra un futuro donde estas dos esferas se entrelazan, creando entornos habitables que son respetuosos con el medio ambiente y conscientes de los recursos. Su enfoque radica en el diseño de estructuras que utilizan materiales reciclados y reutilizables para reducir los residuos generados durante la construcción.

Además, ARECH está desarrollando habitáculos resistentes a entornos extremos, como costas, montañas y desiertos, aplicando conceptos de arquitectura aeroespacial. Estas innovaciones, junto con la implementación de hábitats inteligentes y adaptativos, han elevado el estándar del turismo sostenible, ofreciendo experiencias únicas que protegen tanto a los turistas como a los ecosistemas circundantes.

La diversidad ha sido el cimiento de la visión de Lía en ARECH. Su equipo, compuesto exclusivamente por mujeres con diversas habilidades y conocimientos, ha sido fundamental para la innovación en la empresa. “La diversidad de género garantiza que el equipo tenga una perspectiva más amplia de las problemáticas a las que nos enfrentamos en los diferentes proyectos”, comparte Seguel.

Esta diversidad ha permitido que ARECH promueva políticas y prácticas de gestión con un enfoque de género, desafiando los estereotipos y empoderando

a las mujeres en el campo de la arquitectura espacial. La participación de ARECH en organizaciones como la Asociación Chilena del Espacio y la Fundación Spatio Australis ha fortalecido aún más su impacto, impulsando la conciencia pública sobre la exploración espacial en América Latina y generando un mayor apoyo para estas actividades.

La visión de Lía se extiende más allá de las fronteras de Chile. Su meta es convertirse en líder regional en arquitectura espacial sostenible, enfrentando desafíos significativos en el camino. La necesidad de aumentar la presencia de ARECH en Latinoamérica y desarrollar nuevos proyectos y productos ha llevado a la empresa a buscar fondos e inversionistas. Sin embargo, la inversión en el sector espacial es un terreno aún inexplorado, lo que ha presentado desafíos significativos para la obtención de fondos. A pesar de estos desafíos, Sequel y su equipo perseveran, confiados en que su dedicación y visión transformarán la industria espacial en América Latina.

ARECH ha lanzado iniciativas educativas, como el Concurso Internacional de Ideas de Arquitectura para la Luna, que han capturado la imaginación de mentes creativas de todo el mundo. Estas iniciativas no solo fomentan el conocimiento especializado, sino que también impulsan el desarrollo de soluciones sostenibles.

Al desafiar a los participantes a comprender los desafíos únicos de diseñar estructuras habitables en la Luna, ARECH ha cultivado un ambiente de aprendizaje colaborativo que nutre la innovación. Las soluciones desarrolladas en este contexto no solo tienen aplicaciones en la Luna, sino que también pueden abordar desafíos terrestres similares, como regiones áridas o zonas propensas a desastres naturales. La Agencia Espacial de Paraguay ha reconocido recientemente estas iniciativas como de interés científico y tecnológico espacial, destacando su impacto a nivel internacional.

La colaboración global es un pilar fundamental en la misión de Sequel y ARECH. Para ella, la cooperación global no solo genera conciencia sobre los beneficios de la arquitectura espacial, sino que también promueve la comprensión entre diferentes culturas y perspectivas. Esta comprensión mutua es esencial para el desarrollo de soluciones espaciales inclusivas, sostenibles y culturalmente apropiadas. La exploración espacial se convierte así en un esfuerzo colectivo y multisectorial, un camino hacia un futuro donde la arquitectura espacial transforma no solo el espacio, sino también la vida en la Tierra.

En un mundo enfrentando crisis habitacionales, climáticas y sociales, la arquitectura espacial y la



sostenibilidad emergen como faros de esperanza. Aunque estas disciplinas son relativamente nuevas, su potencial para abordar estos desafíos es monumental. La arquitectura espacial puede proporcionar soluciones prácticas para la crisis habitacional, desde viviendas modulares hasta modelos de arrendamiento social, mientras que la sostenibilidad impulsa la implementación de prácticas ecoeficientes y el uso de materiales reciclados.

En la lucha contra la crisis climática, la arquitectura espacial se convierte en una aliada valiosa, desarrollando tecnologías energéticamente eficientes y estructuras autosuficientes. En el corazón de estas disciplinas está la responsabilidad de promover la inclusión social y la equidad, asegurando que todos, sin importar su origen o situación económica, tengan acceso a un hogar digno y sostenible.

A través de la visión audaz de Sequel y la dedicación de ARECH, la arquitectura espacial se transforma en una fuerza motriz para el cambio positivo. En cada diseño, en cada iniciativa educativa y en cada colaboración global, la huella de ARECH se expande, dejando una marca indeleble en la historia de la exploración espacial y la sostenibilidad.

En este viaje hacia lo desconocido, Sequel y su equipo nos recuerdan que, al mirar hacia las estrellas, también descubrimos la capacidad infinita de la humanidad para innovar, crear y transformar el mundo que habitamos. Con cada paso audaz, nos acercamos un poco más a un futuro donde el espacio y la tierra se unen en armonía, guiados por la visión visionaria de Sequel y el equipo de ARECH.

Gabriel Edwards

Economista y líder en la exportación de vinos

Vinicultura Sostenible y Tradición de Calidad en Clos de Luz

En Clos de Luz, priorizamos la calidad sobre la producción masiva. Creemos que mantener altos estándares de calidad es crucial para establecer relaciones comerciales duraderas y la fidelidad de nuestros clientes a largo plazo

En la apacible región vinícola de Chile, Gabriel Edwards ha consolidado su posición como líder en la exportación de vinos, llevando consigo una rica trayectoria que se ha forjado en las escarpadas colinas de la industria vitivinícola internacional. Graduado de la Universidad de Chile y con una maestría en “Commerce International des vins et Spiritueux” de la Ecole Supérieure de Commerce en Dijon, Francia, Gabriel ha tejido su camino a través de viñedos y bodegas con una pasión por el vino que se ha vuelto su seña distintiva.

Su experiencia internacional, marcada por su papel en el departamento de Construcción Internacional de Marcas de Moët & Chandon y Dom Pérignon en Francia, ha sido fundamental en la construcción de su visión de negocio. Aprendió no solo estrategias de marketing específicas para productos premium, sino también la importancia de la tradición y la calidad en la industria del vino.

La travesía de Gabriel como responsable del departamento de exportación para América Latina y el Caribe en Viña Undurraga Groupe no solo fue una etapa en su carrera, sino un escenario de desafíos donde comprendió las preferencias locales y gestionó la logística de distribución en diversas regiones. Su enfoque estratégico permitió no solo expandir la presencia de la marca, sino también cimentar su experiencia en un terreno competitivo.

Sin embargo, su verdadero compromiso con la sostenibilidad y la calidad excepcional se manifestó en el relanzamiento de la viña familiar Almahue



en 2015. En este viñedo, las vides de Carménère plantadas en 1945, sin injertos ni clonaciones, son cuidadosamente preservadas, demostrando un respeto profundo por la autenticidad y la tradición.

Clos de Luz, la viña bajo su liderazgo, se erige como un faro de sostenibilidad en la industria. Desde la viña hasta la distribución, Gabriel ha integrado prácticas responsables, utilizando métodos orgánicos y generando energía solar para preservar el entorno y apoyar a las comunidades locales. La calidad del vino se percibe no solo como un estándar, sino como un compromiso inalienable.





La elección del método de reproducción Massal en Clos de Luz se convierte en una metáfora de su enfoque en la diversidad y la complejidad. La preservación de la diversidad genética de las vides añade una capa adicional de complejidad a sus vinos, haciendo que cada sorbo sea una experiencia única.

Gabriel Edwards ve el potencial del turismo sostenible como una oportunidad para elevar la posición de los vinos chilenos a nivel internacional. Su visión para el futuro de Clos de Luz va más allá de la exportación, se enfoca en destacar la tradición, la calidad y el compromiso con la sostenibilidad, manteniendo un enfoque constante en la construcción de la marca a largo plazo, abogando por experiencias enológicas que respeten el medio ambiente y la cultura local, atrayendo a amantes del vino y promoviendo el reconocimiento de los productos vinícolas chilenos.

La historia de Gabriel Edwards es una amalgama de conocimientos adquiridos internacionalmente, un profundo respeto por la tradición familiar y un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad. Es un líder en la intersección entre la excelencia enológica, la tradición arraigada y la responsabilidad ambiental, mostrando al mundo que el buen vino no solo es un deleite para el paladar, sino también un compromiso con el planeta y las generaciones futuras.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA
ISSN 2520-0100

www.revistafactordeexitodm.com

@RevistaFactorDeExitodm

Revista Factor de Éxito

Laboratorio de Mentores
Lleva el emprendimiento
a otro nivel

Jenniffer Arias

CEO de Laboratorio de Mentores

Emprendimiento, Innovación y Tecnología:
Las claves para un futuro prometedor

Irene Torres

Pdta. de Entrepreneurs'
Organization en República
Dominicana

Una red de emprendedores
para apoyar a otros
emprendedores

Gastón Gabin

CEO de CEMDOE

CEMDOE, un modelo
de servicio al paciente
digital e innovador

Ricky Michel Presbot

Cofundador y CEO de Ualet

Ualet, más que avance
de efectivo

**Omar García
(Angurria)**

Publicista, director de arte
y muralista

Mi enfoque se centra
en el arduo trabajo diario
para seguir creciendo

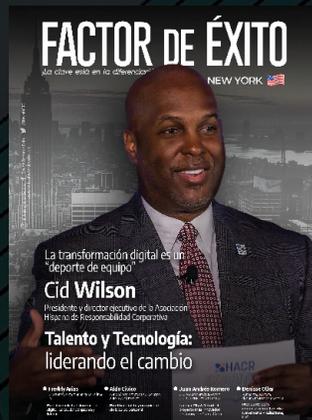


EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

FDE
FACTOR DE ÉXITO

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

CHILE | COLOMBIA | ECUADOR | MÉXICO | PANAMÁ
REPÚBLICA DOMINICANA | MIAMI | ATLANTA | NEW YORK



DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUÍ >>>





Una **edición especial** para exaltar **la Calidad**

La plataforma editorial, Factor de Éxito, en su compromiso de llevar contenido de valor a su audiencia, y en alianza con el Ministerio de Industria Comercio y Mipymes, lanza una edición especial de su revista sobre Calidad y el SIDOCAL.

En ocasión de la celebración del Mes de la Calidad en noviembre, Factor de Éxito presentó su edición especial, titulada “Revolucionando, el Impacto Transformador del Sistema Dominicano de Calidad”, una edición que resalta la importancia de este tema para el crecimiento y desarrollo de la economía de la República Dominicana.

La actividad, que se realizó en la sede del MICM, contó con la participación del ministro Ito Bisonó, quien proclamó que la calidad es una oportunidad para construir el porvenir que todos los dominicanos anhelan y señaló que el Sistema Dominicano para la Calidad (SIDOCAL) es una pieza fundamental para la implementación de una cultura de calidad que facilite y garantice el cumplimiento de los requisitos de seguridad y calidad exigidos en los mercados nacionales e internacionales.

Isabel Figueroa de Rolo, CEO y directora editorial de Factor de Éxito, expresó: “como plataforma editorial, estamos comprometidos con llevar contenido de valor a nuestra audiencia, por esta razón nos resultó imperativo dedicar una edición a este importante tema que impulsa la competitividad y el crecimiento de la República Dominicana”.

Por su parte, Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito afirmó en sus palabras de bienvenida: “hemos visto acciones por parte del sector público y privado que son una muestra de la toma de consciencia acerca la trascendencia de la calidad y la implementación de una cultura de calidad para el país y sus ciudadanos”.

La actividad contó con la presencia de viceministros, directores de los organismos e instituciones involucrados en el Sistema Dominicano para la Calidad, así como importantes actores del sector público y privado que comparten la visión de implementar una cultura de calidad en el país.



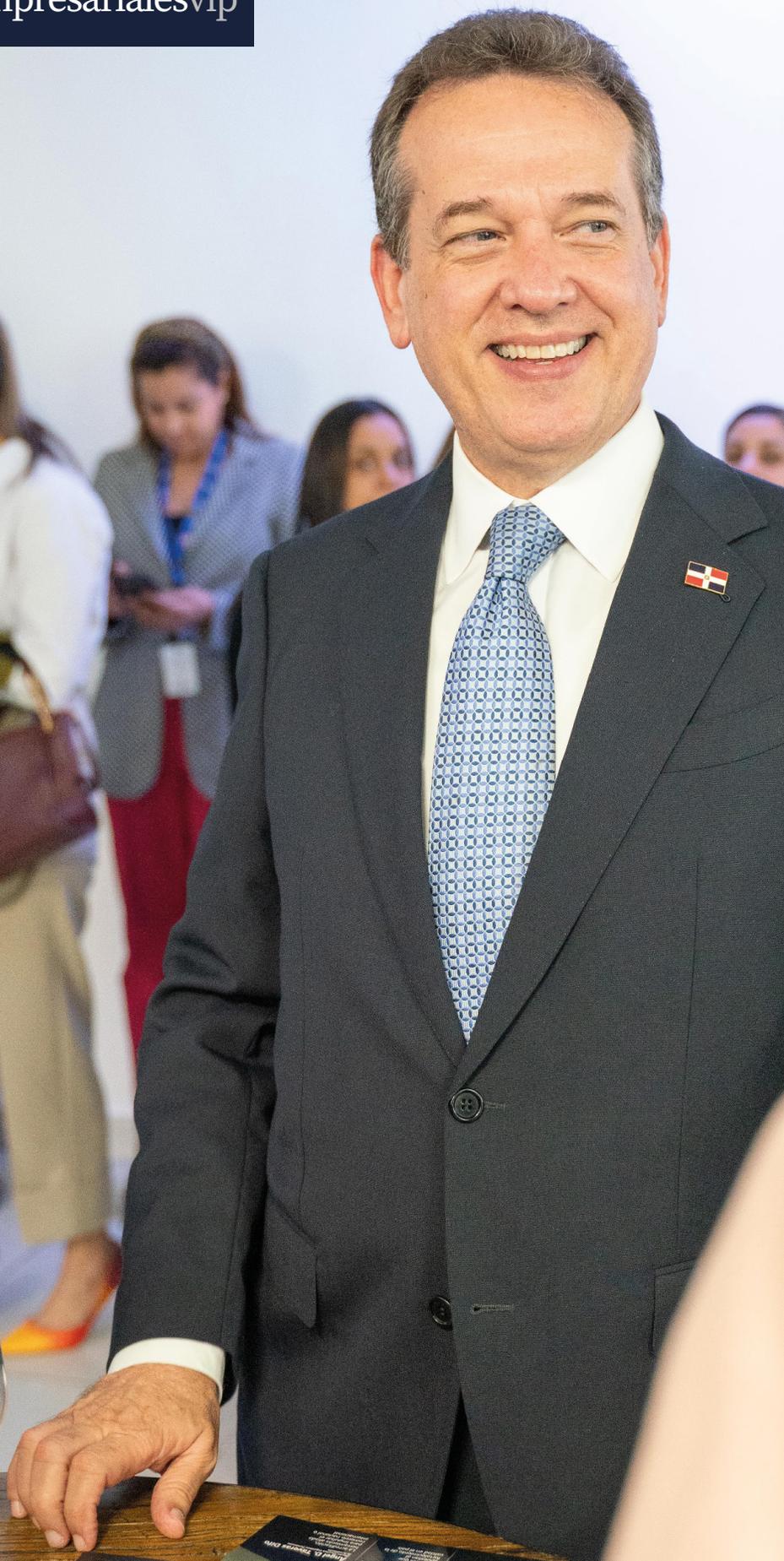


En la revista

En esta edición, Factor de Éxito publica diversas entrevistas realizadas, entre ellas al ministro Bisonó, quien preside el Consejo Directivo del Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA), y a otros directivos de entidades que componen el referido consejo.

Todos abordaron las acciones que se ejecutan desde las instituciones que dirigen para alcanzar un alto nivel conciencia acerca la importancia de la implementación de la cultura de la calidad en el país.

Igualmente, en las páginas de la revista se resaltan casos de empresas donde la implementación de un sistema de calidad ha sido clave en el éxito de la estrategia de negocio"



Víctor Bisonó
Ministro de Industria,
Comercio y Mipymes

"Uno de los temas más importantes que se promueven desde el CODOCA es el fomento de la cultura de la calidad, que la gente entienda y asimile la calidad como un estilo de vida, por lo cual desde el CODOCA se tienen en funcionamiento muchos programas de capacitación, como talleres, cursos y diplomados en donde entidades claves del SIDOCAL, como lo son el Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (PROCONSUMIDOR), el INDOCAL y el ODAC, transfieren sus conocimientos a los ciudadanos dominicanos en las 32 provincias".



Fantino Polanco

Viceministro de Desarrollo Industrial del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM)

Secretario General Interino del Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA)

“La calidad es parte de la vida de todos los dominicanos (...) La reforma y actualización de la Ley 166-12 que crea el SIDOCAL es uno de los pasos más positivos y prácticos que la República Dominicana puede dar para el mantenimiento de una economía próspera como base de la salud y el bienestar de todos”.



Lorenzo Ramírez

Director general Instituto Dominicano para la Calidad

"La certificación es un elemento clave en este proceso, ya que genera confianza a los consumidores, al tiempo que permite reducir riesgos y costos. Al ser un reconocimiento internacional, contribuye a que seamos más competitivos en el mercado interno y en el extranjero, mejorando además la imagen de la industria dominicana en general y el posicionamiento de nuestra Marca País”.

Ángel David Taveras Difo
 Director ejecutivo Organismo
 Dominicano de Acreditación

"Sin duda alguna, la República Dominicana ha dado pasos agigantados en los últimos años. Con la obtención de los Acuerdo de Reconocimiento Mutuo (MRA, por sus siglas en inglés) de la Cooperación Internacional de Acreditación de Laboratorios (ILAC) y Acuerdo de Reconocimiento Multilateral (MLA, por sus siglas en inglés) de la Cooperación Interamericana de Acreditación (IAAC) en el año 2020, así como el trabajo arduo por el Organismo Dominicano de Acreditación, la República Dominicana se posiciona a la par con los demás países de la región, por su competencia técnica comprobada".



Eddy Alcántara
 Director ejecutivo
 Pro Consumidor

"Reiteramos nuestro firme compromiso de continuar protegiendo los intereses de los consumidores, de velar porque en el país se comercialicen productos que no afecten su salud ni su seguridad; de seguir fortaleciendo la educación en derechos; de garantizar certidumbre jurídica en nuestras actuaciones, así como de promover un consumo sostenible que no afecte a las actuales ni futuras generaciones".



Laila Chartuni Ortega
Presidenta TOP Companies

**El liderazgo empresarial
sigue madurando:
TOP+América 2023**

RANKING TOP + América 2023

EMPRESAS CULTURALMENTE PODEROSAS

Es clara la evolución en diversos temas de Cultura organizacional en Latinoamérica, sobre todo en temas puntuales como liderazgo, pero vemos que todavía hay un camino por recorrer. Está en proceso de madurez.

Los datos que hemos obtenido de miles de encuestas que realizamos en TOP Companies este año en la región muestran que los líderes están conscientes de la importancia de su posición y del rol model. Tienen claro que la ejemplaridad detona Cultura, guía la conducta del colaborador y permite amalgamar misión y propósitos de toda la organización.

Encontramos que el liderazgo se ha enfocado en diferentes temas por género. En relación con las mujeres apuntalando su desarrollo profesional, mejorando sus posibilidades de crecer con la empresa y obtener mejores puestos. En el caso de los hombres con un nivel de adaptación alto, lo que les da mayor claridad respecto a qué les puede esperar en lo profesional.

Si tomamos el promedio de hace 5 años es evidente que se ha dado una madurez que elevó el puntaje de 75 a 79, en un rango de 0 a 100 en nuestras evaluaciones. Deja ver también que durante la pandemia el líder tuvo tiempo para encontrar respuestas sobre temas organizacionales y conocer mejores prácticas de gestión de talento.

Pese a ello, a nivel regional estamos viendo dificultades de adaptación de los colaboradores en los primeros meses. Aunque tiene que ver más con el proceso de reclutamiento, que no está orientado a identificar e incorporar a las personas que coinciden con los valores, ideas y sistema emocional de la empresa.

Además, se suma otro factor, y es que muchas de las personas que reciben a los nuevos colaboradores tampoco tienen la preparación para modelarlos y adaptarlos correctamente. Todo esto, en conjunto, propicia que no conecten con la organización y se dé una alta rotación.

De igual forma vemos que quienes se quedan no necesariamente tienen el tiempo y proceso de madurez suficiente dentro de las empresas como para asegurar su adaptación. Identificamos que al cabo de dos o tres años de antigüedad se presenta otra curva fuerte de abandono, porque no terminaron de amalgamar y adaptarse con la cultura de la organización.



Esa es una tarea pendiente en la región: trabajar más en el proceso de adaptación de la gente. Otra que identificamos es desarrollar un sistema de interacción adecuado, porque lo que vemos en nuestros números es que se está dando en cotos.

Pareciera que los colaboradores están preocupados y defendiendo a su propia área, pero no a toda la organización. No comulgan con nadie más porque están focalizados en sus actividades, y en todo caso en el de su equipo inmediato, lo que origina formas de trabajo muy individualistas, en grupos, que dificultan la interacción y da pie a cotos de poder.

¿Las empresas se han dado cuenta de esto? Sí. ¿Lo están combatiendo desde un rol model adecuado y con el debido relanzamiento cultural a nivel general? Lo que advertimos es que sí, aunque va a tomar tiempo el poder amalgamar. Estas son facturas que nos ha dejado la pandemia y que están contribuyendo al proceso de maduración de los líderes.

Antes encontrábamos en Latam un liderazgo con ausencia de muchos atributos importantes, y hoy veo un liderazgo con una conexión emocional más colocada, que impulsa resultados, resiliente, que se reconstruye y se toma en serio el tema de la comunicación.

Claro, hay temas en los que tenemos que seguir trabajando, como una retroalimentación mucho más efectiva y un mejor proceso del rol model. Todavía hay aspectos que se tienen que desarrollar con los líderes a nivel individual, pero es un camino que ya se comenzó a recorrer en las EmpresasTOP y sin duda está funcionando.

| Empresa | País | Sector | OpenBusiness | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------|--------------------------------------|----------------------|---|-------------------------|-------------|-------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------|------------|------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------------------|
| | | | Liderazgo | Dinámica Organizacional | Resiliencia | Identificación con la empresa | Crecimiento laboral | Formación - Rol model | Motivación organizacional | Actitud Laboral | Honestidad | Diversidad e inclusión | Políticas de la empresa | Responsabilidad social | Jornada laboral | Seguridad laboral | Estrés laboral | Psicología positiva |
| 1 | Walmart Centroamérica | Honduras | Comercio Autoservicio | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | Walmart Centroamérica | Guatemala | Comercio Autoservicio | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | HYATT INCLUSIVE COLLECTION | Costa Rica | Hospitalidad - Hotelería | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | |
| 4 | Walmart Centroamérica | Nicaragua | Comercio Autoservicio | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | |
| 5 | Walmart Centroamérica | El Salvador | Comercio Autoservicio | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 6 | 6 | 5 | 5 | 4 | 5 | |
| 6 | Walmart Centroamérica | Costa Rica | Comercio Autoservicio | 6 | 8 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 5 | 6 | 6 | 7 | 6 | |
| 7 | HYATT INCLUSIVE COLLECTION | República Dominicana | Hospitalidad - Hotelería | 8 | 7 | 8 | 7 | 7 | 7 | 8 | 7 | 7 | 7 | 9 | 7 | 6 | 7 | |
| 8 | Marco MKT | Perú | Servicios Profesionales | 10 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 7 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 | 8 | |
| 9 | Marco MKT | Argentina | Servicios Profesionales | 9 | 9 | 9 | 9 | 8 | 9 | 9 | 9 | 11 | 9 | 7 | 9 | 8 | 9 | |
| 10 | Marco MKT | Chile | Servicios Profesionales | 7 | 10 | 10 | 10 | 10 | 8 | 10 | 10 | 9 | 10 | 11 | 10 | 11 | 10 | |
| 11 | Essity | Panamá | Cuidado Personal | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 12 | 10 | 11 | 10 | 11 | 10 | 12 | |
| 12 | Marco MKT | Colombia | Servicios Profesionales | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 13 | 11 | 12 | 12 | 14 | 12 | 13 | 12 | |
| 13 | Marco MKT | Brasil | Servicios Profesionales | 14 | 13 | 13 | 14 | 13 | 13 | 12 | 13 | 13 | 13 | 12 | 13 | 12 | 13 | |
| 14 | Essity | Costa Rica | Cuidado Personal | 13 | 14 | 14 | 13 | 15 | 15 | 14 | 14 | 14 | 15 | 13 | 14 | 14 | 14 | |
| 15 | AVAYA | Colombia | Telecomunicaciones | 16 | 15 | 15 | 15 | 14 | 14 | 16 | 15 | 16 | 14 | 15 | 15 | 15 | 15 | |
| 16 | AVAYA | Brasil | Telecomunicaciones | 15 | 16 | 17 | 16 | 16 | 16 | 15 | 16 | 15 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | |
| 17 | Essity | Guatemala | Cuidado Personal | 17 | 17 | 16 | 17 | 17 | 18 | 18 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 18 | |
| 18 | Essity | El Salvador | Cuidado Personal | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 17 | 17 | 18 | 18 | 21 | 18 | 18 | 19 | 18 | |
| 19 | HYATT REGENCY CARTAGENA | Colombia | Hospitalidad | 20 | 19 | 19 | 20 | 20 | 19 | 20 | 20 | 19 | 20 | 19 | 19 | 19 | 19 | |
| 20 | ManpowerGroup | El Salvador | Servicios Profesionales en Recursos Humanos | 19 | 20 | 20 | 19 | 19 | 20 | 19 | 19 | 20 | 19 | 20 | 20 | 21 | 20 | |
| 21 | AVAYA | Argentina | Telecomunicaciones | 22 | 21 | 21 | 21 | 21 | 21 | 22 | 21 | 21 | 18 | 21 | 21 | 20 | 21 | |
| 22 | ManpowerGroup | Honduras | Servicios Profesionales en Recursos Humanos | 21 | 23 | 24 | 22 | 22 | 22 | 21 | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 | 23 | |
| 23 | ManpowerGroup | Panamá | Servicios Profesionales en Recursos Humanos | 24 | 22 | 22 | 24 | 23 | 23 | 23 | 23 | 24 | 24 | 23 | 23 | 23 | 21 | |
| 24 | ManpowerGroup | Guatemala | Servicios Profesionales en Recursos Humanos | 23 | 24 | 23 | 23 | 24 | 24 | 25 | 24 | 23 | 23 | 24 | 24 | 25 | 24 | |
| 25 | Alas | Paraguay | Industrial e Importaciones | 25 | 25 | 26 | 26 | 25 | 26 | 24 | 26 | 25 | 25 | 25 | 25 | 24 | 27 | |
| 26 | Linde | Ecuador | Química y Petroquímica | 26 | 26 | 25 | 25 | 26 | 25 | 26 | 25 | 27 | 26 | 26 | 26 | 27 | 28 | |
| 27 | ManpowerGroup | República Dominicana | Servicios Profesionales en Recursos Humanos | 27 | 28 | 29 | 29 | 27 | 27 | 27 | 27 | 26 | 27 | 28 | 27 | 26 | 25 | |
| 28 | ManpowerGroup | Puerto Rico | Servicios Profesionales en Recursos Humanos | 29 | 29 | 27 | 27 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 27 | 28 | 28 | 26 | |
| 29 | Office Depot Latinoamérica | Honduras | Comercio Autoservicio | 28 | 27 | 28 | 28 | 29 | 29 | 29 | 29 | 30 | 30 | 29 | 29 | 29 | 30 | |
| 30 | ManpowerGroup | Costa Rica | Servicios Profesionales en Recursos Humanos | 30 | 30 | 31 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 29 | 29 | 30 | 30 | 31 | 29 | |
| 31 | Linde | Colombia | Química y Petroquímica | 31 | 31 | 30 | 31 | 31 | 32 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 33 | 30 | |
| 32 | Linde | República Dominicana | Química y Petroquímica | 32 | 32 | 32 | 33 | 32 | 31 | 32 | 32 | 32 | 33 | 32 | 32 | 32 | 33 | |
| 33 | Office Depot Latinoamérica | El Salvador | Comercio Autoservicio | 33 | 33 | 33 | 32 | 34 | 33 | 33 | 33 | 33 | 32 | 33 | 33 | 31 | 33 | |
| 34 | Office Depot Latinoamérica | Guatemala | Comercio Autoservicio | 35 | 34 | 34 | 34 | 33 | 34 | 35 | 34 | 34 | 34 | 34 | 34 | 35 | 34 | |
| 35 | Linde | Panamá | Química y Petroquímica | 34 | 35 | 35 | 35 | 35 | 36 | 34 | 38 | 36 | 35 | 35 | 35 | 34 | 35 | |
| 36 | Office Depot Latinoamérica | Costa Rica | Comercio Autoservicio | 36 | 36 | 36 | 37 | 36 | 35 | 36 | 35 | 35 | 36 | 36 | 36 | 36 | 37 | |
| 37 | GRUPO DISTELSA | Guatemala | Retail | 37 | 37 | 37 | 38 | 37 | 38 | 37 | 36 | 37 | 39 | 37 | 37 | 37 | 36 | |
| 38 | Europartners now becoming xpd global | Ecuador | Servicios de Logística | 38 | 38 | 38 | 36 | 38 | 37 | 40 | 37 | 38 | 37 | 38 | 38 | 38 | 39 | |
| 39 | Linde | Puerto Rico | Química y Petroquímica | 40 | 39 | 40 | 39 | 39 | 40 | 39 | 39 | 39 | 38 | 39 | 39 | 39 | 38 | |
| 40 | Europartners now becoming xpd global | Panamá | Servicios de Logística | 39 | 40 | 39 | 41 | 40 | 39 | 38 | 41 | 41 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | |
| 41 | Europartners now becoming xpd global | El Salvador | Servicios de Logística | 41 | 41 | 41 | 40 | 41 | 41 | 42 | 40 | 40 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | |
| 42 | Promotora Ambiental | Colombia | Servicios | 43 | 43 | 42 | 43 | 42 | 42 | 41 | 42 | 42 | 42 | 42 | 42 | 42 | 41 | |
| 43 | Linde | Costa Rica | Química y Petroquímica | 42 | 42 | 43 | 42 | 43 | 43 | 43 | 43 | 43 | 43 | 43 | 43 | 43 | 42 | |
| 44 | Europartners now becoming xpd global | Guatemala | Servicios de Logística | 45 | 44 | 44 | 44 | 46 | 44 | 44 | 45 | 44 | 44 | 44 | 44 | 45 | 44 | |
| 45 | Office Depot Latinoamérica | Panamá | Comercio Autoservicio | 44 | 45 | 45 | 45 | 45 | 45 | 45 | 44 | 45 | 46 | 45 | 46 | 44 | 45 | |
| 46 | Europartners now becoming xpd global | Costa Rica | Servicios de Logística | 46 | 47 | 46 | 47 | 44 | 46 | 46 | 46 | 46 | 45 | 47 | 45 | 46 | 46 | |
| 47 | Europartners now becoming xpd global | Colombia | Servicios de Logística | 47 | 46 | 47 | 46 | 47 | 47 | 47 | 47 | 47 | 48 | 46 | 47 | 49 | 47 | |
| 48 | Promotora Ambiental | Costa Rica | Servicios | 48 | 48 | 49 | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 | 50 | 50 | 48 | 48 | 48 | 48 | |
| 49 | Europartners now becoming xpd global | República Dominicana | Servicios de Logística | 49 | 49 | 48 | 49 | 49 | 49 | 49 | 49 | 48 | 47 | 49 | 49 | 47 | 49 | |
| 50 | Europartners now becoming xpd global | Perú | Servicios de Logística | 50 | 51 | 50 | 51 | 50 | 51 | 50 | 51 | 51 | 49 | 51 | 50 | 50 | 50 | |
| 51 | Europartners now becoming xpd global | Chile | Servicios de Logística | 51 | 50 | 51 | 52 | 51 | 50 | 51 | 50 | 51 | 51 | 50 | 51 | 51 | 51 | |
| 52 | Europartners now becoming xpd global | Argentina | Servicios de Logística | 53 | 52 | 52 | 50 | 52 | 52 | 53 | 52 | 53 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | |
| 53 | CompuSoluciones | Colombia | Computación y Servicios | 52 | 53 | 53 | 53 | 53 | 54 | 52 | 54 | 52 | 53 | 53 | 53 | 53 | 51 | |
| 54 | Amadeus LATAM | Colombia | Business Travel & Technology | 54 | 54 | 54 | 54 | 54 | 53 | 54 | 53 | 55 | 56 | 54 | 54 | 54 | 54 | |
| 55 | Promotora Ambiental | Panamá | Servicios | 55 | 55 | 55 | 55 | 55 | 55 | 55 | 55 | 54 | 54 | 56 | 56 | 55 | 55 | |

| Empresa | País | Sector | OpenBusiness | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------|--------------------------------------|----------------------|---|-------------------------|-------------|-------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------|------------|------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------|-------------------|----------------|---------------------|--------------|-----|
| | | | Liderazgo | Dinámica Organizacional | Resiliencia | Identificación con la empresa | Crecimiento laboral | Formación - Rol model | Motivación organizacional | Actitud Laboral | Honestidad | Diversidad e inclusión | Políticas de la empresa | Responsabilidad social | Jornada laboral | Seguridad laboral | Estrés laboral | Psicología positiva | Compensación | |
| 56 | Amadeus LATAM | Brasil | Business Travel & Tecnología | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | 56 | |
| 57 | Europartners now becoming xpd global | Brasil | Servicios de Logística | 57 | 58 | 57 | 57 | 57 | 58 | 57 | 57 | 57 | 57 | 58 | 58 | 58 | 58 | 58 | 57 | 55 |
| 58 | Amadeus LATAM | Costa Rica | Business Travel & Tecnología | 58 | 57 | 58 | 58 | 58 | 59 | 58 | 58 | 58 | 58 | 57 | 57 | 56 | 56 | 57 | 58 | 57 |
| 59 | EP America now becoming xpd global | Estados Unidos | Servicios de Logística | 59 | 62 | 59 | 59 | 59 | 57 | 59 | 59 | 60 | 59 | 60 | 59 | 59 | 59 | 59 | 59 | 61 |
| 60 | EP America now becoming xpd global | Canadá | Servicios de Logística | 60 | 59 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 59 | 61 | 59 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 59 |
| 61 | Amadeus LATAM | Argentina | Business Travel & Tecnología | 61 | 61 | 63 | 62 | 62 | 61 | 62 | 62 | 62 | 63 | 61 | 61 | 61 | 61 | 61 | 61 | 60 |
| 62 | Carvajal Empaques El Salvador | El Salvador | Manufactura | 63 | 64 | 62 | 63 | 61 | 62 | 63 | 61 | 61 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 64 | 62 | 62 |
| 63 | BANCO PROMERICA DE COSTA RICA | Costa Rica | Financiero - Bancario | 62 | 63 | 61 | 64 | 63 | 63 | 61 | 63 | 63 | 64 | 64 | 64 | 63 | 63 | 63 | 63 | 64 |
| 64 | Pronto BPO | Honduras | Contact Center y BPO | 64 | 60 | 64 | 61 | 64 | 64 | 64 | 64 | 65 | 60 | 63 | 63 | 64 | 64 | 65 | 63 | 63 |
| 65 | Pronto BPO | Guatemala | Contact Center y BPO | 66 | 65 | 66 | 67 | 65 | 65 | 65 | 65 | 64 | 65 | 65 | 65 | 68 | 65 | 68 | 62 | 65 |
| 66 | Pronto BPO | El Salvador | Contact Center y BPO | 65 | 66 | 65 | 65 | 67 | 66 | 66 | 67 | 66 | 66 | 66 | 66 | 67 | 66 | 66 | 66 | 66 |
| 67 | WESTERN UNION | Perú | Financiera / Remesadora | 67 | 67 | 68 | 66 | 66 | 67 | 68 | 66 | 67 | 67 | 68 | 67 | 65 | 67 | 65 | 67 | 67 |
| 68 | DVA GROUP | Perú | Distribuidor de Materias Primas | 68 | 68 | 67 | 68 | 68 | 68 | 67 | 68 | 68 | 69 | 67 | 69 | 66 | 68 | 67 | 68 | 68 |
| 69 | THE DOLPHIN COMPANY | St Kitts | Hotelería y Turismo | 69 | 69 | 69 | 69 | 69 | 70 | 71 | 69 | 69 | 68 | 70 | 68 | 69 | 69 | 69 | 69 | 69 |
| 70 | WESTERN UNION | Panamá | Financiera / Remesadora | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 69 | 69 | 70 | 72 | 70 | 69 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 73 |
| 71 | DVA GROUP | Colombia | Distribuidor de Materias Primas | 71 | 71 | 71 | 71 | 71 | 71 | 71 | 70 | 72 | 70 | 72 | 71 | 72 | 71 | 71 | 71 | 70 |
| 72 | SOLUCIONES CREATIVAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | CAPITAL HUMANO | Costa Rica | Consultoría de Recursos Humanos | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 73 | 72 | 71 | 71 | 71 | 72 | 71 | 72 | 72 | 74 | 72 | 71 |
| 73 | CITYMAX REAL ESTATE | El Salvador | Bienes Raíces | 73 | 73 | 73 | 73 | 74 | 72 | 74 | 73 | 73 | 73 | 73 | 73 | 73 | 73 | 72 | 73 | 72 |
| 74 | THE DOLPHIN COMPANY | República Dominicana | Hotelería y Turismo | 75 | 74 | 75 | 75 | 73 | 74 | 75 | 75 | 74 | 74 | 74 | 74 | 74 | 73 | 74 | 74 | 74 |
| 75 | THE DOLPHIN COMPANY | Jamaica | Hotelería y Turismo | 74 | 75 | 74 | 74 | 75 | 75 | 73 | 74 | 75 | 75 | 75 | 75 | 76 | 75 | 75 | 75 | 76 |
| 76 | THE DOLPHIN COMPANY | Argentina | Hotelería y Turismo | 76 | 76 | 76 | 77 | 77 | 77 | 76 | 76 | 77 | 76 | 77 | 76 | 75 | 75 | 76 | 76 | 75 |
| 77 | Sintec Consulting | Colombia | Consultoría | 78 | 77 | 77 | 76 | 76 | 76 | 77 | 77 | 78 | 78 | 76 | 77 | 77 | 79 | 77 | 77 | 77 |
| 78 | CITYMAX REAL ESTATE | Guatemala | Bienes Raíces | 77 | 78 | 79 | 78 | 78 | 78 | 78 | 78 | 76 | 77 | 78 | 78 | 79 | 78 | 78 | 78 | 78 |
| 79 | THE DOLPHIN COMPANY | Islas Caimán | Hotelería y Turismo | 79 | 79 | 78 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 80 | 79 | 80 | 78 | 80 | 77 | 80 | 79 | 79 |
| 80 | CITYMAX REAL ESTATE | República Dominicana | Bienes Raíces | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 82 | 80 | 80 | 80 | 79 | 80 | 79 | 81 | 79 | 80 | 79 | 81 |
| 81 | THE DOLPHIN COMPANY | Estados Unidos | Hotelería y Turismo | 81 | 81 | 81 | 82 | 83 | 81 | 82 | 81 | 81 | 81 | 82 | 81 | 80 | 82 | 84 | 81 | 80 |
| 82 | Sintec Consulting | Chile | Consultoría | 82 | 83 | 82 | 83 | 82 | 80 | 81 | 82 | 83 | 83 | 81 | 82 | 82 | 81 | 82 | 82 | 82 |
| 83 | GRUPO PERFESA | República Dominicana | Agroindustria | 84 | 82 | 84 | 81 | 81 | 83 | 83 | 83 | 82 | 82 | 83 | 83 | 84 | 83 | 83 | 83 | 83 |
| 84 | ARISTOS INMOBILIARIA | El Salvador | Inmobiliario | 83 | 84 | 83 | 84 | 84 | 86 | 84 | 84 | 84 | 85 | 84 | 83 | 85 | 81 | 84 | 85 | 85 |
| 85 | Grupo de Tiendas Asociadas (GTA) | Guatemala | Comercial/Retail | 85 | 85 | 85 | 86 | 85 | 84 | 85 | 85 | 85 | 84 | 85 | 85 | 84 | 85 | 85 | 84 | 85 |
| 86 | Lundbeck MAC | Colombia | Farmacéutica | 86 | 86 | 86 | 85 | 86 | 87 | 86 | 87 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 87 | 88 | 86 |
| 87 | Clara | Colombia | Fintech | 87 | 87 | 87 | 87 | 85 | 87 | 86 | 87 | 89 | 88 | 87 | 87 | 87 | 86 | 86 | 87 | 87 |
| 88 | Whirlpool Corporation | Ecuador | Manufactura | 88 | 88 | 91 | 88 | 89 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 87 | 88 | 88 | 88 | 88 | 87 | 89 |
| 89 | Whirlpool Corporation | Guatemala | Manufactura | 89 | 89 | 89 | 89 | 88 | 89 | 90 | 89 | 89 | 87 | 89 | 89 | 89 | 91 | 89 | 88 | 88 |
| 90 | Clara | Brasil | Fintech | 90 | 91 | 88 | 91 | 90 | 90 | 89 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 89 | 90 | 90 | 90 |
| 91 | Whirlpool Corporation | Estados Unidos | Manufactura | 92 | 90 | 90 | 90 | 91 | 91 | 91 | 91 | 91 | 91 | 91 | 91 | 91 | 91 | 90 | 91 | 91 |
| 92 | Whirlpool Corporation | Colombia | Manufactura | 91 | 92 | 92 | 93 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 96 |
| 93 | FISERV | Panamá | Fintech/ Servicios Financieros | 93 | 93 | 93 | 92 | 93 | 93 | 93 | 93 | 92 | 93 | 93 | 93 | 93 | 94 | 93 | 95 | 92 |
| 94 | Clara | Argentina | Fintech | 94 | 94 | 95 | 94 | 95 | 95 | 94 | 95 | 94 | 94 | 94 | 94 | 95 | 95 | 94 | 94 | 94 |
| 95 | FISERV | Colombia | Fintech/ Servicios Financieros | 95 | 95 | 94 | 95 | 94 | 94 | 95 | 94 | 95 | 95 | 95 | 95 | 94 | 93 | 94 | 93 | 95 |
| 96 | Blank space | Colombia | Marketing | 96 | 97 | 96 | 96 | 97 | 97 | 97 | 96 | 96 | 97 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 93 |
| 97 | APTIV SERVICES HONDURAS | Honduras | Rubro Artesero | 98 | 96 | 97 | 97 | 96 | 96 | 96 | 97 | 97 | 96 | 97 | 97 | 98 | 97 | 98 | 97 | 97 |
| 98 | Blank space | Argentina | Marketing | 97 | 98 | 100 | 99 | 98 | 98 | 98 | 100 | 98 | 98 | 98 | 98 | 97 | 100 | 97 | 98 | 101 |
| 99 | Microserfin | Panamá | Financiero | 99 | 100 | 99 | 100 | 99 | 99 | 99 | 98 | 99 | 99 | 99 | 99 | 100 | 98 | 99 | 99 | 99 |
| 100 | another | Brasil | Agencia de Comunicación | 100 | 99 | 98 | 98 | 100 | 100 | 101 | 99 | 100 | 100 | 100 | 100 | 99 | 99 | 100 | 100 | 100 |
| 101 | another | Colombia | Agencia de Comunicación | 101 | 101 | 101 | 102 | 101 | 101 | 100 | 102 | 101 | 103 | 101 | 101 | 101 | 101 | 101 | 101 | 98 |
| 102 | Módiga | Paraguay | Importación Y Distribución - Consumo Masivo | 104 | 102 | 102 | 101 | 102 | 102 | 102 | 101 | 102 | 101 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | 104 |
| 103 | another | Panamá | Agencia de Comunicación | 102 | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 | 104 | 103 | 103 | 102 | 103 | 103 | 105 | 103 | 103 | 103 | 102 |
| 104 | CORSISA | Guatemala | Servicios Informáticos | 103 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 103 | 104 | 104 | 104 | 106 | 104 | 103 | 104 | 104 | 105 | 105 |
| 105 | MOSTRO | Guatemala | Publicidad / Comunicación | 105 | 107 | 105 | 106 | 105 | 108 | 105 | 105 | 105 | 107 | 104 | 105 | 104 | 105 | 105 | 105 | 103 |
| 106 | QUICK HIT SOLUTIONS | Chile | Tecnología | 106 | 106 | 106 | 105 | 106 | 106 | 106 | 106 | 107 | 106 | 105 | 106 | 106 | 106 | 107 | 106 | 106 |
| 107 | QUICK HIT SOLUTIONS | Colombia | Tecnología | 107 | 108 | 107 | 107 | 107 | 107 | 107 | 108 | 106 | 105 | 107 | 107 | 107 | 107 | 106 | 107 | 108 |
| 108 | Acclaim Energy | Estados Unidos | Energético | 108 | 105 | 108 | 110 | 108 | 105 | 108 | 109 | 109 | 110 | 108 | 108 | 108 | 108 | 108 | 109 | 107 |
| 109 | Cibergestión Latam | Perú | Servicio BPO | 110 | 109 | 109 | 109 | 109 | 109 | 109 | 109 | 107 | 108 | 108 | 109 | 110 | 109 | 109 | 110 | 109 |
| 110 | CELLUS | Guatemala | Telecomunicaciones | 109 | 110 | 110 | 108 | 110 | 110 | 110 | 110 | 110 | 109 | 110 | 109 | 109 | 110 | 110 | 108 | 110 |

| Empresa | Colaboradores | Sector |
|---|---------------|---|
| 1 Walmart Centroamérica | 37.022 | Comercio Autoservicio |
| 2 HYATT INCLUSIVE COLLECTION | 3.271 | Hospitalidad - Hotelería |
| 3 Marco MKT | 1.386 | Servicios Profesionales |
| 4 Essity | 125 | Cuidado Personal |
| 5 AVAYA | 531 | Telecomunicaciones |
| 6 HYATT REGENCY CARTAGENA | 223 | Hospitalidad |
| 7 ManpowerGroup | 120 | Servicios Profesionales en Recursos Humanos |
| 8 Alas | 162 | Industrial e Importaciones |
| 9 Linde | 611 | Química y Petroquímica |
| 10 Office Depot Latinoamérica | 708 | Comercio Autoservicio |
| 11 GRUPO DISTELSA | 2.142 | Retail |
| 12 Europartners now becoming xpd global | 211 | Servicios de Logística |
| 13 Promotora Ambiental | 1.020 | Servicios |
| 14 CompuSoluciones | 12 | Computación y Servicios |
| 15 Amadeus LATAM | 787 | Business Travel & Technology |
| 16 EP America now becoming xpd global | 47 | Servicios de Logística |
| 17 Carvajal Empaques El Salvador | 471 | Manufactura |
| 18 BANCO PROMERICA DE COSTA RICA | 1.298 | Financiero - Bancario |
| 19 Pronto BPO | 794 | Contact Center y BPO |
| 20 WESTERN UNION | 432 | Financiera / Remesadora |
| 21 DVA GROUP | 52 | Distribuidor de Materias Primas |
| 22 SOLUCIONES CREATIVAS | | |
| CAPITAL HUMANO | 13 | Consultoría de Recursos Humanos |
| 23 Hoteles City | 222 | Hotelería y Turismo |
| 24 THE DOLPHIN COMPANY | 689 | Hotelería y Turismo |
| 25 CITYMAX REAL ESTATE | 140 | Bienes Raíces |
| 26 Sintec Consulting | 36 | Consultoría |
| 27 GRUPO PERFESA | 239 | Agroindustria |
| 28 ARISTOS INMOBILIARIA | 427 | Inmobiliario |
| 29 Grupo de Tiendas Asociadas (GTA) | 3.247 | Comercial/Retail |
| 30 Lundbeck MAC | 26 | Farmacéutica |
| 31 Clara | 178 | Fintech |
| 32 Whirlpool Corporation | 188 | Manufactura |
| 33 FISERV | 122 | Fintech/ Servicios Financieros |
| 34 Blank space | 20 | Marketing |
| 35 APTIV SERVICES HONDURAS | 350 | Rubro Arnesero |
| 36 Microserfin | 280 | Financiero |
| 37 another | 52 | Agencia de Comunicación |
| 38 Módiga | 127 | Importación Y Distribución – Consumo Masivo |
| 39 CORSISA | 31 | Servicios Informáticos |
| 40 MOSTRO | 56 | Publicidad / Comunicación |
| 41 QUICK HIT SOLUTIONS | 43 | Tecnología |
| 42 Acclaim Energy | 27 | Energético |
| 43 Cibergestión Latam | 68 | Servicio BPO |
| 44 CELLUS | 93 | Telecomunicaciones |



EL TURISMO RURAL EN ESPAÑA COMO MOTOR PARA LOGRAR ECONOMÍAS SOSTENIBLES EN EL CAMPO, EN EL INTERIOR DEL PAÍS.

Ivan Calvo

Ingeniero y Sociólogo.

<https://www.linkedin.com/in/ivancalvoprieto/>

Escribo este correo desde el Aeropuerto internacional Adolfo Suárez Madrid-Barajas a mientras espero mi vuelo para regresar a mi casa en Santiago de Chile tras pasar unos días por mi tierra natal, en Toro, en Zamora, en España.

He podido disfrutar la semana pasada de las fiestas de la vendimia en la ciudad de Toro, en la provincia de Zamora, en la ribera del río Duero, que es uno de los ríos del mundo que da mejores vinos desde su origen en Soria hasta su desembocadura en Oporto, en Portugal.

Muchas bodegas se asientan en sus orillas y varias denominaciones de origen dan el marchamo de calidad a los diferentes caldos de la zona, vigilando que las bodegas estén siempre a la altura de lo que la D.O requiere para entregar sus contraetiquetas que verifican la calidad de los vinos.

Pero además de la industria del vino, que promueve que haya vida en esta zona del interior de España y Portugal, desde todos los viticultores que trabajan los campos de viñedos hasta la elaboración y comercialización en las bodegas, existe también otra derivada más, que es la del turismo enológico, gastronómico y cultural que promueven.

Poder visitar las bodegas, los restaurantes en las mismas zonas, los diferentes museos del vino, del queso, del pan y de otras muchas cosas que se pueden encontrar escalonados por los diferentes pueblos y ciudades de la Ribera del Duero tanto en su parte española como en la portuguesa es uno de los grandes atractivos de la zona.

El turismo cultural con que se puede acompañar también este tipo de viajes, con impresionantes conjuntos históricos artísticos, centenarios que existen en Castilla y León. Catedrales, castillos, palacios, iglesias, monasterios... están ahí, desde hace siglos, cumpliendo las funciones que les tocó cumplir en el pasado, pero accesibles hoy día para poder ser visitados y admirados por los turistas.

Y por último las fiestas, venir a esta zona de España en el mes de octubre es un espectáculo de colores por las tonalidades otoñales que van tomando los campos por un lado y por las fiestas de la vendimia que se celebran en los diferentes fines de semana en los pueblos y ciudades de esta zona.

Entre el pasado 12 y 15 de octubre se celebró la fiesta de la vendimia en Toro, con un gran protagonismo de un mercado medieval dónde se venden todo tipo de productos en puestos que tienen todo el encanto de retrotraerte a hace mil años, con la ciudad decorada esos días para albergar este evento, con actuaciones callejeras, catas de vinos, concursos de pintura, juegos para los niños, gastronomía callejera con todo tipo de tapas y pinchos en un montón de locales en la calle y culminando el domingo 15 con un gran desfile de carros a la antigua usanza, de cómo hacían los vendimiadores antes de que el campo se mecanizara, con su concurso de premios para los mejores vinos, los mejores carros y vendimiadores.

Todo ese despliegue de fiesta alrededor del vino, es un espectáculo para los turistas que pueden disfrutarlo y además, se contribuye a generar riqueza en estas partes del interior de España, en estas zonas rurales, que demandan fuentes de riqueza que contribuyan a sostener a sus habitantes, a tener una España interior más habitada y cuidada y para ello, un turismo sostenible que disfrute con todo lo mucho bueno que mi tierra puede aportar a viajeros que vengan de cualquier parte de América, dónde siempre serán bienvenidos como hermanos, estarán en su casa.

Pocos saben que fue un toresano, Fray Diego de Deza, quién intercedió para que Isabel La Católica, recibiera y escuchara a un tal Cristóbal Colón, que tenía una idea para abrir una ruta hacia las Indias por el Oeste.



NO TODO VA A ESTAR BIEN: ACTUAR PARA CAMBIAR EL RUMBO

Marcelo Muñoz Rojas

Creador del Método Liderazgo Exponencial.

Vivimos en un mundo en constante cambio, y la frase “todo va a estar bien” ha sido un consuelo en momentos de incertidumbre. Sin embargo, en la era digital en la que vivimos, no podemos quedarnos simplemente esperando a que las cosas mejoren por sí solas. En este artículo, exploraremos por qué “no todo va a estar bien si esperamos” y cómo debemos pasar a la acción para crear un futuro mejor.

La Comodidad de la Pasividad

Es comprensible que muchas personas busquen refugio en la idea de que “todo va a estar bien” cuando enfrentan desafíos en sus vidas. Esta frase ofrece consuelo y esperanza, pero también puede llevar a la complacencia. La creencia de que todo se resolverá por sí solo puede paralizarnos y evitar que tomemos medidas proactivas.

La Realidad de los Desafíos

La verdad es que el mundo está lleno de desafíos y obstáculos. Ya sea en el ámbito personal o profesional, encontraremos momentos difíciles que no se resolverán automáticamente. Ignorar estos desafíos solo prolongará nuestros problemas y dificultará cualquier posibilidad de mejora.

Pasar a la Acción

Para cambiar el rumbo de nuestras vidas y enfrentar los desafíos de manera efectiva, debemos pasar a la acción. En lugar de esperar pasivamente a que las cosas mejoren, debemos tomar medidas concretas y decididas para abordar nuestros problemas y metas.

Definir Objetivos Claros

El primer paso para tomar medidas es definir objetivos claros. Ya sea en el ámbito personal o empresarial, es fundamental saber qué queremos lograr. Establecer metas específicas nos permite enfocar nuestros esfuerzos y recursos de manera efectiva.

Planificación Estratégica

Una vez que tengamos objetivos claros, debemos desarrollar un plan estratégico para alcanzarlos. Esto implica identificar los pasos necesarios y los recursos que necesitamos para lograr nuestros objetivos. La planificación estratégica nos ayuda a evitar la improvisación y aumenta nuestras posibilidades de éxito.

Tomar Acción Continua

La acción continua es esencial para lograr el éxito a largo plazo. Debemos ser constantes en nuestros esfuerzos y estar dispuestos a ajustar nuestro enfoque según sea necesario. La perseverancia es clave para superar obstáculos y alcanzar nuestros objetivos.

Ejemplos de Éxito

A lo largo de la historia, hemos visto ejemplos de individuos y organizaciones que han pasado a la acción y han logrado un impacto significativo en el mundo. Desde emprendedores que han construido imperios empresariales hasta activistas que han luchado por el cambio social, la acción decidida ha sido el motor del progreso.

La Importancia de la Adaptación

En un mundo en constante evolución, la adaptación es esencial. No podemos aferrarnos a viejas formas de hacer las cosas y esperar que todo se solucione por sí solo. Debemos estar dispuestos a aprender, crecer y adaptarnos a las circunstancias cambiantes.

Desde pequeño, me enseñaron que “esperar” pasivamente a que “todo va a estar bien”, corría el riesgo de quedarnos atrás en un mundo que avanza rápidamente. En cambio, debemos reconocer que la acción es la clave para superar desafíos y lograr nuestros objetivos. Al definir metas claras, planificar estratégicamente y tomar medidas continuas, podemos cambiar el rumbo de nuestras vidas y crear un futuro mejor.

Así que, la próxima vez que te encuentres ante una dificultad, recuerda que “no todo va a estar bien, si solo nos quedamos esperando”. En su lugar, toma la iniciativa y trabaja activamente para lograr el cambio que deseas ver en tu vida y en el mundo.



CÓMO SE MIDE LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO

Álvaro "Cuco" de Venegas

International Senior Advisor for Growing Trends & Innovation

<https://linkedin.com/in/cucodevenegas>

Medir el turismo sostenible es fundamental para mejorar la acción política para el desarrollo sustentable. Emplear un lenguaje estadístico común (y en la medida de lo posible, cercano) que pueda compararse entre sectores económicos y regiones locales, externas vinculantes y autónomas, a la hora de tomar decisiones y reaccionar ante fenómenos propios del sector turismo como de sectores influyentes o adyacentes, es fundamental para poder comparar espacios en el tiempo, causales, tendencias y poder catalogar de "éxitos" o "fracasos", "avances" o "retrocesos" con una misma base de comparación, a la que en la gestión empresarial se suele definir como "KPIs"

El organismo que regula el sector Turismo es la OMT (Organización Mundial del Turismo - World Tourism Organization), adjunto a las Naciones Unidas, y desde comienzos de este Siglo estableció un modelo basado en 12 objetivos medibles:

Económico: asegurar la viabilidad económica para que haya prosperidad y beneficios a largo plazo

Prosperidad local: orientar y maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión

Calidad del empleo: consiste en fortalecer la calidad de los puestos de trabajo, tanto cualitativamente como numéricamente. Además de asegurar las condiciones se tiene en cuenta que no exista ningún tipo de discriminación por raza, género, discapacidad u otras formas

Equidad social: consiste en que haya una justa distribución de la riqueza generada por el turismo en toda la comunidad receptora

Satisfacción del visitante: proporcionar una experiencia segura y satisfactoria de todos los visitantes sin ningún tipo de discriminación social

Control local: se trata de involucrar a la población local en la toma de decisiones que conciernen a la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su área

Bienestar de la comunidad: mantener y mejorar la calidad de vida del lugar anfitrión. Para ello es necesario dotar a estas comunidades de los recursos necesarios y que puedan necesitar, tanto a nivel

logístico en infraestructuras como servicios. Es fundamental que esto no suponga una degradación o explotación del ecosistema ni de su sociedad

Riqueza cultural: respetar y mejorar el patrimonio histórico o respetar la cultura local y su carácter distintivo es fundamental

Integridad del ecosistema: mantener y mejorar los paisajes, los núcleos urbanos o rurales. Se trata de evitar la degradación del entorno

Diversidad biológica: apoyar la conservación de áreas naturales y minimizar su daño

Eficiencia de los recursos: consiste en minimizar al máximo el uso de recursos escasos y no renovables

Pureza ambiental: reducir la contaminación al máximo tanto en aire, agua y tierra como en reducir la generación de residuos

Medir el turismo sostenible es fundamental para mejorar la acción política para el desarrollo sostenible, y promoverá un lenguaje estadístico común que pueda compararse entre países y diferentes sectores económicos, y hacer que se escuche la voz del turismo al abordar decisiones clave

La OMT define una serie de indicadores destinados a ayudar a gestores de empresas y destinos turísticos para tomar mejores decisiones. A su vez, se establecen puntos de referencia para poder establecer comparativas que sirvan a establecer mejoras.

Las principales referencias del sector turístico son:

- Consumo de electricidad y energía en kilovatios hora (kWh) por metro cuadrado de espacio atendido
- Consumo de agua dulce en litros o metros cúbicos (m3) por huésped por noche
- Producción de residuos (kg. por huésped por noche y/o litros por huésped por noche)

Estos índices hacen que el turismo sostenible sea algo tangible y los actores implicados pueden tener una referencia clara a la hora de enfocar el negocio. De hecho, dentro del sector hotelero hay un cambio real para que sus negocios sean cada vez más sostenibles. La principal diferencia entre un hotel sostenible y otro convencional es la puesta en práctica de medidas orientadas a reducir la huella de carbono, el consumo eléctrico y de agua, la conservación del ecosistema y sus recursos naturales. Por ello, muchos hoteles reflejan en su actividad diaria este tipo de acciones para conservar tanto la flora como la fauna y potenciar la economía local

A la cama no te irás, sin saber una cosa más...



¿ESTÁN SUS EMPRESAS PREPARADAS PARA UNA TERCERA GUERRA MUNDIAL?

Rodrigo Planas

CFE, CPC, Auditor Independiente Director Gerente Ethos Control

Con los conflictos bélicos sucediendo un todo el mundo (Ucrania y Rusia, Israel y Palestina, Francia y sus colonias etc.), hace que cada vez se ve más cerca una posible Tercera Guerra Mundial. Todos sabemos esto y nos preparamos. ¿Se han puesto a analizar el efecto que este tendría en sus empresas? No necesariamente la empresa tiene que estar en alguno de estas regiones para que afecten las operaciones de nuestras empresas.

Una guerra puede tener un impacto negativo en el control interno de una empresa, ya que puede alterar sus procesos, recursos y objetivos. El control interno es el conjunto de medidas y procedimientos que una empresa implementa para garantizar la eficacia, eficiencia y legalidad de sus operaciones, así como la fiabilidad de su información financiera y la salvaguarda de sus activos. La importancia del control interno radica en que ayuda a prevenir el fraude, el error, el desperdicio y la pérdida, así como a mejorar el desempeño y la competitividad de la empresa.

Una guerra puede afectar al control interno de una empresa de varias formas, por ejemplo:

- Puede generar un ambiente de inestabilidad, incertidumbre y riesgo, lo que dificulta la planificación, la ejecución y el seguimiento de las actividades de la empresa.
- Puede provocar escasez, inflación, devaluación, sanciones o bloqueos económicos, lo que reduce la disponibilidad y el acceso a los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- Puede causar daños físicos, robos, saqueos o sabotajes a las instalaciones, equipos, inventarios o documentos de la empresa, lo que afecta su capacidad productiva y su integridad patrimonial.
- Puede ocasionar cambios legales, regulatorios o políticos que afecten las normas, los impuestos, los permisos o los contratos que rigen las operaciones de la empresa.
- Puede aumentar las presiones, las demandas o las amenazas de los clientes, proveedores, competidores, empleados, accionistas o autoridades sobre la empresa.

- Puede generar estrés, miedo, desmotivación o desconfianza entre los trabajadores de la empresa, lo que afecta su compromiso, su rendimiento y su ética.

Estos factores pueden debilitar el control interno de una empresa y crear oportunidades o incentivos para que se cometan fraudes internos o externos. El fraude es un acto intencional de engaño o manipulación para obtener un beneficio ilícito o causar un perjuicio a la empresa. El fraude puede tener consecuencias graves para la empresa, como pérdidas económicas, daños reputacionales, sanciones legales o incluso su quiebra.

Por eso, es fundamental que una empresa mantenga y fortalezca su control interno en tiempos de guerra, para prevenir el fraude y proteger su viabilidad y sostenibilidad. Para ello, una empresa debe:

- Establecer una cultura de control interno que promueva los valores, la ética y la responsabilidad de todos los miembros de la organización.
- Definir una estructura organizativa clara y adecuada que asigne roles, funciones y responsabilidades a cada nivel jerárquico y establezca mecanismos de supervisión y rendición de cuentas.
- Implementar un sistema de control interno basado en el análisis y la gestión de los riesgos asociados a cada proceso o actividad de la empresa.
- Diseñar e implementar políticas, procedimientos y controles internos que aseguren el cumplimiento de las normas internas y externas aplicables a la empresa.
- Desarrollar e implementar sistemas de información confiables que permitan registrar, procesar, comunicar y verificar los datos financieros y no financieros de la empresa.
- Realizar auditorías internas periódicas que evalúen la efectividad del control interno y detecten posibles debilidades o irregularidades.
- Establecer canales de comunicación interna y externa que faciliten el intercambio de información relevante para el control interno y el reporte de posibles fraudes o anomalías.
- Capacitar y motivar al personal para que conozca, comprenda y aplique el control interno en sus actividades diarias.

Podemos concluir que una guerra puede afectar al control interno de una empresa y su importancia para prevenir el fraude. Por eso, una empresa debe adoptar medidas para mantener y mejorar su control interno en tiempos de conflicto armado.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

Pre-venta 2024

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

CHILE 



Josefina Sáez Larraín

Socia fundadora y directora ejecutiva de Traslación

Es estratégico reconocer el potencial turístico de Chile

RESERVA TU ESPACIO
INFO@REVISTAFACORDEEXITO.COM



Plataforma para el liderazgo, empresarial y de negocios

2023



Sin importar dónde estés,
con Adm Cloud i-ERP
tienes el control total
de tu negocio, siempre.

- ❖ Inteligencia de Negocios (BI)
- ❖ KPIs Personalizables
- ❖ Modelos Predictivos de Ventas y Compras con AI
- ❖ 100% Web y en la Nube
- ❖ Facturación Electrónica Nativa

Escanea el código



Simple, Completo, Flexible.

www.admcloud.net | [@admcloudlatam](https://twitter.com/admcloudlatam)