

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

COLOMBIA



@RevistaFactordeExito
Revista Factor de Exito
www.revistafactordeexito.com



Narciso Casado

Secretario Permanente del Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB)

Impulsando el desarrollo empresarial iberoamericano a través del turismo sostenible

Mercados emergentes y oportunidades de inversión en Latinoamérica

● Felipe Mendoza

Analista de mercados para ATFX LATAM

Oportunidades reales en mercados emergentes

● Santiago Martínez Castilla

Emprendedor Social, Cofundador de Trustflow For Development

Construir un futuro sostenible requiere corresponsabilidad y liderazgo consciente

● Luis Quintero

Director General de Kyrovet Laboratories

Rentabilidad y expansión definen el liderazgo en mercados emergentes

Gente de Éxito

● Montse Cespedosa

CEO de The Gossip Finance Group

La digitalización ha traído libertad financiera y mayor capacidad de decisión para el cliente

V evento



REM

Recursos Energéticos
y Mineros **FACTOR DE ÉXITO**

Convergencia por la innovación y sostenibilidad

17 DE JUNIO

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

 Hora:
8:00am

 Lugar:
Hotel Intercontinental,
Santo Domingo

REM 2025: El punto de encuentro donde **la innovación** y **sostenibilidad** convergen para impulsar **el futuro energético y minero** de República Dominicana. Un espacio único que reúne **visiones y tecnologías** de vanguardia para potenciar el desarrollo de estos importantes sectores.



SOSTENIBILIDAD



INNOVACIÓN



TECNOLOGÍA

MÁS INFORMACIÓN



Santa Marta, Colombia, GRAN CARIBE COLOMBIANO

• **II FORO** •
IBEROAMERICANO DE TURISMO
SANTA MARTA

COLOMBIA CO
EL PAÍS DE LA BELLEZA

📍
ESTELAR Santamar Hotel & Centro de Convenciones

14-15
DE MAYO
de 2025

Colombia 2025: Transformación digital y oportunidades de inversión - Un ecosistema financiero en evolución

Isabel Figueroa de Rolo

Fundadora y Directora Editorial
de Factor de Éxito

En esta edición especial, Factor de Éxito celebra el espíritu innovador y resiliente de los líderes colombianos que están redefiniendo el sector financiero. Sus historias son testimonio del poder transformador del liderazgo consciente y la visión estratégica.

Colombia emerge como un referente regional en innovación financiera y desarrollo sostenible. El Banco de la República proyecta un crecimiento económico del 3.1% para 2025, impulsado por la diversificación económica y la expansión del sector fintech, que según Finnovista ha crecido un 60% en los últimos tres años.

La transformación digital del sector financiero colombiano está democratizando el acceso a servicios bancarios, con más de 20 millones de usuarios de banca digital activos. Colombia Fintech reporta que las inversiones en el sector superaron los \$450 millones en 2024, marcando un hito en la historia financiera del país.

Nuestros entrevistados comparten no solo sus éxitos, sino también las lecciones aprendidas en su camino hacia la excelencia. Sus experiencias sirven como faro para aquellos que buscan hacer la diferencia en el mundo empresarial.

En esta edición especial, Factor de Éxito presenta a los protagonistas de la transformación financiera colombiana. A través de nuestras páginas, documentamos cómo el sector financiero del país está evolucionando hacia un futuro más digital e inclusivo.

Colombia se posiciona como referente regional en innovación financiera y desarrollo sostenible. El Banco de la República proyecta un crecimiento económico del 3.1% para 2025, respaldado por la expansión del sector fintech, que según Finnovista ha crecido un 60% en los últimos tres años.

La transformación digital está democratizando el acceso a servicios bancarios, alcanzando más de 20 millones de usuarios de banca digital activos. Colombia Fintech señala que las inversiones en el sector superaron los \$450 millones en 2024, estableciendo un precedente en la historia financiera del país.

Los datos de la Superintendencia Financiera muestran que la inclusión financiera alcanzó el 89.4% en 2024, impulsada por innovaciones que incluyen:

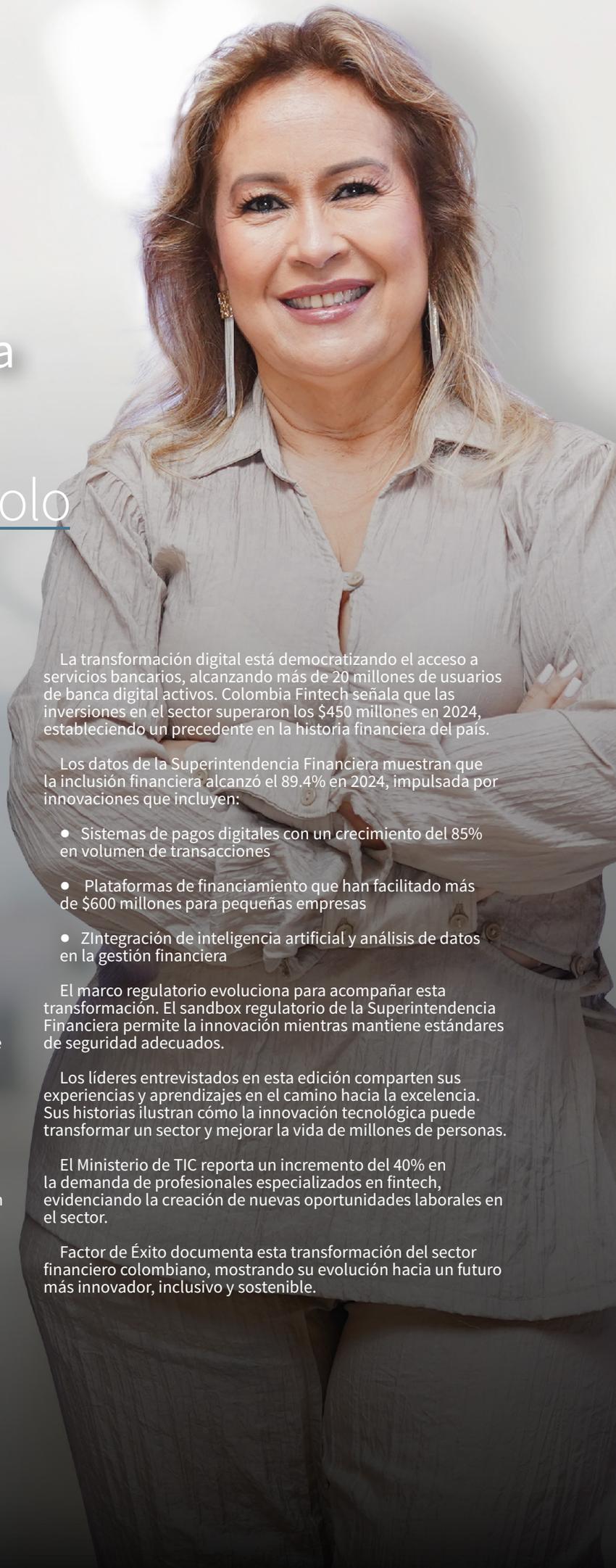
- Sistemas de pagos digitales con un crecimiento del 85% en volumen de transacciones
- Plataformas de financiamiento que han facilitado más de \$600 millones para pequeñas empresas
- Integración de inteligencia artificial y análisis de datos en la gestión financiera

El marco regulatorio evoluciona para acompañar esta transformación. El sandbox regulatorio de la Superintendencia Financiera permite la innovación mientras mantiene estándares de seguridad adecuados.

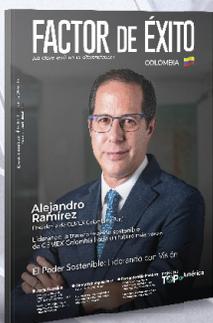
Los líderes entrevistados en esta edición comparten sus experiencias y aprendizajes en el camino hacia la excelencia. Sus historias ilustran cómo la innovación tecnológica puede transformar un sector y mejorar la vida de millones de personas.

El Ministerio de TIC reporta un incremento del 40% en la demanda de profesionales especializados en fintech, evidenciando la creación de nuevas oportunidades laborales en el sector.

Factor de Éxito documenta esta transformación del sector financiero colombiano, mostrando su evolución hacia un futuro más innovador, inclusivo y sostenible.



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 →



[contenido]

portada

Impulsando el desarrollo empresarial iberoamericano a través del turismo sostenible

pág.
14

Narciso Casado

Secretario Permanente del Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB)

INTERVIEW

Oportunidades reales en mercados emergentes

pág.
20

Felipe Mendoza

Analista de mercados para ATFX LATAM

INTERVIEW

La inversión de impacto demuestra que rentabilidad y compromiso social van de la mano

pág.
32

Santiago Martínez Castilla

Emprendedor Social, Cofundador de Trustflow For Development

INTERVIEW

Rentabilidad y expansión definen el liderazgo en mercados emergentes

pág.
38

Luis Fernando Quintero Urrea

Director General de Kyrovet Laboratories

PREMIUM CONTENT

Las empresas, motor de progreso

pág.
42

Antonio Garamendi

Presidente de CEOE y presidente de CEIB

GENTE ÉXITO

La digitalización ha traído libertad financiera y mayor capacidad de decisión para el cliente

pág.
52

Montse Cespedosa

CEO de The Gossip Finance Group

► Revista Factor de Éxito Colombia Número 16, Año 4



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

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Redacción:
Isamar Febres
Baudy Dávila

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Emy Pimentel

Digital Content Manager:
Gabriela Alfonso
Tina Pérez
Lina Bsarís

Web Master :
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager
Jacqueline Leon

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

Portada:
Narciso Casado
Secretario Permanente del Consejo
de Empresarios Iberoamericanos (CEIB)

Articulistas de esta Edición:
Marco Lovera
Ismael Cala
Alvaro Cuco de Venegas
Gonzalo Zermeño

Revista Factor de Éxito Colombia

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

APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS EDICIONES



Estrategia digital

En 2025, DirecTV fortalecerá su estrategia con digitalización, nuevas alianzas y la expansión de sus servicios. Alejandro Nigro, country manager de DirecTV Colombia, destacó que DGO, su plataforma de streaming, ha sido clave en su crecimiento, impulsado por eventos como la Copa América 2024 y la adquisición de derechos del Mundial de Clubes 2025.

La empresa también ha ampliado su red de fibra óptica a más de 30 municipios y diversificado su portafolio con servicios financieros, como la tarjeta DGO Mastercard, seguros y la agencia de viajes Mundeia. La transformación digital ha sido esencial, con alianzas estratégicas como la de Amazon para ofrecer

internet satelital con Project Kuiper.

Uno de los principales retos sigue siendo la piratería online, con un 47,9% de hogares colombianos accediendo a contenido ilegal. Para combatirlo, DirecTV ha reforzado sus medidas antipiratería y desarrollado soluciones de streaming seguras.

Este año, la empresa lanzará servicios de telefonía móvil, fortalecerá su oferta de internet satelital y expandirá su portafolio financiero. Además, integrará televisión, internet y telefonía en paquetes personalizados, consolidándose como un proveedor integral de entretenimiento y conectividad.



Alianza productiva

Jerónimo Martins, casa matriz de Tiendas Ara, busca consolidarse como líder en el mercado colombiano. Su reciente adquisición de los supermercados Colsubsidio, aprobada por la Superintendencia de Industria y Comercio, le permite superar los 1.500 puntos de venta en el país. Esta operación no solo fortalece su presencia en la zona centro,

sino que también generará 900 empleos directos y aumentará la demanda de proveedores locales.

La transacción incluye 75 inmuebles en Bogotá y varios departamentos. Con esto, Ara se posiciona como un fuerte competidor en el segmento de descuento y en todo el retail colombiano. Además, la compañía sigue expandiendo su infraestructura con un nuevo Centro de Distribución en Cota, Cundinamarca, y otro en desarrollo en Girardota, Antioquia.

En términos de crecimiento, en 2024 Jerónimo Martins aumentó sus ventas un 11,1%, superando los 13,7 billones de pesos. La empresa planea mantener su ritmo de expansión, con



expectativas optimistas para 2025. Asimismo, mantiene una relación con Colsubsidio, permitiendo a sus afiliados acceder a beneficios en más de 400 tiendas. Con una inversión de 1.000 millones de euros en los próximos cinco años, la compañía reafirma su compromiso con el país.



Bienestar corporativo

Colsubsidio se ha posicionado como una de las organizaciones más atractivas para trabajar en Colombia, gracias a su enfoque en el crecimiento profesional, la flexibilidad laboral y el impacto social. Su propósito es generar oportunidades para cerrar brechas sociales, promoviendo un entorno donde los empleados se sientan parte de una transformación positiva.

Como la caja de compensación con más afiliados en el país, Colsubsidio fomenta una cultura organizacional que impulsa el desarrollo profesional y personal. Sus colaboradores contribuyen en sectores como bienestar, entretenimiento, turismo, sostenibilidad, cultura y salud, garantizando acceso equitativo a oportunidades.

La empresa se distingue por su amplio portafolio de beneficios para empleados y familias, que incluye préstamos de vivienda, créditos educativos y programas de bienestar integral. Su cultura organizacional se basa en excelencia, compromiso social, pasión por servir e integralidad, generando un ambiente laboral seguro y enriquecedor.

Además, Colsubsidio promueve la diversidad y la equidad de género: el 75% de sus empleados son mujeres y el 54% de los cargos directivos están ocupados por ellas. Con acciones internas que fortalecen el talento humano, la organización garantiza una experiencia laboral enriquecedora, atrayendo y fidelizando talento comprometido con la transformación social.



Destino exclusivo

El Hotel Tequendama de Bogotá se ha transformado al unirse a la franquicia Four Points by Sheraton, con una inversión superior a 14,7 millones de dólares. La remodelación modernizó sus instalaciones según los estándares de Marriott, sin perder su legado de 73 años. La renovación incluyó 176 habitaciones, áreas comunes, restaurante, bar, spa, gimnasio y piscina, con espacios diseñados para el confort y bienestar de los huéspedes.

El restaurante INKAI, con capacidad para 140 personas, introduce la gastronomía nikkei, fusionando cocina asiática y peruana bajo la dirección del chef Marco Galdos. Además, el hotel ha adoptado un diseño 'vintage moderno' en su lobby,



combinando elegancia clásica con elementos contemporáneos.

mercado corporativo y turístico internacional.

El impacto económico ha sido significativo, con más de 120 empleos indirectos durante la renovación y 145 empleos directos tras su reapertura. Se espera un crecimiento progresivo en la ocupación hotelera hasta finales de 2025, con un enfoque en el

Ubicado estratégicamente en Bogotá, cerca de sitios emblemáticos, el hotel busca fortalecer el turismo cultural y corporativo. Para 2026, planea modernizar 100 habitaciones adicionales, consolidando su posición en la industria hotelera.

Inversión dinámica

Bogotá se consolida como un destino clave para la inversión extranjera en América Latina, según Invest in Bogotá. En 2024, la ciudad se ubicó entre las tres principales receptoras de IED en la región, solo detrás de Ciudad de México y Sao Paulo. A pesar del arancel del 10% impuesto por EE.UU. bajo la administración de Donald Trump, Bogotá mantiene su atractivo gracias al crecimiento en sectores estratégicos como servicios, retail y emprendimientos de alto impacto.

Carlos Suárez, director de Invest in Bogotá, destacó que esta medida podría abrir oportunidades para la ciudad, ya que empresas extranjeras podrían preferirla como un centro de producción y

exportación con menores costos arancelarios en comparación con otras regiones. Sin embargo, enfatizó la necesidad de fortalecer la competitividad e infraestructura de Bogotá para aprovechar esta situación.

En 2024, la ciudad recibió 105 proyectos de inversión extranjera, con un crecimiento del 11,7%

respecto al año anterior. EE.UU. lideró con el 28,6% de la inversión, seguido de España, México y China. Para 2025, se espera estabilidad en la IED, con enfoque en eventos de gran magnitud y emprendimientos innovadores. La articulación público-privada será clave para mantener el crecimiento y la competitividad de la capital colombiana.



Visión deportiva

El interés internacional por el fútbol colombiano ha crecido, reflejado en la compra de clubes como La Equidad y Atlético Huila por inversionistas extranjeros. En el caso de Huila, el equipo fue adquirido por el Grupo Independiente, propietario del exitoso IDV de Ecuador. Como parte de su desarrollo, Huila ha establecido una alianza con Chubb Seguros, multinacional que busca replicar en Colombia el modelo de formación de talentos implementado en Ecuador.

Fabio Cabral, presidente de Chubb Seguros, destacó que esta alianza refuerza su compromiso con el fútbol como una



herramienta de transformación social. El proyecto no solo se enfoca en la formación deportiva, sino también en la educación e inclusión de jóvenes talentos.

Chubb eligió a Atlético Huila debido a su relación con Independiente del Valle, con el objetivo de aplicar su modelo de desarrollo integral de jugadores en Colombia. La compañía considera que el fútbol es un motor de cambio social, promoviendo valores como la solidaridad y el trabajo en equipo.

Esta inversión se proyecta a largo plazo, buscando generar un impacto duradero en la comunidad y en el fútbol colombiano, más allá del patrocinio, consolidando una estrategia de crecimiento y transformación en el deporte.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

DESTAQUE SU MARCA CON *Premium Content*

¿Qué Ofrecemos?



Exposición estratégica ante CEOs y directivos



Narrativa de su historia empresarial



Alcance directo a tomadores de decisiones



Formato exclusivo más allá de la publicidad tradicional

Transforme su **historia empresarial** en una **narrativa impactante**

Beneficios Exclusivos



Profundidad en la presentación de sus productos/servicios



Conexión emocional con su audiencia objetivo



Optimización de su inversión publicitaria



Posicionamiento premium en el mercado empresarial

Estamos aquí para impulsar y sostener su crecimiento

¡Más información!

+1 (829) 959-5724

info@revistafactordeexito.com

Avance cognitivo

La inteligencia artificial (IA) está transformando el panorama empresarial en Colombia y Latinoamérica. Un estudio de SAP reveló que el 69% de las empresas colombianas anticipa un impacto significativo de la IA en sus industrias, por encima del promedio regional del 63%. Además, el 54% planea aumentar su inversión en IA en 2025, ubicando al país como el tercero con mayor expectativa de inversión, detrás de Brasil y México.

A pesar de su crecimiento, la adopción de IA enfrenta desafíos. La principal barrera (33%) es la falta de claridad sobre su integración en procesos, especialmente en grandes empresas (45%). También

preocupan la ciberseguridad (27%) y la escasez de talento (26%). Para superar estos obstáculos, el 53% de las empresas invierte en capacitación, y un porcentaje similar ya contrata personal especializado.

Las soluciones de IA han evolucionado desde herramientas auxiliares hasta agentes autónomos que optimizan procesos complejos. Tecnologías como Joules, de SAP, están revolucionando áreas como recursos humanos y gestión de la cadena de suministro.

Actualmente, el 70% de las empresas usa IA en servicio al cliente, mientras que el 44% ya ha obtenido resultados tangibles.



Con un crecimiento acelerado, la IA se posiciona como un motor clave de transformación y eficiencia en el sector empresarial colombiano.

Expansión farmacéutica

En abril de 2025, DHL Group anunció la adquisición del 100% de CRYOPDP, un courier especializado en logística para ensayos clínicos, biofarmacéuticas y terapias avanzadas, como parte de una estrategia para fortalecer su posición en el sector de las ciencias biológicas y la salud. Esta adquisición se acompaña de una alianza estratégica con Cryoport, empresa líder en soluciones para la cadena de suministro en ciencias de la vida.

DHL, que ya genera más de 5.000 millones de euros anuales en este sector, busca potenciar su red especializada en farma mediante la integración de la experiencia



logística de CRYOPDP y el respaldo aéreo global de DHL Express y DHL Global Forwarding. CRYOPDP opera en 15 países y realiza más de 600.000 envíos anuales a 135 países.

La alianza con Cryoport permitirá ofrecer soluciones logísticas más integradas y eficientes, reforzando su presencia en mercados clave como Europa, Oriente Medio, África y Asia Pacífico. Este movimiento está alineado con la Estrategia 2030 de DHL, centrada en soluciones con temperatura controlada y cobertura en primera y última milla. Se espera que la operación mejore el nivel de servicio, reduzca costos y consolide a DHL como líder en logística farmacéutica avanzada, sujeto a aprobaciones regulatorias.

EXPO 2025

FACTOR DE ÉXITO 5

LIDERAZGO EMPRESARIAL
Y DE NEGOCIOS

Sostenibilidad y Convergencia: El futuro de los negocios en el Caribe

Real Estate | Energía Renovable | Turismo | MiPymes

24 y 25 de octubre 2025

Hotel Sanctuary Cap Cana

¿Por qué participar?

- Conexiones directas con inversionistas y decisores de alto nivel
- Proyectos inmobiliarios exclusivos y oportunidades de inversión premium
- Networking estratégico con líderes empresariales globales



Un encuentro diseñado para:

- Desarrolladores inmobiliarios de clase mundial
- Fondos de inversión internacionales
- Operadores hoteleros de prestigio global
- Líderes en energías renovables
- MiPymes innovadoras

¡Asegure su lugar en el evento empresarial más exclusivo del Caribe!

Sea parte del futuro empresarial del Caribe:
cada conexión es una oportunidad
para crear el próximo gran proyecto regional.

Acceda a la información aquí 



Narciso Casado

Secretario Permanente del Consejo
de Empresarios Iberoamericanos (CEIB)

Impulsando el desarrollo empresarial iberoamericano a través del turismo sostenible

"Formamos una gran comunidad, que cuenta con una gran ventaja, y es que compartimos dos idiomas, arraigos culturales idénticos y una forma de sentir común."

Cn más de 35 años de experiencia en diplomacia corporativa, Narciso Casado se ha convertido en una figura clave en el desarrollo empresarial iberoamericano. Como Secretario Permanente del Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB) desde su creación en 2015, ha liderado iniciativas fundamentales para fortalecer los lazos empresariales en la región.

El II Foro Iberoamericano de Turismo, que se celebrará los días 14 y 15 de mayo en Santa Marta, Colombia, representa uno de sus proyectos más significativos. Este evento, impulsado por CEIB, FIJE y PROCOLOMBIA, cuenta con el respaldo de instituciones prestigiosas como SEGIB, CAF, ONU TURISMO, COTELCO e ICEX. Bajo el lema "De la Innovación Social a la Competitividad Sostenible: El itinerario del cambio", el foro busca abordar temas cruciales como la innovación social, la empleabilidad y la formación en el sector turístico.

Su visión ha sido fundamental en la creación del "Espacio Empresarial Iberoamericano", una red que representa a más de 33 millones de empresas y que ha logrado consolidar una plataforma única para el diálogo y la colaboración entre diversos sectores de la economía iberoamericana.

Ante las proyecciones económicas para 2025 en Latinoamérica, ¿cómo puede el sector turístico actuar como catalizador para la recuperación económica post-pandémica en la región?

Creo firmemente que el turismo ha sido y sigue siendo clave para la recuperación económica post-pandémica en América Latina, impulsando el empleo y el desarrollo local. Su reactivación beneficia tanto a grandes empresas como a pequeños emprendedores, promoviendo la demanda de servicios esenciales. Muchos países están apostando por el turismo interno y sostenible, aprovechando la riqueza natural y cultural de la región para atraer a viajeros responsables. Además, la digitalización del sector, con herramientas como plataformas de reservas en línea e inteligencia artificial, ha modernizado la industria y mejorado la experiencia del turista.

Por otro lado, la diversificación de la oferta turística con rutas gastronómicas, turismo de aventura y eventos culturales permite captar nuevos mercados y distribuir mejor los ingresos. El apoyo gubernamental

a través de incentivos fiscales y alianzas público-privadas ha sido clave para la reactivación del sector. Me gustaría recalcar también que la inversión extranjera en infraestructura turística será esencial para consolidar el crecimiento sostenible de la industria en la región.

Nuestro lema no es una casualidad, es todo un manifiesto de intenciones: #Iberoamérica, el turismo te hace grande.

En términos cuantitativos, ¿qué impacto económico espera que genere el sector turístico en Colombia y la región durante 2025? ¿Qué porcentaje del PIB regional podría representar?

La voz de Colombia se escucha cada vez más fuerte a nivel internacional en diversos ámbitos, entre ellos el turismo. En un informe muy interesante de BBVA Research, se prevé un aumento anual del 10% en visitantes internacionales hasta 2026, alcanzando unos ingresos de hasta USD 17.000 millones, consolidando a Colombia como destino emergente. Se muestra además que en 2023 el sector del turismo en Colombia representó el 4,5% del PIB nacional, con un 3,3% proveniente del turismo internacional y un 1,2% del turismo interno. Estas cifras reflejan el potencial del turismo para impulsar el desarrollo económico y social de Colombia.

En otro estudio elaborado por la OCDE se destaca que Colombia fue el país que más aumentó, y por mucho, el número de visitantes entre 2019 y 2023, entre un grupo de más de 35 países. En este crecimiento juegan un papel esencial instituciones como PROCOLOMBIA, que están llevando la marca "Colombia, el País de la Belleza" a todos los rincones del planeta. Además, en el plano empresarial, la ANDI-Asociación Nacional de Empresarios de Colombia y miembro del Consejo de Empresarios Iberoamericanos-CEIB, juega un papel fundamental en la promoción e impulso de la actividad de las empresas en el país, incluyendo el turismo.

La transformación digital está revolucionando todos los sectores. ¿Cómo ve la integración entre el sector financiero digital (fintech) y la industria turística en Iberoamérica? ¿Qué oportunidades presenta esta convergencia?

La integración entre el sector fintech y la industria turística en Iberoamérica representa una gran

oportunidad para mejorar la accesibilidad, eficiencia y personalización de los servicios turísticos. La transformación digital contribuye a reinventar la forma en la que los viajeros planifican, reservan y experimentan sus viajes.

Las fintech juegan un papel fundamental en este proceso y ayudan a llevar servicios financieros a comunidades que tradicionalmente han estado excluidas del sistema bancario formal. Esto puede impulsar el desarrollo del turismo en áreas rurales y remotas, donde el acceso a este tipo de servicios es limitado. Está claro que la simbiosis entre tecnología e industria turística tiene el potencial de transformar la experiencia del viajero, impulsar la inclusión financiera y estimular el crecimiento económico en el espacio empresarial iberoamericano.

Desde CEIB, ¿qué iniciativas concretas se están implementando para promover la innovación social y la competitividad sostenible en el sector turístico iberoamericano?

Justo ahora estamos inmersos en la organización del II Foro Iberoamericano de Turismo los días 14 y 15 de mayo en Santa Marta, Colombia. Un evento impulsado por el Consejo de Empresarios Iberoamericanos-CEIB, la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios-FIJE, PROCOLOMBIA y ONU Turismo, con el apoyo de la Secretaría General Iberoamericana-SEGIB; CAF-banco de desarrollo de América Latina y el Caribe; la Organización Internacional de Empleadores-OIE; ICEX Exportación e Inversiones y la Asociación Hotelera y Turística de Colombia-COTELCO, entre otras instituciones. Coincide además con el 500 Aniversario de Santa Marta y con una de las citas más importantes del turismo en el Caribe Colombiano, el Congreso organizado por COTELCO.

Una nueva línea de trabajo, el turismo sostenible, inclusivo e inteligente, que emprendimos el año pasado y que este año se consolida con la segunda edición de este Foro, que está totalmente enfocado en todo lo que me plantea. El evento durará dos días, el primero incluye un diálogo a puerta cerrada en torno a unas mesas ágiles de trabajo, entre sector público y privado de Iberoamérica para plantear los desafíos y prioridades del turismo en la región; y el segundo, abierto al público, en el que intervendrán expertos y representantes de gobiernos, instituciones, agencias de inversión y empresas, para profundizar en las demandas, retos y oportunidades en el sector.

En el foro se abordará el turismo de impacto y cómo pueden la innovación social y la adopción tecnológica ser motores de un nuevo paradigma en el sector;

la importancia de promover el turismo sostenible, inclusivo e inteligente impulsando la participación de actores sociales y comunidades locales para asegurar que se beneficien lo que aporta el turismo y sus avances; el poder de lo local, articulando mecanismos público-privados para que las comunidades y el turismo sean un motor de desarrollo social; y la transformación del sector más humano de todos. Me gustaría citar una frase que he escuchado a Natalia Bayona, directora ejecutiva de ONU Turismo y que comparto plenamente: “El turismo es el sector económico más humano de todos y el principal reto que tiene, a nivel mundial, es la educación, tanto del sector como del turista”. Por eso, durante el foro trataremos también en profundidad otra de nuestras líneas de trabajo que consideramos prioritarias, que es la formación y la empleabilidad en el sector, siendo éstas las mejores fórmulas de inclusión social.

En el contexto del II Foro Iberoamericano de Turismo, ¿cómo se está abordando la brecha digital existente entre las grandes empresas turísticas y las PYMEs del sector?

La verdad es que desde la pasada edición ya pusimos el foco en este ámbito, apostando por la innovación, por la calidad de los servicios turísticos, el avance en la digitalización, implementación de nuevas tecnologías, desarrollo de conocimiento e investigación. Consideramos fundamental la transformación inminente de la fuerza laboral del turismo, a través de un enfoque de formación y capacitación, que sea accesible para todos los segmentos sociales, adaptable a las nuevas tendencias tecnológicas y ágil de cara a las necesidades del mercado.

Es clave también el apoyo financiero y las alianzas público-privadas, para que las PYMEs adopten tecnología sin afectar su liquidez. Se están expandiendo también infraestructuras digitales en zonas rurales y turísticas, mejorando la conectividad y permitiendo que los emprendimientos locales accedan a mercados globales.

Este año, pondremos de nuevo el foco en estas cuestiones, en promover la digitalización de nuevos modelos de negocios, nuevos productos y experiencias, en las Fintech y la IA, entre otros temas. Además, destacar que desde CEIB tenemos compartimos una línea de trabajo con la SEGIB que se centra precisamente en este ámbito. En 2024 celebramos el I Foro de Andorra: “Alianzas Público-Privadas para la Transición Digital”, durante el que insistimos en la importancia de las infraestructuras para la conectividad universal, siendo éste un paso decisivo frente a la brecha digital.



La sostenibilidad es un pilar fundamental en la agenda actual. ¿Qué medidas específicas propone para equilibrar el crecimiento económico del sector turístico con la preservación ambiental?

Pues esto es algo que abordamos en detalle en la última edición del Foro de Turismo y adoptamos un inventario de prioridades, en el que apostamos por impulsar una planificación turística del territorio que responda a una visión sostenible, que sea el resultado de la participación de todos los actores sociales involucrados; estimular el compromiso e implicación del turista en la transformación estructural del sector hacia la sostenibilidad; e identificar y enfocar esfuerzos en las comunidades vulnerables, facilitando su acceso a la formación y a las oportunidades de empleo, a mecanismos que promuevan la equidad y la inclusión laboral.

En esta línea hay una iniciativa muy interesante de ONU Turismo y CAF – Banco de Desarrollo para América Latina y Caribe, para promover el desarrollo sostenible y la diversidad cultural. Ambas instituciones han puesto en marcha el Reto de Turismo Indígena - América Latina y el Caribe, que busca identificar y apoyar proyectos innovadores que resalten la riqueza de las expresiones culturales y la relación con el medio ambiente de los pueblos indígenas en la región. Un claro ejemplo de la importancia que se otorga a la sostenibilidad y al “poder y respeto de lo local” desde distintas instituciones afines a la región.

Considerando su experiencia en diplomacia corporativa, ¿qué papel juegan las alianzas público-privadas en la modernización del sector turístico iberoamericano?

Las alianzas público-privadas son clave para la modernización del sector turístico en Iberoamérica, ya que permiten combinar recursos, conocimientos y capacidades del sector público y privado para impulsar la innovación, la sostenibilidad y la competitividad de los destinos turísticos.

Uno de sus principales beneficios es la inversión en infraestructura turística, incluyendo aeropuertos, carreteras, transporte sostenible y espacios culturales, lo que mejora la accesibilidad y experiencia del turista. Además, facilitan la formación y capacitación del talento humano, promoviendo programas educativos en turismo sostenible y tecnologías aplicadas al sector. También permiten el desarrollo de estrategias de promoción conjunta, donde gobiernos y empresas privadas colaboran para posicionar a Iberoamérica como un destino turístico innovador y de alto valor agregado.

En definitiva, la colaboración entre ambos sectores es fundamental para abordar los complejos desafíos que enfrenta el turismo en la actualidad. Y foros como el que se va a celebrar en mayo en Santa Marta, me parecen imprescindibles no solo para mantener un diálogo, sino para fomentar y potenciar el compromiso y la acción público-privada. Al unir fuerzas y compartir experiencias, se generan ideas y soluciones, que se pueden aplicar localmente en cada país, impulsando así la continuidad de la agenda y la hoja de ruta iberoamericana. Todo ello se traduce en beneficios tangibles para las sociedades, impulsando el desarrollo de un turismo que fomente la prosperidad compartida.

¿Cómo visualiza la integración de las nuevas tecnologías financieras (blockchain, pagos digitales, etc.) en el ecosistema turístico de la región para 2025?

Para 2025, la integración de nuevas tecnologías financieras en el ecosistema turístico de Iberoamérica será clave para mejorar la eficiencia, seguridad y accesibilidad en el sector. Blockchain jugará un papel fundamental en la transparencia de transacciones, permitiendo la verificación segura de reservas, contratos inteligentes en hoteles y aerolíneas, y programas de fidelización más eficientes. Además, facilitará pagos sin intermediarios, reduciendo costos y tiempos de procesamiento.



Los pagos digitales seguirán ganando terreno, ofreciendo a turistas nacionales e internacionales opciones más seguras y cómodas para realizar operaciones sin necesidad de efectivo. Esto impulsará la inclusión financiera de pequeños prestadores de servicios turísticos, facilitándoles el acceso a herramientas digitales para gestionar sus ingresos y mejorar su competitividad. Además, la adopción de criptomonedas en algunos destinos turísticos permitirá atraer a un segmento de viajeros que buscan otro tipo de opciones para sus pagos. Por otro lado, el uso de inteligencia artificial y big data en fintech optimizará la experiencia del viajero con financiamiento flexible y contribuyendo también a identificar y analizar patrones de consumo, para ofrecer ofertas personalizadas en tiempo real.

Desde una perspectiva más personal, después de más de 35 años en diplomacia corporativa, ¿cuál considera que ha sido su mayor contribución al desarrollo empresarial iberoamericano.

Sin duda, mi mayor contribución o mejor dicho nuestra mayor contribución ha sido toda la actividad que desarrollamos a diario desde el Consejo de Empresarios Iberoamericanos, creado en el año 2015 y del que soy secretario permanente. Pero no hay duda de que deberíamos hablar de un trabajo común, de un esfuerzo colectivo cimentado en la colaboración y en la acción público-privada, y en la labor diaria que ejercemos las instituciones afines a Iberoamérica y las organizaciones empresariales miembros de CEIB-OIE; así como en la permanente

cooperación que mantenemos con la Secretaría General Iberoamericana-SEGIB en todas las iniciativas que emprendemos.

Y, ¿cómo contribuimos al desarrollo empresarial de la región? Pues a través de los Encuentros Empresariales de las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno, sin duda la mejor herramienta de integración regional que existe. Posteriormente le damos seguimiento en el periodo entre Cumbres con una intensa actividad, en la que predominan nuestras líneas permanentes de trabajo: el Foro Iberoamericano de la Mipyme, cuya 7ª edición se celebrará en noviembre en Tenerife; el de Innovación Abierta; el de digitalización en Andorra y la empleabilidad juvenil, que se aplica de manera transversal a todos ellos.

Formamos una gran comunidad, que cuenta con una gran ventaja, y es que compartimos dos idiomas, arraigos culturales idénticos y una forma de sentir común. No cabe duda de que lo iberoamericano está vivo, como ha dicho en alguna ocasión el secretario



general Iberoamericano, por eso debemos seguir apostando por todo aquello que nos identifica como región y que nos hace tan diferentemente iguales.

Lo importante es que uno haga las cosas con ganas y luego todo lo demás va saliendo. Todo este trabajo, esfuerzo y compromiso da para muchos años, y mientras pueda lo seguiré haciendo con la misma ilusión.

Como líder en diferentes organizaciones empresariales, ¿qué legado le gustaría dejar en el desarrollo del turismo sostenible en Iberoamérica?

Yo creo que el legado ya lo estamos dejando entre todos los que formamos CEIB, y no solo se ve reflejado en el turismo, sino en todo lo que tiene que ver con la vida de las empresas. Contamos con una amplia red de redes, que se ha ido consolidando con el tiempo y que tiene su detonante en las reuniones de Presidentes de Organizaciones Empresariales de la OIE, treinta y tres ediciones ya, celebradas anualmente.

Desde la creación de CEIB esta red se ha impulsado y diversificado. Hablamos con una sola voz de libertad y democracia, compromiso con el multilateralismo, integración regional, firme impulso al comercio intrarregional, defensa de la empresa, fomento de alianzas estratégicas, diálogo social, seguridad jurídica y social, competitividad, eliminación de barreras, simplificación administrativa, desarrollo de proyectos de infraestructuras, formación, empleabilidad, retención de talento, innovación y digitalización, colaboración público-privada, y sostenibilidad, entre otros.

También consolidar una iniciativa una iniciativa que hemos puesto en marcha con FIJE, y que denominamos el “Espacio Empresarial Iberoamericano”, representado por más de 33 millones de empresas de todos los sectores y tamaños; y en el que también tienen cabida las instituciones, la Academia, las instituciones.... Este sería nuestro legado.

La trayectoria de Narciso Casado y su dedicación al desarrollo empresarial iberoamericano ejemplifica el poder de la colaboración público-privada y el compromiso con la sostenibilidad. Su liderazgo en CEIB y la organización de eventos como el II Foro Iberoamericano de Turismo continúan forjando un camino hacia un futuro más integrado y próspero para la región, demostrando que la unión de esfuerzos y el respeto por la diversidad cultural son fundamentales para el progreso económico y social de Iberoamérica.

Felipe Mendoza

Analista de mercados para ATFX LATAM

Oportunidades reales en mercados emergentes

Impulsa una visión integral del trading moderno, combinando análisis técnico, gestión de riesgo y conocimiento regional

Con una sólida trayectoria internacional como analista, portfolio manager y educador financiero, Felipe Mendoza Márquez se ha posicionado como una figura influyente en el ecosistema de trading de Latinoamérica. Actualmente, desde su rol como analista de mercados en ATFX LATAM, lidera iniciativas de educación financiera y desarrollo de estrategias de inversión, con un enfoque especial en la evolución de los mercados emergentes y el impacto de las tecnologías financieras en la región.

Su carrera lo ha llevado a desempeñar múltiples funciones en firmas de alcance global, donde ha profundizado en el comportamiento de instrumentos como futuros, CFDs y opciones. Esta diversidad de experiencia le ha permitido identificar las ventajas comparativas que estos vehículos ofrecen a los inversores latinoamericanos, especialmente en contextos de alta volatilidad y baja liquidez.

Mendoza combina su capacidad analítica con una fuerte vocación educativa. Desde espacios de formación profesional, ha detectado patrones comunes en el comportamiento de traders principiantes, lo que le ha permitido construir metodologías centradas en la disciplina, la gestión del capital y la adopción de planes estructurados. Su enfoque se basa en entender el trading como un proceso profesional más que como una búsqueda de resultados inmediatos.

Además de formar nuevos traders, dirige la construcción de carteras diversificadas adaptadas al contexto económico latinoamericano. Tiene claro que la exposición al riesgo político, la inflación y la sensibilidad a factores externos requiere estrategias ajustadas a la realidad regional. En este sentido, promueve el uso de análisis macro y microeconómico para definir estructuras de inversión sostenibles en el tiempo.

En cuanto al crecimiento del mercado de trading en la región, observa una transformación evidente. La digitalización de los servicios financieros, el acceso más amplio a plataformas especializadas y la expansión de la educación financiera han permitido que cada vez más personas participen de forma activa en los mercados. Aun así, subraya la necesidad de avanzar hacia un perfil de trader más profesional, con dominio de herramientas técnicas y una visión estratégica clara.

Su perspectiva también contempla el impacto de la tecnología en la operativa diaria. Considera que el avance hacia sistemas basados en inteligencia artificial y aprendizaje automático marcará una nueva etapa en la evolución de las plataformas

de trading, aumentando la precisión de análisis y facilitando decisiones informadas.

Su experiencia en múltiples países le permite comparar realidades. Identifica que, frente a mercados desarrollados, los latinoamericanos presentan desafíos particulares como menor liquidez, mayor exposición a factores políticos y una volatilidad más acentuada. Sin embargo, también reconoce que estos mismos elementos pueden convertirse en oportunidades para quienes se preparan con un enfoque disciplinado y estratégico.

Como analista de mercados, ¿qué ventajas específicas considera que tienen los CFDs sobre otros instrumentos financieros para los inversores latinoamericanos?

Los contratos por diferencia tienen varias ventajas que los hacen atractivos. Una de las principales es la posibilidad de acceder a una amplia variedad de activos como acciones, índices, materias primas, criptomonedas y divisas sin necesidad de comprarlos físicamente y en fracciones más pequeñas, ya que puede usarse el apalancamiento como herramienta para operar con montos mayores al capital que realmente poseen.

Otra gran ventaja es la posibilidad de operar en corto, es decir, ganar dinero cuando el mercado está bajando. A diferencia de la inversión tradicional, donde solo se obtienen beneficios si los precios suben, los CFDs permiten especular tanto al alza como a la baja, lo que es particularmente útil en mercados volátiles.

A nivel de costos, los CFDs eliminan muchas de las comisiones asociadas a la compra de activos físicos, como los costos de custodia o las tarifas de intermediación. En su mayoría, los costos de operación están integrados en el spread, lo que hace que la operativa sea más eficiente y accesible.

En su experiencia como educador de trading, ¿cuáles son los errores más comunes que más observa en los traders principiantes y cómo pueden evitarlos?

En mi experiencia, la educación financiera y de mercados es mucho más asequible ahora. Por lo tanto, la desinformación ya no es tan fuerte como antes. Sin embargo, el error que nace de este nuevo contexto es que, al tener tanta información, los estudiantes no establecen normas individuales para su operativa. Al tratarse de una profesión autónoma, muchas veces no adoptan un plan estructurado, reglas de gestión de riesgo ni objetivos claros para la operativa diaria, dejando potestad a las emociones.

Como consecuencia, las expectativas muchas veces no son realistas, esperando obtener resultados en poco tiempo y con poca experiencia, lo que los lleva a arriesgar demasiado. Lo importante es entender que el trading es un proceso de aprendizaje continuo y que los resultados consistentes solo llegan con disciplina, estrategia y experiencia.

Mencionó la importancia de la gestión de capital en el trading diario. ¿Podría profundizar sobre las estrategias más efectivas de money management que recomienda a sus estudiantes?

La gestión correcta de capital es uno de los pilares fundamentales en el trading. Más allá de encontrar una estrategia, esta administración y planificación es lo que realmente protege el capital y maximiza las oportunidades.

Existen reglas básicas como arriesgar dependiendo del perfil de riesgo de la cuenta operativa o tomar un estándar conservador de riesgo del 1% al 2% por operación, esperando que las operaciones ganadoras al menos doblen ese porcentaje.

También es importante considerar el uso correcto y adecuado del stop loss, ya que sería un error colocarlo de forma aleatoria. Debe ubicarse en niveles estratégicos donde, según el análisis técnico, se pierda la lógica de la entrada inicial. Asimismo, debe cumplir con el riesgo porcentual por operación mencionado antes y no debería modificarse de manera impulsiva si el mercado se acerca a él, ya que esto solo aumenta el riesgo de pérdidas mayores. Para esto es importante contar con un registro de las operaciones y un plan establecido bajo argumentos teóricos.

Otra estrategia efectiva es la diversificación de activos para minimizar la exposición al riesgo, asegurándose de que esos activos seleccionados no sean directamente correlacionados en su lógica estructural y fundamental.

¿Cómo evalúa el crecimiento del mercado de trading en Colombia y Latinoamérica en los últimos años, y qué proyecciones tiene para el futuro cercano?

El crecimiento del mercado de trading en Colombia y Latinoamérica en los últimos años ha sido muy exponencial, sobre todo en el último año. La

digitalización de los servicios financieros y el auge de las plataformas de trading con idioma adaptado han permitido que más personas incursionen en este mundo, ya que antes uno de los grandes problemas de la inversión en esta región era la escasa liquidez.

A nivel de regulaciones, algunos países han empezado a establecer normativas más claras para proteger a los traders minoristas y evitar estafas. En Colombia, por ejemplo, la Superintendencia Financiera ha incrementado la supervisión sobre la publicidad engañosa en trading.

De cara al futuro, el crecimiento del trading en Latinoamérica seguirá impulsado por varios factores. Las nuevas aplicaciones han hecho que invertir sea sencillo y hay mucha oferta de activos financieros tanto nacionales como internacionales, en diversos sectores. Esto no solo abre oportunidades en mercados desarrollados, sino también en economías emergentes con gran potencial.

Otro factor importante es el acceso a la educación financiera. En los últimos años han surgido más academias, influencers y comunidades dedicadas a enseñar trading de manera responsable. Si esta tendencia continúa, veremos una evolución en el perfil del trader latinoamericano, pasando de un enfoque especulativo a uno más estructurado y profesional.

Como portfolio manager, ¿qué criterios utiliza para construir una cartera diversificada y cómo adapta estas estrategias al contexto latinoamericano?

Para construir una cartera diversificada, priorizo ítems de análisis macro y microeconómico en la selección de activos, sumado a una distribución coherente de porcentajes, teniendo en cuenta el riesgo y la rentabilidad de cada instrumento, y asegurando baja correlación entre ellos. También considero el perfil de riesgo del portafolio y el horizonte temporal, ajustando la exposición geográfica o por sectores y protegiendo el capital con activos tipo cobertura.

Es importante realizar rebalances frecuentes, ajustando la cartera según la volatilidad del mercado, priorizando ciertos sectores dependiendo de si se está en tiempos de incertidumbre o en mercados alcistas.

Para Latinoamérica se mantiene la misma lógica, aunque deben considerarse riesgos políticos y relacionarse también con la estacionalidad a nivel global, ya que al ser monedas emergentes pueden surgir en ciertos ciclos económicos o, por otro lado, necesitarán protegerse contra la inflación y adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado.

¿Qué papel juega la tecnología en el trading moderno y cómo ve la evolución de las plataformas de trading en los próximos años?

La tecnología ha venido transformando el trading, haciéndolo más accesible, rápido y eficiente. Hoy en día, los traders ya cuentan con plataformas avanzadas que ofrecen ejecución muy rápida, análisis técnico automatizado, datos en tiempo real y herramientas de trading algorítmico que antes solo estaban disponibles para instituciones financieras.

Sin embargo, la nueva ola será probablemente la de inteligencia artificial y machine learning, que permitirán analizar grandes volúmenes de datos y detectar patrones en los mercados con mayor precisión. Esto dará paso a sistemas más intuitivos, con interfaces simplificadas y personalizadas, e integración de análisis fundamental y técnico en tiempo real. También veremos un crecimiento en la adopción de inversiones alternativas como la tecnología blockchain.

La tecnología seguramente seguirá reduciendo barreras y ofreciendo nuevas oportunidades, pero también exigirá mayor adaptación y aprendizaje para mantenerse competitivo.

Considerando su experiencia internacional, ¿qué diferencias significativas observa entre los mercados latinoamericanos y otros mercados globales en términos de oportunidades y desafíos para los traders?

Uno de los principales contrastes es la volatilidad. En Latinoamérica, las economías son más sensibles a factores externos, como lo que sucede en Estados Unidos, el precio de las materias primas y la estabilidad política. Esto usualmente genera movimientos bruscos en las monedas y los índices bursátiles, lo que puede representar oportunidades para traders de corto plazo, pero también un mayor riesgo para inversionistas a largo plazo.

Otro aspecto diferenciador es la liquidez del mercado. Los mercados desarrollados, como los de Estados Unidos o Europa, cuentan con una profundidad de mercado considerable. En Latinoamérica, las acciones tienen un menor volumen de negociación, lo que puede afectar la ejecución y cierre de órdenes, y generar un mayor spread en los precios.



Por otro lado, el cambio regulatorio y la inestabilidad política son factores más frecuentes en Latinoamérica, afectando la confianza de los inversionistas y generando ciclos de alta especulación.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA
ISSN 2322-0300



horatio

La combinación de tecnología avanzada y talento humano permite ofrecer soluciones eficientes

José Herrera
CEO & Co-Founder, Horatio

@RevistaFactordeExito | Revista Factor de Éxito | @RevistaFDE | WWW.REVISTAFACTORDEEXITO.COM

Transformación laboral: **Personas al centro**

Isis Abreu
Vicepresidenta de Transformación Organizacional en el Centro Corporativo GRUPO, Grupo Carifina
La transformación requiere líderes con visión de futuro

Arlette Almánzar Burgos
Fundadora (CEO) Academia Estrea en Liderazgo CX
"Solo empleados felices pueden hacer clientes felices"

Interventora Internacional
Daniela Luque
Especialista en Marketing Digital
El liderazgo que nace desde la voz individual

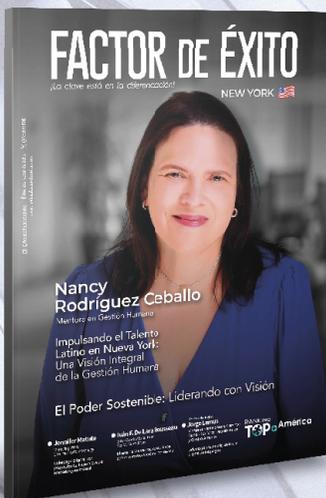
Centro de Ocio
Jonathan Novel
Líder de Negocios de Retail Management
El éxito empresarial está en escuchar, conectar y liderar con empatía genuina



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE



PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



DESCARGA TODAS
NUESTRAS
EDICIONES AQUI



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

Angie Huffington

Fundadora y directora
de AI MKTG Academy

La inteligencia artificial no reemplaza
el talento humano, lo potencia

Líder en IA y marketing digital, comparte su visión sobre la
digitalización, la inclusión y el futuro tecnológico en Latinoamérica

En un mundo donde la tecnología avanza a pasos agigantados, la inteligencia artificial (IA) ha dejado de ser una posibilidad futurista para convertirse en una herramienta esencial en el mundo empresarial. En este contexto, Angie Huffington se ha consolidado como una de las figuras más influyentes en el desarrollo e implementación de IA en marketing digital y crecimiento empresarial. Como fundadora y directora de AI MKTG Academy, ha liderado una revolución en la forma en que las empresas adoptan la IA para potenciar sus estrategias de ventas y crecimiento.

Con más de dos décadas de experiencia en Growth Marketing y un MBA especializado en tecnología, Huffington ha logrado que cientos de profesionales y negocios comprendan el verdadero potencial de la IA. Su enfoque no solo permite automatizar procesos y aumentar la productividad, sino que también democratiza el acceso a herramientas avanzadas, especialmente para la comunidad hispana. Bajo su liderazgo, AI MKTG Academy ha sido un punto de referencia en la capacitación de profesionales, cerrando la brecha de género en el sector tecnológico y promoviendo la inclusión de mujeres en la IA.

Su trayectoria no solo ha sido reconocida en el ámbito académico y empresarial, sino también en escenarios de prestigio internacional. Ha sido oradora en eventos como #iWill Lead Miami y Microsoft Latinos en IA, además de desempeñarse como Directora de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Mujeres de Estados Unidos. Su impacto ha sido galardonado con premios como Mujer Innovadora 2024 y Mujer Tech del Año, reconocimientos que resaltan su compromiso con la educación en IA para la comunidad hispana.

En su visión, la inteligencia artificial no es un sustituto del talento humano, sino un aliado poderoso para maximizar el potencial de las organizaciones y los profesionales. Huffington ha sido una firme defensora de la implementación responsable de IA, enfatizando la necesidad de transparencia, equidad y gobernanza ética en su aplicación empresarial. Desde su experiencia, las empresas que logren equilibrar tecnología con humanismo serán las que lideren el futuro.

¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades de la digitalización en los mercados emergentes de Latinoamérica?

Latinoamérica enfrenta una dualidad fascinante en su camino hacia la digitalización. Por un lado, los desafíos son estructurales: aproximadamente el 30% de la población aún carece de acceso regular a internet, la infraestructura digital es desigual entre zonas urbanas y rurales, y persiste una brecha significativa en alfabetización digital. Además, muchas empresas

tradicionales enfrentan obstáculos financieros para invertir en una transformación digital completa.

Sin embargo, estas mismas condiciones generan oportunidades extraordinarias. La región está experimentando un “salto tecnológico”, donde los países pueden adoptar tecnologías avanzadas sin pasar por etapas intermedias. Se observan ecosistemas de innovación florecientes en ciudades como São Paulo, Ciudad de México, Bogotá, Buenos Aires y Santiago. El modelo de inclusión financiera a través de fintech está democratizando el acceso a servicios financieros para millones de personas no bancarizadas, estimadas en un 45% de la población adulta.

La pandemia aceleró esta digitalización forzada, creando un terreno fértil para soluciones que resuelvan problemas locales con tecnología global. La clave está en desarrollar soluciones adaptadas a las realidades locales, en lugar de simplemente importar modelos de mercados más desarrollados. Las empresas que logren este equilibrio entre tecnología global y necesidades locales definirán el futuro digital de Latinoamérica.

¿Cómo ha evolucionado la adopción de IA en marketing y ventas en la región?

La adopción de la inteligencia artificial (IA) en marketing y ventas en Latinoamérica ha avanzado notablemente en los últimos años, aunque de manera heterogénea. Hasta 2020, su implementación se concentraba principalmente en grandes corporaciones multinacionales. Sin embargo, factores como la disponibilidad de herramientas de IA más accesibles para pequeñas y medianas empresas, la reducción de costos de implementación y la creciente demanda de experiencias digitales personalizadas por parte de los consumidores han democratizado su uso.

Actualmente, se observan aplicaciones innovadoras como chatbots conversacionales que han transformado la atención al cliente en español y portugués. Se estima que, en los próximos tres a cinco años, los chatbots impulsados por IA gestionarán hasta el 60% de las interacciones de servicio al cliente en la región. Además, el análisis predictivo permite a las empresas anticipar comportamientos de compra, considerando factores culturales propios de Latinoamérica. Esta personalización ha resultado en tasas de conversión hasta un 30% superiores en campañas locales en comparación con aquellas que utilizan modelos generalizados.

Un aspecto destacado es el desarrollo de modelos de IA que incorporan matices culturales y lingüísticos específicos de la región, superando las limitaciones de soluciones diseñadas para mercados anglosajones. Por ejemplo, el mercado latinoamericano de chatbots alcanzó un valor de aproximadamente 302,67 millones



de dólares en 2024, con una proyección de crecimiento anual del 12,3% hasta 2034.

De cara al futuro, se anticipa la integración de sistemas de reconocimiento de voz adaptados a los diversos acentos regionales y la implementación de IA generativa capaz de crear contenido culturalmente relevante a escala. Las empresas que logren equilibrar la sofisticación tecnológica con la autenticidad cultural estarán mejor posicionadas para definir el futuro del marketing digital en Latinoamérica.

¿Cómo impacta la IA en la eficiencia y rentabilidad de las empresas?

La IA está transformando fundamentalmente los modelos operativos empresariales en Latinoamérica, con impactos cuantificables en eficiencia y rentabilidad. Según estudios recientes, las empresas que implementan soluciones de IA estratégicamente están experimentando reducciones de costos operativos de entre un 15% y un 25%, así como aumentos en productividad de hasta un 40% en ciertos procesos.

Este impacto se materializa en tres dimensiones principales: optimización operativa, potenciación del capital humano y transformación de la experiencia del cliente. En la optimización operativa, los sistemas de IA están automatizando procesos repetitivos, reduciendo errores humanos y permitiendo una asignación más eficiente de recursos. Por ejemplo, los algoritmos predictivos en cadenas de suministro están

reduciendo inventarios innecesarios hasta en un 30%, manteniendo niveles óptimos de servicio.

En cuanto al capital humano, la IA está redefiniendo roles laborales, liberando al personal de tareas rutinarias para enfocarse en actividades de mayor valor. Esto ha resultado en aumentos de productividad per cápita y mayor satisfacción laboral. Las empresas latinoamericanas que han implementado la “colaboración humano-IA” reportan incrementos en innovación interna y retención de talento.

Respecto a la experiencia del cliente, la hiperpersonalización impulsada por IA está incrementando tasas de conversión y fidelización. Los sistemas de recomendación avanzados están aumentando el valor promedio de compra entre un 20% y un 35% en plataformas de e-commerce regionales.

Sin embargo, es crucial señalar que estos beneficios no son automáticos. Las empresas más exitosas en Latinoamérica siguen un enfoque estratégico: identifican áreas de alto impacto para la implementación inicial, invierten en capacitación continua, establecen métricas claras de retorno de inversión (ROI) y adoptan un enfoque iterativo de mejora. La IA no es simplemente una tecnología, sino una transformación organizacional que requiere liderazgo visionario y adaptación cultural.

¿Qué sectores serán clave para la inversión en 2025 en Latinoamérica?

Para 2025, Latinoamérica presentará un panorama de inversión particularmente dinámico, con sectores que combinan tecnología, sostenibilidad y necesidades estructurales regionales. Cinco sectores destacarán como motores de crecimiento e innovación:

Primero, las fintech continuarán su expansión acelerada, evolucionando más allá de los pagos digitales hacia servicios financieros integrales. El segmento de crédito digital para PYMEs, tradicionalmente desatendido por la banca



convencional, representará una oportunidad de 40 mil millones de dólares. Los modelos de banca embebida y finanzas descentralizadas (DeFi), adaptados al contexto latinoamericano, serán particularmente atractivos para inversionistas.

Segundo, el agritech experimentará un auge inversor impulsado por la posición estratégica de Latinoamérica en la seguridad alimentaria global. Tecnologías como la agricultura de precisión, la biotecnología sostenible y las plataformas que conectan directamente a productores con mercados internacionales capturarán una atención significativa del capital. Las empresas que combinen productividad con prácticas regenerativas tendrán una ventaja competitiva.

Tercero, el sector de la salud digital verá una transformación profunda. Modelos de telemedicina adaptados a geografías complejas, plataformas de gestión hospitalaria potenciadas por IA y soluciones de diagnóstico remoto accesibles para poblaciones subatendidas representarán oportunidades de alto impacto y rentabilidad.

Cuarto, la infraestructura sostenible, particularmente en energías renovables, movilidad eléctrica y construcción ecológica, atraerá inversiones sustanciales, impulsadas por compromisos climáticos nacionales y la creciente demanda de soluciones bajas en carbono.

Finalmente, la economía creativa digital, que incluye entretenimiento, educación en línea y servicios profesionales remotos, será un sector de rápido crecimiento, impulsado por el talento creativo latinoamericano y la creciente demanda global de contenido cultural diverso.

Los inversionistas más exitosos serán aquellos que entiendan las intersecciones entre estos sectores y puedan identificar modelos que resuelvan simultáneamente desafíos sociales, ambientales y económicos en la región.





MOMPREENEURS
fest
COLOMBIA
2025

María Paula Cárdenas y Carolina Benitez, co-fundadoras de Mompreneurs Colombia

Premium Content

El poder de la comunidad emprendedora

Mompreneurs FEST 2025 fomenta alianzas estratégicas entre empresas, instituciones y emprendedoras para fortalecer la iniciativa empresarial femenina.

El Mompreneurs FEST 2025 se posiciona como el evento de referencia para el emprendimiento femenino en Colombia y Latinoamérica. Más que un festival, es un espacio de inspiración, aprendizaje y conexión, donde miles de mujeres se unen para impulsar sus negocios y fortalecer una comunidad en crecimiento.

Este año, el evento se llevará a cabo el 01 de agosto en Compensar Sede Av. 68, Bogotá, y contará con la participación de figuras influyentes, alianzas estratégicas con entidades clave y oportunidades únicas para las emprendedoras que

buscan mentoría, financiamiento y visibilidad. Con más de 5.000 asistentes, el impacto de Mompreneurs FEST 2025 promete consolidar aún más este ecosistema de apoyo y crecimiento.

Factor de Éxito conversó con las creadoras de este evento, María Paula Cárdenas y Carolina Benitez, para conocer los aspectos más relevantes de esta celebración del talento femenino y su papel en la transformación del panorama emprendedor.

"El objetivo principal del Mompreneurs Fest 2025, la fiesta de emprendimiento femenino

mas grande de Colombia, es celebrar la inspiración que surge cuando se unen mujeres líderes del empoderamiento femenino en Colombia y Latinoamérica. Es un espacio de aprendizaje, networking y posicionamiento para aquellas que han trabajado por materializar sus sueños y metas. Durante el evento, las emprendedoras podrán brillar, compartir sus historias, adquirir nuevos conocimientos, conectar con medios de comunicación y fortalecer su propósito. Es un día diseñado para visibilizar su talento y seguir construyendo una red que crece cada día", expresan las fundadoras del evento.



¿Qué hace a Mompreneurs FEST 2025 un evento distintivo y único en la región?

Mompreneurs Fest 2025, de Mompreneurs Colombia es el evento más grande y prestigioso de empoderamiento femenino en la región. Una celebración abierta y gratuita para todas las mujeres que buscan inspiración, sabiduría y una comunidad llena de sororidad. Este año, contamos con una alianza estratégica con Noticias RCN, que brindará mayor visibilidad a las emprendedoras participantes. Además, ofreceremos paneles de alto nivel con mujeres líderes como la reconocida periodista y actual candidata presidencial Vicky Dávila. Más que un evento, es una plataforma de crecimiento y transformación para las mujeres.

¿Qué oportunidades tendrán las emprendedoras que asistan al evento en términos de financiamiento y mentoría?

Tendrán acceso a un abanico de oportunidades. Al ser un evento gratuito, las asistentes podrán aprender directamente de mujeres líderes influyentes en Latinoamérica. Además de escuchar sus experiencias y consejos en las charlas, habrá espacios estratégicos de networking diseñados para que puedan generar conexiones clave, intercambiar conocimientos y explorar oportunidades de financiamiento y mentoría. Es un entorno que potencia el crecimiento y fortalece el espíritu emprendedor.

¿Cómo fomenta el Mompreneurs FEST 2025 la colaboración entre emprendedoras y empresas para fortalecer el ecosistema de emprendimiento femenino?

El Mompreneur Fest 2025, de Mompreneurs Colombia actúa como un puente entre emprendedoras y sectores estratégicos, generando alianzas con entidades públicas y privadas que fortalecen el ecosistema Mompreneurs. Estas colaboraciones no solo se evidencian durante el evento, sino que son parte integral de la comunidad. Ejemplo de ello es la alianza con INNpalsa, que ofrece programas de capacitación, así como acuerdos con instituciones académicas que brindan beneficios exclusivos a las miembros de la red. Mompreneurs se consolida así como un ecosistema dinámico que impulsa el crecimiento y la sostenibilidad de los negocios liderados por mujeres.

¿Qué impacto se espera generar con la participación de más de 5.000 asistentes en esta edición del evento?

Esperamos generar un impacto profundo en la consolidación de Mompreneurs como una comunidad que transforma vidas y genera oportunidades reales para las mujeres emprendedoras. Más de 5.000 asistentes representan 5.000 nuevas posibilidades de crear redes, impulsar negocios y fortalecer el tejido empresarial femenino. Este año

soñamos con ampliar aún más nuestro ecosistema, reafirmando que juntas podemos construir un mundo más equitativo y lleno de oportunidades. ¡Porque cuando las mujeres se unen, el cambio es imparable!

Desde sus experiencias como creadoras de este evento, ¿por qué es importante que el emprendimiento femenino se impulse como un movimiento colectivo en lugar de un esfuerzo individual?

Porque cuando las mujeres se unen, el impacto se multiplica. Cada emprendedora tiene talentos y fortalezas únicas, pero al trabajar juntas se crean redes más sólidas, sostenibles y efectivas. El emprendimiento colectivo no solo potencia ideas, sino que genera oportunidades, crea alianzas y amplía horizontes. Mompreneurs cree firmemente en la fuerza de la comunidad como motor de crecimiento personal y profesional, permitiendo que las mujeres desarrollen sus negocios sin renunciar a sus otros roles y manteniendo su bienestar integral. Unidas, llegamos más lejos.

El Mompreneurs FEST 2025 representa mucho más que un encuentro de emprendedoras; es una plataforma de crecimiento, aprendizaje y visibilidad que fortalece el ecosistema empresarial femenino. A través de alianzas estratégicas, mentoría y acceso a oportunidades clave, el evento reafirma que el éxito no es un camino solitario, sino un esfuerzo colectivo. Cada edición consolida una red de mujeres que, con su talento y determinación, transforman realidades y generan impacto en la economía y la sociedad. Más que un evento, es un testimonio del poder de la colaboración y del papel fundamental de las mujeres en el mundo de los negocios.



Santiago Martínez Castilla

Emprendedor Social, Cofundador
de Trustflow For Development

La inversión de impacto demuestra que rentabilidad y compromiso social van de la mano

Explica como la tecnología y los datos
impulsan la inclusión y el desarrollo
sostenible

En la actualidad, los mercados emergentes de Latinoamérica se encuentran en un punto de inflexión clave, impulsados por la transformación digital y la adopción de tecnologías innovadoras. Santiago Martínez Castilla, emprendedor social y cofundador de Trustflow For Development, ha dedicado su carrera a la convergencia entre tecnología, creatividad y desarrollo sostenible, explorando nuevas formas de medir el capital social y convertirlo en activos digitales con impacto positivo.

Desde su experiencia en innovación social, ha identificado que la adopción de tecnologías emergentes en la región ha generado beneficios tangibles en eficiencia y productividad. Estudios recientes muestran que un alto porcentaje de empresas en Latinoamérica han reportado éxito en la implementación de tecnologías digitales, con una gran mayoría avanzando en la transición digital. Estos avances no solo mejoran la competitividad empresarial, sino que también reducen la desigualdad de ingresos y fomentan la inclusión financiera.

Un ejemplo del impacto de la tecnología en la economía social se observa en redes de creadores digitales que, durante la pandemia, utilizaron impresoras 3D para producir equipos de protección en Argentina, beneficiando a hospitales y centros de salud. Iniciativas enfocadas en la educación tecnológica han permitido que un número significativo de mujeres accedan a empleos de calidad en el sector digital.

El análisis de datos y la aplicación de narrativas basadas en evidencia han permitido transformar proyectos en iniciativas de alto impacto. La combinación de inteligencia artificial y herramientas de visualización ha facilitado la toma de decisiones estratégicas, asegurando transparencia y efectividad en el uso de recursos. En el sector de la paz y la justicia, el uso de indicadores cuantificables ha sido esencial para evaluar avances y retrocesos en procesos de reconciliación y seguridad en Latinoamérica.

La inclusión digital ha sido clave para reducir brechas de acceso en comunidades vulnerables. Actualmente, un porcentaje considerable de los hogares latinoamericanos cuenta con acceso a Internet, lo que ha permitido avances en educación en línea, telemedicina y comercio electrónico. Sin embargo, aún queda trabajo por hacer para alcanzar una cobertura universal.

En términos de inversión y retorno, el mercado de inversión de impacto ha experimentado un crecimiento sostenido, reflejando la creciente demanda por iniciativas sostenibles y rentables. Las Empresas B, que combinan rentabilidad económica

con impacto social y ambiental, han demostrado que el modelo de triple utilidad es viable en la región, con cientos de empresas certificadas generando ingresos significativos anualmente.

Para garantizar que la transformación digital tenga un impacto positivo y medible, es fundamental adoptar valores como inclusión, transparencia y sostenibilidad. La medición del impacto con indicadores claros y el uso de datos para mejorar resultados son estrategias clave para el desarrollo sostenible en la región.

Ha trabajado en la convergencia entre tecnología y creatividad para fortalecer redes colaborativas. ¿Podría compartir un caso de éxito con cifras que evidencien el impacto medible de este enfoque en la comunidad o en el sector productivo?

La intersección entre tecnología y creatividad está fortaleciendo redes colaborativas e impulsando la economía creativa con impactos medibles en comunidades y sectores productivos. Un ejemplo destacado ocurrió durante la crisis sanitaria por COVID-19, cuando comunidades de creadores digitales (“makers”) en América Latina se organizaron para fabricar insumos médicos. Mediante impresoras 3D y diseños abiertos, redes de voluntarios produjeron y distribuyeron miles de protectores faciales en tiempo récord. En Argentina, una iniciativa colectiva logró fabricar más de 10.000 máscaras y entregar 1.850 unidades a 35 centros de salud, recaudando fondos comunitarios para sostener la producción por más de ARS 2,4 millones. Este caso refleja cómo la creatividad tecnológica colaborativa puede movilizar recursos locales y salvar vidas, evidenciando un impacto comunitario inmediato.

Otra muestra de éxito es Laboratorio, una iniciativa tecnocreativa de inclusión social. Esta organización forma a mujeres jóvenes en programación y desarrollo web mediante un bootcamp intensivo, combinando innovación educativa y tecnología. En menos de una década, Laboratorio ha entrenado a cerca de 4.000 mujeres de entornos vulnerables y logrado que alrededor del 80 % de sus egresadas ingresen a carreras tecnológicas de calidad, transformando sus vidas.

El análisis de datos es clave en la toma de decisiones estratégicas. ¿Cómo ha utilizado la evidencia y el storytelling basado en datos para transformar proyectos en iniciativas de alto impacto y qué métricas han demostrado su efectividad?

El análisis de datos y el storytelling basado en evidencia han demostrado ser herramientas clave para transformar proyectos piloto en iniciativas de

alto impacto. Al fundamentar decisiones en métricas confiables y comunicar los resultados de manera efectiva, las organizaciones pueden optimizar sus intervenciones y atraer apoyo de aliados y financiadores.

En sectores como la agricultura y la educación, la recopilación y visualización de datos ha permitido mejorar la productividad y el desempeño académico, demostrando con cifras concretas la efectividad de las estrategias implementadas. La tendencia hacia la transparencia y rendición de cuentas ha llevado a empresas e instituciones a utilizar dashboards e informes interactivos para mostrar el impacto social de sus iniciativas.

En el ámbito social, ONG y emprendimientos han fortalecido su sostenibilidad al combinar datos con narrativas convincentes que evidencian mejoras en la calidad de vida de las personas. Este enfoque basado en la evidencia no solo legitima los proyectos, sino que permite su escalabilidad y replicabilidad, asegurando que el impacto positivo se extienda a más comunidades.

Ha impulsado el uso de tecnología para fomentar la inclusión y el desarrollo sostenible. ¿Existen estudios o cifras que demuestren cómo la digitalización ha reducido brechas de acceso en comunidades vulnerables?

La digitalización ha sido clave para reducir brechas de acceso en América Latina, con un crecimiento significativo en la cobertura de Internet y la adopción tecnológica en sectores tradicionalmente excluidos. En 2022, el 67,3 % de los hogares latinoamericanos contaba con Internet fijo, frente a la mitad de la década anterior.

El acceso ha aumentado especialmente entre los hogares de menores ingresos, reduciendo parcialmente la brecha digital con los sectores más privilegiados. También ha disminuido la desigualdad territorial, con un incremento en la conectividad de zonas rurales, lo que ha permitido mejorar la educación en línea, la telemedicina y el acceso a mercados digitales.

Este avance ha favorecido la inclusión financiera y social, facilitando el acceso a pagos digitales, microcréditos y redes de protección social. Sin embargo, aún persisten desafíos, ya que un tercio de la población latinoamericana sigue desconectada y existen brechas de calidad en la conectividad. Para cerrar estas diferencias, es fundamental continuar con



inversiones en infraestructura, programas de acceso asequible y alianzas estratégicas que garanticen el derecho universal a la conectividad.

En términos de inversión y retorno, ¿qué datos pueden demostrar que las iniciativas tecnológicas con enfoque social pueden ser sostenibles y rentables al mismo tiempo?

Las iniciativas tecnológicas con enfoque social han demostrado ser sostenibles y rentables, atrayendo una creciente inversión de impacto.

Inversión en crecimiento: El mercado global de inversión de impacto superó el billón de dólares, con más del 60 % de los inversionistas en América Latina buscando retornos financieros competitivos en proyectos sociales.

Empresas B como modelo de éxito: Más de 900 Empresas B en la región generan ingresos anuales de 63.000 millones de dólares, demostrando que la sostenibilidad y la rentabilidad pueden coexistir.

Preferencia por marcas con propósito: *Los consumidores favorecen empresas con impacto social, impulsando sus ventas y fidelización de clientes.*

Retorno social sobre la inversión (SROI): *Proyectos como energía solar y fintech de inclusión financiera han mostrado rentabilidad, además de beneficios ambientales y sociales.*

Mayor adopción de inversiones ESG: *El 88 % de los inversionistas institucionales considera los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) clave en sus decisiones.*

Las iniciativas tecnosociales pueden escalar y atraer financiamiento continuo si combinan modelos de negocio sólidos con impacto medible, consolidando la convergencia entre rentabilidad e impacto sostenible.

Más allá de la tecnología, ¿qué valores considera esenciales para garantizar que la transformación digital realmente genere impacto positivo y medible en el desarrollo sostenible?

Para que la transformación digital tenga un impacto positivo y medible en el desarrollo sostenible, es esencial adoptar valores que alineen la tecnología con el bien común.

Inclusión y equidad: *Asegurar que todos, especialmente grupos marginados, accedan a los beneficios digitales, reduciendo desigualdades.*

Enfoque centrado en las personas: *Diseñar soluciones con la participación activa de las comunidades, garantizando apropiación local.*

Transparencia y colaboración: *Compartir datos y lecciones abiertamente, fomentando la cooperación entre sectores y la confianza pública.*

Uso ético de los datos: *Proteger la privacidad y la seguridad, evitando sesgos, brechas de privacidad y daños digitales.*

Medición y evidencia: *Definir indicadores de éxito desde el inicio, monitorear avances y ajustar estrategias con base en datos.*

Sostenibilidad: *Diseñar soluciones con visión de largo plazo, considerando su viabilidad financiera y el impacto ambiental.*

Estos valores, reconocidos a nivel internacional, son clave para garantizar que la transformación digital beneficie a toda la sociedad y contribuya al desarrollo sostenible.

Para gobiernos, empresas y organizaciones que buscan alinear su crecimiento con impacto social, ¿qué datos o tendencias considera esenciales para tomar decisiones estratégicas acertadas y con beneficios cuantificables?

Actualmente, gobiernos, empresas y organizaciones están alineando su crecimiento económico con impacto social y ambiental, impulsados por tendencias y datos concretos.

Inversión sostenible: *El mercado de inversión de impacto supera el billón de dólares y sigue creciendo, facilitando el acceso a financiamiento para iniciativas alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).*

Consumidores exigentes: *La demanda de responsabilidad social ha llevado a empresas a integrar métricas ESG en su estrategia, mejorando su reputación y fidelización de clientes.*

Políticas públicas alineadas a los ODS: *Los gobiernos han incorporado metas de sostenibilidad en sus planes nacionales, facilitando financiamiento innovador y nuevas oportunidades de inversión.*

Impacto económico de la inclusión: *Cerrar la brecha digital y de género podría aumentar el PIB regional en un 7 % y generar millones de empleos, incentivando la inversión en capital humano.*

Desempeño corporativo y ESG: *Las empresas con altos estándares ESG han demostrado igual o mejor rendimiento financiero, desmintiendo el mito de que la sostenibilidad reduce la rentabilidad.*

La transformación digital es clave para el desarrollo sostenible en América Latina. Con valores como inclusión, transparencia y sostenibilidad, y un enfoque basado en datos, la región puede combinar crecimiento económico con justicia social, avanzando hacia los objetivos de la Agenda 2030.

Cristian Murillo Villegas

Cristian Murillo Villegas, es el creador de la Neuroindustria. Un modelo operacional que busca conectar al ser humano de manera eficiente y sostenible con la Industria de hoy !

La neurociencia empresarial es la aplicación para estudiar el comportamiento humano y mejorar el rendimiento.

La neurociencia puede ayudar a las empresas a:

Desarrollar competencias

Crear hábitos saludables

Mejorar el rendimiento de los empleados

Incrementar el bienestar emocional

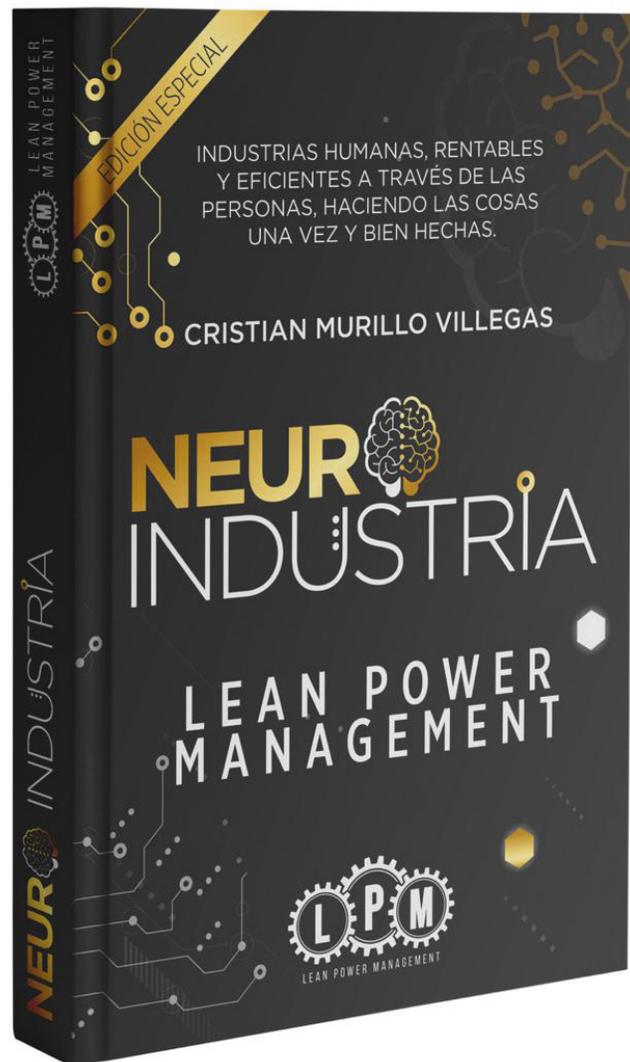
Descubrir los mecanismos neuronales responsables de la creatividad

Incrementar la capacidad de aprendizaje de los empleados

Facilitar la aceptación de los cambios laborales

call to action

www.leanpowermanagement.com
<https://wa.me/3045850856>





TRANSFORMACIÓN DIGITAL - GESTIÓN DEL CAMBIO - INNOVACIÓN Y DESARROLLO

E.X.E.C.U.T.I.V.E

ARTIFICIAL PARA LÍDERES



DOMINA LAS NUEVAS TENDENCIAS

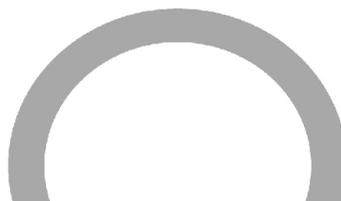
Participa en neustros entrenamientos de inteligencia artificial orientados para líderes que quieren destacar y dominar esta nueva tendencia. **Respaldado por la Universidad San Miguel.**



www.marmunoz.biz



+1(786) 605 7875



Luis Fernando Quintero Urrea

Director General de Kyrovvet Laboratories

Rentabilidad y expansión definen el liderazgo en mercados emergentes

Al frente de la transformación de negocios con enfoque estratégico, crecimiento sostenible y visión global desde América Latina

Luis Fernando Quintero Urrea se ha consolidado como una voz autorizada en temas de crecimiento empresarial en América Latina con más de dos décadas en la dirección estratégica de empresas. Desde su posición como Director General de Kyrovet Laboratories, ha liderado procesos de expansión internacional, impulsado el desarrollo de nuevos negocios y demostrado que una gestión alineada con datos, eficiencia y visión de largo plazo es clave para la rentabilidad y sostenibilidad empresarial.

Formado en Marketing y Ventas por ICESI y en Administración de Empresas por Richmond University en Londres, Quintero ha sabido integrar conocimientos académicos con experiencia práctica para diseñar estrategias comerciales que han transformado organizaciones. Su enfoque global, trilingüe y analítico le permite adaptarse a entornos multiculturales y enfrentar los desafíos del mercado con soluciones innovadoras.

Uno de los aspectos más destacados de su gestión ha sido el impulso a productos con valor agregado desde el potencial natural y tecnológico de América Latina. Para Quintero, el futuro económico de la región depende de transformar materias primas en productos diferenciados, con base científica y visión estratégica. A esto se suma su mirada optimista sobre la innovación tecnológica en ciudades como Medellín y Cali, que han dado origen a plataformas digitales de alcance regional y global.

Durante su liderazgo en Kyrovet, ha logrado un crecimiento de dos dígitos en ventas y un aumento significativo en el margen de rentabilidad. Parte de este éxito se debe a su énfasis en la planeación estratégica, en el desarrollo de alianzas sostenibles con proveedores y en la implementación de sistemas de información modernos para una toma de decisiones más ágil y fundamentada.

Su estilo de liderazgo fomenta la alineación organizacional, la participación activa de los colaboradores en la ejecución de estrategias y una cultura de innovación basada en datos. Además, ha demostrado que el desarrollo de equipos de alto rendimiento no solo es posible, sino esencial, cuando se vinculan objetivos individuales con la visión corporativa.

Con más de 23 años de experiencia en dirección estratégica, ¿cuáles considera que serán las principales oportunidades de inversión en los mercados emergentes de Latinoamérica en 2025 y qué datos respaldan estas proyecciones?

América Latina es una región que, en mi opinión, se destaca principalmente en dos aspectos. Primero, por la abundancia de oportunidades que nos brinda nuestra naturaleza en términos de materias primas. Y segundo, por la capacidad de nuestra gente para innovar, crear y adaptarse con resiliencia.

Un claro ejemplo de esto es la riqueza de nuestros recursos vegetales, como las frutas. Nuestras universidades tienen la capacidad de identificar ingredientes naturales con beneficios comprobados para la salud y la belleza, altamente valorados por el consumidor global. Sin embargo, el verdadero potencial radica en generar productos de alto valor agregado, en lugar de limitarse a la exportación de materias primas.

Mediante la formulación, el desarrollo y el empaquetado de productos innovadores, podemos transformar nuestros recursos en bienes con un claro diferenciador en el mercado global. Esto nos permite crear marcas con un posicionamiento fuerte y competitivo, aprovechando nuestra biodiversidad y conocimiento científico para ofrecer soluciones únicas y de gran impacto. Con un enfoque estratégico, innovador y sólido, América Latina tiene el potencial de convertirse en un referente mundial en la creación de productos con valor agregado.

En cuanto al segundo punto, el desarrollo tecnológico en ciudades como Medellín y Cali ha sido clave en la innovación de servicios tecnológicos y plataformas digitales orientadas a generar beneficios al consumidor. Ejemplos claros de esto son empresas como Rappi y Nu, que han demostrado la capacidad de nuestra gente para crear soluciones tecnológicas no solo adoptadas por el consumidor local, sino también por el mercado global.

Estas ciudades se han convertido en centros de formación y desarrollo de profesionales digitales, capaces de ofrecer servicios y productos tecnológicos tanto para el mercado local como para el extranjero. Desde hace décadas, se ha hablado del concepto de que "el mundo es plano", y América Latina ha sabido aprovechar esta realidad. Numerosos emprendedores y empresas de la región han logrado diferenciarse con servicios digitales innovadores y exitosos, posicionándose en el escenario global.

Ha liderado la apertura de operaciones en varios países de América Latina. ¿Podría compartir cifras o casos de éxito donde la expansión internacional haya generado un crecimiento significativo en ingresos y rentabilidad?

El primer aspecto clave a considerar al expandir operaciones a otros países es adoptar una visión de largo plazo. Es fundamental que una empresa no espere un retorno de inversión inmediato, ya que, en la mayoría de los casos, este proceso puede tomar entre dos y tres años, dependiendo del segmento en el que opere.

Desde mi experiencia, el éxito en la internacionalización radica en identificar socios locales estratégicos que no solo conozcan el mercado, sino que también aporten un valor diferencial a la nueva operación. Factores como el conocimiento del canal de distribución, la legislación del país, el comportamiento del consumidor y sus tendencias permiten acelerar el desarrollo y la consolidación de la propuesta comercial.

En el caso de Kyrovet, la apuesta por la expansión internacional ha generado un crecimiento significativo en los últimos cinco años. El peso de las ventas externas ha aumentado hasta representar un 20 % del total, consolidándose como un motor clave de crecimiento para la compañía.

En su gestión en Kyrovet Laboratories, logró un crecimiento de dos dígitos en ventas y aumentó el margen de rentabilidad del 7,5 % al 12,6 %. ¿Cuáles fueron las estrategias clave detrás de este éxito y qué lecciones pueden aplicarse a otras industrias?

Aumentar la rentabilidad es una tarea que involucra a toda la compañía. Es fundamental que cada persona dentro de la organización comprenda la necesidad de mejorar la eficiencia y optimizar el uso de los recursos. Para lograrlo, el concepto de retorno de inversión debe ser aplicado en todas las áreas, con el objetivo de garantizar que cada peso invertido genere un impacto positivo tanto en el crecimiento de la empresa como en el desarrollo profesional de su equipo.

En este sentido, se llevó a cabo una revisión estratégica de las inversiones en mercadeo y ventas, identificando las referencias comercializadas con mayor margen y potenciando su impulso en el mercado. Asimismo, se tomaron decisiones clave para eliminar aquellas referencias que no generaban valor.

Esta optimización permitió a la fuerza de ventas y al equipo de mercadeo concentrarse en los productos estratégicos, logrando una mayor penetración en el mercado y un incremento en la rentabilidad.

Si bien este enfoque es sencillo en concepto, su aplicación debe ser cuidadosa, ya que puede afectar el desarrollo estratégico de ciertos productos y categorías, así como el rumbo general de la compañía.

La digitalización de los negocios ha sido un factor clave en la optimización de recursos. ¿Cómo ha impactado la modernización de sistemas de información en la eficiencia y el crecimiento de las compañías que ha dirigido?

En mi experiencia, la digitalización ha sido un factor clave para aumentar la capacidad y rapidez en el análisis de la información disponible. Herramientas como Power BI nos han permitido acceder de manera ágil a datos fundamentales para la toma de decisiones basada en información precisa y en tiempo real.

Actualmente, contamos con diversos ERP que pueden generar automáticamente inteligencia de datos clave para la compañía, lo que nos permite realizar un seguimiento diario al desempeño de nuevos productos, estrategias promocionales y planes de mercadeo. Esto nos ayuda a identificar, de forma rápida y eficiente, si dichas iniciativas están cumpliendo con los resultados esperados. Antes, este tipo de análisis tomaba meses, retrasando la implementación de mejoras o ajustes estratégicos. Hoy en día, estos procesos pueden completarse en cuestión de minutos.

Además, es fundamental que las compañías desarrollen capacidades en el uso de herramientas de inteligencia artificial. Estas tecnologías no solo optimizan la recopilación y análisis de datos de mercado, sino que también facilitan la generación de ideas y estrategias más eficaces, impulsando el crecimiento y la competitividad de la empresa.

Ha desarrollado alianzas estratégicas que aseguran la producción y sostenibilidad empresarial a largo plazo. ¿Cómo influyen estas alianzas en la estabilidad financiera de una empresa y cuáles han sido sus mayores logros en este aspecto?

Asegurar la disponibilidad de producto es un factor crítico para cualquier empresa, especialmente para aquellas en crecimiento que aún no cuentan

con su propia planta de manufactura. Por ello, es fundamental establecer alianzas estratégicas a largo plazo con proveedores de manufactura que garanticen altos estándares de calidad, así como confiabilidad en la entrega de productos en las cantidades y tiempos requeridos.

Al consolidar estas alianzas, la empresa puede proyectar su capacidad financiera a más de tres años, lo que resulta esencial para diseñar una estrategia de largo plazo y realizar inversiones sostenibles que impulsen su crecimiento económico.

Para lograr relaciones duraderas con sus proveedores, la compañía debe adoptar un enfoque de colaboración mutua, convirtiéndose en un socio estratégico que aporte valor en el mediano plazo. En muchos casos, esto puede implicar brindar apoyo financiero a ciertos proveedores clave, asegurando así un flujo continuo de productos estratégicos que son fundamentales tanto para la operatividad como para la rentabilidad del negocio.

En su experiencia en dirección de marketing y ventas, ha impulsado el crecimiento de diversas compañías. ¿Cuáles son las métricas clave que utiliza para medir el éxito de una estrategia comercial y cómo ha logrado incrementar las ventas de manera sostenida?

Para mí, el éxito de una estrategia de mercadeo y ventas radica en que sea concebida, analizada y ejecutada por el mismo equipo. Creo firmemente que las organizaciones que involucran a sus colaboradores en la formulación tanto estratégica como táctica generan innovación desde adentro, una innovación basada en conocimiento y experiencia real.

Además, en mi experiencia, el seguimiento periódico y estructurado es clave para asegurar que la estrategia se implemente de manera efectiva. Esto implica reuniones agendadas y acompañamiento en campo, lo que permite evaluar su impacto en tiempo real. Si en la ejecución se detecta alguna falla, el equipo debe identificarla y realizar los ajustes necesarios para garantizar el éxito del proyecto.

Por último, es esencial reconocer que no todas las estrategias funcionan. Cuando una iniciativa no genera los resultados esperados, es fundamental tener la capacidad de replantearla o reemplazarla, aprendiendo de los errores y convirtiéndolos en oportunidades de mejora.

Para empresarios y emprendedores que buscan expandirse en mercados emergentes, ¿qué indicadores financieros y estratégicos considera esenciales para tomar decisiones de crecimiento sostenible?

La viabilidad de un proyecto de este tipo depende, en gran medida, de que el producto o servicio ofrecido se diferencie claramente de lo que ya existe en el mercado. Si se cumple este criterio, el 50 % del éxito del proyecto está asegurado.

El otro factor clave, según mi experiencia, es garantizar un flujo de caja bien estructurado, con etapas financieras claramente definidas. Esto permite a los socios o inversionistas evaluar si el proyecto está generando el flujo de dinero esperado, de acuerdo con su diseño inicial.

Para mí, el flujo de caja es el principal indicador de la viabilidad de un proyecto o producto. Por ello, lo analizo constantemente para asegurarme de que el proyecto avanza en la dirección correcta.



Las empresas, motor de progreso

Antonio Garamendi

Presidente de CEOE y presidente de CEIB

Este año 2025 arranca como lo hizo el año anterior: con un entorno global complejo desde el punto de vista geopolítico, marcado por la incertidumbre y la volatilidad.

Con dos conflictos bélicos (la guerra en Ucrania provocada por la invasión de Rusia y los enfrentamientos en Oriente Próximo) con implicaciones que trascienden fronteras y que alimentan esa inestabilidad. Y con un nuevo elemento disruptivo: las crecientes tensiones comerciales por la nueva política de aranceles puesta en marcha por parte de EE UU hacia distintas economías, como México, Canadá o China. En este contexto, los principales organismos internacionales prevén un crecimiento mundial que seguirá

CEOE **Empresas Españolas**

siendo discreto, en línea con el 3,2% estimado para 2024, aunque se espera una cierta desaceleración en China y en EE UU y una ligera mejoría en la Eurozona.

En el caso de América Latina y Caribe, el crecimiento se prevé estable, en el entorno del 2,5%. Con estas tasas de crecimiento moderado y con unas presiones en los precios que se esperan

menores, parece probable que los bancos centrales de las principales economías continúen rebajando sus tipos de interés.

En todo caso, este ejercicio va a tener un condicionante claro para el conjunto de las economías mundiales: la nueva Administración Trump y las decisiones, políticas y económicas que, finalmente, adopte. De momento, los anuncios

del nuevo presidente de Estados Unidos tienen un claro componente inflacionista, hacen prever una guerra comercial con las principales economías que no será beneficiosa para nadie y avanzan un giro hacia posiciones proteccionistas.

Ante esta situación, en La Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) estamos analizando las medias que, finalmente, se puedan poner en marcha y sus posibles consecuencias. Se trata de un asunto muy relevante porque EE UU es un país estratégico para España, Nuestro stock inversor en el país ronda los 80.000 millones de dólares y allí operan cerca de 800 empresas que son filiales españolas. Empresas que son parte del tejido productivo estadounidense y que generan riqueza y empleos en el país (cerca de 100.000 de puestos de trabajo).

Empresa que son industria, en definitiva. Y hay que recordar que el nuevo Gobierno estadounidense ha asegurado que es un sector que va a apoyar.

En todo caso, lo fundamental en este contexto es que el conjunto de la UE y los países miembros mantengamos una actitud abierta de trabajo con EE UU, que es la primera potencia occidental y un referente para las empresas y para Europa; que sigamos trabajando para reforzar vínculos comerciales con otros socios internacionales y para diversificar mercados; y que logremos que la UE hable con un solo mensaje, poniendo en valor el espacio europeo como un mercado único con 450 millones de potenciales consumidores.

Más allá del impacto que puedan tener las nuevas políticas de EE UU, la realidad es que España cerró 2024 con un balance favorable para su economía. Así, la previsión es que el ejercicio se cierre, finalmente, con un crecimiento superior al 3% de media, significativamente por encima de una Eurozona que apenas llegó al 0,8%.

En todo caso, este buen comportamiento no debe ocultar las debilidades estructurales y los riesgos que condicionan las perspectivas que podemos tener para este 2025. Porque la buena marcha de la economía no ha sido igual ni para todos los sectores

ni para las empresas de todos los tamaños y, porque, además, se mantienen ámbitos de mejora clara.

El desempleo en España es todavía muy elevado en comparación con el resto de Europa, sobre todo entre los más jóvenes; contamos con unos niveles de deuda y déficit públicos que obligan a intensificar el proceso de consolidación fiscal; y la inversión empresarial se encuentra todavía muy debilitada.

En este contexto, los principales impactos negativos para nuestra economía por el lado interno pueden llegar por una política económica que introduzca una mayor incertidumbre y genere mayores costes a la actividad empresarial, sobre todo en el mercado laboral, lo que puede frenar decisiones de consumo e inversión de los agentes económicos.

De hecho, este es un asunto que nos preocupa especialmente. La inversión empresarial crece de forma tímida y sigue por debajo de los niveles de 2019, antes de la pandemia. Y el comportamiento de la inversión es clave para garantizar el crecimiento futuro y lograr mejoras de competitividad. Porque es un elemento fundamental para hacer frente a los retos de la doble transición digital y de sostenibilidad en la que ya estamos inmersos y a los bajos niveles de productividad de nuestra economía.

En general, creo que este es un reto que compartimos tanto la economía española como las de América Latina y Caribe: la necesidad de contar con un entorno que favorezca la confianza y la certidumbre, la libertad de empresa, la unidad de mercado, la seguridad jurídica y regulatoria. Y que no se caracterice por unas cargas fiscales elevadas y cambiantes y unos costes laborales crecientes.

Sólo de esta manera será posible que las empresas inviertan de manera decidida. Se trata, en última instancia, de fortalecer los factores de crecimiento de nuestras economías. Y, entre ellos, la inversión se configura como pilar esencial.

Como también lo son el capital humano o las infraestructuras. El primero es decisivo para la captación y el aprovechamiento

de las inversiones. La formación y la adaptación y actualización a las nuevas necesidades del mercado laboral son esenciales para seguir logrando mejoras de productividad, mayores inversiones y, en definitiva, más progreso.

Por su parte, la mejora de las infraestructuras es un revulsivo para acelerar el crecimiento económico y para impulsar la vertebración de las regiones y territorios de cada país.

A estos elementos hay que añadir, también, medidas que fortalezcan la estabilidad macroeconómica. Porque sin estabilidad de precios y sin estabilidad presupuestaria y financiera no es posible un crecimiento económico sostenido que permita mejorar el bienestar del conjunto de los ciudadanos.

O medidas que avancen hacia un sistema fiscal más moderno, competitivo y eficiente; hacia la supresión de barreras y cargas burocráticas; hacia una gestión más eficiente del gasto público; o hacia una mayor colaboración público-privada.

En definitiva, si queremos seguir creciendo de manera sostenida y robusta, de lo que se trata es de contar con un marco que favorezca la actividad, que permita que el sector privado pueda desarrollar todo su potencial para generar riqueza, crear empleo y ganar en competitividad.

Desde CEOE insistimos en reivindicar el valor de la empresa y los empresarios para que la economía crezca y para poder superar con éxito los desafíos que se nos presentan. El dinamismo empresarial es el motor del avance de un país, de la apertura de oportunidades y del mantenimiento del bienestar del conjunto de la sociedad.

Sin la contribución de las empresas, no es posible el progreso ni la modernización del país. Por eso, desde CEOE seguiremos defendiendo el papel de la empresa como generadora de riqueza y empleo, como motor de cambio y bienestar social. Y vamos a seguir trabajando por un entorno de estabilidad política e institucional y de calidad normativa que genere un clima favorable para la inversión y la actividad empresarial.



Albert Assad

Fundador de Atlantic Consulting Solutions (ACS)

La transformación digital es una reinención estratégica del negocio

Impulsa inclusión y sostenibilidad al democratizar el
conocimiento y las oportunidades financieras

Con más de 27 años de experiencia transformando empresas y liderando iniciativas de alto impacto, Albert Assad se ha convertido en un referente en la consultoría estratégica y el desarrollo empresarial en América. Como fundador de Atlantic Consulting Solutions (ACS), socio/CFO de Providere Advisors y cofundador de Book Clarity, su trayectoria está marcada por resultados excepcionales, habiendo impulsado crecimientos superiores al 250% en múltiples organizaciones y recaudado más de 140 millones de dólares en capital de trabajo.

Su visión única combina experiencia práctica con una sólida formación académica, respaldada por un GMP de The Wharton School, un MBA, una maestría en Responsabilidad Social y otra en Filosofía. Como Expert Value Speaker (EVS) en GAF, Assad comparte su conocimiento con miles de empresarios en Norteamérica, facilitando talleres bilingües sobre finanzas, estrategia y liderazgo.

En esta entrevista exclusiva, Assad profundiza en los desafíos y oportunidades que enfrenta Latinoamérica en su transformación digital y financiera, ofreciendo una perspectiva única sobre el futuro de la región y compartiendo estrategias concretas para el éxito empresarial en la era digital.

Como líder empresarial con experiencia en múltiples industrias, ¿cuáles considera que son los principales desafíos y oportunidades económicas que enfrentarán los mercados emergentes latinoamericanos en 2025?

Latinoamérica enfrenta desafíos significativos para 2025, como la volatilidad macroeconómica, tensiones geopolíticas que afectan cadenas de suministro y una brecha tecnológica persistente en sectores clave. Sin embargo, estas circunstancias también generan oportunidades transformadoras.

El “nearshoring” representa una ventana histórica, especialmente para México, Colombia y Centroamérica, que pueden capitalizar su proximidad a Estados Unidos en un contexto donde diversificar proveedores es prioritario. Hemos visto cómo clientes en Querétaro y Guadalajara han incrementado significativamente sus operaciones manufactureras.

La transición energética ofrece otro potencial extraordinario. Latinoamérica posee aproximadamente el 60% de las reservas mundiales de litio y condiciones excepcionales para energías renovables. La digitalización acelerada de sectores tradicionalmente análogos constituye otra frontera prometedora. El comercio electrónico regional tiene penetración relativamente baja (32% vs. 60-70% en mercados desarrollados), pero crece a tasas de 25-30% anual.

El éxito en 2025 dependerá de la capacidad para navegar esta compleja intersección entre desafíos estructurales y oportunidades emergentes con visión estratégica y adaptabilidad táctica.

En base a su experiencia con más de 400 empresas, ¿qué tendencias específicas en tecnología financiera (fintech) considera que transformarán significativamente el sector financiero en los próximos años?

Tras analizar centenares de empresas, identifico cinco tendencias fintech que están reconfigurando el panorama financiero latinoamericano:

Primero, la democratización financiera mediante modelos “Banking-as-a-Service” permite a empresas no bancarias integrar servicios financieros en sus plataformas. Un negocio brasileño incrementó su retención de usuarios en 64% al incorporar estos servicios en su plataforma de e-commerce.

Segundo, la inteligencia artificial aplicada a finanzas personalizadas está transformando la gestión patrimonial. En Colombia, una fintech que asesoramos implementó estos sistemas para microempresarios, reduciendo morosidad en 37% gracias a planes de pago adaptados a patrones específicos de flujo de caja.

Tercero, las tecnologías de identidad digital y biometría están redefiniendo la verificación KYC. En México, entidades han reducido el tiempo de onboarding financiero de 7 días a menos de 15 minutos mediante verificación biométrica.

Cuarto, los sistemas de pago instantáneo como Pix en Brasil están catalizando la inclusión financiera masiva, procesando más de 37 billones de reales en 2023.

Finalmente, observamos convergencia entre finanzas tradicionales y criptoactivos regulados, especialmente en Argentina y Venezuela, donde las stablecoins funcionan como herramientas de protección patrimonial ante volatilidad monetaria.

Lo más relevante es que estas tendencias no operan aisladamente, sino que convergen creando ecosistemas financieros totalmente nuevos que pueden ser más inclusivos, eficientes y adaptados a las realidades latinoamericanas.

Desde su perspectiva como asesor estratégico, ¿qué porcentaje de empresas latinoamericanas considera que están preparadas para la transformación digital en el sector financiero y qué pasos recomienda para mejorar esta preparación?

Basado en nuestro análisis de madurez digital con más de 400 empresas, estimo que solo entre el 15-20% de las organizaciones latinoamericanas están genuinamente preparadas para la transformación digital financiera. Este porcentaje varía significativamente: Brasil y México lideran con aproximadamente 25-30%, mientras que en economías como Bolivia o Paraguay, apenas alcanza el 8-10%.

La brecha no es simplemente tecnológica, sino fundamentalmente cultural y estratégica. Muchas empresas perciben la digitalización financiera como un

proyecto de TI, cuando representa una reformulación completa del modelo de negocio.

Para mejorar esta preparación, recomiendo un enfoque en tres horizontes:

En el horizonte inmediato (3-6 meses), realizar un diagnóstico digital honesto que evalúe infraestructura tecnológica, alfabetización digital de colaboradores y experiencia del cliente. Una institución financiera peruana invirtió millones en tecnología avanzada, pero descubrió que el 62% de sus ejecutivos no podían explicar efectivamente estas herramientas a los clientes.

En el horizonte intermedio (6-18 meses), implementar una “ambidextria organizacional” – mantener la excelencia operativa mientras se experimenta con modelos digitales. Una aseguradora colombiana utilizó este modelo para lanzar su plataforma digital, logrando 180,000 nuevos clientes en segmentos previamente desatendidos.

En el horizonte estratégico (18+ meses), evolucionar hacia una arquitectura empresarial componible, donde los procesos financieros se modularicen y reconfiguren rápidamente según necesidades del mercado.

Es importante destacar que en Book Clarity, LLC (www.book-clarity.com) frecuentemente observamos que muchas empresas pequeñas, especialmente en el sector servicios, aún no están preparadas para adoptar tecnologías financieras avanzadas. Un 47% de pymes en Centroamérica carecen de infraestructura básica y alfabetización digital. Para ellas, el primer paso debe ser una digitalización gradual enfocada en generar casos de éxito incrementales.

Con su experiencia en la recaudación de capital (más de 140 millones), ¿cómo ve el panorama de inversión en startups fintech en Latinoamérica para 2025?

El panorama de inversión fintech latinoamericano está experimentando una recalibración estratégica. Después del boom de 2021, donde vimos valoraciones desconectadas de fundamentos económicos, ahora estamos en un mercado más maduro y exigente, pero potencialmente más sostenible a largo plazo.

Para 2025, proyectamos un escenario bifurcado: por un lado, continuará la consolidación donde los líderes de categoría (como Nubank, Mercado Pago, Clip) seguirán atrayendo rondas significativas. Por otro, surgirá una nueva ola de inversiones “verticalmente especializadas” enfocadas en nichos desatendidos.

Los factores geopolíticos jugarán un papel crucial. El reciente aumento de tasas de interés en Estados Unidos ha reducido temporalmente el apetito por inversiones en mercados emergentes, pero ha creado oportunidades para inversores con horizontes más largos. Recientemente asesoramos a un family office mexicano que consolidó participaciones en tres fintechs a valoraciones 30% más bajas que en 2021, con métricas financieras sustancialmente mejoradas.

Las megaserías (>\$100M) serán más selectivas, mientras veremos mayor actividad en rondas semilla y Series A, particularmente en Colombia, Chile y Perú. Temáticamente, anticipamos que las áreas más atractivas serán:

Infraestructura financiera como servicio (39% de nuestro pipeline)

Soluciones B2B para pymes desatendidas (27%)

Fintech climática y sostenible (18%)

Plataformas de inclusión financiera para la economía informal (16%)

Brasil continuará capturando aproximadamente 55-60% del capital, México 15-20%, y Colombia podría alcanzar 8-10% del total regional. También observamos el surgimiento de estructuras de financiamiento híbridas, como revenue-based financing, particularmente adecuadas para la realidad latinoamericana.

¿Qué papel jugarán las criptomonedas y la tecnología blockchain en el futuro del sector financiero latinoamericano y cómo deberían prepararse las empresas tradicionales?

La relación entre Latinoamérica y blockchain representa uno de los casos de adopción más fascinantes que he presenciado. A diferencia de mercados desarrollados, donde estas tecnologías suelen ser inversiones especulativas, en nuestra región frecuentemente responden a necesidades estructurales concretas.

Para 2025, visualizo tres trayectorias paralelas:

Primero, las stablecoins continuarán ganando adopción como mecanismos de valor refugio y pagos transfronterizos, especialmente en economías con alta volatilidad monetaria. Argentina y Venezuela lideran globalmente en adopción de criptoactivos per cápita. Una empresa de remesas con la que colaboramos en el corredor México-Guatemala logró reducir costos transaccionales en 73% mediante infraestructura blockchain.

Segundo, la tokenización de activos reales emergerá como herramienta para democratizar acceso a inversiones tradicionalmente reservadas para grandes capitales. Estamos asesorando un proyecto en Colombia que fracciona inversiones inmobiliarias en tokens accesibles desde \$100.

Tercero, las aplicaciones de finanzas descentralizadas irán madurando hacia modelos híbridos que combinen eficiencia blockchain con salvaguardas regulatorias. Brasil lidera este camino con su sandbox regulatorio.

Las empresas tradicionales deberían prepararse desarrollando primero alfabetización blockchain en su liderazgo, luego identificando casos de uso específicos donde blockchain aporte valor diferencial real, y finalmente implementando una estrategia de experimentación calibrada.

Es crucial mantener una visión equilibrada: ni deslumbrarse por promesas utópicas, ni ignorar el potencial disruptivo de estas tecnologías. Como digo a mis clientes: “En blockchain, el verdadero valor no está en la tecnología per se, sino en los nuevos modelos económicos y de colaboración que habilita.”

Como experto en gestión financiera, ¿qué indicadores económicos clave deberían monitorear los empresarios latinoamericanos durante 2025?

Los empresarios latinoamericanos enfrentan un entorno de complejidad creciente donde interpretar señales económicas es tan importante como la excelencia operativa. Recomiendo un enfoque de monitoreo en tres capas:

La primera incluye indicadores macroeconómicos fundamentales contextualizados para nuestra región:

La evolución de tasas de interés en Estados Unidos por su impacto en flujos de capital. Un negocio del sector construcción en Perú implementó un sistema que vincula decisiones de la Reserva Federal con sus estrategias de financiamiento.

El diferencial de inflación entre países latinoamericanos crea oportunidades y desafíos asimétricos. Mientras Chile ha controlado su inflación en torno al 4%, Argentina enfrenta tasas sustancialmente mayores.

Los precios de commodities específicos relevantes para cada país: litio para Chile/Argentina, petróleo para México/Colombia, y productos agrícolas para Brasil/Argentina. Estos precios influyen decisivamente en tipos de cambio y condiciones crediticias domésticas.

La segunda capa comprende métricas sectoriales de transformación:

Tasas de adopción de pagos digitales como indicador adelantado de cambios en comportamiento del consumidor.

Costos de adquisición de clientes digitales vs. tradicionales, que influyen en decisiones de inversión digital.

Ritmo de implementación de open banking por país, que anticipa la intensidad competitiva.

La tercera capa abarca indicadores de resiliencia estructural:

Métricas de estabilidad política y calidad regulatoria.

Indicadores de progreso en transición energética.

Tasas de adopción de habilidades digitales en la fuerza laboral.

Durante la turbulencia cambiaria en Argentina de 2019, un negocio manufacturero navegó exitosamente la crisis gracias a un tablero personalizado que combinaba



indicadores tradicionales con métricas alternativas como búsquedas en Google de “dólar blue” y sentimiento en redes sociales sobre estabilidad monetaria.

Basado en su trabajo con Book Clarity, LLC, ¿cómo está cambiando la tecnología la forma en que las empresas manejan su contabilidad y finanzas, y qué innovaciones podemos esperar?

En Book Clarity, LLC (www.book-clarity.com) hemos sido testigos de una profunda transformación en la intersección entre tecnología, contabilidad y finanzas, aunque esta revolución avanza a distintas velocidades según el tamaño y sector empresarial.

La primera gran transformación ha sido el paso de sistemas reactivos a predictivos. Tradicionalmente, la contabilidad miraba hacia atrás; hoy, las plataformas utilizan algoritmos para anticipar flujos de caja e identificar anomalías. Una constructora en Monterrey logró reducir sus ciclos de conversión de efectivo en 42 días gracias a estas herramientas.

La segunda evolución es la democratización del acceso a inteligencia financiera. Anteriormente, solo grandes corporaciones podían permitirse análisis financieros sofisticados. Sin embargo, aproximadamente un 40% de pequeñas empresas en Latinoamérica aún no están preparadas para adoptar estas tecnologías debido a brechas en alfabetización digital.

La interoperabilidad entre sistemas financieros constituye otra innovación importante. Mediante APIs, las empresas integran sistemas contables con plataformas bancarias y ERPs. Un distribuidor colombiano implementó esta arquitectura, reduciendo errores de conciliación en 87%.

Mirando hacia el futuro, vislumbramos cuatro innovaciones:

Primero, la “contabilidad aumentada” donde profesionales colaboran con asistentes de IA, elevando su rol hacia asesores estratégicos.

Segundo, la maduración del concepto “Finanzas Continuas”, donde los estados financieros se convierten en tableros actualizados en tiempo real. Una cadena minorista en Chile redujo su ciclo de cierre contable de 12 días a menos de 24 horas.

Tercero, “Treasury-as-a-Service”, donde funciones de tesorería se integran directamente en plataformas operativas.

Cuarta, la “contabilidad sostenible integrada”, donde métricas ESG se capturan automáticamente junto con datos financieros tradicionales.

A pesar del entusiasmo tecnológico, el factor humano sigue siendo decisivo. La implementación más exitosa que realizamos combinó tecnología avanzada con un programa de “alfabetización financiera digital” para todos los colaboradores.

En términos de números y resultados concretos, ¿puede compartir algunos casos de éxito donde la implementación de soluciones digitales financieras haya transformado significativamente el desempeño de una empresa?

Permítanme compartir tres casos concretos donde soluciones digitales financieras transformaron radicalmente el desempeño empresarial:

Caso 1: Transformación de tesorería en cadena minorista mexicana

Una cadena con 78 tiendas enfrentaba un ciclo de conversión de efectivo de 82 días, muy por encima del estándar sectorial. Implementamos una plataforma integrada que conectaba puntos de venta, inventario y cuentas por cobrar/pagar.

Resultados tras 14 meses:

- Reducción del ciclo de conversión de efectivo a 37 días
- Liberación de \$4.3 millones en capital de trabajo
- Disminución de 94% en errores de conciliación bancaria
- ROI de 734% en el primer año

La empresa utilizó el capital liberado para financiar su expansión a 12 nuevas ubicaciones sin financiamiento externo adicional.

Caso 2: Democratización financiera en cooperativa agrícola colombiana

Una cooperativa con 1,230 pequeños productores de café enfrentaba un problema: más del 80% de sus miembros operaban exclusivamente en efectivo y carecían de historiales crediticios.



Implementamos una solución híbrida combinando pagos digitales, identidad financiera y scoring crediticio alternativo.

Después de 24 meses:

- Adopción digital del 93% entre productores
- Incremento de 167% en acceso a microcréditos
- Aumento de 23% en rendimiento por hectárea
Incremento de 47% en ingreso promedio de los productores

Esta digitalización financiera catalizó mejoras productivas aparentemente no relacionadas al permitir identificar ineficiencias previamente invisibles.

Caso 3: Transformación de procesos financieros en empresa B2B brasileña

Una empresa de consultoría con 140 empleados dedicaba 640 horas mensuales a procesos financieros manuales. Implementamos una arquitectura financiera integrada usando APIs que interconectaban gestión de proyectos, facturación y contabilidad.

En 9 meses:

- Reducción del 83% en tiempo dedicado a procesos financieros
- Disminución del ciclo de facturación de 22 a 3 días
- Incremento de 34% en margen bruto
- Crecimiento del 41% en ingresos

La transformación permitió reasignar cinco profesionales de tareas administrativas a funciones generadoras de ingresos.

Estos casos ilustran un patrón consistente: las soluciones digitales financieras bien implementadas no solo optimizan procesos existentes – fundamentalmente redefinen lo que es posible en términos de escalabilidad, precisión y capacidad competitiva.

Como líder que ha impulsado un crecimiento de más del 250% en empresas, ¿qué consejo daría a los emprendedores latinoamericanos que buscan escalar sus negocios en el actual entorno digital?

Escalar un negocio en el entorno digital latinoamericano actual requiere un enfoque diferente al que funcionaba hace apenas cinco años. Basado en patrones observados en empresas de crecimiento exponencial, comparto esta hoja de ruta:

Primero, desarrollen “claridad estratégica asimétrica”. El crecimiento sostenible proviene de identificar intersecciones únicas entre capacidades diferenciales, necesidades desatendidas y tendencias emergentes. Un emprendedor logístico en Uruguay creció 317% en 30 meses al enfocarse exclusivamente en comercio electrónico transfronterizo para productos artesanales.

Segundo, implementen “arquitecturas de escalabilidad” desde el principio. Más del 70% de empresas que fracasan en escalar construyeron inicialmente sistemas incapaces de manejar crecimiento exponencial. Es más fácil construir una escalera robusta desde el inicio que reforzarla mientras se sube.

Tercero, abracen la “paradoja del enfoque expandido”. Deben simultáneamente estrechar su propuesta de valor mientras expanden su visión de captura de valor en el ecosistema completo. Una startup fintech colombiana pasó de procesar \$3M a \$87M mensuales cuando refinó su propuesta para comerciantes informales mientras expandía su modelo de ingresos.

Cuarto, desarrollen “alfabetización exponencial” en toda la organización. Realizamos ejercicios donde equipos visualizan escenarios de 10X – ¿qué romperá primero si multiplicamos por diez nuestros clientes actuales? Este ejercicio ha revelado cuellos de botella críticos en cada empresa donde lo hemos aplicado.

Quinto, equilibren “datos y corazonadas”. Las empresas latinoamericanas más exitosas han desarrollado capacidad para integrar análisis riguroso con intuición contextual. Un fundador ecuatoriano cuya empresa de salud digital creció 278% anualmente durante tres años me dijo: “Construimos nuestro negocio como un barco que puede navegar tanto con GPS como con las estrellas.”

Finalmente, recuerden que escalar en Latinoamérica no es simplemente crecer – es crecer mientras se navegan realidades socioeconómicas complejas. Las empresas exitosas comprenden que la tecnología es solo un facilitador – el verdadero diferenciador es adaptarla a las necesidades y oportunidades singulares de nuestros mercados.

En un plano más personal, después de haber impactado positivamente a miles de empresarios y profesionales, ¿cuál considera que es su mayor legado y qué espera seguir aportando a la comunidad empresarial latinoamericana?

Después de casi tres décadas trabajando con cientos de empresas, comprendo que mi mayor legado radica en la democratización del conocimiento empresarial estratégico. En Latinoamérica, el acceso a conocimiento de clase mundial ha estado históricamente concentrado en unos pocos privilegiados.

Mi mayor satisfacción proviene de romper ese ciclo de exclusión. Ver a un emprendedor en Medellín implementar estrategias financieras sofisticadas que anteriormente eran dominio exclusivo de multinacionales, o presenciar cómo una empresa familiar en Monterrey utiliza análisis predictivos para competir contra gigantes globales – esos momentos dan sentido a mi trabajo.

También encuentro satisfacción en haber ayudado a cambiar narrativas limitantes. Existe una tendencia a importar modelos de negocio sin adaptarlos a nuestras realidades. Parte de mi legado ha sido demostrar que el éxito sostenible viene de combinar mejores prácticas globales con comprensión profunda del contexto latinoamericano.

Recuerdo cuando trabajamos con una empresa peruana que había intentado sin éxito implementar un modelo operativo copiado directamente de compañías estadounidenses. Cuando adaptamos ese enfoque a las dinámicas locales, lograron un crecimiento transformacional.

Mirando hacia adelante, espero seguir contribuyendo en tres áreas:

Primera, profundizar mi trabajo en “sostenibilidad financiera integral” – ayudar a empresas a construir modelos simultáneamente rentables, socialmente impactantes y ambientalmente responsables.

Segunda, amplificar mis esfuerzos en mentorías a jóvenes profesionales, particularmente aquellos de comunidades subrepresentadas en el liderazgo empresarial.

Tercera, contribuir a la construcción de puentes entre ecosistemas empresariales latinoamericanos. Seguimos operando con demasiada fragmentación regional, cuando nuestro potencial competitivo global radica en una colaboración más fluida.

Como me compartió un mentor: “El verdadero liderazgo no se mide por lo que logras mientras estás presente, sino por lo que continúa floreciendo cuando ya no estás.” Mi aspiración es que las semillas de conocimiento y visión estratégica que he tenido el privilegio de plantar continúen multiplicándose, contribuyendo a una Latinoamérica empresarialmente vibrante, inclusiva e innovadora.

BALANCE 2024 Y PERSPECTIVAS 2025 - ANDI

Urge retomar la agenda de desarrollo de largo plazo

Bruce Mac Master

Presidente de la ANDI

2024 fue complejo, lleno de contrastes, incierto y con grandes retos para el país, las empresas, los hogares y la sociedad en general. Aunque el año termina con una leve recuperación, que es positiva, seguimos muy por debajo de nuestro potencial; el mayor logro fue controlar la inflación llevándola a niveles del 5%. Económicamente, la mayor preocupación está en el tema fiscal, con un déficit alto, el gasto desbordado, baja ejecución, un presupuesto que no responde a la realidad económica, una deuda en ascenso y el riesgo latente de no cumplir con la regla fiscal. Por esto, los mercados mantienen alta volatilidad.

Terminamos el año con la noticia del aumento del salario mínimo, por decreto, del 9.54%, en el agregado (salario más subsidio de transporte) alcanza un crecimiento del 11%. Se espera que inflación del 2024 sea aproximadamente del 5% y la meta del 2025 sea del 5% estamos hablando de un aumento que supera el 120% la inflación este año y el 266% la inflación del año entrante. Preocupa el efecto sobre la informalidad laboral, el empleo, la inflación y las finanzas públicas. Este incremento traerá una presión adicional de 2.5 billones adicionales al déficit fiscal del gobierno nacional.

Internacionalmente persisten tensiones geopolíticas y

geoeconómicas. Escalamiento de tensiones entre países, intensas jornadas electorales, debilitamiento de la globalización, reconfiguración del comercio mundial a bloques económicos y la IA aumentando su relevancia. Desde la Segunda Guerra Mundial no se registraban tantos conflictos como hoy (59 vigentes). Al tiempo que el 2025 estará influenciado especialmente por la llegada de administración de Trump, que ya ha hablado de aranceles, Panamá, Groenlandia, Israel o de condicionar el apoyo armamentístico de EEUU a Ucrania.

Mientras los países emergentes asiáticos crecen por encima del 5%, América Latina crece alrededor del 2% y la zona euro apenas llega

al 1%. El 2024 también fue de grandes retos para Colombia. Una de las consecuencias es la pérdida de confianza, baja dinámica de la inversión y una deuda pública que asume mayores costos, lo que afecta negativamente las finanzas públicas por causas atribuibles a la equivocada estrategia de crear incertidumbre del gobierno.

Hace unos años los costos de la deuda colombiana eran de los menores de la región, hoy están entre los más altos. Las finanzas públicas dejan grandes interrogantes: ¿está el gobierno construyendo el presupuesto reconociendo las limitaciones de recursos que tienen la economía? ¿cumpliremos la regla fiscal en 2024 y 2025? ¿cuál es el tamaño del Estado que soporta Colombia? ¿Cómo se implementará la reforma del SGP?. Es indispensable retomar la sostenibilidad fiscal como objetivo principal de la política pública; especialmente buscando la ampliación de la base de contribuyentes y la eficiencia y austeridad en el gasto, tema sobre el cual hay muchos interrogantes.

En materia de crecimiento para Colombia, el 2024 fue de moderada recuperación: pasamos de una tasa del 0.6% en 2023 a un crecimiento que en 2024 probablemente termine alrededor del 1.9%. Sin duda positivo. Sin embargo, resulta insuficiente: esas tasas de crecimiento no producen riqueza ni desarrollo; no se logra impactar todos los sectores económicos; la inversión sigue rezagada y perdemos nuestra posición de liderazgo entre las economías emergentes y en la región.

En 2024 los sectores más dinámicos fueron: entretenimiento, agropecuario y administración pública. A propósito, el sector de servicios tiene poca información desagregada. Es importante que el país conozca a profundidad nuevas actividades que se están desarrollando, que se desagreguen, que identifiquemos las exportaciones y la contribución del sector a la balanza comercial y el empleo generado. En 2024, continuaron en terreno negativo la minería, industria y telecomunicaciones. El sector minero-energético que durante

años fue gran motor de la economía, se ha rezagado con grandes efectos en menores recaudos, un menor flujo de divisas y un serio impacto sobre el suministro y seguridad en materia energética. Es urgente que Colombia reasuma su estrategia de abastecimiento energético confiable y competitivo. En industria, en este año llegamos a 24 meses consecutivos con tasas negativas en producción y ventas. Se requiere de la política de reindustrialización que anunció el Gobierno no ejecutada a hoy. La construcción empieza a mostrar tasas positivas tras dos años críticos, explicado fundamentalmente por infraestructura, dentro de la cual la obra más representativa es el Metro de Bogotá, seguida por los sistemas de transporte masivo. Edificación de vivienda, se mantiene con caídas de dos dígitos en licencias, iniciación de obras y los insumos para esta actividad también se ven impactados. Las perspectivas de este sector son preocupantes, teniendo en cuenta que toda la cadena industrial se ve afectada y enfrentando el inexplicable anuncio del Gobierno que suspenden los subsidios para “Mi casa ya”.

La mayor preocupación desde la demanda está en la inversión productiva, la cual registró tasas negativas durante 5 trimestres consecutivos y solamente en los últimos meses empieza a revertirse. La productividad de la economía y del trabajo solo se aumentan con significativos crecimientos en la inversión.

Más allá de las diferencias políticas de corto plazo es indispensable retomar una ambiciosa estrategia de mediano y largo plazo que vaya más allá de una reactivación, que piense en el desarrollo del país y nos dé una visión de futuro trascendiendo los gobiernos y que realmente nos inserte en la economía global.

Es tiempo de dinamizar las agendas de largo plazo, el desarrollo requiere de trabajar con visión. En este nuevo escenario, Colombia debe explorar una estrategia que le permita posicionarse mejor en el nuevo mundo comercial. La competitividad debe ser parte de nuestra agenda, también lo debe ser una estrategia de crecimiento de largo plazo y evaluar reformas

estructurales que realmente resuelvan los problemas del país y nos proyecten al futuro.

El bajo crecimiento impacta el mercado laboral. Si bien se generaron algunos puestos de trabajo, la creación de empleo se ha desacelerado y la tasa de informalidad lleva a que 6 de cada 10 trabajadores colombianos estén en la informalidad. La seguridad es gran preocupación de los hogares, empresas y la actividad económica en general. Diferentes indicadores, detectan un aumento en homicidios, extorsiones, enfrentamientos entre grupos armados.

También son cada vez más frecuentes los temas asociados a la ciberseguridad. La forma como el Gobierno ha tramitado las reformas legislativas ha sido fuente de inmensa incertidumbre y zozobra. Maximalistas, desproporcionadas, no planificadas, sin evaluación de impacto, con costos desconocidos para el Estado, los ciudadanos y las empresas. Reformas basadas en la idea de aumentar la presencia del Estado en la economía, de cambiar radicalmente los sistemas construidos, donde los análisis técnicos no son válidos porque son una representación pseudocientífica del neoliberalismo. Esto acaba cualquier posibilidad de tomar decisiones basadas en análisis profundo. Reformas tramitadas en el congreso sin debate real por parte de la maquinaria clientelista, con fuertes rumores de corrupción.

Esto ha conducido a que en este momento una muy buena parte de la economía haya estado casi tres años frente a inmensa incertidumbre tributaria, fiscal, energética, de salud, de inversión, laboral y hasta política. Atención especial merece el sector salud. Es verdad que hay inmensa preocupación por la reforma, que no aborda los problemas de falta de financiación y complejidad operativa del sistema, pero antes de cualquier discusión de reforma, es de vital importancia estabilizar la operación corriente del sistema y garantizar los recursos necesarios para cubrir los gastos en salud de los colombianos, pues ninguna cadena de prestación de servicios y proveeduría de tecnologías en salud puede operar bajo una situación de déficit recurrente.

Montse Cespedosa

CEO de The Gossip Finance Group

La digitalización ha traído libertad financiera y mayor capacidad de decisión para el cliente

Su liderazgo redefine el asesoramiento financiero con experiencia, humanidad y estrategia digital

Durante casi tres décadas, Montse Cespedosa se desarrolló dentro del sistema bancario español, ocupando cargos de responsabilidad como directora de oficina y gerente de financiación inmobiliaria en Ibercaja. No obstante, en 2020, en plena pandemia y con más de medio siglo de vida, decidió cambiar de lado de la mesa. Impulsada por una combinación de hartazgo profesional, inquietud formativa y vocación de servicio, fundó The Gossip Finance Group, una consultora financiera independiente que pone al cliente en el centro, apostando por la cercanía, el conocimiento y la personalización en un contexto de creciente digitalización.

Su incursión en el mundo digital comenzó con un canal de YouTube que, inicialmente, buscaba entretener a su hijo y dar continuidad al servicio que sus clientes demandaban. Pronto se convertiría en una creadora de contenido referente en educación financiera, con presencia en TikTok e Instagram, acumulando más de 200 mil seguidores. Desde esa plataforma de visibilidad y autoridad, detectó un vacío crucial: la falta de formación y asesoría financiera accesible, transparente y personalizada. Esa fue la semilla que dio vida a su actual empresa.

Montse defiende que la digitalización no solo ha facilitado la operativa bancaria, sino que ha democratizado el acceso a la información, permitiendo a las personas comparar productos, entender mejor sus opciones y, sobre todo, negociar en condiciones más justas. A pesar de operar 100% online, su modelo de negocio mantiene un espíritu “a la antigua”: el cliente siempre es atendido por un gestor de carne y hueso, con nombre, rostro y seguimiento constante. “No somos una plataforma que trabaja por volumen”, comenta Cespedosa durante la entrevista.

En su análisis del entorno, es crítica con los retos que enfrenta la banca tradicional. La revolución fintech —sostiene— ha traído eficiencia, mejores condiciones y dinamismo, poniendo en evidencia la rigidez y los elevados costos estructurales de la banca tradicional.

Su equipo, formado por profesionales con más de 20 años de experiencia, brinda asesorías que no solo informan, sino que empoderan al cliente. Un buen ejemplo de ello es su curso “De novato a experto”, diseñado para que cualquier persona pueda afrontar con seguridad el proceso de adquirir una hipoteca.

Desde su experiencia vital y profesional, Cespedosa rompe mitos sobre el emprendimiento tardío. A los 54 años, en lugar de pensar en una jubilación temprana,

se lanzó a construir un proyecto propio, convencida de que la edad es un activo. Hoy, con 56 años, lidera un equipo senior que desafía el edadismo en el mercado laboral y demuestra que la experiencia es clave para el éxito.

Humanamente, Montse se define como madre, deportista y viajera. Su historia es un testimonio inspirador sobre resiliencia, visión de negocio y vocación de servicio. Y si algo deja claro, es que no se necesita ser joven para innovar, solo tener el coraje de creer en lo que uno puede aportar.

¿Cómo fue su transición desde la banca tradicional hacia el emprendimiento?

Estuve como directora de oficina bancaria durante casi 18 años, lo cual me generó un gran desgaste. Sentía la necesidad de un cambio, y me ofrecieron un cargo interesante en el área de financiación a particulares, grandes cuentas y promociones inmobiliarias. Ese nuevo rol me permitió aprender mucho más. Durante la pandemia, con 54 años, abrí un canal de YouTube como una forma de entretener a mi hijo pequeño y seguir brindando formación a mis clientes. Descubrí que podía aportar mucho más valor desde el otro lado de la mesa. Empecé a generar contenido en YouTube, luego en TikTok y finalmente en Instagram. Vi que existía un mercado con una gran necesidad de formación financiera, especialmente en el tema de hipotecas. Entonces decidí arriesgarme, dejar la banca y fundar mi propia empresa.

¿Cuál considera que ha sido la clave del éxito de su empresa?

Detectar un vacío en el mercado relacionado con la formación bancaria. A través del crecimiento de mi marca personal en redes sociales, noté que muchas personas necesitaban ayuda para gestionar productos financieros desde fuera del sistema bancario. Nuestro equipo, con más de 20 años de experiencia, asesora a quienes tienen problemas con su banco, hipoteca o seguros. En un entorno digital, los productos complejos como las hipotecas requieren una buena negociación. Nos diferenciamos por ofrecer un trato muy personalizado: asignamos un gestor a cada cliente, creamos un grupo de WhatsApp para la gestión directa y no funcionamos como plataforma. Este enfoque humano ha sido fundamental para nuestro crecimiento.

¿Qué impacto ha tenido la digitalización en la educación financiera?

Ha sido muy positivo. Hoy en día, las personas ya no dependen exclusivamente de su banco. Las redes

sociales han democratizado el acceso a contenido financiero, lo que fomenta la comparación, el aprendizaje y la toma de decisiones informadas. Desde el móvil se pueden hacer todo tipo de gestiones: comprar fondos, hacer transferencias o pagar sin tarjeta. Todo esto ha dado más poder al usuario final. Por mi parte, lancé un curso llamado “De novato a experto” que enseña desde cero todo lo necesario para contratar una hipoteca y ha tenido muy buena aceptación en España.

¿Qué desafíos enfrenta la banca tradicional frente al avance de las fintech?

La banca tradicional tiene un problema serio si no logra ser competitiva. Se están cerrando oficinas, reduciendo personal y especializando áreas, pero eso no es suficiente. Las fintech han cambiado las reglas del juego: no tienen altos costes estructurales y ofrecen mejores condiciones en productos como hipotecas, cuentas y depósitos. La banca tradicional deberá esforzarse mucho más para poder competir.

¿Cuáles son los valores diferenciales de su empresa en un entorno 100% digital?

Transparencia, honestidad y un trato cercano y humano. Aunque operamos de forma completamente digital, buscamos conocer personalmente al cliente desde la primera consultoría, que solemos hacer por Zoom. Estudiamos su documentación antes de la reunión, analizamos a fondo su situación y respondemos siempre pensando en su beneficio. Esa cercanía y dedicación nos permite construir relaciones de confianza y que nuestros clientes nos recomienden. También es importante decir que, si detectamos que alguien no debería endeudarse, se lo decimos, aunque no siempre sea bien recibido.

¿Cuáles son los errores más comunes que cometen las personas al contratar una hipoteca?

El más grave es firmar un contrato de arras sin tener asegurada la hipoteca. También es un error depender exclusivamente de la tasación para lograr la financiación. Muchas personas no tienen suficiente ahorro ni conocen su capacidad real de endeudamiento. Es fundamental identificar los puntos fuertes de cada perfil y qué puede ofrecerle a la banca a cambio de mejores condiciones. Los bancos operan con algoritmos y scoring, por eso es esencial saber cómo influir positivamente en ese proceso. Tiene que ser una relación win-win.

¿Cómo ha logrado equilibrar su vida personal con el emprendimiento?

Tuve la ventaja de que mis tres hijos ya eran mayores cuando emprendí, lo cual me permitió dedicar muchas horas al negocio, sobre todo al principio. Ahora, con un equipo competente y bien alineado, he recuperado tiempo para mi vida personal y para hacer deporte. A las mujeres que quieren seguir un camino similar, les diría que crean firmemente en su proyecto, que se den al menos dos años y que no tengan miedo de crear una marca personal. El primer video que subí a YouTube me costó muchísimo grabarlo y publicarlo, pero hoy agradezco haberlo hecho. Se puede empezar poco a poco, incluso mientras se mantiene otro trabajo, y lanzarse cuando se esté preparada. La vida es una, y hay que dedicarse a lo que realmente te gusta.

¿Qué ventajas encontró al emprender con más de 50 años?

Emprender a los 54 me dio muchas más ventajas que inconvenientes. Creé un plan A, B y C. Contaba con experiencia, sabía lo que quería y lo que no, había evaluado la viabilidad del proyecto y conocía bien el entorno. La experiencia es clave para emprender con éxito, mucho más que la juventud, que si bien aporta energía, también puede implicar más incertidumbre. La mayoría de mi equipo tiene más de 50 años, y considero que el edadismo está haciendo daño en el mercado laboral. Siempre recomiendo tener un colchón económico que permita mantener la tranquilidad financiera mientras el negocio se consolida. Eso ayuda a tomar mejores decisiones y a seguir creyendo en el proyecto.



Perspectivas socioeconómicas Para 2025

Un análisis desde las organizaciones empresariales de Iberoamérica 2025

MARZO 2025 por CEIB

Este 2025 viene marcado por un escenario geopolítico incierto a nivel internacional, por lo que Iberoamérica no es la excepción. Los conflictos en Ucrania y Oriente Próximo, junto con las crecientes tensiones comerciales lideradas por Estados Unidos, configuran un panorama complejo que exige respuestas estratégicas y adaptabilidad.

Los principales organismos internacionales proyectan un crecimiento mundial moderado, en línea con el 3,2% estimado para 2024. Se anticipa una desaceleración en China y Estados Unidos, mientras que la Eurozona podría experimentar una leve mejoría. En América Latina y el Caribe, se espera un crecimiento estable en torno al 2,5%.

Frente a este delicado contexto internacional abordamos y analizamos desde una perspectiva empresarial los principales retos y oportunidades que enfrenta la región en su camino hacia la recuperación y el crecimiento sostenible, ofreciendo una mirada detallada de cada país, a través de las organizaciones empresariales del Consejo de Empresarios Iberoamericanos-CEIB y de la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios-FIJE.

Y lo hacemos una vez más, no solo a través del diálogo, sino de la acción y del compromiso que tenemos con Iberoamérica, con sus empresas, con el empleo y con la formación, siendo éstas

las mejores fórmulas de inclusión social que existen.

Mediante el exhaustivo análisis de nuestras organizaciones empresariales se ha podido obtener una radiografía del conjunto de la región, de sus aspiraciones, sus prioridades, los desafíos y principales obstáculos, y cómo se pueden superar en equipo, remando sector público y privado en la misma dirección.

Fuente: FMI. Perspectivas de la economía mundial, octubre de 2024

Obstáculos y Retos:

Panorama de las exportaciones: la reducción de las exportaciones, especialmente hacia uno de los principales socios comerciales de América Latina (Estados Unidos) representa un obstáculo significativo. Esto afecta tanto a las economías dependientes de la exportación de recursos naturales, como a los sectores industriales que abastecen al mercado estadounidense.

Baja productividad: La falta de innovación, la baja inversión en tecnología y la escasa modernización de las infraestructuras en la región impactan directamente en la productividad, lo que limita las posibilidades de crecimiento económico.

Elevada tasa de informalidad: La informalidad laboral es un desafío

estructural en Iberoamérica, lo que contribuye a la inestabilidad económica y a la falta de derechos laborales y acceso a servicios sociales para una gran parte de la población.

Inestabilidad global e incertidumbre: Los efectos de la crisis económica mundial, el cambio climático, la guerra en Ucrania y otros factores geopolíticos generan incertidumbre y dificultan el proceso de recuperación en la región.

Brecha de género: A pesar de los avances, sigue existiendo una marcada desigualdad de género en el acceso a empleo, educación y participación en los espacios de toma de decisiones, lo cual reduce el potencial de desarrollo económico.

Brecha digital: El acceso limitado a la tecnología y la falta de infraestructura digital adecuada en muchas zonas de América Latina impiden que la región aproveche completamente las oportunidades de la economía digital global.

Fortalezas y Ventajas Competitivas:

Jóvenes y capital humano: La región cuenta con una población joven y en crecimiento, lo que representa una ventaja estratégica si se canaliza adecuadamente hacia la educación y el empleo de calidad.

PROYECCIONES DE CRECIMIENTO POR REGIÓN

(CRECIMIENTO DEL PIB REAL, VARIACIÓN PORCENTUAL)



Fuente: FMI, *Perspectivas de la economía mundial*, octubre de 2024.

Nota: Las barras para cada grupo corresponden (de izquierda a derecha) a 2023, proyecciones para 2024 y proyecciones para 2025.

Fuente: FMI. Perspectivas de la economía mundial, octubre de 2024

Recursos naturales: Iberoamérica es rica en recursos naturales, lo que sigue siendo una ventaja competitiva, especialmente en el contexto de la transición energética y la creciente demanda de productos sostenibles.

Potencial para la sostenibilidad y la innovación social: A pesar de las dificultades, la región tiene un enorme potencial para impulsar la innovación en sectores clave como las energías renovables, la economía circular y el turismo sostenible.

Objetivos a Corto y Medio Plazo:

Mejorar la competitividad: Aumentar la productividad y la competitividad de las economías latinoamericanas, a través de la modernización de las infraestructuras, la innovación tecnológica y la educación.

Cerrar brechas: Reducir la brecha de género, la brecha

digital y mejorar la empleabilidad juvenil, lo cual requerirá una intervención en políticas públicas que promuevan la inclusión y el acceso a nuevas oportunidades.

Desarrollo de infraestructuras: La inversión en infraestructuras será crucial para facilitar el comercio, mejorar la calidad de vida y atraer inversiones extranjeras.

Diálogo y acción público-privada:

Es fundamental que las organizaciones empresariales, junto con la sociedad civil y la academia, trabajen de forma conjunta para encontrar soluciones. La colaboración público-privada será clave para superar los obstáculos y generar un entorno económico más dinámico.

Es importante también reivindicar el papel fundamental de las empresas y los empresarios como motores del crecimiento económico y el bienestar social.

Para garantizar su actividad y desplegar todo su potencial se requiere un entorno de estabilidad política e institucional, de seguridad jurídica y de calidad normativa, que fomente la inversión y un clima de negocios favorable.

Conclusión:

Iberoamérica se enfrenta a grandes desafíos, pero también tiene un amplio potencial para encontrar soluciones a través de la colaboración, la innovación y la mejora en sus políticas públicas. A medida que la región avance en el fortalecimiento de sus fortalezas y el abordaje de sus debilidades, será fundamental mantener el enfoque en las prioridades de crecimiento sostenible, innovación social y competitividad.

Agradecemos la colaboración y contribución de las organizaciones empresariales de CEIB y de FIJE que han participado en este informe, y que marcan la hoja de ruta empresarial para la región.

LExADVISOR

By Liderazgo Exponencial ®

IN

COMPANY

DR. MARCELO
MUÑOZ ROJAS

ACCOUNTABILITY 360°

DE EXCUSAS A RESULTADOS
EFECTIVOS

USM
Universidad
de San Miguel

Respaldado por la
universidad de San Miguel

Transforma desafíos en oportunidades con nuestro
método exclusivo de Accountability 360°.



Whatsapp

+1 (786) 605-7875

PARTICIPA

www.lexadvisors.org/evento/
MÁS INFORMACIÓN



EXPOCUMBRE Factor de Éxito 2025

Sostenibilidad y Convergencia: El futuro de los negocios en el Caribe

En el exclusivo marco de Cap Cana, la joya del Caribe dominicano, EXPOCUMBRE Factor de Éxito 2025 se perfila como el encuentro empresarial más distinguido del año, donde la excelencia en los negocios se fusiona con la sostenibilidad y la innovación. Este evento élite, programado para los días 24 y 25 de octubre en el prestigioso Hotel Sanctuary Cap Cana, promete ser el punto de convergencia para los líderes más influyentes del sector empresarial internacional.

República Dominicana: El hub estratégico del Caribe

La selección de República Dominicana como sede no es coincidencia. Su posición geográfica privilegiada, estabilidad económica y política, junto con su robusto desarrollo en infraestructura, la convierten en el

escenario ideal para este encuentro de alto nivel. El país se ha consolidado como el principal destino de inversión inmobiliaria en el Caribe, con proyectos que establecen nuevos estándares en el desarrollo sostenible.

Real Estate: La nueva frontera de las oportunidades

El sector inmobiliario ocupa un lugar preponderante en EXPOCUMBRE Factor de Éxito 2025. Los desarrolladores más prestigiosos de la región presentarán proyectos vanguardistas que integran tecnología, sostenibilidad y lujo. Para los inversionistas internacionales, este segmento ofrece una ventana única a las oportunidades más prometedoras del mercado caribeño, respaldadas por un marco legal sólido y condiciones económicas favorables.

Networking estratégico de clase mundial

EXPOCUMBRE Factor de Éxito 2025 se distingue por su ambiente exclusivo y cuidadosamente curado, donde cada interacción puede traducirse en una oportunidad de negocio significativa. Las sesiones de networking, diseñadas con precisión, facilitarán encuentros entre:

- Desarrolladores inmobiliarios de clase mundial
- Fondos de inversión internacionales
- Operadores hoteleros de prestigio global
- Expertos en energías renovables
- Líderes en tecnología e innovación

Una oportunidad única para el sector hotelero

Para los profesionales del sector hotelero, EXPOCUMBRE Factor de Éxito 2025 representa una oportunidad sin precedentes. El evento facilita conexiones directas con:

- Inversores interesados en el desarrollo de nuevas propiedades hoteleras
- Proveedores de soluciones tecnológicas para la industria hospitalaria
- Expertos en sostenibilidad y eficiencia energética
- Desarrolladores de proyectos turísticos innovadores



Agenda ejecutiva de alto impacto

El programa ha sido meticulosamente diseñado para maximizar el valor para cada participante:

Día 1: Visión estratégica

- Conferencias magistrales con líderes globales
- Presentación de proyectos inmobiliarios exclusivos
- Paneles sobre tendencias de inversión en el Caribe
- Cena de gala con inversionistas seleccionados

Día 2: Oportunidades y conexiones

- Sesiones privadas de inversión
- Workshops especializados por sector
- Rondas de negocios one-to-one
- Cocktail de cierre y networking ejecutivo



Oportunidades sectoriales



- **Real Estate:** Empresas proveedoras de materiales especializados, servicios de diseño, tecnologías para construcción sostenible y soluciones de automatización
- **Energía:** Distribuidores de equipos de energía renovable, instaladores especializados, consultores en eficiencia energética y proveedores de soluciones de almacenamiento energético
- **Turismo:** Operadores de experiencias únicas, proveedores de amenidades sostenibles, servicios de hospitalidad especializados y soluciones tecnológicas para el sector
- **Negocios emergentes:** Startups innovadoras, empresas de tecnología verde, soluciones digitales para sectores tradicionales y servicios de consultoría especializada



¿Por qué no puede faltar?

EXPOCUMBRE Factor de Éxito 2025 es más que un evento; es una puerta de entrada al futuro de los negocios en el Caribe. Los participantes tendrán acceso a:

- Oportunidades de inversión exclusivas en el mercado inmobiliario caribeño
- Conexiones directas con tomadores de decisiones de alto nivel
- Información privilegiada sobre tendencias y proyectos futuros
- Plataforma para expandir su presencia en el mercado regional

Las plazas son limitadas para garantizar la calidad de las interacciones y el nivel ejecutivo del evento. Reserve su participación con anticipación para asegurar su lugar en el encuentro empresarial más exclusivo del Caribe.

Este evento es la oportunidad definitiva para ser parte del futuro del desarrollo sostenible en el Caribe, en un ambiente donde cada conexión puede transformarse en el próximo gran proyecto regional.



EXPO cumbre FACTOR DE ÉXITO



Estos fueron

Nuestros *conferencistas* y *speakers* internacionales

2024



**LIDERAZGO
EMPRESARIAL
Y DE NEGOCIOS**

El poder de las mipymes en EXPOCUMBRE Factor de Éxito 2025

La participación de las mipymes en este evento representa una oportunidad sin precedentes para maximizar su potencial y expandir su alcance en el mercado caribeño. Este evento élite ofrece una plataforma única donde las pequeñas y medianas empresas pueden interactuar directamente con actores clave de los sectores más dinámicos de la economía.

Beneficios estratégicos para mipymes participantes

- Exposición directa ante inversionistas y decisores de alto nivel
- Acceso a una red de contactos exclusiva en los sectores clave
- Oportunidades de integración en cadenas de valor de proyectos mayores
- Plataforma para presentar productos y servicios innovadores

Para las mipymes dominicanas y extranjeras, participar en la EXPOCUMBRE Factor de Éxito 2025 representa una ventana única para elevar su perfil empresarial y establecer conexiones estratégicas que impulsen su crecimiento en el mercado regional.

Las empresas participantes tendrán acceso a espacios de exhibición especialmente diseñados para maximizar su visibilidad, además de participar en rondas de negocios estructuradas con potenciales clientes y socios estratégicos. Esta es la oportunidad ideal para que las mipymes demuestren su capacidad de innovación y su potencial para integrarse en proyectos de gran envergadura en los sectores de real estate, energía renovable, turismo y desarrollo sostenible.





TU 50% AL 100% LA CLAVE

Marcos Lovera

En la vida, existen dos tipos de factores: aquellos que están bajo nuestro control y aquellos que no lo están. Esta distinción, aunque simple, puede transformar nuestra manera de afrontar los desafíos cotidianos. La clave para alcanzar el éxito no está en intentar controlar lo incontrolable, sino en concentrarnos en aquello que sí depende de nosotros. En otras palabras, dar el 100% de nuestro 50%.

Lo que no puedes controlar

Covey introduce el concepto del Círculo de Influencia vs. Círculo de Preocupación, que enfatiza la importancia de enfocarse en lo que podemos controlar en lugar de lo que está fuera de nuestro alcance. Imagina un círculo dividido en dos mitades. La primera representa todo aquello que no puedes controlar: las decisiones de otros, la economía, el clima o las reglas del juego de tu mercado. Un claro ejemplo de esto ocurre en el deporte profesional. Lionel Messi no puede controlar al árbitro ni al equipo contrario, pero puede entrenar más, cuidar su alimentación y fortalecer su mentalidad. Lo mismo se aplica a nuestro día a día. En lugar de desgastarnos pensando en aquello que no depende de nosotros, debemos enfocar nuestra energía en lo que sí está a nuestro alcance.

Lo que sí puedes controlar

El otro 50% de ese círculo simboliza las cosas que sí puedes manejar: tu actitud, esfuerzo, motivación y preparación. A diferencia de los factores externos, estas áreas están completamente bajo tu control. Por ejemplo, “En 2024 tomé 22 vuelos como conferencista, y aprendí que hay cosas fuera de mi control. Más de una vez tuve vuelos retrasados por condiciones climáticas. No podía cambiar el clima ni acelerar el embarque, pero sí podía elegir mi reacción: mantener la calma, planificar alternativas y aprovechar el tiempo para algo productivo como leer libros. Esta mentalidad no solo me ayudó a reducir el estrés, sino que también mejoró mi capacidad de respuesta en otras áreas de mi vida y trabajo.”

“Tu 50% al 100%: La Clave”

Concentrarte al máximo en lo que puedes controlar requiere disciplina y enfoque. Aquí te dejo algunas claves prácticas para aplicar este principio:

- **Motivación diaria:** No siempre estarás motivado, pero puedes desarrollar hábitos que te impulsen a avanzar. Por ejemplo, planifica tus días para mantener el enfoque.
- **Inversión en ti mismo:** Aprende algo nuevo, mejora tus habilidades o trabaja en tu salud. Este tipo de inversión fortalece tu 50%.
- **Prioriza lo esencial:** Usa herramientas como el “Círculo de Control” para identificar lo que realmente está en tus manos. Escribe una lista de tres cosas que puedes influir y enfócate en ellas.
- **Cultiva una actitud resiliente:** Ve los obstáculos como oportunidades para crecer, en lugar de razones para desistir.

Historias que inspiran

La historia está llena de ejemplos de personas que dieron el 100% de su 50%. Steve Jobs, al regresar a Apple en los años 90, no intentó cambiar la economía o las decisiones del mercado. En su lugar, se enfocó en crear productos innovadores, lo que transformó a Apple en un gigante tecnológico. Otro caso es el de Marcos Galperin (Mercado Libre); No podía cambiar la crisis económica de Argentina ni las dificultades para emprender en Latinoamérica. En lugar de enfocarse en esas barreras, apostó por la digitalización del comercio y creó Mercado Libre, que hoy es la empresa más valiosa de la región.

“La vida no premia intenciones solo acciones “

Esta frase la suelo llevar como bandera, claro, porque la actitud de dar el 100% de tu 50% se alinea perfectamente con una cultura de servicio excepcional. En el ámbito del servicio al cliente, no puedes controlar las expectativas previas de los clientes, los problemas externos que enfrentan o incluso la competencia. Sin embargo, lo que sí puedes controlar es cómo les haces sentir, la calidad de tu atención y el esfuerzo que dedicas a superar sus expectativas.

Una cultura de servicio efectiva implica:

- **Actitud positiva:** Cada interacción es una oportunidad para impactar positivamente al cliente. Una sonrisa, amabilidad y disposición para escuchar son herramientas poderosas.
- **Empatía activa:** Ponerse en los zapatos del cliente y entender sus necesidades permite ofrecer soluciones personalizadas.
- **Resolución proactiva:** Anticiparse a problemas y mostrar disposición para resolverlos de manera eficiente.
- **Compromiso con la mejora continua:** Capacitarse y buscar formas innovadoras de brindar un mejor servicio asegura que siempre estés dando lo mejor de tu 50%.

Cuando las empresas y los colaboradores abrazan esta filosofía, se crean experiencias memorables que no solo satisfacen a los clientes, sino que también los convierten en embajadores de la marca.

Los beneficios de aplicar este principio

- **Cuando concentras tus esfuerzos en tu 50%, comienzas a notar resultados tangibles:**
- **Menos estrés:** Porque dejas de preocuparte por lo que no puedes cambiar.
- **Más éxito:** Porque tu energía se centra en acciones concretas que sí generan impacto.
- **Mayor bienestar:** Porque vives con una mentalidad positiva y proactiva.

Es fácil caer en la tentación de preocuparte por el 50% que no controlas, especialmente en la era de las redes sociales y la sobreinformación. Para mantenerte enfocado, crea un mantra personal como “Enfócate en lo tuyo” y practica mindfulness para reducir distracciones.

Conclusión

La clave del éxito no está en controlar el 100% de las circunstancias, sino en dar el 100% de tu 50%. Esta filosofía no solo te ayuda a gestionar mejor los desafíos, sino que también transforma tu manera de ver el mundo. En el contexto del servicio al cliente, aplicar esta mentalidad garantiza experiencias excepcionales que generan fidelidad y satisfacción. Así que hoy te invito a reflexionar: ¿Qué harás hoy para dar el 100% de tu 50%? El cambio comienza en vos.



TU PERCEPCIÓN DEFINE TU DESTINO

Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial

🌐 www.IsmaelCala.com ✉ @cala 📷 [ismaelcala](https://www.instagram.com/ismaelcala) 📺 [Ismael Cala](https://www.facebook.com/IsmaelCala)

Todo lo que experimentamos en la vida está filtrado por nuestra percepción. No vemos las cosas como son, sino como somos. Si creemos que la vida es difícil, veremos obstáculos en cada esquina. Si pensamos que no somos lo suficientemente buenos, nuestro entorno parecerá reflejar esa creencia. Pero, ¿qué pasaría si cambiáramos nuestra percepción? ¿Si en lugar de ver límites, viéramos oportunidades?

En la actualidad, las circunstancias externas parecen dictar nuestra felicidad, nuestro éxito e incluso nuestro propósito. Pero la verdad es que nuestra mente tiene el poder de darle forma a nuestra realidad. La diferencia entre alguien que se siente atrapado y alguien que se siente en expansión no está en sus circunstancias, sino en cómo las interpreta.

Uno de los principios más poderosos que he aprendido en mi camino es que no podemos cambiar lo que no somos conscientes de percibir de manera limitada. Y aquí radica la verdadera transformación: en darnos cuenta de que nuestras creencias pueden ser reprogramadas, que nuestras emociones están para sentirlas y canalizarlas adecuadamente, y nuestro enfoque puede ser refinado para abrirnos a nuevas posibilidades.

Este es un trabajo interno que va más allá de la motivación momentánea. Es un proceso en el que integramos herramientas prácticas para entrenar nuestra mente y cambiar nuestra energía. Porque la transformación no ocurre solo con desearlo, sino con estrategias concretas que nos ayuden a elevar nuestra mentalidad, nuestra comunicación y nuestra capacidad de liderazgo.

Si queremos resultados diferentes, debemos operar desde un nivel de conciencia más elevado. Expandir nuestra visión, nutrir nuestra mente con pensamientos de posibilidad y aprender a gestionar nuestras emociones con inteligencia. Cada uno de nosotros tiene un potencial inmenso, pero solo aquellos que se atreven a trabajar en su mentalidad logran desbloquearlo.

Es por eso que, en cada experiencia que diseñamos, el enfoque está en darte herramientas para desafiar tus límites mentales, entrenar tu capacidad de liderar desde la calma y diseñar un futuro alineado con tu propósito. Cuando transformas tu percepción, transformas tu vida.

Hoy te invito a hacerte esta pregunta: ¿Estoy viendo mi vida desde la escasez o desde la abundancia? La respuesta puede marcar la diferencia entre seguir donde estás o dar el paso hacia la transformación que siempre has deseado.

¡Conecta con tu mente millonaria para alcanzar así una cuenta millonaria!



LOS RIESGOS DE LA VELOCIDAD DE LA TRANSFORMACIÓN EN LA BANCA DIGITAL

Alvaro “Cuco” de Venegas

International Change Guide | Business & People Transformation

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

En la medida en que en la banca se crean productos nuevos, créditos con menos fricciones y adeudarse es más y más fácil, se abren vías paralelas que dan acceso “menos restringido” y que son el gran dolor de cabeza para el sector financiero tradicional.

La banca digital es la que lleva las últimas dos décadas impulsando la “bancarización” de personas, tiendas, familias y empresas de todos los ámbitos, permitiéndoles acceder a beneficios como si todos vivieran en las grandes ciudades. Sin embargo, aún no lo consiguen del todo, y por ello se está generando una brecha entre la banca urbana y la banca rural, la oferta y la demanda.

Se ha dado por hecho que la tecnología cubrirá lo que la falta de sucursales no logra; lo podrá todo; será infalible. Basta un corte de cables, caída de antenas o una pequeña tormenta para que se queden incomunicados quienes viven en los cafetales y volcanes, en los desiertos y selvas, en islas y sembradíos, y con ello, sin capacidad de recibir o enviar pagos, realizar compras o recibir ayuda, hasta que se reactiven los servicios. Ninguno de estos subvencionados o “resguardados” por la banca.

Pero la transformación sigue siendo impulsada sin contemplar la Gestión del Cambio, sin planes de contingencia, y lamentablemente, a otra velocidad.

Uno de los grandes desafíos no sólo viene de la mano de la tecnología, o de las personas que se benefician de estos servicios. Viene de la ciberseguridad.

Los virus que atacan los teléfonos, servidores y equipos informáticos desde donde se conectan los usuarios de la banca digital, y sin embargo, tampoco está entre sus planes de contingencia: sencillamente dejan todo en manos del cliente. Por otro lado, los ataques a la propia banca, pero principalmente a los usuarios a través de phishing y otras técnicas para capturar los datos de clientes francamente poco digitalizados, deja a estos últimos en evidente desventaja, ya que la “única” solución que le están dando desde los bancos, es someterse a estos ataques y con el riesgo de perder todo su capital.

La banca no se está haciendo cargo de los daños colaterales. La velocidad de la oferta es muchísimas veces mayor a la capacidad que tiene el mercado para contener, digerir y aprender de las contraprestaciones que vienen de la mano de un crecimiento más bien “irresponsable”.

Y hasta cierto punto, cada país tiene sus normativas que tienden a proteger al usuario frente al incumplimiento o alguna pérdida derivada de transacciones a través de sus bancos. Otra cosa es cuando estos incumplimientos o cese de servicios, fraudes y pérdidas son originados en banca, billeteras electrónicas o servicios financieros provenientes del extranjero. Ahí la legislación y la protección del consumidor están en deuda. Es aquí donde aplica el dicho de «no confundir la velocidad con el tocino», y que una estrategia de Gestión del Cambio podría ayudar a tantos y tantos usuarios, si no todo se dejara llevar por la rentabilidad... y la velocidad.

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



MERCADOS EMERGENTES Y OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN LATINOAMÉRICA

Gonzalo Zermeño Terrazas

Los mercados emergentes son aquellos que describen un rápido crecimiento y una progresiva industrialización, incluye la riqueza de materias primas y recursos, estabilidad política, demanda interna o potencial de internacionalización.

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), entre 1990 y 2000 los países emergentes aumentaron de 12 a 65.

El último informe de la OCDE afirma que para el año 2030 los países que integran la organización dejarán de concentrar la mayor parte de la riqueza mundial y, por contra, las economías emergentes o en desarrollo aportarán el 57 por ciento del PIB mundial. Por otra parte, el índice Dow Jones considera a 35 países como mercados emergentes, entre ellos países latinoamericanos como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Mercosur, integrado por Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Bolivia, ha fortalecido la integración de países de la zona, en donde los rubros de mayor crecimiento en exportación son los metales, las semillas, frutos oleaginosos, combustibles y aceites minerales, principalmente.

S&P Latin America BMI ofrece una amplia exposición y seguimiento a los mercados emergentes de América Latina, incluyendo Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Por otra parte, en los últimos años, México se ha consolidado como un mercado emergente atractivo con Estados Unidos y Canadá para las empresas nacionales e internacionales gracias a su ubicación estratégica, abundantes recursos naturales, fuerza laboral calificada, así como a su economía en constante crecimiento.

Cabe mencionar que en las últimas décadas, Latinoamérica experimentó una importante transformación caracterizada por crecimiento económico, avance tecnológico y digitalización, es decir, el aumento de la inversión en tecnología, la diversificación de las exportaciones y la promoción de sectores de vanguardia como la industria del turismo, salud, manufactura 5.0 compuesta a su vez por segmentos clave en aeroespacial, automotriz, alimentos y bebidas, electrónica, manufactura aditiva, acero, vidrio, empresas fintech, centros de datos, agroindustria, energías verdes solar y eólica, gas natural, centros de datos, servicios digitales y el comercio electrónico principalmente, han contribuido significativamente al desarrollo económico de América Latina que actualmente representa el 8% de la población mundial.

Por ejemplo, el sector energético presenta la mayor demanda de nuevo capital e inversión. Según el Transition Scenari del BlackRock Investment, el creciente consumo energético mundial requerirá una inversión de 3,5 billones de dólares anuales durante esta década en proyectos críticos que apoyan la transición a una economía baja en carbono y alineada a cumplir con distintos objetivos de desarrollo sostenible (ESG) ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

Sin duda América Latina representa un gran foco de crecimiento y transformación con liderazgo en la pequeña y mediana empresa ya que representan el gran motor en la economía de los países latinoamericanos.

Los retos son muchos, pero el liderazgo, creatividad y desarrollo del capital humano en las pymes, empresas e industrias verticales, continuarán incrementando en la capacidad de innovación, nuevo conocimiento empoderado por datos predictivos, mejora continua, ahorro circular, sostenibilidad, cumplimiento en objetivos de desarrollo sostenible, eficiencia energética, eficiencia operativa e inclusión laboral. Importante mencionar que los bancos locales y mercados privados están desempeñando un papel cada vez más crucial en la financiación y crecimiento de créditos verdes, créditos de renovación de maquinaria y equipo, apoyando a las pequeñas y medianas empresas que buscan incrementar su capacidad de crecer de manera sostenible, aumentando la competitividad para fabricar o producir y habilitar una cadena de suministro internacional para proveer sus productos y servicios en nuevos mercados.

EXPO 2025

FACTOR DE ÉXITO

LIDERAZGO EMPRESARIAL
Y DE NEGOCIOS

Sostenibilidad y Convergencia: El futuro de los negocios en el Caribe

Real Estate | Energía Renovable | Turismo | MiPymes

24 y 25 de octubre 2025

Hotel Sanctuary Cap Cana

¿Por qué participar?

- Conexiones directas con inversionistas y decisores de alto nivel
- Proyectos inmobiliarios exclusivos y oportunidades de inversión premium
- Networking estratégico con líderes empresariales globales

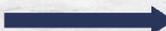


Un encuentro diseñado para:

- Desarrolladores inmobiliarios de clase mundial
- Fondos de inversión internacionales
- Operadores hoteleros de prestigio global
- Líderes en energías renovables
- MiPymes innovadoras

¡Asegure su lugar en el evento empresarial más exclusivo del Caribe!

Sea parte del futuro empresarial del Caribe:
cada conexión es una oportunidad
para crear el próximo gran proyecto regional.

Acceda a la información aquí 



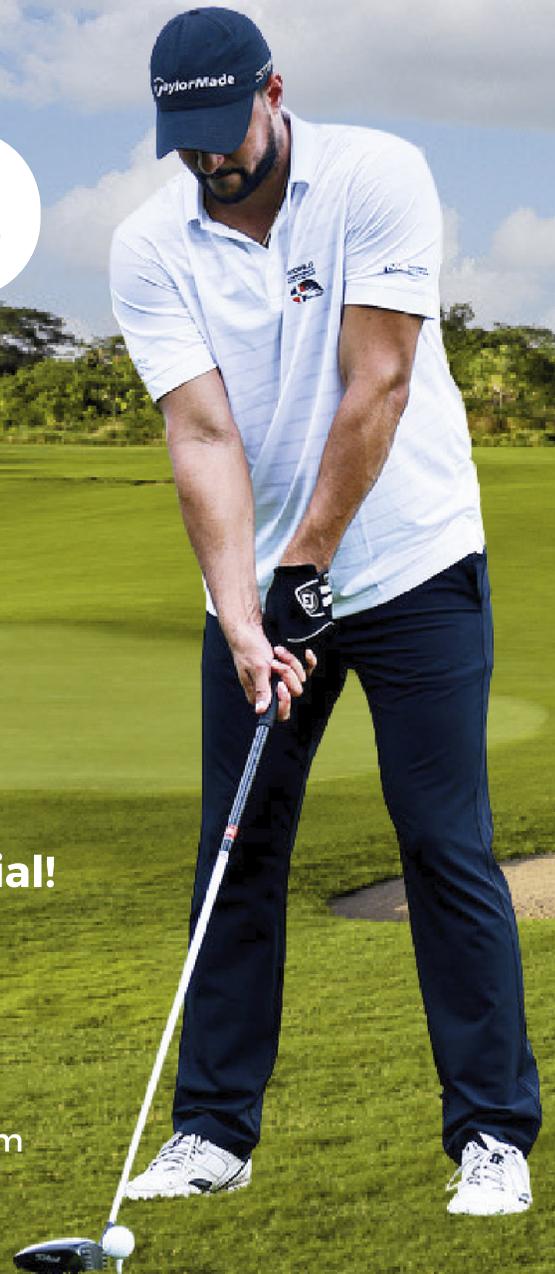
WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



FACTOR DE ÉXITO

30 DE AGOSTO
2025

PGA
Ocean's 4



¡Inscríbete, compite y gana
la oportunidad de jugar en la **final mundial!**



MÁS INFORMACIÓN:
849-354-5724 | info@revistafactordeexito.com