

# FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO



@RevistaFactordeExito  
f Revista Factor de Exito  
www.revistafactordeexito.com  
@RevistaFDE



## Aldimir Torres Arenas

Presidente de la Asociación Nacional de la Industria del Plástico, A.C. ANIPAC y presidente de la Asociación Latinoamericana de la Industria del Plástico, ALIPLAST

### Economía circular, clave para una gestión eficiente del plástico

RANKING  
**TOP** + América  
2023

#### ● Felipe Cajiga

Experto y ponente internacional en Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial

Las empresas pueden navegar con éxito en entornos complejos integrando la sostenibilidad en su estrategia central

#### ● Edson Arteaga

Creador y CEO de Drivana.

Conoce el AIRBNB de autos en México y como esta startup mexicana está revolucionando el ecosistema de movilidad y la industria de renta de autos mediante su modelo de CarSharing.

#### ● Mariana Echanove

Directora de Ventas Corporativa Grupo Brisas

En México estamos aprendiendo mucho de Turismo Sostenible y hemos avanzado en los últimos años

#### ● Laila Chartuni Ortega

Presidenta TOP Companies

El liderazgo empresarial sigue madurando: TOP+América 2023

sesderma   
listening to your skin

C-VIT5

Multiplica tu luz

x5  
vitaminas C

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

Mayor hidratación y efecto antiedad  
Ácido hialurónico y proteoglicanos

Estimula la síntesis de colágeno  
Centella asiática

Complejo tensor inmediato



WWW.SESDERMA.COM.DO



**10-11-12**  
**OCTUBRE 2024**

**HOTEL SANCTUARY**  
**CAP CANA**  
República Dominicana

**EXPO**

**FACTOR DE ÉXITO**

LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

2  
0  
2  
4

# Turismo Sostenible: Forjando el Éxito Empresarial del Siglo XXI

## Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

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

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

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

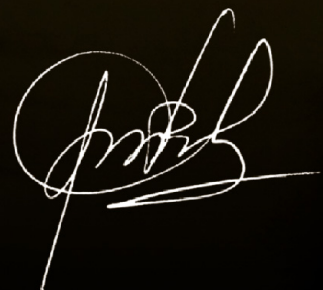
como la columna vertebral que sustenta una estrategia empresarial sólida y resiliente.

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

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

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

¡Bienvenidos a esta edición!



# VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Aldimir Torres Arenas**  
Presidente de la Asociación Nacional de la Industria del Plástico, A.C. ANIPAC y presidente de la Asociación Latinoamericana de la Industria del Plástico, ALIPLAST

**Economía circular, clave para una gestión eficiente del plástico**

**Felipe Cailla**  
Fundador y CEO de la empresa de consultoría en negocios familiares y sucesión de negocios.

**Edson Arceaga**  
CEO de la empresa de consultoría en negocios familiares y sucesión de negocios.

**Martina Echazue**  
Directora de la empresa de consultoría en negocios familiares y sucesión de negocios.

**Laila Charum Ortega**  
Presidenta de la empresa de consultoría en negocios familiares y sucesión de negocios.

**TEJP o América**

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Jorge Vallejo**  
Presidente Mitsubishi Motors México

**Sector automotriz, pilar estratégico en la reactivación económica**

**Desarrollo del liderazgo Latinoamericano**

**El rol empresarial**  
Elaborar un plan de negocios es el primer paso para alcanzar el éxito.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**John Maxwell**  
Fundador de The John Maxwell Company

**Yo siempre digo que liderarme a mí mismo es mi desafío más grande en la vida**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**John Maxwell**  
Fundador de The John Maxwell Company

**Yo siempre digo que liderarme a mí mismo es mi desafío más grande en la vida**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Raúl Acosta Salas**  
Cooperador de la empresa de consultoría en negocios familiares y sucesión de negocios.

**Jorge Hernández Ortiz**  
Cooperador de la empresa de consultoría en negocios familiares y sucesión de negocios.

**El cambio del consumidor hacia los alimentos de origen vegetal llegó para quedarse**

**Panorama económico de cara al 2022**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Elisa Guerra**  
Fundadora de la empresa de consultoría en negocios familiares y sucesión de negocios.

**“LIDERAZGO FEMENINO, LIDERAZGO DE IMPACTO”**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Hugo Romero Gracia**  
CEO de Impacto Meetings y director de E-Tech Evolution Education

**Industria EdTech experimenta un crecimiento sin precedentes**

**Transformación digital, el gran desafío para el liderazgo responsable**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Rosa Nelly Treviño-Rodríguez**  
Senior Advisor for Families in Business, Industry & Good Governance Initiatives, Treviño-Rodríguez & Asociados

**Sostenibilidad, el imperativo de hoy**

**La sostenibilidad y el rol de los líderes empresariales en el futuro**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Andrés Villalobos Rodríguez**  
Cooperador de la empresa de consultoría en negocios familiares y sucesión de negocios.

**Innovación disruptiva, visión y motor de crecimiento**

**Perspectiva Empresarial**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Luciana Herrmann**  
Directora de Comunicaciones Corporativas de México, Colombia y Latinoamérica

**En México de manera proactiva fomentamos la diversidad e inclusión**

**El efecto transformador del liderazgo femenino**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**FACTOR DE ÉXITO**  
¡La clave está en la diferenciación!

**Francisco Garza**  
Presidente y Director General General Motors de México, Centroamérica y el Caribe

**Talento y Tecnología: liderando el cambio**

**El rol del líder**  
El líder debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del emprendedor**  
El emprendedor debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

**El rol del empresario**  
El empresario debe tener una visión clara de su negocio y un plan de negocios.

APUNTA Y ACCEDE  
A TODAS NUESTRAS EDICIONES



# [contenido]

portada

Economía circular, clave para una gestión eficiente del plástico



pág. 12

**Aldimir Torres Arenas**

Presidente de la Asociación Nacional de la Industria del Plástico, A.C. ANIPAC y presidente de la Asociación Latinoamericana de la Industria del Plástico, ALIPLAST

INTERVIEW

Las empresas pueden navegar con éxito en entornos complejos integrando la sostenibilidad en su estrategia central



pág. 20

**Felipe Cajiga**

Experto y ponente internacional en Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial

Conoce el AIRBNB de autos en México y como esta startup mexicana está revolucionando el ecosistema de movilidad y la industria de renta de autos mediante su modelo de CarSharing.

OPEN BUSINESS



pág. 24

**Edson Arteaga**

Creador y CEO de Drivana.

INTERVIEW

En México estamos aprendiendo mucho de Turismo Sostenible y hemos avanzado en los últimos años



pág. 28

**Mariana Echanove**

Directora de Ventas Corporativa Grupo Brisas

EMPRESARIALES VIP



pág. 52

Una edición especial para exaltar la Calidad

OPEN BUSINESS

El liderazgo empresarial sigue madurando: TOP+América 2023



pág. 58

**Laila Chartuni Ortega**

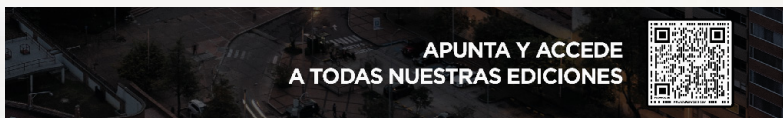
Presidenta TOP Companies

# Revista Factor de Éxito México

Número 11, Año 2



## Chichén Itzá



# [ directorio ]

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

**Dirección Administración y Finanzas:**  
Isabel Cristina Rolo Figueroa

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

**CEO-Directora Editorial:**  
Isabel Figueroa de Rolo

**Director de Arte:**  
Héctor Rolo Pinto

**Directora de Mercadeo:**  
Arianna Rolo

**Directora de Comunicaciones:**  
Siddhartha Mata

**Coordinadora de Comunicaciones:**  
Eidrix Polanco

**Asesora comercial:**  
Rosely Matos

**Secretaria Administrativa:**  
Eimy Pimentel

**Digital Content Manager:**  
Gabriela Alfonso  
Tina Pérez  
Lina Bsarís

**Web Master :**  
Juan Rebollo

**Director Ejecutivo y Coordinador Editorial:**  
Baudy Dávila

**Digital Marketing Manager**  
Jacqueline Leon

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

**Portada:**  
Aldimir Torres Arenas  
Presidente de la Asociación Nacional de la Industria del Plástico, A.C. ANIPAC y presidente de la Asociación Latinoamericana de la Industria del Plástico, ALIPLAST

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

**Revista Factor de Éxito México**  
info@mexico.revistafactordeexito.com

**Instagram:** @RevistaFactordeExito

**Twitter:** @RevistaFDE

**Facebook:** Revista Factor de Éxito

**www.revistafactordeexito.com**

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

## Jalisco Talent Land une innovación y conocimiento del joven talento mundial

La próxima edición del Jalisco Talent Land será del 1 al 4 de abril de 2024 en la Expo Guadalajara, en Guadalajara, Jalisco.

Este inspirador encuentro anual se ha convertido en epicentro global de creatividad, tecnología, educación y empleabilidad, atrayendo a mentes inquisitivas de todo el mundo.

El evento se caracteriza por sus diferentes tierras temáticas, espacios para developers, informáticos, creativos, gamers, emprendedores y otros perfiles más; en donde conferencias magistrales de líderes de la industria tecnológica, influenciadores, Edutubers, competencias de robótica, experiencias de realidad virtual, talleres de capacitación, competencias y hackathones; empoderan a miles de jóvenes para explorar su pasión por la tecnología e innovación.



Se destaca como un espacio para la adquisición de conocimiento, la promoción de la innovación y el desarrollo del talento, dejando un profundo impacto en la región y más allá. Asimismo, ha facilitado la formación de alianzas estratégicas entre instituciones educativas, empresas y emprendedores.

A lo largo de cuatro ediciones presenciales y dos ediciones en formato digital (como respuesta a la pandemia de 2020), Jalisco Talent Land ha logrado congregarse a más de 150,000 asistentes y ha llegado a impactar a más de 20 millones de usuarios únicos en línea con las versiones digitales de sus eventos y las transmisiones en vivo de las ediciones presenciales.

## BCD Travel Permanece Como el Proveedor Sostenible de Elección

Por cuarto año consecutivo, BCD Travel ha recibido la codiciada calificación Platinum de EcoVadis, el proveedor más grande y confiable del mundo de calificaciones de sostenibilidad empresarial. Con esta calificación Platinum, la empresa de gestión de viajes (TMC) mantiene su posición en el 1% superior de las más de 100,000 empresas evaluadas por EcoVadis.

Como parte de la evaluación, BCD ha sido calificada como 'Avanzada' en el Módulo de Acción de Carbono de EcoVadis. Este módulo es una solución integral de gestión de carbono integrada con las calificaciones de EcoVadis para involucrar a los proveedores y promover la descarbonización en toda la cadena de suministro.

"BCD Travel ha logrado un impresionante progreso desde su primera evaluación en 2011", comentó Joseph Tremonti, gerente de éxito al cliente para EMEA en EcoVadis. "Año tras año, se esfuerzan por mejorar su desempeño y generar impacto, estableciéndose como un líder global en sostenibilidad. Su calificación Platinum infunde confianza en sus clientes de que BCD es el proveedor adecuado para respaldar sus objetivos de sostenibilidad".

Este reconocimiento independiente demuestra el compromiso de la TMC con la responsabilidad climática, social y ética. Junto con la alineación de BCD con iniciativas globales como el Pacto Global de las Naciones Unidas, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi) y el Carbon Disclosure Project (CDP), la TMC refuerza su reputación como un proveedor sostenible de elección.





## El Sustainable and Social Tourism Summit seguirá en Guanajuato para el 2024

La Séptima Edición del Sustainable and Social Tourism Summit que se realizó recientemente en León, Guanajuato, después de dos días de ponencias, talleres y actividades enriquecedoras en el campo de la sostenibilidad y la responsabilidad social en el turismo, arrojó unas cifras interesantes, con 481 asistentes a las actividades en general, y 155 asistentes a la expo.

Para Juan José Álvarez Brunel, Secretario de Turismo del Estado de Guanajuato: “Este summit es un caldo de cultivo positivo. Cada vez que nos acordemos de la palabra turismo vamos a sonreír. Todos los retos representan oportunidades y nos dan la posibilidad de relacionarnos y precisamente en esa colaboración es que Guanajuato sigue muy comprometido con este Summit”.



De igual manera anunció que el próximo año, el Sustainable & Social Tourism Summit se llevará a cabo del 3 al 6 de Julio del 2024, por tercer año consecutivo en Guanajuato. “Tanto el estado como el evento han tenido un crecimiento muy importante en materia de sustentabilidad”, destacó el Secretario.

Este evento es considerado el más importante en cuanto a turismo sustentable y social de Iberoamérica, realizó su primera edición en 2017. En sus 6 ediciones anteriores, el “Summit” ha reunido a más de 3,150 participantes, 250 conferencistas internacionales y nacionales. Sus speakers han venido de más de 35 países de los 5 continentes y ha contado con la participación de todos los estados de la República Mexicana.

## Fisiowell: Transformando Vidas a Través de la Rehabilitación y Tecnología

Fisiowell es un centro de rehabilitación integral especializado en lesiones de origen neurológico, musculoesquelético, articular y nervioso con el firme propósito de proporcionar servicios de alta calidad y personalizados para mejorar la calidad de vida de sus pacientes.

Ubicados en la ciudad de Monterrey, su capital humano está comprometido en ofrecer tratamientos efectivos y profesionales, aprovechando las últimas técnicas y tecnologías, además de contar con un equipo de fisioterapeutas altamente capacitados.

En este sentido, esta clínica de fisioterapia genera un positivo impacto en quienes la visitan al tener como pilares fundamentales: la excelencia en la calidad de atención humana y los cuidados hacia sus pacientes. Todo ejecutado con innovadores servicios de vanguardia, incluyendo la utilización de la realidad virtual (VR) como una

herramienta de rehabilitación de última generación.

La efectividad de sus tratamientos se sustenta en una amplia gama de servicios de terapia física, que incluyen: Realidad Virtual (VR), Electroestimulación, Termoterapia, Punción Seca, Cupping Therapy o Terapia con Ventosas, Kinesiotape (KT), Ejercicios Terapéuticos, Drenajes Linfáticos, Recovery o Terapia de Descarga Muscular y Rehabilitación, entre otros tantos.

Mientras que algunas de las condiciones a las que comúnmente hacen frente son: esguinces, lesiones musculares, tendinopatías, bursitis, fracturas, luxaciones, espolones calcáneos, fascitis plantar, dolores cervicales, dorsales y lumbares, cialgias, y rehabilitación después de cirugías ortopédicas. Además, de brindar apoyo a pacientes con enfermedades cerebrovasculares (ECV), esclerosis, síndrome de Guillain-Barré, parálisis cerebrales, Parkinson, neuropatías y muchas otras afecciones.



## ATMEX aterriza en Michoacán para febrero 2024

**E**l evento Adventure Travel México, vuelve en su 12ª edición a Michoacán, del 21 al 23 de febrero de 2024. Este encuentro es pionero en el segmento de turismo de aventura y naturaleza y se ha convertido en una extraordinaria reunión de especialistas de esta comunidad turística.

En su pasada edición realizada en Huatulco, Oaxaca, contó con 684 asistentes, entre ellos 48 compradores nacionales e internacionales, 21 representantes de medios de comunicación nacionales e internacionales, 23 ponentes de talla internacional y 78 proveedores representando a 17 destinos de México: Huatulco, Oaxaca, Baja California Sur, Puebla, CDMX, Campeche, Guanajuato, Querétaro, Michoacán, Quintana Roo, Chiapas, Tamaulipas, Estado de México, Hidalgo, Yucatán, Jalisco, y 1 destino internacional, Argentina, quien por tercera vez participa en ATMEX con una delegación de 16 empresas y representantes.



En el Marketplace, se llevaron a cabo más de 1385 citas de negocio agendadas, que se estima que generen \$194.7 MDP de ventas el próximo año, más lo que representan las alianzas que se generan en el networking que se da naturalmente en el evento.

## Galería Plaza Irapuato se enfoca en los visitantes japoneses

**G**alería Plaza Irapuato se ha convertido en referente para viajeros de negocios y ejecutivos de origen japonés que visitan esta ciudad, por su creciente actividad empresarial que la ha llevado a ser el epicentro del desarrollo económico de Guanajuato.

Su privilegiada ubicación, a sólo 36 minutos del Aeropuerto Internacional del Bajío y a 200 metros del Centro de Convenciones Inforum, en el nuevo cinturón vial de Irapuato con accesibilidad hacia la carretera a Salamanca - León, ha permitido a esta propiedad con categoría 5 estrellas llegar a ser el centro de hospedaje preferido de empresarios y convencionistas que buscan un alojamiento de gran comodidad, que cubra sus necesidades tecnológicas y muy cerca de las principales áreas comerciales y de negocios de la ciudad.

Un lugar muy especial y concurrido por la comunidad y turistas japoneses que visitan la propiedad es el Ofuro, o baño japonés de agua caliente, con una temperatura promedio de 40 grados centígrados, ideal para relajarse y recuperarse de un largo día de actividades.



El spa de lujo con productos de primera línea para tratamientos corporales y faciales, los baños de vapor y el gimnasio que te permitirá ponerte en forma y relajar cuerpo y mente durante tu estancia, son algunas de las múltiples amenidades que ofrece este completo centro de alojamiento, con la calidad y calidez que caracteriza al servicio de Grupo Brisas.

## Rambam Health Care Campus, en procura de alianzas estratégicas en México

Con el propósito de que la comunidad médica y académica de México conozca qué es lo que se hace en Rambam Health Campus –uno de los cinco principales centros clínicos de Israel- y en su momento se puedan establecer alianzas estratégicas en materia de capacitación y transferencia de tecnologías innovadoras, entre otros aspectos de interés, su director general, Michael Halberthal, visitó México.

Ubicado en Haifa (Israel), Rambam Health Care Campus, es un hospital académico de categoría mundial con 1,100 camas, cuya operación es estratégica para toda la región septentrional de este país al atender a sus más de 2.5 millones de habitantes, destacó Halberthal, doctorado del Technion-Israel Institute of Technology.

“El Rambam Health Care Campus es un hospital universitario y una de las cinco instituciones de atención médica más avanzadas de Israel. Es el mayor centro interdisciplinario y referencia para 12 hospitales distritales, capaz de recibir pacientes de todo el país y del exterior”, precisó el también Presidente del Teaching Center para Trauma, y Emergency and MCS.



El médico y académico israelí, detalló que actualmente el campus cuenta con 6,085 empleados, 65 departamentos con estructura para hospitalización con 1,000 camas, 39 institutos médicos, 15 laboratorios centrales, además de instalaciones clínicas especiales

## Great Place To Work® reconoce a los Mejores CEOs 2023

Great Place To Work®, la autoridad global en cultura laboral anunció la publicación de la 6ta edición de su reconocimiento a los Mejores CEOs. Este año, se evaluaron a los líderes más destacados en términos de confianza y satisfacción de los colaboradores en sus organizaciones.

Para determinar este listado se tomó en cuenta, además de los indicadores de confianza de la encuesta Trust Index™, el Indicador del Nivel de Confianza que tienen los colaboradores respecto a la Alta Dirección.

El Índice de Confianza que experimentan los colaboradores de las organizaciones encabezadas por estos líderes se ubica en un 90% de favorabilidad. Este reconocimiento brinda una ventaja competitiva a las empresas participantes, impulsando su reconocimiento y fortaleciendo su credibilidad.

El reconocimiento de Great Place To Work® se basa en su extenso repertorio de datos sobre la cultura laboral y la participación de los empleados a través de su encuesta de ambiente laboral Trust Index™,



demostrando que el reconocimiento hace que los empleados sientan que las promociones son justas, estimula la innovación y el esfuerzo adicional.

Estos líderes empresariales han demostrado su compromiso con la creación de un entorno laboral positivo, inclusivo y motivador, lo que ha llevado al éxito de sus organizaciones.

# Aldimir Torres Arenas

Presidente de la Asociación Nacional de la Industria del Plástico, A.C. ANIPAC y presidente de la Asociación Latinoamericana de la Industria del Plástico, ALIPLAST

## **Economía circular, clave para una gestión eficiente del plástico**

La alternativa de reducir, reciclar, reusar y reemplazar el plástico, disminuye el impacto ambiental, hará que las empresas y los gobiernos rediseñen sus procedimientos y modelos de negocio, adoptando principios más sostenibles.

**E**n México, la industria del plástico atraviesa más de 80 % de la producción de casi todas las actividades humanas y de desarrollo de procesos productivos. Según cifras de la Asociación Nacional de la Industria del Plástico (Anipac), 45 % corresponde a envase y embalaje, 16 % a consumo general, 11 % a construcción, 8 % a la industria automotriz, 6 % a electrónica, 4 % al sector agrícola, 3 % al sector médico y otros productos un 7 %.

Cerca de cinco mil empresas conforman esta industria, de las cuales aproximadamente 80 % son pymes. Al cierre del 2022, en el subsector del plástico se ocuparon 487,000 personas (57.8 % hombres y 42.2 % mujeres), acorde a cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

Sin embargo, los plásticos constituyen una seria amenaza para el medio ambiente y el bienestar de la sociedad en general. Este problema se puede controlar si se modifican los modelos de producción y consumo, se utilizan métodos de gestión basados en los principios de la economía circular, y se ejerce una gobernanza transversal y responsable.

De cara a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la industria de plástico tiene por delante un camino con acciones contundentes a ser más sustentable y circular.

Por ser una industria importante en México y por su propuesta de hacer del plástico un elemento dentro de la economía circular, entrevistamos a Aldimir Torres Arenas, presidente de ANIPAC y presidente de la Asociación Latinoamericana de la Industria del Plástico, ALIPLAST.

Torres, es Ingeniero Químico con postgrados en Química Orgánica y Polímeros, cuenta con más de treinta años de experiencia en Polímeros, Procesos y Aditivos.



Es director general de Awakeiin S.A. de C.V., proveedor de soluciones en tecnologías para polímeros, así como de Plastic Additives de México, proveedor de aditivos para plástico. Es asesor en Tecnología Grupo ATSA, productor de Cargas Minerales no Metálicas y director técnico de Industrias Mavila, productor de recubrimientos e impermeabilizantes residenciales.

Además, se desempeña como catedrático en el Centro Empresarial del Plástico en Aditivos y Polímeros, con una trayectoria de más de 20 años

Es vicepresidente del Comité organizador de Plastics Global Summit 2022 (Lisboa, Portugal) y miembro del Consejo del Centro de Investigación en Química Aplicada, CIQA; miembro del Consejo de la Confederación de Cámaras Industriales de México, CONCAMIN.

**La contaminación por plástico es considerada uno de los mayores retos ambientales del siglo XXI. ¿Cuál es la posición de las dos asociaciones que usted preside al respecto?**

*La industria del plástico se basa en 4 rubros básicos, la energía, donde el precio eleva considerablemente los costos de producción, además de aportar un porcentaje muy bajo en energía limpia. La parte laboral, donde aún tenemos deudas con el TEMEC en una industria donde se registra casi un millón de empleos. La seguridad, tenemos un mapa con problemáticas muy profundas que complican a esta como a cualquier industria su cabal funcionamiento. La cuarta, es la parte ambiental, factor crítico donde se han signado acuerdos como el Global Commitment for the New Plastics Economy y el Acuerdo Nacional en 2019, sin embargo, no se han registrado por parte de las autoridades correspondientes los resultados a 4 años de haber sido implementadas las regulaciones impuestas.*





# El negocio odontológico también es de influencers

**E**l Dr. Camilo Barrios es un dentista estético líder en Colombia. Pero además es un destacado influencer de su trabajo y estilo de vida, en su cuenta de Instagram tiene más de 536 mil seguidores de diversos países. Con más de 10 años de experiencia y cientos de clientes satisfechos, incluidos varias personalidades del país suramericano.

Estudió odontología en la Universidad Nacional de Colombia en Bogotá, y se especializó en odontología protésica en la Universidad Santo Tomás - Bucaramanga. Como especialista integral en estética facial también es diplomado en esta especialidad por la Universidad de Cartagena.





Este odontólogo ofrece a sus pacientes consultas profesionales y atención integral en áreas como la rehabilitación oral, así como la estética dental y facial.

Barrios cree firmemente en la labor de los influencers como creadores de contenido de valor. Considera que la imagen que proyectan puede estimular buenos hábitos de vida, una salud integral y dar a conocer servicios de altísima calidad. Está consciente en la dualidad de su responsabilidad como odontólogo e influencer para motivar una vida más saludable.

Su filosofía de trabajo se centra en esta frase: "Combino la ciencia médica, el arte y la pasión para crear las sonrisas más bellas y saludables".



*cb*  
**Camilo Barrios**  
ODONTOLOGÍA ESTÉTICA - REHABILITACIÓN ORAL

 **Teléfono: +57 602 691 9859**  
 **Móvil: +57 (304) 337-0016**  
 **Info@drcamilobarrios.com**  
 **Instagram: @dr.camilobarrios**





La problemática que observamos está dividida en 4 etapas, el sector que diseña, maquila y distribuye, el sector líder de marca que comercializa, el sector de consumo a nivel personal y, finalmente, aquel sector que no supo gestionar el manejo adecuado como residuo. Al final la responsabilidad se observa en las 4 etapas a partes iguales.

### ¿Cómo integrar el plástico en la economía circular?

*Es importante que a los residuos se les deje de llamar basura, porque son residuos valorizables, convirtiéndose así en una materia prima muy cara en los lugares no adecuados.*

*El plástico es importante en la economía circular, porque es una materia prima que se puede reconfigurar, hay que darle valor a los plásticos que creemos que son basura, de esta manera no tiraríamos el dinero, no somos países ricos, entonces no podemos desperdiciar.*

### ¿Cuál es la propuesta concreta que tiene ALIPLAST, ANIPAC y las industrias del plástico en México para incursionar en la economía circular?

*La economía verde habla de reducir, reciclar, reusar y reemplazar, sin embargo, no se habla de algo muy importante, el consumo. El tema debe ser atacado por esa vía, al ser una sociedad consumista, se tiene un consumo absurdo y no sustentable, así que se debe pensar en una reducción de consumo y, por ende, en una reducción de emisión de residuos; a lo largo de la historia quienes han comprendido y adaptado mejor el concepto de economía verde son aquellos que tienen menos recursos, quienes llevan distintas acciones, pues su nivel de consumo es mucho menor, y entonces por necesidad a su “basura”, le han dado un valor extra, dándole una segunda vida.*

*En Latinoamérica no hay una gestión eficiente de residuos, y se debe cambiar el pensamiento y crear una conciencia, ya que regenerar el plástico también cuesta mucho.*

### ¿Cuáles son los desafíos para alcanzar la economía circular en la industria del plástico en México?

*Debemos cambiar la cultura de consumo y para ello se requiere una educación ecológica, se debe aprender a usar el plástico de manera racional, y gestionarlo para no desecharlo solamente.*

*No importa en dónde se comience, se debe poder comprometer a todas las partes.*

### ¿Qué oportunidades ve para alcanzar la sostenibilidad, aplicando economía circular en la industria del plástico? ¿Qué perspectivas y cifras maneja?

*De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en 2016, el principal importador de plástico y sus manufacturas en Centroamérica fue Costa Rica con 457 mil toneladas, seguido de Guatemala con 425 mil toneladas, El Salvador con 329 mil toneladas, Honduras con 227 mil toneladas, Panamá con 160 mil toneladas y Nicaragua, con 108 mil toneladas.*

*El origen de las importaciones regionales: 34 % del volumen importado por Centroamérica provino de Estados Unidos, 9 % de China, 8 % de México, 7 % de Taiwán y 3 % de Colombia.*

*En Centroamérica el valor de las compras de plástico, y sus manufacturas a empresas de México, creció en 21 %, estamos hablando que el valor pasó de 332 mdd a 403 mdd anual*

País	MPW Liberados a los océanos 2021	Total MPW creado 2021	Residuos plásticos generados 2016	Residuos plásticos per capita (kg) 2016	Residuos plásticos generados 2010
México	3,512	430.614	5.902.490	47.86	3.725.463
Guatemala	7,142	311.003	448.396	29.45	1.495.229
Honduras	2,436	145.995	311.548	33.61	565.317
Nicaragua	1,465	110.862	205.548	32.61	299.480
Panamá	5,237	36.339	181.993	45.08	192.818
El Salvador	808	21.693	168.687	28.11	330.763
Costa Rica	450	5.751	167.858	34.26	428.029
Belize	374	6.021	19.464	52.83	20.191

*Nota: datos en toneladas, MPW=Residuos de plástico mal gestionados*

### ¿Qué iniciativas concretas se están llevando a cabo en la actualidad para aplicar la economía circular en la industria del plástico de México?

*Se han apoyado y respaldado eventos como Plastimagen, que sirven como punto de divulgación donde se presentan las mejores tecnologías mundiales por empresas que ya están pensando en entrar a estos mercados.*

*Es fundamental para los industriales del vestido, del empaque, de la construcción, la automotriz, de alimentos, de agricultura que tengan acceso a estos eventos donde se presenta la tecnología que permite acceder a nuevas tecnologías.*



**Y en la región, ¿qué ejemplos de buenas prácticas y economía circular puede destacar en Latinoamérica?**

*El plástico realmente está involucrado en todo, en la en la ropa, en los muebles, en los empaques de prácticamente todos los productos, como ejemplo, el sector agrícola es un elemento muy importante, en México se utiliza una técnica que se llama acolchado y en los sembradíos se ponen tiras o películas de plástico que tienen perforación y que permite que la planta crezca y no se pierda el agua por evaporación. En zonas calientes pasa mucho eso, que el agua que se utiliza para regar, la gran mayoría, el 70 % se*

*pierde por evaporación y el plástico permite que se aproveche.*

**¿Cómo la tecnología está ayudando a la industria del plástico para hacerla más sostenible?**

*El plástico permite a otras industrias ser mucho más sustentables, por ejemplo, la industria automotriz: Si usted abre el capó del automóvil va a ver una gran cantidad de piezas de plástico que antes se hacían de metal. Sí, hoy en día el carro es mucho más ligero y puede cumplir con los estándares ambientales porque no consume tanta energía para mover esta masa.*



**ADEN** Corporate  
Solutions

*Capacitación y consultoría  
para tu empresa*

**Más de 5000 Empresas  
avalan nuestro trabajo**

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

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



ESCANEA  
Y DESCUBRE  
MÁS



# Felipe Cajiga

Experto y ponente internacional en Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial

Las empresas pueden navegar con éxito en entornos complejos integrando la sostenibilidad en su estrategia central

El turismo sostenible juega un papel crucial en el fortalecimiento de las economías locales. Al enfocarse en prácticas respetuosas con el medio ambiente y socialmente responsables

**F**elipe Cajiga es el fundador de Empresability, el Movimiento Iberoamericano por la Responsabilidad Social.

Como experto y ponente internacional en Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial y ESG, considera que la sostenibilidad empresarial y la responsabilidad social han trascendido el ámbito de ser meras exigencias regulatorias o estrategias convenientes para las empresas, transformándose en imperativos éticos y estratégicos para el futuro del planeta y la sociedad. En un mundo donde los recursos son finitos y las expectativas sociales en constante evolución, entender la sostenibilidad no solo como una obligación sino como una oportunidad, es crucial.

“Las empresas que adoptan este enfoque no solo están contribuyendo a un futuro más sostenible, sino que también están forjando un camino hacia la innovación, la eficiencia y la equidad. Este cambio de perspectiva es fundamental para garantizar el bienestar a largo plazo de nuestro planeta y de las comunidades que lo habitan”, sostiene.

**Como experto y ponente internacional en Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial ¿cómo percibe la importancia del turismo sostenible en la actualidad? ¿Cómo encaja el desarrollo turístico dentro del concepto de Economía Circular?**

*La sostenibilidad en el turismo es crucial hoy día. El turismo sostenible busca minimizar su impacto ambiental y beneficiar a las comunidades locales. Este enfoque se alinea con la economía circular, donde los recursos se utilizan de manera eficiente y se buscan ciclos cerrados de producción y consumo, reduciendo el desperdicio y maximizando el valor de los recursos. En turismo, esto se traduce en prácticas como el uso eficiente del agua y la energía, el reciclaje y la promoción de la cultura local.*

**Usted ha trabajado en iniciativas que empoderan la sostenibilidad en la comunidad latina. ¿Cómo ve la relación entre la sostenibilidad y la promoción de la equidad de género y el desarrollo comunitario?**

*La sostenibilidad va de la mano con la equidad de género y el desarrollo comunitario. Al promover prácticas sostenibles, se fomenta un entorno más equitativo y se impulsan economías locales. Las iniciativas sostenibles deben incluir la participación y empoderamiento de mujeres y grupos desfavorecidos, asegurando que los beneficios del desarrollo sostenible sean compartidos por todos en la comunidad.*

**En su experiencia, ¿cómo pueden las empresas navegar con éxito en entornos empresariales dinámicos y complejos, teniendo en cuenta la sostenibilidad como un factor clave?**

*Las empresas pueden navegar con éxito en entornos complejos integrando la sostenibilidad en su estrategia central. Esto implica adoptar prácticas sostenibles en operaciones, toma de decisiones y planificación a largo plazo. Ser sostenible no solo mejora la imagen de la empresa, sino que también puede conducir a ahorros de costos y fomentar la innovación.*

**¿Cómo surgió el Movimiento Iberoamericano por la Responsabilidad Social?**

*El Movimiento Iberoamericano de Responsabilidad Social, conocido como Empresability, es una comunidad virtual vibrante y dinámica que une a líderes y profesionales comprometidos y dedicados a forjar todos los días, desde su campo profesional e institucional un futuro sostenible y responsable en el mundo empresarial. Este movimiento surge hace poco más de 3 años como una respuesta a la necesidad imperativa de impulsar un cambio transformador en Iberoamérica, enfocándose en construir empresas conscientes que contribuyan a una sociedad más justa y equitativa. Su misión es clara: servir como catalizador para aquellos que aspiran a ser líderes y agentes de cambio en sus empresas y comunidades, promoviendo una cultura empresarial que no solo es consciente y sostenible, sino también éticamente responsable.*

*Empresability, proporciona una plataforma única donde convergen inspiración, pensamiento crítico, debate y reflexión. Ofrece acceso sin distinción a herramientas y conocimientos actualizados, oportunidades de formación y desarrollo profesional, y reconocemos iniciativas de impacto que marcan la diferencia. Facilita la identificación de aliados estratégicos y herramientas eficaces, fomentando la vinculación y colaboración entre nuestros miembros. Su propuesta se centra en fortalecer los pilares de responsabilidad social, sostenibilidad y ética empresarial, brindando soluciones integrales y accesibles que impulsen el desarrollo sostenible en Iberoamérica.*

*Se diferencia por ser un espacio de conexión, colaboración y formación, donde líderes y profesionales comprometidos pueden encontrar apoyo, orientación y un sentido de comunidad, con una Comunidad profesional de más de 1000 líderes y agentes de cambio y más de 3000 miembros y seguidores en poco tiempo ha logrado consolidarse como un Movimiento habilitador que busca sumar talento, compromisos y capacidad de todos quienes*

lo integran para contribuir activamente al desarrollo sostenible y hacer una diferencia real.

*Empresability no es solo una red; es un movimiento que aborda los desafíos actuales en responsabilidad social y sostenibilidad empresarial, ofreciendo una plataforma integral para el crecimiento, la colaboración y el cambio significativo. Nuestro enfoque holístico permite a las organizaciones mejorar su reputación, aumentar la satisfacción de empleados y clientes, y desempeñar un papel crucial en la construcción de un futuro sostenible.*

**Como defensor del empoderamiento sostenible, ¿cuál considera que es el papel del turismo sostenible en el fortalecimiento de las economías locales y la prosperidad de las comunidades?**

*El turismo sostenible juega un papel crucial en el fortalecimiento de las economías locales. Al enfocarse en prácticas respetuosas con el medio ambiente y socialmente responsables, el turismo sostenible ayuda a crear empleo local, promueve la cultura y tradiciones locales, y asegura que los beneficios del turismo se queden en la comunidad.*

**En su posición de speaker y conferencista, ¿cómo considera que se puede apoyar a los emprendedores con proyectos fundamentados en la sostenibilidad del planeta?**

*Como conferencista, recomiendo a los emprendedores enfocarse en la innovación sostenible. Esto incluye identificar y resolver problemas ambientales y sociales a través de sus proyectos, lo que no solo contribuye al planeta, sino que también puede abrir nuevas oportunidades de mercado y atraer a consumidores conscientes.*

**¿Qué consejo daría a las empresas que desean integrar la sostenibilidad en su estrategia de negocio?**

*A las empresas que desean ser más sostenibles, les aconsejo que integren la sostenibilidad en todas las áreas de su negocio. Esto incluye desde operaciones hasta marketing y relaciones con los stakeholders. La clave es ver la sostenibilidad no como una carga, sino como una oportunidad para innovar y diferenciarse.*

**¿Cómo se puede fundamentar una cultura de sostenibilidad?**

*Para establecer una cultura de sostenibilidad, es fundamental la educación y capacitación constante del personal. Además, se debe promover la participación activa de los empleados en iniciativas sostenibles y reconocer sus esfuerzos. Una cultura sólida de sostenibilidad se construye desde adentro hacia fuera.*

**¿Cuál es la importancia de la transformación digital para detonar prácticas de sostenibilidad?**

*La transformación digital es un catalizador para prácticas sostenibles. Herramientas digitales pueden mejorar la eficiencia, reducir el desperdicio y facilitar la toma de decisiones basada en datos. La tecnología digital también puede ayudar en la trazabilidad y transparencia, aspectos clave para una sostenibilidad efectiva.*

**Sin los parámetros de educación adecuados para concientizar a las nuevas generaciones. ¿Es una utopía la sostenibilidad del planeta?**

*La educación es fundamental para la sostenibilidad a largo plazo. Sin concientizar y educar a las nuevas generaciones sobre la importancia de la sostenibilidad, el futuro del planeta está en riesgo. Es crucial integrar conceptos de sostenibilidad en la educación para fomentar una mentalidad que valore y proteja nuestro medio ambiente.*



# FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

# Pre-venta 2024

# FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO 



## Aldimir Torres Arenas

Presidente de la Asociación Nacional de la Industria del Plástico, A.C. ANIPAC y presidente de la Asociación Latinoamericana de la Industria del Plástico, ALIPLAST

Economía circular, clave para una gestión eficiente del plástico

RANKING TOP América 2023

- Felipe Cajiga**  
 Experto y referente internacional en Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial.  
 Las empresas pueden navegar con éxito en entornos complejos integrando la sostenibilidad en su estrategia central.
- Edson Arteaga**  
 Cofundador y CEO de Divina. Conoce a AIBNIB de autor en México y como esta startup mexicana está revolucionando el ecosistema de movilidad y la industria de renta de autos mediante su modelo de CarSharing.
- Mariana Echanove**  
 Directora de Ventas corporativa Grupo Bilsa. En México estamos aprendiendo mucho de Turismo Sostenible y hemos avanzado en los últimos años.
- Laila Chartuni Ortega**  
 Presidenta TOP Companies. El liderazgo empresarial sigue madurando TOP-América 2023.

RESERVA TU ESPACIO  
 INFO@REVISTAFACORDEEXITO.COM



Plataforma para el liderazgo, empresarial y de negocios

The grid displays 12 covers of the magazine 'Factor de Éxito México'. Each cover features a different guest and a key topic:

- Cover 1:** Deseo y el Liderazgo en Latinoamérica. Guest: [Name].
- Cover 2:** Sector automotriz, pilar estratégico en la reactivación económica. Guest: Jorge Vallejo, Presidente Mitsubishi Motors México.
- Cover 3:** Yo siempre digo que liderarme a mí mismo es mi desafío más grande en la vida. Guest: John Maxwell, Fundador de The John Maxwell Team y JMI Institute.
- Cover 4:** El cambio del consumidor hacia los alimentos de origen vegetal llegó para quedarse. Guests: Raúl Acosta Salas, General Manager Centamérica & Caribe, and Jorge Hernández Ortiz, General Manager México.
- Cover 5:** Panorama económico de cara al 2022.
- Cover 6:** El sistema [Mujeres]. Guest: [Name].
- Cover 7:** Industria EdTech: experimentando un crecimiento sin precedentes. Guest: Hugo Romero Gracia, CEO de Integre Meetings y director de E-Tech Evolving Education.
- Cover 8:** Transformación digital, el gran desafío para el liderazgo responsable.
- Cover 9:** Sostenibilidad: el imperativo del futuro. Guest: Rosa Nelly Treviño-Rodríguez, Senior Advisor for Families in Business, Industry & Social Government, Initiatives Treviño-Rodríguez & Asociados.
- Cover 10:** Innovación Disruptiva: visión y motor de crecimiento. Guest: Andrés Villalobos Rodríguez, Gerente General de Integre, Consultoría y Respuesta de Negocios.
- Cover 11:** Talento y Tecnología: liderando el cambio. Guest: Francisco Garza, Presidente y Director General General Motors de México, Centroamérica y el Caribe.
- Cover 12:** El efecto transformador del liderazgo femenino. Guest: Luciana Herrmann, Directora de Recursos Humanos Corporativa de New Line Group y fundadora de New Line Group.

@RevistaFactordeExito | Revista Factor de Éxito | @RevistaDE | www.revistafactordeexito.com

# Edson Arteaga

Creador y CEO de Drivana.

Conoce el AIRBNB de autos en México y como esta startup mexicana está revolucionando el ecosistema de movilidad y la industria de renta de autos mediante su modelo de CarSharing.



**D**rivana es un marketplace de comunidad p2p donde usuarios pueden listar, buscar y reservar el vehículo ideal por días mediante una experiencia 100% digital, asequible, y sin costos ocultos. Siendo la solución al dolor de cabeza que representa rentar un auto con una agencia tradicional en México, y dando a los dueños la oportunidad de convertir su auto en una fuente para generar ingresos.

Este modelo de CarSharing o modelo de autos compartidos ha tomado auge a nivel mundial y es utilizado de manera exitosa en diferentes regiones como Estados Unidos o Europa y en Drivana creemos que en México estamos listos para aprovechar todos sus beneficios.

El CarSharing o modelo de autos compartidos es un modelo de negocio de transporte en que varias personas utilizan un mismo vehículo por períodos de tiempo cortos y pagan solo por el tiempo que lo utilizan

Por lo que los usuarios cuando requieren de usar un auto, pueden reservar uno desde la plataforma de Drivana.mx directamente de un anfitrión dueño de auto y usarlo solo por el periodo de tiempo que lo necesite.

Este modelo de renta entre particulares es una alternativa económica y ecológica de uso de vehículos compartidos, ya que permite:

A los usuarios ahorrar en gastos de compra y mantenimiento de un auto y rentarlo solo cuando lo necesiten,

A los dueños generar un ingreso extra y;  
Al ambiente reducir la cantidad de vehículos en las calles y disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero

Mediante la plataforma los dueños pueden publicar un auto para empezar a recibir solicitudes y generar ingresos, siendo ellos quienes establecen sus propias condiciones en cuanto a precio, disponibilidad y puntos de entrega. Como anfitrión Drivana, pudieras estar generando hasta \$15,000 cada mes.

Por su parte Drivana ofrece todos los elementos de seguridad con su garantía de protección que incluye:

Un seguro de cobertura amplia durante todas las reservas respaldado por Qualitas

Un filtro de comunidad segura en donde todos los usuarios pasan un riguroso proceso de validación de documentos, verificación de identidad y antecedentes, antes de poder acceder a solicitar una renta

Un perfil único y público para cada usuario con historial de viajes, reseñas de otros miembros de la comunidad, y un sistema de evaluación que permite a los anfitriones aceptar o rechazar las solicitudes que reciban.

Por su parte si eres un usuario buscando rentar un auto, podrás hacerlo mediante una experiencia 100% digital, por lo que podrás olvidarte de las filas, cargos excesivos por seguro y costos ocultos.

**Con beneficios como:**

**Más por tu dinero**

*Encuentra ofertas en todo tipo de autos, desde lo cotidiano hasta lo extraordinario, reserva con una*

*experiencia mejor, más conveniente y hasta 30% más accesible en comparación con las empresas de alquiler de autos tradicional. Encuentra el vehículo perfecto para tu presupuesto, desde \$450 pesos por día*

**Cancelación gratis**

*Sabemos que los planes pueden cambiar, reserva tranquilo y si necesitas cancelar, podrás hacerlo sin costo alguno hasta 24 horas antes del inicio de tu viaje.*

**Convenientes opciones de entrega**

*Solicita el automóvil te sea entregado directamente en el punto más conveniente para ti. Muchos anfitriones Drivana ofrecen entregas en ubicaciones personalizadas o puntos de interés populares como aeropuertos, estaciones de tren y hoteles.*



*Para rentar un auto, solo hay que ingresar a la plataforma: drivana.mx, elegir de entre la gran variedad de vehículos y realizar una reserva. Cuando esta es aceptada, puedes escoger la ubicación dónde quieres recoger el auto.*

*Al final del viaje, tanto el anfitrión dueño del auto como el usuario son evaluados para garantizar la calidad de servicio.*

*Drivana viene a satisfacer las necesidades de opciones de movilidad ante la creciente demanda de turistas, ciudadanos y empresas, así como un mejor aprovechamiento de parque vehicular mexicano de usuarios particulares, flotillas privadas, o car rentals pequeños.*

*Drivana un modelo donde todos ganan, el usuario al rentar un auto de forma más eficiente, sencilla y económica, y para el dueño con la oportunidad para crear su pequeño negocio que genere ingresos al rentar su auto.*

#### **SEMBLANZA DE EDSON ARTEAGA; CREADOR Y CEO DE DRIVANA.**

*Edson Arteaga, orgulloso jaibo nacido en Tampico Tamaulipas.*

*Es Licenciado en Administración Financiera por el Tecnológico de Monterrey, cuenta con una maestría en Innovación y Emprendimiento por la Universidad de Liverpool en Liverpool, Reino Unido.*

*Ha trabajado para empresas internacionales como IBM, KPMG, en el mundo de venture capital como parte de IGNIA, uno de los fondos de inversión más importantes en Latinoamérica y como consultor financiero para deVere.*

*Actualmente es el fundador y CEO de "Drivana", una startup 100% mexicana que está en la búsqueda de revolucionar la movilidad en Latinoamérica.*





REVISTA



# 2024 MÉXICO



EVENTOS INTERNACIONALES EN REPÚBLICA DOMINICANA

ABRIL

## FEBRERO

### Liderazgo empresarial, Economía y Finanzas

Análisis del panorama económico y financiero del país, explorando las tendencias y desafíos que influyen en las decisiones de inversión.

## ABRIL

### Especial mujeres Factor de Éxito

Una selección de mujeres que están marcando la diferencia e inspiran con su ejemplo.

### Capital Humano

Gestión de recursos humanos y el desarrollo del talento, abordando estrategias para atraer, retener y potenciar al capital humano en las organizaciones.

## JUNIO

### Marcas & Marketing

Nos sumergiremos en el mundo del marketing y las marcas dominicanas. Estrategias de branding, campañas publicitarias exitosas y la importancia de la identidad de marca.



JULIO

## AGOSTO

### Energía

Analizaremos la industria de la energía, abordando la sostenibilidad y la búsqueda de fuentes de energía limpias.



OCTUBRE

## OCTUBRE

### Sostenibilidad Especial: Selección Verde

Prácticas sostenibles en los negocios y la importancia de la responsabilidad ambiental

### Turismo

Destacaremos el turismo como motor económico, examinando estrategias para impulsar el sector de manera sostenible

## DICIEMBRE

### Liderazgo

Una mirada al liderazgo. Desde líderes empresariales destacados hasta consejos para liderar equipos de alto rendimiento, esta edición celebra el liderazgo en todas sus dimensiones.

### Innovación, Emprendimiento y Tecnología

Últimas tendencias tecnológicas y cómo la innovación y el emprendimiento transforman la economía



## ADQUIERE TU ESPACIO, EN ESTE 2024



# Mariana Echanove

**Directora de Ventas Corporativa Grupo Brisas**

En México estamos aprendiendo mucho de Turismo Sostenible y hemos avanzado en los últimos años

**Hay empresas europeas que no firman contratos con hoteles que no tienen prácticas de sostenibilidad**

**M**ariana Echanove es originaria de Acapulco, Guerrero. Ejecutiva del sector hotelero que se ha forjado una destacada trayectoria profesional que la posiciona como una líder en la industria turística. Aunque su nacimiento fue en Acapulco, ha vivido gran parte de su vida en la Ciudad de México, y completó sus estudios superiores en Veracruz.

Desde temprana edad, Mariana incursionó en el segmento turístico, encontrando en esta industria su verdadera pasión desde el principio. Su compromiso con la mejora continua y su disposición constante para escuchar y aprender han sido fundamentales para perfeccionar sus habilidades a lo largo de los años.

Con una sólida formación y experiencia en estrategias de Revenue, Ventas, Mercadotecnia, División Cuartos y Operación hotelera, Mariana destaca por su proactividad y enfoque hacia la consecución de resultados previstos. Su impecable presencia y nivel cultural complementan su capacidad analítica y objetiva.

“Estoy convencida de que debemos amar lo que hacemos, debe apasionarnos para así lograr un excelente desempeño, y esto va de la mano con la disciplina, que es una de las claves del éxito” afirma.

De igual manera, Echanove cuenta con certificaciones de prestigias instituciones como Gestión de Hospitalidad, Operación Hotelera, y Gestión de Alimentos y Bebidas por la Universidad Cornell; Certificación de Revenue Management por HSMAI y una más de Finanzas para Hoteleros, de Universidad CESSA.

Ha cursado una gran cantidad de diplomados y cursos de capacitación en formación gerencial, ventas inteligentes, rentabilidad hotelera, y coaching entre otras más, que le han permitido mantenerse a la vanguardia en las nuevas tendencias de liderazgo y operación hotelera, con temas relevantes como la sostenibilidad.

Su sólida trayectoria profesional incluye experiencias en cadenas reconocidas como Fairmont donde perfeccionó sus habilidades en División Cuartos y Hyatt Hotels & Resorts, iniciando en estos su formación en Operación de Grupos y Convenciones, Ventas, Mercadotecnia y Revenue, en Hyatt ocupa su primera Dirección de Ventas y Mercadotecnia después de desempeñar Gerencias de Ventas en los diferentes segmentos como Leisure, Tour & Travel, Grupos y Bodas y Consorcios.

En 2010, se unió al Grupo Hotelero Brisas como Directora de Ventas de Las Brisas Acapulco, responsabilidad que ocupó con éxito durante seis años. En octubre de 2016, asumió la Dirección de Revenue Management en NIZUC Resort & Spa, y en agosto del siguiente año, se hace cargo de la Dirección de Ventas del resort, teniendo a su cargo los departamentos de Ventas, Reservaciones y Grupos y Convenciones, con un staff de 18 ejecutivos bajo su responsabilidad en todos los segmentos de mercado nacional e internacional.

Su excepcional desempeño la llevó a ser promovida como Directora de Ventas Corporativa de Grupo Brisas a principios de 2023. Ahora, enfrenta nuevos retos al liderar a los Directores de Ventas de los 12 Hoteles y el equipo de ventas de la

oficina corporativa, confiando en su experiencia y habilidades de liderazgo para alcanzar las metas establecidas

**¿Cuáles son los mayores desafíos y también oportunidades para el Grupo Brisas en la implementación de prácticas de turismo sostenible?**

*Ha sido un proceso de capacitación y concientización de nuestro capital humano y nos consideramos muy afortunados de haber logrado en equipo, certificaciones que nos avalan como hoteles con las mejores prácticas de sostenibilidad. Continuaremos capacitándonos ya que esto es una práctica constante*



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

*En México estamos sin duda, aprendiendo mucho de Turismo Sostenible y hemos avanzado en los últimos años. En Grupo Brisas, por ejemplo, nuestros hoteles tienen diferentes niveles en la certificación de Earth Check, lo que además de ayudarnos a posicionarnos en este segmento, aportamos en el cuidado de nuestro planeta.*

**En los proyectos que han ejecutado recientemente, ¿cuál ha sido el impacto medible? ¿Cómo mide el resultado de las iniciativas?**

*Tenemos impacto medible desde que iniciamos a practicar la sostenibilidad, esto se refleja en ahorro de energéticos, mayor visibilidad para empresas que llevan a cabo eventos sostenibles, etc. Por ejemplo, hay empresas europeas que no firman contratos con hoteles que no tienen estas prácticas y para aplicar para trabajar con ellos debes llenar un cuestionario con información muy valiosa para que ellos puedan tomar la decisión de trabajar con nosotros.*

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

*Es un tema de conciencia para minimizar el impacto contra el medio ambiente, y esto a mediano plazo genera ahorros para las empresas en varios sentidos.*

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

*Concientizamos a nuestro capital humano a través de boletines, y ellos a su vez a sus familias. Tenemos actividades en las que invitamos a los niños a participar y de esta manera apoyar a crear una conciencia social en este sentido.*

*Apoyamos la compra de productos locales, promovemos la participación de la localidad en la cadena de servicios y tenemos prácticas que ayudan a generar el mínimo impacto al medio ambiente.*



# Donde Dios Descansó el Séptimo Día

Un paradisiaco lugar  
en la isla del Gran Roque,  
archipiélago de Los Roques - Venezuela

- Atención con calidez humana
- Confort, lujo y servicio de excelencia
  - Restaurante, bar y discoteca
- Respeto, Integridad, innovación y responsabilidad con los huéspedes



POSADA  
GALAPAGOS

📞 +584142417377/04142649949/04142068137

✉️ posadagalapagoslosroques@gmail.com

🌐 <https://posadagalapagos.com.ve>

📷 @posadagalapagoslosroques

# Cristina Lara Jiménez

CEO de Air Mobility.

Debemos estar abiertos a la integración de nuevas tecnologías de la mano del cuidado del medio ambiente

Existe una tendencia global en la industria aeronáutica en busca de soluciones sostenibles a través de más 300 desarrollos formales y viables para ofrecer alternativas de vehículos aéreos eléctricos e híbridos



**C**ristina Lara es una ejecutiva con 20 años de experiencia en áreas estratégicas comerciales, operativas y financieras en empresas de la industria aeroespacial, de las telecomunicaciones y tecnologías de la información. Con Maestría en Administración de negocios del IE Business School, Diplomado en administración de proyectos por el ITAM e Ingeniera en Telemática también del ITAM.

Enfocada a proyectos de innovación y tecnología, está buscando poner a México y Latinoamérica a la vanguardia en el uso eficiente del espacio aéreo, transformando la manera en que movemos personas y mercancía con una plataforma amigable con el medio ambiente.

Se ha posicionado como una líder en Mexico promoviendo la movilidad aérea urbana sustentable trabajando de la mano de los órganos regulatorios y la iniciativa privada de las industrias usuarias en los diferentes mercados verticales.

**¿Cómo ha evolucionado la industria de la movilidad aérea para adaptarse a los principios sostenibles?**

*Existe una tendencia global en la industria aeronáutica en busca de soluciones sostenibles a través de más 300 desarrollos formales y viables en proceso para ofrecer alternativas de vehículos aéreos eléctricos e híbridos. Estos desarrollos están en diferentes fases, con expectativas de salir al mercado en corto, mediano y largo plazo; y por el momento los drones de Ehang ya están listos y certificados para volar con pasajeros e iniciar operaciones.*

**Como CEO de AIRMOBILITY ¿cómo ha integrado algunas prácticas sostenibles en el diseño y organización para los diversos proyectos que ejecutan?**

*Lo primero es ofrecer nuestros servicios a través de equipos 100% eléctricos, y con esquemas de operación escalables que hacen de nuestra oferta una alternativa amigable con el medio ambiente que estará democratizando servicios de movilidad aérea que antes sólo podían ser una realidad para aquellos que están en la punta de la pirámide. Adicional nos sumamos a la búsqueda de sinergias por medio de la compatibilidad de nuestros equipos con las redes de cargadores que se están desplegando en nuestro país para vehículos eléctricos terrestres y así reutilizar ese elemento clave en la operación de los drones, y de esta forma aprovechar la infraestructura existente.*

**Según su experiencia, ¿Es posible levantar programas de sostenibilidad en la dinámica de la Industria con la que está usted relacionada? ¿puede compartir ejemplos concretos de cómo ha ayudado a mejorar sus prácticas sostenibles?**

*A pesar de qué hay mucho por hacer, definitivamente está en manos de todos el ir implementando programas de sostenibilidad en esta y en todas las industrias. En nuestro caso ponemos nuestro granito de arena haciendo los trámites pertinentes con la Autoridad Aeronáutica, Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC) para que poco a poco podamos integrar a la operación equipos orientados a diferentes mercados verticales y así promover la movilidad aérea sustentable por un lado para la movilidad de pasajeros en esquemas de taxi aéreo, vuelos panorámicos, pero también para aplicaciones como paquetería, servicios de entrega de mercancías, ambulancias aéreas, bomberos, entre otras versiones de equipos. La expectativa es que de mediano plazo veamos drones usando el espacio aéreo de forma más eficiente y crear aerovías aprovechando el espacio disponible.*

**¿Cuál considera que es el papel fundamental de las empresas del sector para una sociedad más sostenible?**

*Considero que para las empresas en el sector aeronáutico les será muy natural ampliar sus flotas usando equipos de esta nueva generación sobre todo por las ventajas que traen en cuanto a mayor seguridad, eficiencias operativas, incluyendo el factor humano y de mantenimiento que impactan directamente en los costos con los que se pueden ofrecer servicios a mejores precios para los usuarios finales.*

*Siendo una excelente alternativa en el caso de vuelos cortos dentro de ciudades; en 3-4 años, se espera ya tener versiones de drones autónomos y vehículos aéreos eléctricos tripulados que también resuelvan la conectividad para distancias medias, conectando ciudades. Adicional, otros sectores se podrán sumar a esta tendencia sin que requieran convertirse en operadores aéreos, ya que empresas de otros sectores como el turístico, o de paquetería podrán usar sus equipos y operadores como Air Mobility nos podemos encargar de garantizar los vuelos dando todo el soporte necesario para que ellos sigan enfocados en el giro principal de sus negocios.*

**Dada su experiencia con la participación en eventos y expos de movilidad, ¿puede compartir cómo percibe las iniciativas innovadoras de las que haya sido testigo en su implementación para reducir el impacto ambiental?**

*Lo que estamos viendo es qué hay gran interés en que este ecosistema se despliegue en las ciudades más importantes, con apertura a la construcción de las plataformas de recarga de vehículos eléctricos en sus diferentes versiones, y nos estamos encontrando que como parte de las soluciones de recarga se empiezan a considerar elementos como el uso de celdas solares, o generadores eólicos. Vemos que para la operación de estos vehículos la infraestructura y las redes de telecomunicaciones empiezan a converger*

donde todos estaremos haciendo uso de los avances tecnológicos que hacen una oferta cada vez más robusta y sostenible con la posibilidad de llegar a localidades remotas.

**Usted ha estado involucrada en proyectos de gran escala en su trayectoria profesional ¿Cómo ha logrado equilibrar las demandas de grandes proyectos de gran magnitud con prácticas sostenibles y responsabilidad social?**

Como parte del despliegue de uno de los proyectos que en el que participé y que es algo que buscamos replicar en el caso de la movilidad aérea urbana, es involucrar a las comunidades en donde se ofrece el servicio, capacitando a personal local que se suma al proyecto, para roles que según el perfil del puesto así lo permita, generando empleo, acortando tiempos de respuesta, creando un puente directo y cercanía con las necesidades del lugar.

**¿Cómo ha contribuido la tecnología y la innovación en la industria para promover la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental?**

Los drones automáticos eléctricos que traemos a Mexico, drones de marca Ehang, son equipos que en los vuelos del día a día no contaminan, sumado a que son seguros diseñados para operar con economías de escala dando eficiencias operativas donde un piloto puede monitorear varios drones a la vez desde un centro de operación y control centralizado, en cuanto a refacciones y mantenimientos también es mucho más sencillo y económico, esto se ve reflejado entre otros puntos a que se requieren menos vueltas para el personal, menos elementos-piezas que se trasladan para los servicios de mantenimiento o atención a incidentes.

**En su opinión, ¿cuál es el mayor desafío que enfrentan las empresas para adoptar prácticas más sostenibles, y cómo cree que se pueden superar estos desafíos?**

Por un lado, la regulación de los diferentes países incluyendo el nuestro, no tenía considerado este tipo de vehículos eléctricos aéreos por lo que el primer gran desafío es que se vayan cerrando los huecos regulatorios necesarios para la operación, adicional a la estandarización en las redes de recargas de vehículos eléctricos y lograr las sinergias en el uso

de infraestructuras. Adicional, el poder contar con políticas de uso de los espacios considerando áreas de aterrizaje y despegue públicos también es algo que fomentará la adopción de estas tecnologías así como también extender los incentivos que hoy existen para traer a nuestro país vehículos eléctricos terrestres, eliminando aranceles ahora para vehículos eléctricos aéreos con lo cual sumen a la reducción de costo del servicio al usuario final contribuyendo a la democratización de estas soluciones amigables con el medio ambiente.

**¿Cómo se integra la autenticidad cultural y el respeto por las comunidades locales en los diseños y conceptos cuando piensan en un gran proyecto?**

En el caso de la movilidad aérea se busca respetar en todo momento la autenticidad cultural justamente resaltando las características de cada comunidad que las hacen únicas, por ejemplo, en nuestro proyecto del sector turístico consideramos poder llegar a Pueblos Mágicos permitiendo mostrar desde el aire comunidades de Mexico de la mano de las autoridades locales y del sector turístico donde son ellos quienes nos darán la pauta de los aspectos relevantes que se quieren compartir con los visitantes así como integrando a personal local como apoyo en sitio para ser parte de la operación manual en sitio.



**¿Cuál sería su consejo para las nuevas generaciones de profesionales de su área empresarial que buscan crear un impacto positivo en el mundo y promover la sostenibilidad en sus empresas e industrias?**

Estar abiertos a la integración de nuevas tecnologías que permitan mayores eficiencias de la mano del cuidado del medio ambiente y buscando alternativas sostenibles, entendiendo que implican cambios en la forma en que por décadas se venían desarrollando las diferentes industrias y que eso conlleva un esfuerzo mayor pero que definitivamente vale la pena cuando pensamos en el impacto de largo plazo. Es posible iniciar con pequeñas acciones que nos irán llevando a los siguientes pasos, quizá hoy no tenemos el panorama completo pero el que se vuelva parte de nuestro día a día y nuestro ADN, nos mantendrá en el camino que permita ir integrando las mejoras que nos hagan empresas sostenibles y socialmente responsables.

Charla cerrada

Gestión del cambio

TEAM  
**MARMUNOZ**

MENTORING - COACHING - SPEAKER - INNOVACIÓN Y LIDERAZGO

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

AGENDA TU CHARLA



# Christopher Brosse

Speaker, y Autor de libros en Economía Circular

Yo uso una regla, hablo 80% de la solución y 20% del problema

La relación entre sostenibilidad, equidad de género y desarrollo comunitario es compleja y fundamental para construir sociedades más justas y resilientes.

**N**acido en Costa Rica y con residencia actualmente en México, Christopher Brosse es uno de los promotores del suprarreciclaje y de la Economía Circular a nivel internacional, con una carrera de 10 años en el mundo de la sustentabilidad.

Brosse es egresado de la Escuela de Ciencias Políticas de la Universidad de Costa Rica. Autor del libro "La Basura No Existe. Hacia el suprarreciclaje y la Economía Circular".

Es también creador de contenido en Instagram y Tiktok y trabaja como investigador de innovaciones circulares de América Latina para Nelis Global, un centro de investigación japonés para la sustentabilidad.

Adicionalmente ejerce como asesor en Economía Circular para empresas y proyectos y es el cofundador de Proyecto Esporas, una ONG fundada en Colombia que busca la amplificación de la Economía Circular a través de eventos masivos como festivales y conciertos.

**Como profesional e investigador experto en Economía Circular, ¿cómo percibe la importancia del turismo sostenible en la actualidad? ¿Cómo encaja dentro del concepto?**

*Primero: absolutamente todos los eslabones productivos en nuestra economía tienen un enlace directo con la Economía lineal. La diferencia fundamental entre la Economía Lineal y la Economía Circular radica en cómo se gestionan los recursos y los productos a lo largo de su ciclo de vida. La economía lineal sigue un modelo "tomar, hacer, desechar" y en este enfoque, los recursos naturales se extraen, se utilizan para producir bienes y servicios, y luego, después de su vida útil, se descartan como residuos. El problema de hoy en día es que el planeta es apenas 8.6% circular, es decir que solamente 8 de cada 100 materiales extraídos son utilizados de nuevo por la economía.*

*Ahora, para entender mejor cómo entra el turismo en la Economía Circular tenemos que analizar los principios de la Economía Circular. Primer principio: diseñar para eliminar la basura y la contaminación; segundo principio: asegurar que los materiales circulen y sean utilizados en su máximo valor molecular, y finalmente el tercer principio es regenerar los ecosistemas.*

*De esta forma, el turismo y la Economía Circular están*

*vinculados a través de varias dimensiones, ya que la Economía Circular se centra en reducir el desperdicio y maximizar la eficiencia en el uso de recursos al mismo tiempo en que regenera los ecosistemas.*

*Hoy en día vemos avances muy interesantes en el sector turístico. En lo personal me he sorprendido mucho con los hoteles regenerativos (con una huella ambiental positiva) como Valle Escondido en Costa Rica. También existen aplicaciones para descubrir rutas turísticas que te hacen pasar por microemprendimientos sociales y proyectos ambientales mientras hacés turismo. He visto también hoteles que están compensando su huella de carbono, o que están regenerando ecosistemas de su alrededor.*

*Tenemos que comprender una cosa en el sector turístico y es que el turismo es una plataforma increíble para la sustentabilidad. Las familias y las*

*personas cada vez menos están viajando por viajar. Hoy en día, quieren viajar mientras aprenden y ojalá mientras hacen el bien. Un hotel es para mí, un aula abierta que con una buena señalética se puede convertir en una universidad para la sustentabilidad.*

**Usted ha trabajado en iniciativas que empoderan la sustentabilidad en la comunidad latina. ¿Cómo ve la relación entre la sustentabilidad y la promoción de la equidad de género y el desarrollo comunitario?**

*La relación entre sustentabilidad, equidad de género y desarrollo comunitario es compleja y fundamental para construir sociedades más justas y resilientes.*

*La sustentabilidad implica no solo la gestión responsable de recursos ambientales, sino también la equidad económica y social. Por ejemplo, empoderar a las mujeres en el ámbito económico no solo mejora la equidad de género, sino que también contribuye al desarrollo sostenible al aprovechar el potencial completo de la fuerza laboral.*

*Pero también la sustentabilidad y el desarrollo comunitario exitoso requieren la participación activa de todos los miembros de la comunidad, independientemente del género. Fomentar la participación significativa de mujeres en la toma de decisiones comunitarias no solo promueve la equidad de género, sino que también enriquece la diversidad de perspectivas, mejorando así la efectividad de las iniciativas sostenibles.*



*Finalmente, debemos hacer todo desde una mirada sistémica. El mundo es un sistema integrado. Y necesitamos un enfoque holístico hacia la sostenibilidad y el desarrollo comunitario para abordar las intersecciones entre género, medio ambiente y economía.*

**En su experiencia, ¿cómo pueden las empresas navegar con éxito en entornos empresariales dinámicos y complejos, teniendo en cuenta la sostenibilidad como un factor clave?**

*Creo que hay siete factores de éxito en la transición hacia la circularidad, independientemente del sector del que hablemos.*

1. *Tenemos que conocer bien el problema, hay que investigar qué problemas socio-ambientales aquejan en nuestra comunidad. Luego, tenemos que dejar atrás el paradigma lineal (usar y tirar, contaminar) y ya cuando entendemos bien el problema, tenemos que adentrarnos en la solución.*

2. *Luego, tenemos que dirigir una estrategia a resultados. ¿Qué resultados quieren con una estrategia ambiental? Y aquí yo aconsejo de una vez pensar en una Estrategia de Economía Circular, porque este es el paraguas conceptual.*

3. *Tenemos que cambiar la mentalidad en la que consumimos, producimos y mitigamos. No es suficiente solo mitigar y hacer “menos daño”. Tenemos que dejar una huella positiva y pasar de ser carbono negativo, a carbono positivo, agua positivo o plástico positivo por ejemplo.*

4. *Importante: tenemos que aceptar cambios radicales en los modelos de negocios.*

5. *Luego, empoderarse de la EC y desarrollar soluciones únicas e innovadoras*

6. *Alinear acciones, socios y ecosistema con la estrategia*

7. *Y finalmente promover una cultura circular interna y externa*

**En su posición de speaker y conferencista, ¿cómo considera que se puede apoyar a los emprendedores con proyectos fundamentados en la sostenibilidad del planeta?**

*Para mí, apoyar a emprendedores implica proporcionar información, inspiración y orientación que los capacite para abordar desafíos y maximizar oportunidades en este campo. Yo uso una regla y es que hablo 80% de la solución y 20% del problema. Porque hoy en día creo que todos sabemos muy bien que estamos en crisis, pero existe un cierto alarmismo*



*climático amarillista que muchas veces nos aleja de la acción y nos acerca al miedo. Mi tarea es hacerles comprender que todos podemos empezar HOY a hacer el cambio.*

**¿Qué consejo daría a las empresas que desean integrar la sostenibilidad en su estrategia de negocio?**

*Creo que es muy necesario capacitar al personal en materia de circularidad. Luego también he visto que las mejores estrategias de circularidad son asesoradas. Es decir que se contrata una consultoría. Y esta puede ser pequeña o grande, pero revela puntos críticos en donde las empresas tienen que ser más circulares, que de otra forma no son tan visibles. Y finalmente mi consejo sería: ¡abran un departamento de circularidad! El “green team” tiene que escalar y tener una posición más importante en el rol de la empresa. Muchas empresas hoy en día ya cuentan con su equipo de circularidad independiente, que realiza la tarea y la función de comunicarse con el resto de los departamentos para permear factores clave como el diseño, las compras, y los canales de comunicación.*

**Cómo defensor de la economía circular y su implementación, ¿cuáles cree que son las habilidades claves que se necesitan en el sector del turismo sostenible en el siglo XXI?**

*Es fundamental el conocimiento básico en Economía Circular para comprender los principios fundamentales y las herramientas. Como en todo proyecto, creo que es necesario desarrollar habilidades para el Pensamiento Sistémico: Ser capaces de comprender e integrar las interconexiones entre las diferentes partes de la cadena de valor del turismo y cómo afectan al medio ambiente y la sociedad. Luego necesitamos tener bases de Diseño Sostenible o ecodiseño para desarrollar habilidades en el diseño de productos, servicios y experiencias turísticas que fomenten la regeneración de los ecosistemas. Creo también que un curso de permacultura es fundamental para todas las personas que hablamos de turismo sostenible en el siglo XXI.*



# LARIMAR

CITY & RESORT

Un paraíso tropical  
donde tu inversión  
no solo está protegida,  
sino que crece  
a un impresionante

**10%**  
anual

Eso es Larimar City:  
garantía segura y  
rentabilidad en un  
entorno de ensueño.  
Invierte hoy y  
observa cómo tus  
ganancias florecen  
en el corazón del  
Caribe

Los pagos realizados en la fase de construcción están cubiertos por una póliza de seguro garantizando la seguridad de la inversión. La rentabilidad se ha calculado en función de las condiciones de mercado actuales por lo que las rentabilidades finales podrán variar en función de las condiciones del mercado, la oferta y demanda en la zona y otros factores externos.



[www.larimarcity.com](http://www.larimarcity.com)

# María Heidy de la Cruz Salas

**Gerente de Sostenibilidad  
Corporativa Hoteles City**

En Hoteles City desde su fundación, ha sido prioridad implementar acciones ambientales de beneficio para las comunidades donde opera

Solo en 2022 sumamos a más de 20 organizaciones que tienen diversos objetivos en pro del medioambiente y de la sociedad, y logramos impactar a más de 73,800 personas en diversas localidades, además de contar con programas de eficiencia de recursos que nos permiten brindar un hospedaje sostenible.



**M**aría Heidy de la Cruz cuenta con más de 15 años de experiencia en programas de Sustentabilidad, gestión ambiental y lanzamiento de iniciativas en el sector turístico y la industria de hospitalidad.

En 2012 se integró a Hoteles City como Coordinadora de Procesos y Gestión Ambiental logrando posicionar a Hoteles City a nivel mundial como la primera cadena hotelera en varios programas de Certificación Ambiental y en obtener distintivos nacionales como Hotel Hidro Sustentable (HELVEX) y Distintivo S (SECTUR) e internacionales como LEED (USGBC) y EDGE (Banco Mundial).

En 2017 adquiere el cargo de Gerente de Sostenibilidad Corporativa continuando con logros y activaciones de más de 40 iniciativas para la cadena, implementación de nuevos programas para la plataforma "Impacto City", es líder en la inclusión de estándares ESG (Environmental, Social and Governance), y actualmente es miembro activo del Comité de Diversidad e Inclusión de Hoteles City donde se han lanzado más de 10 iniciativas, dentro de las que destaca la integración de personal con discapacidad auditiva dentro de áreas funcionales de Hoteles City.

Esta Licenciada en Turismo por la Escuela Superior de Turismo y cuenta con dos diplomados; uno en Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9000) y otro en Responsabilidad Social Empresarial.

*De La Cruz nos explicó de manera detallada el trabajo de Hoteles City en procura de un mundo más sostenible.*

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

*Para Hoteles City desde su fundación en 2002, una de sus prioridades es buscar e implementar acciones ambientales y de beneficio para las comunidades donde opera, la creación de empleos que permiten un crecimiento económico de la localidad y así como el bienestar de las personas. Siempre visualizamos que las alianzas que se generen sean una fuente de oportunidad para dejar acciones positivas en el lugar y que la gente nos tome como parte de su crecimiento.*

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

*México se encuentra aún en una etapa temprana para lograr un avance significativo en turismo sostenible, aún las empresas tenemos que seguir impulsando una concientización a todos nuestros grupos de interés para estar en la misma línea de generar resultados positivos para nuestro entorno y al mismo tiempo mejorar la calidad de vida de las localidades.*

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

*Desde hace más de 15 años, trabajamos en base a lineamientos de sellos nacionales e internacionales enfocados en los ámbitos ambientales, sociales, de gobierno corporativo y seguridad ocupacional, entre los que destacan la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies) y distintivos como ESR (Empresa Socialmente Responsable).*

*Además, incorporamos a nuestra estrategia sostenible, alianzas de alto impacto que trabajen en apego de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la*

*Agenda 2030.*

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

*Nuestros resultados se miden a través de Impacto City, plataforma que alberga los programas que la compañía realiza para el cuidado del medio ambiente, generar valor a la sociedad y aumentar el bienestar económico de las comunidades, buscamos crear alianzas de alto impacto, tan solo en 2022 sumamos a más de 20 organizaciones que tienen diversos objetivos en pro del medioambiente y de la sociedad, y logramos impactar a más de 73,800 personas en diversas localidades, además de contar con programas de eficiencia de recursos que nos permiten brindar un hospedaje sostenible.*



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

Considero que los incentivos fiscales que se puedan otorgar en diversas localidades son una base muy buena para las empresas turísticas, además de reconocer el trabajo por medio de certificaciones o sellos locales, nacionales e internacionales.

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

Sumamos esfuerzos con diversas instituciones dedicadas a la capacitación y desarrollo para la concientización ambiental en todas las edades, también nos sumamos para impulsar proyectos de seguridad hídrica de la zona tarahumara y asegurar más y mejores bosques para impulsar el desarrollo sostenible de diferentes estados de la república.

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

Seguir trabajando en conjunto con diversas organizaciones para mitigar el impacto que causa nuestra operación, tenemos el compromiso de reducir a la mitad de las emisiones para 2030 y alcanzar emisiones cero al 2050.

Con respecto a Impacto City, mencione sus objetivos planteados ante la Agenda 2030 con base en a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas.

El principal es seguir contribuyendo con nuestras acciones en los 17 ODS, además, Hoteles City ha fijado diversas metas al 2025 como el reducir el 5% en gas, 4% en el uso de agua y 3% en el consumo de luz, además de apoyar en la reducción de la mitad de las emisiones para el 2030 y alcanzar el cero neto antes del 2050 bajo la declaración de Glasgow.

**En su pasada presentación de su informe de sostenibilidad, ¿cómo han disminuido sus emisiones de carbono, al igual que mencione las acciones en consumo eléctrico y estrés hídrico?**

En 2022, nuestras emisiones totales reflejaron una mejora de 9.90% por cuarto noche ocupado (C.N.O.), una de las acciones más relevantes fue el cambio en el uso de gas natural en alguno de nuestros hoteles lo que permitió disminuir nuestra huella de carbono, en lo que respecta al consumo energético seguimos con nuestros procesos de mejora en el consumo energético y un monitoreo continuo de nuestros equipos para seguir siendo eficientes, y en el tema

de agua, contamos con dispositivos de bajo consumo hídrico además de procesos innovadores en nuestra operación que nos permiten una gestión adecuada de este recurso.

En cuestión de su programa de voluntariado ambiental, ¿Cuáles han sido las últimas cifras de participación y las acciones?

Desde 2020 lanzamos esta iniciativa con el fin de impactar en las diversas comunidades donde operamos, al cierre del 2022 logramos la participación 18 organizaciones de diversas entidades y 720 agentes de cambio de 93 hoteles realizando acciones reforestación y mantenimiento de áreas verdes, protección de especies, así como la recolección de 3.3 toneladas de residuos. Es una actividad que refleja el gran compromiso que tenemos con nuestro entorno.

**En materia de ESG (Environmental, Social and Governance), ¿cómo ha sido la participación de Hoteles City de acuerdo con el sistema de divulgación global?**

Hemos enfocado nuestros esfuerzos en realizar una divulgación global de nuestras acciones bajo lineamientos internacionales, por mencionar algunos, aplicamos estándares de Global Reporting Initiative (GRI), la metodología de Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y también sumamos a este portafolio indicadores acorde al reporte del sistema de divulgación Carbon Disclosure Project (CDP). Actualmente nos encontramos actualizando nuestro análisis para identificar los riesgos y oportunidades relacionadas con el cambio climático con respecto a nuestra operación, basados en Task Force on Climate related Financial Disclosures (TCFD).

**Por último, plátanos del programa “City Incluye” y ¿cómo es que en el año 2022 recibieron el distintivo de ESR (Empresa Socialmente Responsable) por buenas prácticas en materia ambiental?**

El programa de City Incluye es una iniciativa de nuestro pilar de contribución al bienestar social que nos permite crear y fomentar espacios de diversidad e inclusión, una de nuestras principales acciones es la creación de nuestro distintivo interno City Incluye que donde fomentar la inclusión de personas con discapacidad auditiva en nuestros hoteles, además, trabajamos con otros ejes como la equidad de género, comunidad LGBT+, la interacción con nuestras comunidades, y orígenes.

En cuanto al Distintivo ESR, durante 2022 fuimos galardonados por nueve años consecutivos lo que refleja continuamente nuestro compromiso no solo en materia ambiental sino también en ser un catalizador de crecimiento económico y bienestar social en cada una de las comunidades donde operamos.



## ¡Sé parte del cambio!

E-VEN Project ofrece oportunidades educativas para **más de 350 niños y adultos** que viven en Los Roques y Canaima, dos comunidades de difícil acceso altamente turísticas en Venezuela.

Por medio de la enseñanza del inglés como herramienta comunicativa, E-VEN Project busca construir el futuro que esperamos para Venezuela con el **desarrollo de la población local** en el área de turismo sustentable.

**Apóyanos a través de la plataforma *Global Giving* y obtendrás tu recibo por haber realizado un *Tax-Deductible Contribution*.**

El lugar en donde naciste no debe limitar tus oportunidades  
**¡Ayúdanos a educar el futuro de Venezuela!**

@evenproject\_

evenproject.org

# Michel Wohlmuth

Presidente del COMIR y Director Ejecutivo de Creatividad

La industria de eventos ha experimentado notable transformación orientada hacia la sostenibilidad

¡La sostenibilidad no debemos de verla como una tendencia, debe de ser un compromiso para toda la vida! Cada paso que demos hacia la sostenibilidad es un regalo que le hacemos al planeta y a las generaciones futuras.

**M**ichel Wohlmuth es empresario y especialista en el diseño, planeación y producción de reuniones corporativas. Es Director Ejecutivo y Socio Fundador de Creatividad, empresa con 32 años de experiencia en organización de eventos corporativos. Actualmente también es Presidente del COMIR (Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones), organismo que integra y representa a las Asociaciones de la industria de reuniones.

Egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Anáhuac. Cursó el Programa de Alta Dirección “AD-2” en el IPADE. En el 2022 fue incluido en la lista “MPI50 Most Influential Members”. Forma parte del International Board of Directors de MPI, siendo el primer Latinoamericano en ser consejero. Es el Past President de MPI Capítulo México 2018 – 2019 y fue el primer Chair del Latin America Advisory Council (LAAC) en MPI durante el 2019 y el 2020. Ganador del “Chair Award”, el cual reconoce al miembro más destacado de la comunidad de MPI en todo el mundo por sus logros excepcionales en la industria de reuniones y eventos.

### **¿Cómo ha evolucionado la industria de eventos y exposiciones para adaptarse a los principios de turismo sostenible?**

*La industria de eventos ha experimentado una notable transformación orientada hacia la sostenibilidad. En la actualidad, se evidencia un aumento en la conciencia ambiental y social, fomentando la adopción de prácticas responsables. La implementación de tecnologías verdes, la medición y compensación de la huella de carbono, la gestión eficiente de residuos y la elección preferencial de proveedores sostenibles son ejemplos concretos de este cambio positivo.*

*De igual manera se ha evolucionado significativamente para abrazar los principios de turismo sostenible. Está demostrando que es posible celebrar eventos exitosos al tiempo que se minimiza el impacto ambiental y se contribuye positivamente a las comunidades locales.*

### **Como Presidente de COMIR ¿cómo ha integrado algunas prácticas sostenibles en el diseño y organización para los eventos que están bajo su eje de acción?**

*Como Presidente de COMIR, he asumido un compromiso sólido para liderar una industria más responsable. Algunas de las prácticas que hemos adoptado incluyen la selección de sedes sostenibles que priorizan la eficiencia energética y el uso de energías renovables, estrategias para reducir los residuos en nuestros eventos, y la promoción activa de la conciencia de sostenibilidad entre nuestros miembros y asistentes.*

*En el Congreso Nacional de la Industria de Reuniones, un evento bajo la dirección de COMIR, hemos realizado avances significativos en la incorporación de prácticas sustentables en nuestra planificación durante varios años. Uno de los pilares de nuestra iniciativa ha sido la medición de la huella de carbono y su correspondiente compensación.*

*Para facilitar la implementación de estas prácticas, hemos creado un Checklist integral para la organización*

*de eventos sustentables. Esta herramienta actúa como una guía completa, proporcionando directrices específicas de sustentabilidad para cada fase, desde el desarrollo hasta la ejecución del evento.*

*Todas estas iniciativas se han desarrollado en base a un profundo diagnóstico de la Industria de Reuniones en relación con la sustentabilidad. Este diagnóstico, que funciona como una radiografía detallada, ha identificado necesidades, intereses, áreas de oportunidad y la percepción de la industria con respecto a la integración de la sustentabilidad en los eventos.*

*Además, hemos establecido colaboraciones con aliados especializados en sostenibilidad, incluyendo la formación de un comité que opera desde la Presidencia de Alejandro Ramírez. Ahora bajo mi Presidencia, el comité ha evolucionado ya que no solo se enfoca en la sostenibilidad ambiental, sino también en la inclusión y diversidad. Su rol principal es la planificación y supervisión de acciones sustentables a lo largo de todo el proceso.*

*También estamos en búsqueda constante de proveedores y patrocinadores que compartan nuestro compromiso. La medición y seguimiento de nuestro impacto ambiental y social es una prioridad, y planeamos evaluar y ajustar nuestras prácticas en el próximo Congreso Nacional de la Industria de Reuniones en León, Guanajuato. También estamos trabajando estrechamente con la comunidad local para maximizar los beneficios económicos y sociales en la organización de este evento.*

*Nuestro objetivo final es liderar un cambio significativo hacia una industria de reuniones más sostenible, consciente de su impacto y comprometida con la responsabilidad social.*

### **Según su experiencia, ¿Es posible levantar programas de sostenibilidad en la dinámica de la Industria de Reuniones? ¿puede compartir ejemplos concretos de cómo ha ayudado a destinos turísticos a mejorar sus prácticas sostenibles?**

*Sí, es posible. En mi experiencia, hemos colaborado estrechamente con destinos turísticos para implementar programas de sostenibilidad. Esto abarca desde la capacitación de la cadena de valor en prácticas ecoamigables hasta el desarrollo de un Checklist para la organización de eventos sustentables. Este compendio de verificación actúa como una guía integral para la planificación de eventos, ofreciendo directrices específicas de sustentabilidad durante las fases de desarrollo y ejecución. El objetivo principal es proporcionar una herramienta que simplifique la realización de eventos sustentables de manera sistemática, fácil de aplicar e implicando de manera activa al personal del comité de eventos.*

### **¿Cuál considera que es el papel fundamental de las empresas en la construcción de una sociedad más sostenible, especialmente en el contexto del turismo?**

*Las empresas, especialmente en el turismo, desempeñan un papel muy importante al adoptar prácticas sostenibles. Deben liderar con el ejemplo,*

fomentar la educación sobre la sostenibilidad, y colaborar con comunidades locales para garantizar un impacto positivo a largo plazo.

*Dada su experiencia en eventos internacionales, ¿puede compartir alguna iniciativa innovadora de la que haya sido testigo en su implementación para reducir el impacto ambiental de un evento importante?*

*He presenciado la implementación exitosa de sistemas de gestión de residuos avanzados, la compensación de emisiones de carbono a través de plantar árboles por cada asistente; eliminar el uso de botellas de Pet, la introducción de tecnologías digitales para reducir el uso de papel en eventos internacionales; la promoción del uso del sistema de transporte público en vez de la transportación de autobuses al Centro de Convenciones.*

**Usted ha estado involucrado en proyectos de gran escala en su trayectoria profesional ¿Cómo ha logrado equilibrar las demandas de un evento de gran magnitud con prácticas sostenibles y responsabilidad social?**

*Esto se ha logrado poco a poco y aprendiendo cada año. El equilibrio se logra mediante una planificación cuidadosa. Es crucial integrar prácticas sustentables desde las primeras etapas del diseño del evento, estableciendo una conexión temprana con destinos y proveedores. Este enfoque tiene como objetivo validar y comunicar las acciones sustentables a tiempo, asegurando su implementación efectiva durante el congreso.*

*Crear conciencia entre los diferentes Stake Holders es fundamental a través de la comunicación tanto antes como durante el evento desempeña un papel fundamental para impulsar las iniciativas de sustentabilidad y fomentar el compromiso de la audiencia. Es importante garantizar que las decisiones tomadas respeten tanto las necesidades específicas del evento como los principios sostenibles que lo guían.*

**¿Cómo ha contribuido la tecnología y la innovación en la industria de reuniones para promover la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental?**

*La adopción de soluciones tecnológicas más eficientes ha sido clave en este proceso. Desde la gestión digital de eventos hasta la creación de experiencias virtuales, la tecnología ha desempeñado un papel crucial al disminuir la dependencia de recursos de manera significativa. Estas innovaciones han contribuido directamente a la reducción del impacto ambiental de los eventos al minimizar la generación de residuos y optimizar los*

*procesos, marcando así un avance importante hacia prácticas más sostenibles en la industria de reuniones.*

**En su opinión, ¿cuál es el mayor desafío que enfrentan las empresas y destinos turísticos para adoptar prácticas más sostenibles, y cómo cree que se pueden superar estos desafíos?**

*En mi perspectiva, el principal desafío radica en la necesidad de crear conciencia. Posteriormente la capacitación, sensibilización y certificación.*

*Para superar estos desafíos, se requiere de un enfoque colaborativo. Las empresas y destinos pueden trabajar juntos para establecer estándares sostenibles que sirvan como marco orientador. Asimismo, compartir mejores prácticas resulta esencial, ya que permite que la industria aprenda de las experiencias exitosas y promueva una adopción más generalizada de iniciativas sostenibles. La colaboración y el intercambio de conocimientos son herramientas poderosas para impulsar la transformación hacia prácticas más sostenibles en la industria turística.*



**Como arquitecto y planificador de eventos, ¿cómo integra la autenticidad cultural y el respeto por las comunidades locales en los diseños y conceptos de eventos internacionales?**

*La autenticidad cultural se integra mediante la colaboración estrecha con las comunidades locales. La inclusión de elementos culturales auténticos, la contratación de proveedores locales y la participación comunitaria son esenciales para respetar y celebrar la diversidad cultural.*

**¿Cuál sería su consejo para las nuevas generaciones de profesionales del turismo y eventos que buscan crear un impacto positivo en el mundo y promover la sostenibilidad en sus empresas e industrias?**

*Mi consejo, es adoptar un enfoque integral. La sostenibilidad en el turismo y los eventos es una responsabilidad compartida. Cada uno de nosotros debe desempeñar un papel en la creación de un impacto positivo y en la promoción de prácticas más sostenibles en sus empresas e industrias. La combinación de educación, innovación y acción puede marcar una diferencia significativa en el camino hacia un futuro más sostenible.*

*¡La sostenibilidad no debemos de verla como una tendencia, debe de ser un compromiso para toda la vida! Cada paso que demos hacia la sostenibilidad es un regalo que le hacemos al planeta y a las generaciones futuras. Hay que comprender que cada uno de nosotros somos agentes del cambio.*

# David Andrade

mejor conocido como DAAN

---

DAAN METHOD (Doma al natural)



**D**avid Andrade, oriundo de la Ciudad de México, encuentra su primer contacto con el mundo de los caballos a la temprana edad de 8 años en el Lienzo Charro de Naucalpan, donde se sumerge en la cultura ecuestre durante 5 años. Su pasión crece y, durante los siguientes 8 años, forma parte del equipo charro de Cahuacán, manteniendo siempre una conexión especial con los majestuosos equinos.

A lo largo de su trayectoria, David diversifica sus habilidades en diversas disciplinas ecuestres, desde el volteo y la doma hasta, finalmente, la doma clásica española. A los 24 años, se sumerge en esta última disciplina, que se convierte en su práctica constante hasta el día de hoy. Pero la verdadera contribución de David al mundo de los caballos radica en su enfoque revolucionario: la Doma Natural.

Con el objetivo de establecer una comunicación basada en confianza, paciencia y armonía, la Doma Natural de David, conocida como el "DAAN METHOD", se convierte en su sello distintivo. En este método, no hay espacio para el castigo; en cambio, se busca forjar una amistad genuina entre el humano y el caballo. La meta es montar al caballo como resultado de la formación de un lazo sólido y respetuoso.

La Doma Natural se erige como una técnica donde el respeto, la paciencia y el amor son las herramientas principales. David aboga por cambiar

la percepción que ha existido durante años sobre los caballos, quienes, a pesar de haber sido castigados y explotados, demuestran una nobleza inquebrantable al seguir siendo leales al hombre.

Este compromiso con el bienestar de los caballos y su enfoque progresista llevan a la creación de la Escuela de Doma al Natural. En 2021, David decide expandir su proyecto, Daan Horsemanship, inaugurando la primera escuela en el Centro Ecuestre Rancho San Agustín, en la zona Esmeralda de Atizapán, Estado de México.

La escuela está diseñada para personas que desean iniciarse en la equitación, tanto para jinetes novatos como avanzados en cualquier disciplina ecuestre. La formación no solo se limita a montar; los interesados en unirse al equipo DAAN METHOD pueden recibir capacitación para convertirse en instructores y compartir esta técnica en el Centro Ecuestre.

David, como creador y director, celebra la respuesta entusiasta de aquellos que buscan mejorar su relación con los caballos a través de la Doma al Natural. Su método ha atraído a mujeres, niños a partir de los seis años y hombres mayores de sesenta, así como a familias enteras.



En cuanto a las satisfacciones, David destaca el descubrimiento constante de las individualidades de cada caballo y la transformación que experimentan, pasando de ser desconfiados y temerosos a ofrecer una nueva oportunidad de convivencia, basada en la confianza y la amistad.

David Andrade no solo es un experto en la Doma Natural; también es un criador apasionado de caballos españoles de pura raza española (PRE). Su dedicación a estos nobles animales se refleja no solo en su método innovador sino también en su compromiso con el respeto hacia todas las criaturas.

En un mundo donde la competencia a menudo prevalece, David Andrade proclama con convicción: "La Doma Natural no se compite, se comparte". Este enfoque altruista y centrado en el bienestar animal establece un estándar elevado en la comunidad ecuestre, promoviendo la idea de que la verdadera conexión con los caballos se forja a través del respeto mutuo y la comprensión.



# FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA  
ISSN 2520-0100

www.revistafactordeexitodm.com

@RevistaFactorDeExitodm

Laboratorio de Mentores  
Lleva el emprendimiento  
a otro nivel

**Jennifer Arias**

CEO de Laboratorio de Mentores

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

**Irene Torres**

Pdta. de Entrepreneurs'  
Organization en República  
Dominicana

Una red de emprendedores  
para apoyar a otros  
emprendedores

**Gastón Gabin**

CEO de CEMDOE

CEMDOE, un modelo  
de servicio al paciente  
digital e innovador

**Ricky Michel Presbot**

Cofundador y CEO de Ualet

Ualet, más que avance  
de efectivo

ENTE DE ÉXITO

**Omar García  
(Angurria)**

Publicista, director de arte  
y muralista

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

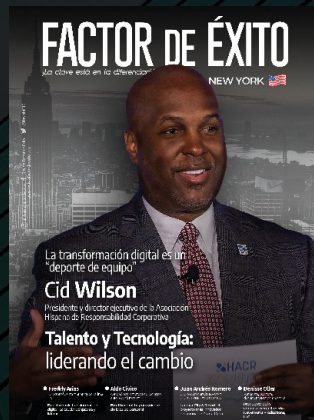


EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

**FDE**  
FACTOR DE ÉXITO

# PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

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



DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUÍ >>>





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

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

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

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

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

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

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





## En la revista

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

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

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



**Víctor Bisonó**  
Ministro de Industria,  
Comercio y Mipymes

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



**Fantino Polanco**

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

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

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



**Lorenzo Ramírez**

Director general Instituto Dominicano para la Calidad

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



**Ángel David Taveras Difo**  
 Director ejecutivo Organismo  
 Dominicano de Acreditación

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



**Eddy Alcántara**  
 Director ejecutivo  
 Pro Consumidor

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



**Laila Chartuni Ortega**  
Presidenta TOP Companies

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

# RANKING TOP + América 2023

EMPRESAS CULTURALMENTE PODEROSAS

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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



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

**Ivan Calvo**

Ingeniero y Sociólogo.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

**Marcelo Muñoz Rojas**

Creador del Método Liderazgo Exponencial.

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

## La Comodidad de la Pasividad

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

## La Realidad de los Desafíos

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

## Pasar a la Acción

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

## Definir Objetivos Claros

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

## Planificación Estratégica

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

## Tomar Acción Continua

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

## Ejemplos de Éxito

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

## La Importancia de la Adaptación

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

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

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





# CÓMO SE MIDE LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO

**Álvaro "Cuco" de Venegas**

International Senior Advisor for Growing Trends & Innovation

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Las principales referencias del sector turístico son:

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

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

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



# ¿ESTÁN SUS EMPRESAS PREPARADAS PARA UNA TERCERA GUERRA MUNDIAL?

**Rodrigo Planas**

CFE, CPC, Auditor Independiente Director Gerente Ethos Control

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

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

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

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

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

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

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

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



LIDERAZGO EN DÚO  
DOS LÍDERES. UNA MIRADA



**¡EL LIDERAZGO  
NECESITA DE TI!**



LIDERAZGO EN DUO

# Adm | iERP CLOUD

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

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

Escanea el código



**Simple, Completo, Flexible.**

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