

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ECUADOR



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

Ivonne Odreman

Fundadora de IVO2Solution

Liderazgo con Propósito:
La Transformación Humana de las Organizaciones

El Poder Sostenible: Liderando con Visión

● **Juan Martín Muller**

Gerente de Comunicación y Educación de WWF Ecuador

La sostenibilidad empieza desde dentro con compromiso y liderazgo

● **Jeffry Illingworth**

Managing Director & Partner en Andersen

“Lo que sembramos hoy, será la cosecha en 20 años”

● **Daniela Peralvo**

Co-founder and Co-CEO IMPAQTO

Innovación regenerativa para un futuro sostenible en América Latina

RANKING
TOP+ América



Revitalizing
SERUM

📷 jannetskinicare



¡Devuélvele el brillo a tu piel!

Rejuvenece con nuestro Sérum Revitalizante: Hidratación Profunda y Antioxidantes para una piel radiante.

¡Transfórmala hoy y luce tu mejor versión!

www.jannetskinicare.com

AGENCIA 360

MARKETING DIGITAL

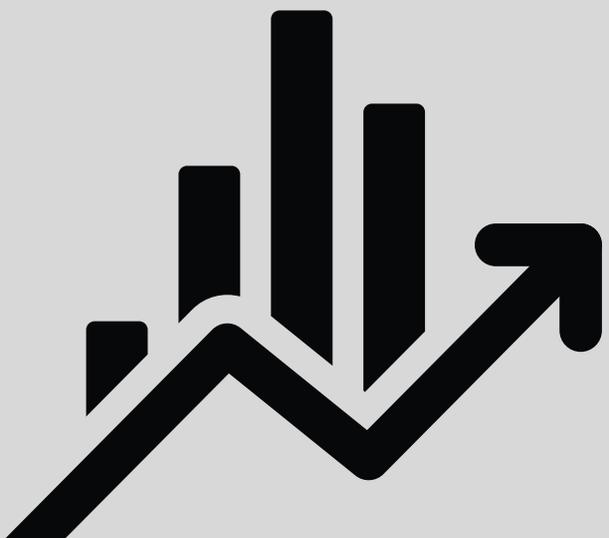
- ✓ PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
- ✓ DISEÑO Y BRANDING
- ✓ GESTIÓN DE PUBLICIDAD (meta)
- ✓ DESARROLLO WEB
- ✓ ANÁLISIS Y REPORTE



 ventasinternaprod@gmail.com

 +54 9 341 745-6225

 ipinternaproducciones@gmail.com



Liderando el Futuro Verde

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial de Factor de Éxito

El panorama empresarial global está experimentando una transformación sin precedentes. Según el último informe del World Economic Forum, el 84% de las empresas globales consideran la sostenibilidad como prioridad estratégica, mientras que el Banco Mundial reporta que las inversiones en proyectos sostenibles alcanzaron los \$2.5 trillones en 2023. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que la economía verde generará más de 24 millones de empleos para 2030.

En esta decimoquinta edición de Factor de Éxito Ecuador, exploramos cómo el país está liderando iniciativas de sostenibilidad en la región. Con el 40% de su territorio bajo protección ambiental y un crecimiento del 30% en la adopción de prácticas empresariales sostenibles, Ecuador se posiciona como un referente en el equilibrio entre desarrollo económico y conservación.

Presentamos historias inspiradoras de líderes ecuatorianos que están transformando sus industrias, desde el turismo sostenible hasta la producción responsable, demostrando que el éxito empresarial y la conservación ambiental pueden trabajar en perfecta armonía.



PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



DESCARGA TODAS NUESTRAS
EDICIONES AQUI



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

[contenido]

portada

Liderazgo con Propósito:
La Transformación Humana de las Organizaciones

pág.
14

Ivonne Odreman
Fundadora de IVO2Solution

INTERVIEW

Conectar culturas es la clave para el éxito en los negocios internacionales

pág.
20

Juan Martín Muller
Gerente de Comunicación y Educación de WWF Ecuador

INTERVIEW

La sostenibilidad implica generar un impacto positivo, sostenido y a largo plazo en las comunidades

pág.
24

Juan Manuel García
Líder de Estrategia de Crecimiento - Latinoamérica de Orion Worldwide

INTERVIEW

“Lo que sembramos hoy, será la cosecha en 20 años”

pág.
28

Jeffrey Illingworth
Managing Director & Partner en Andersen

Gente de Éxito

Innovación regenerativa para un futuro sostenible en América Latina

pág.
43

Daniela Peralvo
Co-founder and Co-CEO IMPAQTO

Open Business

“El líder como fuente de inspiración y de cultura”

pág.
55

Laila Chartuni
Presidenta TOP Companies Ranking TOP+América 2024

► Revista Factor de Éxito Ecuador Número 15, Año 4



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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

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

CEO-Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Redacción:
Isamar Febres
Baudy Dávila

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Digital Content Manager:
Gabriela Alfonso
Tina Pérez
Lina Bsaris

Web Master :
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager
Jacqueline Leon

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

Portada:
Ivonne Odreman
Fundadora de IVO2Solution

Articlistas de esta Edición:

Alvaro de Venegas
Alex Visic
Marcelo Muñoz
Gustavo Adolfo Principe
Jacques Giraud
Gustavo dos Santos

Revista Factor de Éxito Ecuador
Instagram: @RevistaFactordeExito
Twitter: @RevistaFDE
Facebook: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com

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

APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS EDICIONES



Huertos sostenibles

Generali Ecuador demuestra su compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo social a través de “Join The Orchard”, una iniciativa que impulsa la creación de huertos sostenibles. Johanna Erazo, Gerente de Estrategia y Transformación de Negocio de Generali Ecuador, destaca que el proyecto busca fomentar prácticas ecológicas, conciencia ambiental y el principio de reciprocidad en las comunidades.

En colaboración con el Municipio de Guayaquil y la Fundación Museos del Ecuador, el programa brinda herramientas para mejorar el bienestar social y ambiental del país. Desde su inicio en 2024, ha involucrado a 92 colaboradores de Generali y miembros de la comunidad, operando en el Museo

Interactivo de Ciencias en Quito y en el huerto de la Alborada en Guayaquil.

“Join The Orchard” apoya varios Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, como Salud y Bienestar, Educación de Calidad y Acción por el Clima, promoviendo la educación para el desarrollo sostenible, el acceso a alimentos saludables y prácticas agrícolas sostenibles para mitigar el cambio climático y conservar la biodiversidad.

Erazo enfatiza la importancia de la colaboración con las instituciones locales para el éxito del proyecto. Generali brinda soporte logístico, herramientas y orientación a los participantes, quienes se involucran en la planificación y ejecución de actividades como el



mantenimiento de los huertos y el suministro de insumos.

Esta alianza fortalece la agricultura sostenible en entornos urbanos. Generali Ecuador planea expandir “Join The Orchard” en 2025, reafirmando su compromiso con el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades ecuatorianas.

Acuerdo estratégico

En una iniciativa que marca un hito en la industria automotriz de Ecuador, BYD, en colaboración con su concesionario ANDOR, ha firmado un acuerdo estratégico con SEGINUS, reflejando su compromiso continuo con la sostenibilidad y la responsabilidad social.



Este convenio es el primero de su tipo y establece una alianza estratégica entre BYD, ANDOR y SEGINUS, destinada a fomentar la

cultura del reciclaje y la correcta gestión de neumáticos en el país. Aproximadamente 500,000 neumáticos ingresan anualmente a Ecuador con la venta de vehículos nuevos, y su disposición inadecuada puede representar un riesgo significativo para la salud pública y el medio ambiente.

La colaboración entre BYD, ANDOR y SEGINUS se centrará en impulsar la cooperación en diversas áreas, incluyendo la formación profesional vial, la asistencia técnica y los servicios técnicos especializados. Además, se promoverá la vinculación con la sociedad y se fortalecerá la responsabilidad social corporativa, con el fin de contribuir al desarrollo integral de la seguridad vial y ambiental en Ecuador.

Esta iniciativa con BYD y ANDOR no solo busca mejorar la gestión de neumáticos en el país, sino también crear un modelo de colaboración



que pueda ser replicado en otras industrias y sectores. Al promover una cultura de sostenibilidad a largo plazo en Ecuador, estamos estableciendo las bases para un futuro más verde y responsable. Por ello, SEGINUS extiende una invitación a otras marcas de vehículos a unirse a la organización, colaborando por un planeta más sostenible para nuestras futuras generaciones.

Gestión verde

Buestán Ecuador participó en el IV Congreso Internacional de Gestión y Sostenibilidad Empresarial (CIGESE), organizado por la Universidad Israel. Este evento se centró en promover el intercambio de conocimientos y experiencias sobre sostenibilidad y avances en ciencias administrativas.

Durante dos días, expertos y líderes compartieron perspectivas sobre nuevas tecnologías, recursos humanos y sostenibilidad. El congreso incluyó el “Eagle Pitch”, una competencia donde emprendedores presentaron ideas de negocio innovadoras

y compitieron por premios monetarios.

Diana Buestán, Gerente General de Buestán Ecuador, resaltó la importancia de estos espacios para el desarrollo del país: “Permiten a líderes empresariales, académicos e innovadores compartir experiencias y lecciones aprendidas en la gestión del conocimiento orientada a la innovación. Esto enriquece el conocimiento colectivo y fomenta el aprendizaje organizacional”.

Buestán Ecuador, cuyo propósito es construir progreso para las personas y el planeta, reafirma su



compromiso con la sostenibilidad como eje estratégico empresarial. El evento dejó una visión clara del momento histórico y los retos sociales y financieros actuales, destacando la necesidad de innovación y colaboración en el entorno empresarial.

Bioeconomía sustentable

La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), el Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) y Expertise France celebraron la clausura del primer Diplomado en Bioeconomía Sustentable. Este programa, que se llevó a cabo entre abril y octubre de 2024, otorgó diplomas a 46 participantes que completaron 304 horas académicas distribuidas en seis módulos sobre fundamentos, sostenibilidad, género, políticas públicas y conservación de biodiversidad.

El diplomado buscó fortalecer las capacidades técnicas en bioeconomía, alineándose con los

compromisos de Ecuador en sus Contribuciones Nacionalmente Determinadas (NDC) en el marco del Acuerdo de París. La formación, apoyada por la Unión Europea a través del programa Euroclima, promovió la gestión sostenible de recursos naturales para mitigar el cambio climático y conservar la biodiversidad.

Murielle Gurtner, representante de Expertise France para la Región Andina, destacó que este tipo de iniciativas genera cambios significativos en la gestión ambiental y el desarrollo sostenible de los territorios. Byron Lagla, del MAATE, subrayó la importancia de la academia



como agente de cambio para implementar políticas públicas efectivas en bioeconomía.

El programa, liderado por la UTPL, consolida el vínculo entre academia, instituciones públicas y cooperación internacional para impulsar la bioeconomía como herramienta clave en el desarrollo sostenible y la matriz productiva del Ecuador.

Eco resiliencia

El Bosque Protector Bosqueira, ubicado al norte de Guayaquil, se revitaliza con la plantación de 1.500 árboles nativos en 2,5 hectáreas, como parte del programa “Guayaquil de todos los árboles”, liderado por la Dirección de Ambiente del Municipio. La iniciativa busca mejorar la calidad del aire, restaurar el hábitat de diversas especies y prevenir futuros incendios.

Tras un incendio en noviembre que devastó 30 hectáreas del bosque seco tropical, el proyecto contó con la participación de 300

voluntarios y empresas privadas, quienes contribuyeron con insumos como abono orgánico, hidrogel y tierra. Entre las especies sembradas se encuentran roble, guasmo, laurel, guayacán, Fernán Sánchez y ébano.

La vicealcaldesa Blanca López destacó que la restauración es clave para mitigar los efectos de los incendios, muchos de los cuales son provocados por acciones irresponsables. Por su parte, Isabel Tamariz, directora de Ambiente, anunció que esta intervención marca el inicio de un plan de recuperación en otras



áreas afectadas, como Cerro Azul y Cerro Colorado.

Con esta reforestación, Guayaquil refuerza su compromiso con la preservación ambiental, integrando especies emblemáticas para proteger y enriquecer su entorno natural.

Ciencia transformadora

La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) y la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) lideran esfuerzos en investigación aplicada para abordar desafíos sociales y ambientales en Ecuador. Estas instituciones trabajan en proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I) que conectan la ciencia teórica con necesidades prácticas, generando soluciones innovadoras y contribuyendo al desarrollo sostenible del país.



Vicente Torres Briceño, del Vicerrectorado de Investigación de la UTPL, destacó que esta colaboración permite transferir conocimientos a los territorios y generar impacto social. En convocatorias previas con otras universidades, la UTPL ejecutó 19 proyectos enfocados en recursos naturales, cambio climático y desarrollo productivo. La alianza con la USFQ, que inicia en enero de 2025, suma cuatro nuevos proyectos con un presupuesto de \$30,000 y duración de un año.

Amada Pérez Traba, de la USFQ, resaltó que esta cooperación fomenta múltiples perspectivas para resolver problemas locales, ofreciendo a los investigadores oportunidades de crear soluciones concretas que beneficien a las comunidades.



Con estas iniciativas, la academia ecuatoriana refuerza su rol como motor de innovación, formando profesionales capacitados y liderando avances tecnológicos. La UTPL y la USFQ demuestran que la colaboración interinstitucional es clave para construir una sociedad basada en el conocimiento y el desarrollo sostenible.

Solidaridad activa

Nestlé Ecuador, en alianza con el Programa ANA, liderado por la Primera Dama Lavinia Valbonesi, presentó la campaña “Un Nescafé por ANA”, que busca prevenir la violencia de género y beneficiar a más de 25,000 mujeres en situación de vulnerabilidad. La iniciativa recauda fondos mediante la venta de Nescafé en la Nestlé Signature Store, ubicada en Ekopark, Quito, y ofrece apoyo emocional, formación y desarrollo profesional a las beneficiarias.

El Presidente Ejecutivo de Nestlé Ecuador, Josué De La Maza, destacó que este esfuerzo refleja la estrategia de Creación de Valor Compartido de la compañía, promoviendo impactos positivos en sociedad, medio ambiente



y negocio. Por su parte, Lavinia Valbonesi subrayó la importancia de la colaboración entre sector público y privado para transformar la realidad de miles de mujeres y generar un impacto duradero en la lucha contra la violencia.

El Programa ANA responde a los preocupantes índices de

violencia de género, convirtiendo esta causa en un compromiso colectivo gracias a alianzas estratégicas como esta. Alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, Nestlé reafirma su propósito de liderar acciones significativas por un futuro más justo e inclusivo.

Compromiso ambiental

El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) expresó su preocupación por la falta de acuerdo en la quinta sesión de negociaciones de la ONU sobre la contaminación por plásticos. A pesar del respaldo a medidas científicamente fundamentadas, no se logró avanzar hacia un tratado global vinculante.

Juliet Kabera de Ruanda instó a respaldar un tratado que aborde todo el ciclo de vida del plástico, pero los compromisos necesarios no se concretaron. 95 países, incluyendo varios de América Latina y el Caribe, demandaron prohibiciones globales vinculantes y la eliminación gradual de productos plásticos dañinos.

WWF insta a concluir las negociaciones pronto y comprometerse con medidas

colectivas urgentes: listas de productos a prohibir, eliminación global de plásticos y químicos peligrosos, estándares de diseño sostenible, mecanismos financieros y fortalecimiento del tratado.

En América Latina, la generación de residuos plásticos es alarmante. Ecuador, por ejemplo, generó 627 mil toneladas en 2022. Es vital implementar medidas para una transición hacia una economía circular.

Más de 1.000 días después de acordar un tratado sobre la contaminación por plásticos, la inacción pone en peligro los ecosistemas. María Inés Rivadeneira de WWF América Latina urge a un tratado significativo y jurídicamente vinculante.

WWF llama a los países a comprometerse en la próxima reunión en 2025 para lograr un texto que elimine la contaminación por plásticos y proteja la naturaleza y las personas.

WWF es una organización global de conservación con presencia en más de 100 países, dedicada a detener la degradación ambiental y promover la armonía entre los seres humanos y la naturaleza.



Diversidad ambiental

En el Día de los Derechos Humanos, WWF Ecuador reafirma su compromiso con un modelo de conservación inclusivo, equitativo y respetuoso de los derechos humanos. En un mundo afectado por la crisis climática, la pérdida de biodiversidad y la contaminación, proteger la naturaleza se convierte en un deber ético y compartido. WWF Ecuador promueve un enfoque integrador para un futuro sostenible, involucrando a comunidades rurales y urbanas en la conservación colectiva.

Las mujeres lideran acciones transformadoras frente a un clima cambiante, preservando la biodiversidad y fortaleciendo las economías locales. Los pueblos indígenas, con su sabiduría ancestral, protegen los ecosistemas biodiversos, enfrentando desafíos

como la deforestación y el cambio climático. WWF Ecuador colabora con ellos, respetando su autodeterminación y saberes tradicionales.

La juventud impulsa cambios con activismo e innovación, siendo clave en la construcción de un futuro resiliente. WWF Ecuador fomenta su liderazgo. La inclusión también abarca a personas con discapacidades, destacando la diversidad como fortaleza para abordar desafíos ambientales y sociales.

El Plan de Acción de Género del SNAP, liderado por el MAATE con apoyo de WWF, busca integrar la equidad de género en la gestión de áreas protegidas, fortaleciendo la gobernanza y destacando el papel de las mujeres en la conservación. Eventos como el Congreso de



Organizaciones Juveniles de Sucumbios promueven políticas públicas para una Amazonía sostenible.

La conservación, un derecho humano fundamental, conecta a todas las personas. WWF promueve la acción colectiva para transformar la conservación en una causa que beneficie a la humanidad y al planeta, asegurando un futuro inclusivo y sostenible para todos.

Parques ecoindustriales

En Quito, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), en colaboración con la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), ha dado inicio a un programa de capacitación sobre la transición hacia parques ecoindustriales. Esta iniciativa se enmarca dentro de los esfuerzos del Gobierno Nacional por fomentar la sostenibilidad industrial y alinear las actividades productivas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con la industria, la innovación y la infraestructura.

Dirigido a gerentes y administradores de parques industriales en Ecuador, este programa tiene como objetivo proporcionar formación en prácticas sostenibles y modelos de economía circular que promuevan la eficiencia en el uso de recursos, la

gestión responsable de residuos y la reducción de impactos ambientales.

El evento también cuenta con la participación de expertos colombianos, quienes compartirán sus experiencias exitosas en la implementación de parques ecoindustriales en su país. Esta transferencia de conocimientos y buenas prácticas entre naciones fortalece la capacidad técnica de los participantes y enriquece el proceso de aprendizaje.

Marco Benavides, subsecretario de Competitividad Industrial y Territorial del MPCEIP, destacó la importancia de la transición hacia parques ecoindustriales para consolidar una industria sostenible en Ecuador, capaz de competir en los mercados internacionales y contribuir al cuidado del medio ambiente.



Por otro lado, Xavier Arcos, representante país de ONUDI, reafirmó el compromiso de la organización internacional de fortalecer los procesos industriales sostenibles en el país.

Este evento evidencia el respaldo del Gobierno ecuatoriano y la ONUDI para seguir colaborando en pos de un desarrollo industrial sostenible que responda a las necesidades presentes sin comprometer los recursos futuros.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL - GESTIÓN DEL CAMBIO - INNOVACIÓN Y DESARROLLO

IMPULSA TU ORGANIZACIÓN

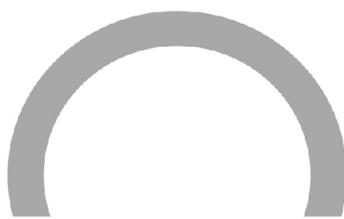
MENTORÍA Y LIDERAZGO

Te ofrecemos certificaciones en liderazgo diseñadas para transformar tu carrera y llevar tus habilidades al siguiente nivel. Aprende estrategias efectivas para liderar equipos, proyectos y organizaciones con confianza y visión.

www.marmunoz.biz



+1 (786) 605 7875



A portrait of Ivonne Odreman, a woman with long, wavy blonde hair, smiling warmly. She is wearing a blue top and a red and white patterned jacket. She has a heart-shaped necklace and several rings.

Ivonne Odreman

Fundadora de IVO2Solution

Liderazgo con Propósito: La Transformación Humana de las Organizaciones

“El liderazgo no se trata de acumular poder,
sino de servir e inspirar a otros para que
puedan alcanzar su máximo potencial”

Con una trayectoria que abarca más de dos décadas en el ámbito de Recursos Humanos, Ivonne Odreman ha dejado una huella transformadora en algunas de las organizaciones más importantes de Latinoamérica. Su paso por empresas multinacionales ha estado marcado por logros significativos que han redefinido la gestión del talento humano y la cultura organizacional en la región.

En PepsiCo, desarrolló el innovador modelo “Transformación Cultural: Tocamos al son del éxito”, una iniciativa que revolucionó la integración del ADN organizacional en la vida diaria de los colaboradores. Durante su tiempo en Coca-Cola FEMSA, lideró la exitosa campaña “Somos Coca-Cola FEMSA, somos Venezuela, llena de buenas razones”, que no solo fortaleció el sentido de pertenencia sino que también logró reducir la rotación y mejorar la productividad, expandiéndose posteriormente a México y Centroamérica.

Su experiencia en Yanbal y 3M enriqueció su visión sobre la gestión del talento en diferentes contextos corporativos, preparándola para su siguiente gran paso: la fundación de IVO2Solution en 2020. Desde entonces, ha expandido su impacto trabajando con grupos empresariales prominentes como Grupo Farinter en Honduras, Grupo Poma en El Salvador y grupos ecuatorianos como El Juri, Gerardo Ortiz y Liris, gestionando equipos de más de 10,000 colaboradores en nueve países de Latinoamérica y el Caribe.

En esta entrevista exclusiva para Factor de Éxito, Odreman comparte su visión sobre el futuro del trabajo y revela las claves fundamentales para desarrollar culturas organizacionales exitosas, basándose en su rica experiencia transformando organizaciones a lo largo del continente. Su perspectiva única, que combina el conocimiento profundo del mundo corporativo con un enfoque humano y facilitador, ofrece insights invaluable para líderes y organizaciones que buscan prosperar en el dinámico entorno empresarial actual.

Con más de 23 años de experiencia en Recursos Humanos y habiendo trabajado en empresas multinacionales de gran prestigio, ¿cuál considera que ha sido el mayor aprendizaje en su trayectoria profesional?

El mayor aprendizaje a lo largo de mi trayectoria ha sido que las personas son el corazón y el ADN de cualquier organización. Son ellas quienes definen la cultura organizacional, la impulsan y la transforman, convirtiéndose en el motor del éxito sostenible. Gestionar talento va mucho más allá de implementar procesos, alcanzar indicadores o cumplir metas; se trata de entender a las personas, reconocer su valor individual y colectivo, y acompañarlas en su desarrollo humano y profesional.

He aprendido que el liderazgo también debe evolucionar y adaptarse a las necesidades actuales. El líder de hoy no se limita a dirigir; es un facilitador, inspirador y empático, capaz de conectar la visión del negocio con el propósito individual de cada colaborador. Un liderazgo efectivo es aquel que construye confianza, fomenta el bienestar emocional y empodera a las personas para que alcancen su máximo potencial. Este enfoque no solo transforma equipos, sino que crea culturas organizacionales resilientes y comprometidas.

Otro aprendizaje fundamental ha sido la importancia de la adaptabilidad y la flexibilidad. En un entorno cada vez más dinámico y cambiante, donde la globalización, la digitalización y la inteligencia artificial han redefinido la forma en que trabajamos, la capacidad de adaptación se vuelve esencial. Las organizaciones que prosperan son aquellas que logran mantenerse eficientes y rentables mientras abrazan el cambio como una constante.

He comprendido que los verdaderos resultados sostenibles se logran cuando las empresas reconocen que el desarrollo humano es el camino hacia el éxito organizacional. Invertir en las personas, fortalecer sus habilidades y fomentar una cultura de colaboración e innovación permite alcanzar no solo resultados tangibles, sino también un impacto positivo a largo plazo.

Este enfoque me ha permitido liderar procesos de transformación cultural en contextos multiculturales y desafiantes, logrando resultados significativos en términos de productividad, clima laboral y compromiso organizacional. Al final del día, las organizaciones son tan fuertes y exitosas como lo sean sus equipos.

Como fundadora de Ivo2Solution, ¿qué la motivó a crear esta empresa y cuál es su visión para transformar el liderazgo empresarial en Ecuador y Latinoamérica?

La motivación principal fue un llamado interno a crear algo único desde mi esencia, escuchando mi voz más allá de las estructuras tradicionales. Después de más de dos décadas en el mundo corporativo, comprendí que el liderazgo necesita una transformación profunda, más humana y equilibrada. Así nació IVO2Solution, con la misión de convertir a los líderes en talento de clase mundial, potenciando sus habilidades desde el equilibrio emocional y el propósito.

Diseñé el “Espiral de la Dinamización Empresarial” como propuesta de valor para cualquier organización que realmente busque obtener resultados sostenibles en el tiempo a través de su gente y sus líderes. Este modelo se centra en generar experiencias únicas alineadas al ADN organizacional: ese conjunto de características que define la identidad y cultura de una empresa, integrando a las personas, los procesos y la innovación.



El Espiral se construye a partir del equilibrio entre la sabiduría, representada por la experiencia y el conocimiento, y la innovación, que trae consigo a nuevas generaciones, ideas modernas y perspectivas disruptivas. Al balancear estos elementos, las organizaciones pueden crear experiencias únicas que impulsan la productividad, rentabilidad y agilidad, al tiempo que fortalecen la cultura organizacional y la reputación empresarial.

Mi visión es expandir esta filosofía en toda Latinoamérica, guiando a líderes a crear entornos donde la productividad y el bienestar coexistan, los equipos sean resilientes y se logren resultados sostenibles. Para ello, aplico metodologías innovadoras y ágiles que impulsan el cambio organizacional y posicionan a los líderes como verdaderos facilitadores del éxito.

Durante su tiempo en PepsiCo, implementó el modelo “Transformación Cultural: Tocamos al son del éxito”. ¿Podría compartir cómo este programa revolucionó la cultura organizacional y qué lecciones podríamos aplicar hoy?

“Transformación Cultural: Tocamos al son del éxito” fue un programa diseñado con el propósito de integrar el ADN de PepsiCo en la vida diaria de cada colaborador. Nos enfocamos en conectar los valores de la organización con las acciones y decisiones individuales, creando así una cultura organizacional alineada, sólida y coherente.

El programa se basó en tres pilares esenciales:

Comunicación efectiva y constante: La transformación inicia cuando los colaboradores comprenden el propósito y el rumbo de la organización. Implementamos estrategias claras de comunicación que permitieron alinear mensajes, objetivos y valores, asegurando que todos comprendieran su rol y la importancia de su contribución.

Vivir los valores con pasión y coherencia: Creamos herramientas prácticas y experiencias que conectaron las emociones de los colaboradores con los valores de PepsiCo. Esto permitió que cada decisión y acción estuviera alineada con los objetivos organizacionales, fomentando un sentido de pertenencia genuino y un compromiso tangible.

El rol clave del liderazgo: Reconocimos que el liderazgo era el motor de la transformación. A través del ejemplo, la inspiración y la consistencia, los líderes se convirtieron en facilitadores del cambio, generando confianza, motivación y adaptabilidad en los equipos.

El impacto fue profundo: se logró fortalecer el sentido de pertenencia, impulsar el engagement y la productividad, y alinear a la organización hacia una visión compartida, generando resultados tangibles tanto en el desempeño de los equipos como en la rentabilidad del negocio.

Lecciones aplicables hoy:

Las empresas en Ecuador y Latinoamérica pueden aplicar este modelo de transformación cultural enfocándose en:

Reconocer y desarrollar el talento humano: La clave está en alinear los valores personales con los organizacionales para potenciar el desempeño y la motivación.

Construir una visión clara y compartida: La transformación ocurre cuando todos comprenden el rumbo de la organización y su impacto dentro de ella.

Invertir en el liderazgo: Los líderes son los agentes del cambio. Su compromiso, empatía y capacidad de conectar con las personas son fundamentales para generar confianza y adaptabilidad en cualquier proceso de transformación.

Finalmente, la lección más importante es que el desarrollo de las personas y el fortalecimiento del sentido de pertenencia son la mejor inversión que una organización puede realizar. Cuando el talento crece, crecen los resultados, y esto impacta directamente en la sostenibilidad y rentabilidad del negocio.

Su experiencia abarca diversos países de Latinoamérica. ¿Qué diferencias y similitudes ha encontrado en la gestión del talento humano entre estos mercados, y qué puede aprender Ecuador de estas experiencias?

*Latinoamérica es una región diversa, con realidades y ritmos particulares. Una de las mayores diferencias radica en las **culturas organizacionales** y cómo estas influyen en la gestión del talento. Es importante aprender a leer estas diferencias para adaptar estrategias de liderazgo efectivas.*

Por ejemplo, **el liderazgo femenino** es una asignatura pendiente en la región. Aunque existen avances, sigue siendo un camino arduo. En Ecuador, esta brecha es más profunda: las cifras de liderazgo femenino son bajas, con un mercado dominado aún por líderes masculinos. Esto representa una gran oportunidad de trabajo para fomentar la inclusión y la equidad.

Otro aspecto clave es **la modernización y la digitalización**. En países como Argentina, Uruguay, Chile, Colombia y México, las organizaciones han adoptado modelos más ágiles y modernos, facilitando la adaptación a entornos competitivos. En contraste, Centroamérica y el Caribe mantienen culturas más tradicionales, lo que exige un enfoque diferente.

En el caso de **Ecuador**, es un país en transición, con particularidades propias. Las tres principales ciudades, **Cuenca, Quito y Guayaquil**, se mueven a ritmos distintos. Cuenca destaca por su tradición y cultura arraigada; Quito combina formalidad y estructura con una visión empresarial; mientras que Guayaquil sobresale por su dinamismo emprendedor y comercial.

Ecuador puede aprender a:

1. Promover el liderazgo femenino y reducir las brechas de género.
2. Adoptar la modernización y digitalización con mayor agilidad.
3. Reconocer y adaptarse a las diferencias culturales internas, potenciando los puntos fuertes de cada región.

Lo que resume es que el país tiene la oportunidad de aprovechar estas experiencias para crear una gestión del talento más inclusiva, moderna y adaptativa.

Como conferencista internacional, ¿cuáles son los temas más urgentes que deben abordar los líderes empresariales ecuatorianos para desarrollar talentos de clase mundial?

Como conferencista internacional, creo que la región tiene grandes oportunidades para capitalizar el desarrollo e impulso de la diversidad e inclusión, que es una de las tendencias de liderazgo identificadas por McKinsey para el 2025. Es crucial que las empresas consideren las investigaciones de mercado que analizan estas tendencias y comprendan que el liderazgo está cambiando profundamente.

Estamos en una era donde el trabajo híbrido, que combina lo remoto y lo presencial, es imprescindible. Esto demanda un liderazgo facilitador basado en la confianza, capaz de transformar las habilidades y competencias de cada persona, respetando y valorando las diferentes culturas empresariales.

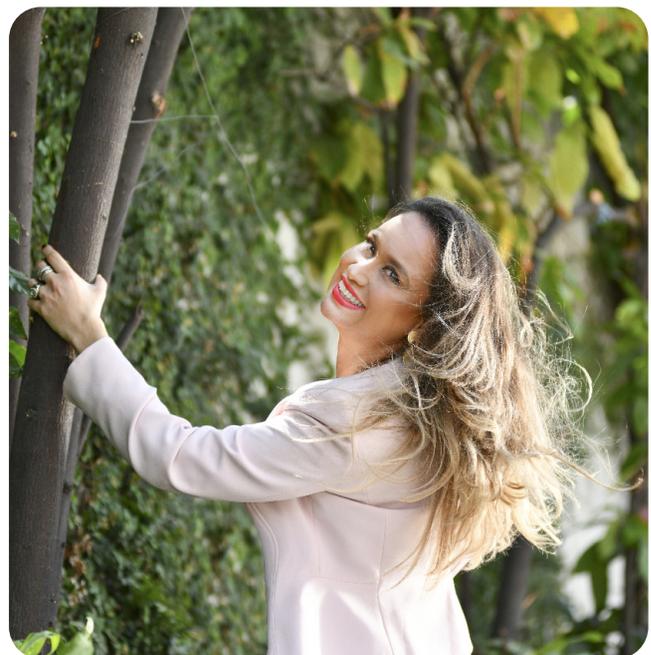
Además, vivimos en un mundo cada vez más globalizado, donde la implementación de metodologías ágiles es clave. Hoy no gana el más grande ni el más fuerte, sino el más rápido y adaptable. La eficiencia, el dinamismo y la inclusión son elementos fundamentales para alcanzar resultados sostenibles y liderar con éxito en un entorno competitivo.

Ha mencionado su pasión por la fotografía y la danza. ¿Cómo estas disciplinas artísticas han influido en su enfoque del liderazgo y el desarrollo organizacional?

La fotografía y la danza me han enseñado a ver el mundo desde una perspectiva más amplia y creativa. La fotografía desarrolla la paciencia, la observación y el enfoque en los detalles, mientras que la danza me conecta con el movimiento, la armonía y la importancia del trabajo en equipo.

Estas disciplinas influyen en mi liderazgo al recordarme que la creatividad y la conexión son esenciales. La fotografía me permite capturar perspectivas únicas y mirar más allá de lo evidente, algo crucial al momento de entender las necesidades de un equipo o una organización. Por otro lado, la danza enseña que el éxito depende del equilibrio entre la disciplina individual y la sincronización grupal, lo que aplico al diseñar estrategias de liderazgo y desarrollo organizacional.

En el desarrollo organizacional, aplico este enfoque para diseñar programas que inspiren a las personas a moverse con propósito, adaptarse al cambio y encontrar el equilibrio en el proceso, impulsando así la innovación y la cohesión en los equipos.



Con su experiencia en gestión de cambio y transformación cultural, ¿qué consejo daría a las empresas ecuatorianas que buscan adaptarse al nuevo entorno post-pandemia?

El liderazgo post-pandemia nos enseñó la importancia de humanizar las organizaciones y entender las realidades de cada colaborador y líder. Escuchar, comprender y priorizar el bienestar emocional son aspectos clave en un entorno que demanda resiliencia y empatía.

Además, el trabajo híbrido, una combinación entre lo remoto y lo presencial, llegó para quedarse. Si bien la digitalización nos conecta globalmente, el trabajo presencial sigue siendo fundamental para fortalecer los vínculos humanos y generar cohesión en los equipos. Las empresas deben encontrar un equilibrio entre ambos mundos para maximizar la productividad y mantener la conexión auténtica con su gente.

La digitalización acelerada y la introducción de la inteligencia artificial han transformado la manera en que trabajamos y pensamos. En este contexto, las organizaciones deben invertir en el desarrollo de nuevas competencias y habilidades, promoviendo la adaptabilidad y la actualización constante de sus equipos.

Por último, la resiliencia se convierte en una competencia clave. Los cambios son rápidos, constantes y muchas veces abruptos. Las organizaciones que fomenten una cultura resiliente serán capaces de adaptarse ágilmente, enfrentar desafíos con mayor fortaleza y convertir cada crisis en una oportunidad de aprendizaje y crecimiento. La resiliencia no solo prepara a las empresas para afrontar la incertidumbre, sino que también las impulsa a innovar y a construir equipos comprometidos, empáticos y alineados con los objetivos estratégicos.

¿Cómo visualiza el futuro del trabajo en Ecuador y qué papel juegan los líderes empresariales en la construcción de organizaciones más resilientes y adaptativas?

El futuro del trabajo en Ecuador está marcado por tres grandes transformaciones: la digitalización, la globalización y la necesidad de un liderazgo humano y resiliente. Estamos frente a un entorno en constante cambio, donde las organizaciones deben adaptarse rápidamente a las nuevas tecnologías, modelos híbridos de trabajo y a una fuerza laboral con expectativas cada vez más orientadas al equilibrio entre productividad y bienestar.

Los líderes empresariales juegan un rol fundamental en esta evolución. Primero, deben ser facilitadores del cambio, fomentando una cultura organizacional flexible, ágil y adaptativa. Esto implica implementar metodologías ágiles que permitan a las empresas

reaccionar con rapidez ante los desafíos del mercado, manteniendo la eficiencia y rentabilidad.

Por otro lado, la humanización del liderazgo será clave. Post-pandemia, se evidenció que las empresas más exitosas son aquellas que priorizan la empatía y el bienestar emocional de sus colaboradores. Los líderes ecuatorianos deben desarrollar habilidades de escucha activa, resiliencia y gestión emocional para entender las realidades de su equipo y motivarlos en momentos de incertidumbre.

Otro aspecto crucial es la integración de la tecnología y la inteligencia artificial en los procesos laborales. Si bien esto agiliza las operaciones y mejora la competitividad, también requiere capacitar a los equipos para adquirir nuevas competencias digitales, asegurando que la transformación sea inclusiva y no excluyente. Los líderes deben garantizar que esta transición sea acompañada de formación constante, desarrollo de talento y una visión que equilibre la innovación con el factor humano.

En Ecuador, la diversidad cultural y la coexistencia de regiones con diferentes ritmos económicos (como Quito, Guayaquil y Cuenca) presentan una oportunidad única para desarrollar estrategias de liderazgo adaptadas a cada contexto. Las organizaciones deben reconocer y potenciar estas diferencias, construyendo modelos que integren la tradición con la modernidad, la experiencia con la innovación.

La realidad es que el futuro del trabajo exige que los líderes promuevan la resiliencia organizacional: la capacidad de enfrentar cambios abruptos y convertir las crisis en oportunidades de crecimiento. Esto solo es posible cuando existe una cultura de confianza, colaboración y propósito claro. La adaptabilidad, más que una opción, se convierte en una necesidad imperante para asegurar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo.

Sus programas han logrado mejoras significativas en indicadores de clima laboral y engagement. ¿Cuáles son las claves para construir culturas organizacionales exitosas en el contexto ecuatoriano actual?

Construir culturas organizacionales exitosas en el contexto ecuatoriano actual exige abordar varios elementos clave que, en conjunto, crean entornos de trabajo sólidos, motivadores y alineados con los desafíos actuales.

Humanización del liderazgo: *Las organizaciones deben entender que, más allá de los procesos y resultados, están las personas. La clave está en conectar con los colaboradores desde un liderazgo empático y facilitador, que escuche, valore y comprenda las realidades individuales y colectivas. Esto fomenta la confianza y fortalece el compromiso, aspectos esenciales para construir un clima laboral positivo.*

Desarrollo del propósito: *Las empresas que triunfan son aquellas que alinean sus metas con un propósito claro y compartido. Cuando los colaboradores encuentran significado en su trabajo y sienten que contribuyen a un objetivo más grande, aumenta la motivación y el engagement. Esto también impulsa la productividad y genera mayor sentido de pertenencia.*

Trabajo híbrido y flexibilidad: *El modelo híbrido, que combina lo presencial y lo remoto, es fundamental en el mundo post-pandemia. Las organizaciones deben adaptarse a esta realidad, asegurando que la flexibilidad no comprometa el sentido de equipo ni la comunicación. Crear espacios presenciales estratégicos para fortalecer las relaciones y promover experiencias humanas complementa las ventajas de la digitalización.*

Fomento de la innovación y la adaptabilidad: *En el contexto ecuatoriano actual, las empresas deben ser ágiles y adaptativas. Esto implica crear culturas abiertas al cambio, donde la innovación y la creatividad sean incentivadas. Programas de transformación cultural que promuevan la resiliencia organizacional permiten a las empresas enfrentar cambios abruptos con mayor éxito.*

Diversidad, equidad e inclusión: *En Ecuador, existe una oportunidad importante para reducir brechas, como el liderazgo femenino, y construir entornos equitativos donde todos tengan voz. Esto no solo impulsa la cohesión de los equipos, sino que también enriquece las soluciones y potencia la productividad.*

Desarrollo continuo de talento: *Una cultura exitosa invierte en el crecimiento de sus colaboradores. Implementar programas de formación, mentorías y desarrollo de habilidades técnicas y emocionales asegura que los equipos estén preparados para afrontar los desafíos del entorno actual. Esto fortalece la confianza interna y facilita la retención del talento clave.*

Una cultura organizacional exitosa en Ecuador se construye desde la humanización, la adaptabilidad y el propósito compartido. Al enfocarse en el desarrollo integral de las personas, las empresas no solo mejoran el clima laboral y el engagement, sino que también



alcanzan resultados sostenibles y se posicionan como líderes en el mercado.

Como mujer líder en el ámbito empresarial, ¿qué mensaje le gustaría compartir con las nuevas generaciones de profesionales ecuatorianos que aspiran a posiciones de liderazgo?

Mi mensaje para las nuevas generaciones es que liderar es mucho más que dirigir; es inspirar, conectar y transformar. El liderazgo comienza desde adentro, con un profundo proceso de autoconocimiento, donde uno descubre su propósito y cómo puede impactar a los demás. Sean auténticos, coherentes con sus valores y trabajen desde el corazón, porque los equipos necesitan líderes humanos, que no solo piensen en resultados, sino en las personas que los hacen posibles.

Como mujer líder, quiero destacar que las brechas de género aún existen, pero no deben ser un obstáculo; deben ser un impulso. Mi invitación es a que se abran camino con determinación, confianza y preparación constante. Ecuador necesita más mujeres y hombres jóvenes comprometidos en cerrar estas brechas, demostrando que la diversidad en el liderazgo fortalece a las organizaciones y a la sociedad.

El mundo de hoy exige adaptabilidad y resiliencia. Los cambios son rápidos y constantes, y solo aquellos que desarrollen la capacidad de aprender, desaprender y reinventarse podrán enfrentar los desafíos con éxito. No teman a los errores ni a los fracasos; véanlos como oportunidades de crecimiento y aprendizaje.

Recuerden que el liderazgo no se trata de acumular poder, sino de servir e inspirar a otros para que puedan alcanzar su máximo potencial. Construyan redes de apoyo, trabajen en equipo y celebren los logros compartidos. El futuro de Ecuador está en manos de líderes que eligen actuar con propósito, empatía y visión. Ustedes tienen la capacidad de ser agentes de cambio, transformando no solo sus vidas, sino también las de sus equipos y comunidades.

Así concluye la entrevista que refleja la huella que Ivonne Odreman imprime en el panorama empresarial contemporáneo, nos condujo con una filosofía transformadora que va más allá de los indicadores tradicionales. Su aproximación holística, que fusiona la búsqueda de la excelencia con una profunda comprensión del componente humano, establece un referente inspirador para las organizaciones que aspiran a destacar en la era digital y sostenible. A través de su labor y filosofía, Odreman no solo potencia la eficiencia empresarial, sino que también pavimenta el sendero hacia un ecosistema corporativo más empático, diverso y adaptativo en Ecuador y Latinoamérica. Su estilo de liderazgo personifica el equilibrio perfecto entre el pensamiento estratégico y la inteligencia emocional, pilares fundamentales para construir organizaciones prósperas y perdurables en el dinámico entorno empresarial actual.

Juan Martín Muller

Gerente de Comunicación y Educación
de WWF Ecuador

La sostenibilidad empieza desde dentro; con diálogo, liderazgo e inclusión

Para transformar modelos de negocio debemos impulsar una sostenibilidad social, ambiental y económica; eso implica un alto compromiso gerencial pero también promover mercados cada vez más responsables.

Con más de 15 años de experiencia en sostenibilidad, comunicación y educación, Juan Martín Muller, Gerente de Comunicación y Educación de WWF Ecuador, ha demostrado que la conservación ambiental y el liderazgo estratégico pueden transformar realidades. Desde su posición, Muller ha trabajado para alinear los objetivos de conservación de WWF con estrategias comunicativas que inspiren, movilicen y eduquen a audiencias diversas, desde comunidades locales hasta actores globales.

Graduado con una Maestría en Comunicación y Sostenibilidad de la Universidad Pontificia de Salamanca, Muller aporta una perspectiva integral al abordaje de retos complejos en sostenibilidad. Su trayectoria incluye roles en sectores variados como turismo, tecnología, petróleo, moda de lujo y conservación ambiental, evidenciando su capacidad para liderar en contextos desafiantes. Como autor del libro “7 pasos para implementar la RSC en tu organización”, Muller ofrece herramientas prácticas para que empresas integren la sostenibilidad en sus operaciones, fomentando un impacto positivo a largo plazo.

En WWF Ecuador, su enfoque estratégico combina la comunicación digital, la educación ambiental y las alianzas multisectoriales para amplificar el impacto de las iniciativas de conservación. Un ejemplo emblemático es la campaña de la Hora del Planeta 2024, donde lideró esfuerzos para concientizar sobre la contaminación por plásticos.

Más allá de su labor en WWF, Muller dejó un impacto significativo durante su tiempo como presidente de la Junta Directiva de CERES, impulsando el Plan Estratégico 2020-2024 y facilitando la llegada del distintivo Empresa Socialmente Responsable a Ecuador. Su liderazgo en estos espacios ha sentado las bases para que organizaciones locales adopten prácticas sostenibles, promoviendo una visión empresarial responsable.

Inspirado por el concepto japonés del Ikigai, Muller considera su trabajo en conservación ambiental como una intersección perfecta entre su pasión, habilidades y propósito. Este enfoque personal lo ha llevado a priorizar valores como la integridad, la empatía y el compromiso en cada una de sus iniciativas.

En su rol como Gerente de Comunicación y Educación en WWF Ecuador, ¿cómo equilibra la promoción de la conservación ambiental con la protección y fortalecimiento de la marca de una organización tan reconocida a nivel mundial?

En WWF Ecuador entendemos que nuestra misión de conservación y la fortaleza de nuestra marca están intrínsecamente conectadas. Por ello, el enfoque estratégico de comunicación consiste en alinear cada mensaje e iniciativa con nuestros pilares y valores fundamentales: integridad, respeto, valentía y colaboración. El panda es un símbolo global de conservación, pero también una promesa de movilización y transparencia científica. Esto nos obliga a ser muy cuidadosos en cómo presentamos nuestras iniciativas a audiencias diversas, asegurando que cada mensaje esté sustentado en datos científicos, pero que a su vez inspire confianza y un sentido de urgencia para actuar positivamente.

El fortalecimiento de la marca está directamente relacionado con la reputación de WWF, la cual es un activo que facilita y amplifica nuestra misión de conservación. Una sólida reputación global y nacional nos permite establecer alianzas estratégicas, captar recursos para desarrollar nuevos proyectos de alto impacto y llegar a más personas con iniciativas disruptivas. A su vez, cada proyecto exitoso y cada acción transparente refuerzan nuestra marca, creando un ciclo virtuoso donde la reputación impulsa la conservación y los logros en conservación fortalecen la reputación.

Usted lidera iniciativas de concientización sobre la importancia de paisajes y especies clave para la salud del planeta. ¿Podría compartir cifras o resultados específicos que reflejen el impacto de estas campañas en la región?

En WWF Ecuador entendemos que la concientización es clave para movilizar acciones a favor de la conservación. Un ejemplo significativo es la iniciativa de la Hora del Planeta, uno de los movimientos ciudadanos más importantes del mundo, liderado por WWF.

En 2024, en WWF Ecuador nos enfocamos en concientizar sobre la contaminación por plástico. Con el objetivo de involucrar a la ciudadanía, organizamos cinco mingas a nivel nacional (Galápagos, Quito, Guayaquil, Manta y Puyo) que contaron con la

participación de más de 1.000 personas, quienes recolectaron más de 3.5 toneladas de plástico. Además, realizamos actividades en escuelas y centros comunitarios del país. También se dio el simbólico apagón de dos monumentos (incluyendo la Mitad del Mundo), seis parques, una avenida principal y dos centros comerciales en el país. Finalmente, trabajamos articuladamente con 44 organizaciones aliadas del sector público, privado y sociedad civil.

A nivel de alcance, en redes sociales logramos llegar a más de 2.3 millones de personas y generamos 65 millones de impactos en medios tradicionales. Esto significa que la iniciativa y su temática de plásticos aparecieron 65 millones de veces en diversos medios y formatos dirigidos a los ecuatorianos. Asimismo, a través de nuestro “Banco de Horas”, la ciudadanía dedicó 11.748 horas a realizar actividades que ayudaron a concientizar o reducir la contaminación por plástico.

Durante su tiempo como presidente de CERES, ¿cuáles fueron los logros más destacados en términos de fomentar la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa en el Ecuador? ¿Podría mencionar cifras o datos relevantes que evidencien estos avances?

Durante dicho periodo, lo más relevante fue el desarrollo del Plan Estratégico 2020-2024 de CERES, así como la alianza estratégica con CEMEFI (México) para traer el distintivo Empresa Socialmente Responsable a Ecuador. Finalmente, se potenció la conformación de comités dentro de la organización, liderados por miembros de la Junta Directiva, con el fin de fortalecer ejes estratégicos. Entre estos se incluyeron la gestión institucional, alianzas estratégicas, comunicación y reputación, y sostenibilidad financiera.

Como autor del libro “7 pasos para implementar la RSC en tu organización”, ¿qué consejo clave daría a las empresas que buscan iniciar su camino hacia la sostenibilidad?

Mi primer consejo es alinearse internamente para que este proceso sea liderado desde la alta gerencia. Debo ser honesto, no es un proceso sencillo. Requiere tiempo, perseverancia, trabajo y compromiso de casi todas las áreas de la empresa, pero, sobre todo, de un altísimo convencimiento por parte de la alta gerencia, ya que implica hacer las cosas de manera diferente. Esto incluye replantear procesos, operaciones, modelos de negocio y más.

La verdadera sostenibilidad se gestiona de adentro hacia afuera, por lo que sin ese compromiso de la alta gerencia será como remar contra corriente desde el inicio. En ese escenario, las iniciativas sociales y ambientales se encontrarán con un “pero”, una excusa, un obstáculo o un recorte presupuestario por parte de ciertas áreas.

Justamente en el libro comparto los siete pasos necesarios para implementar la sostenibilidad de manera adecuada. Desde cómo presentar el tema ante los altos directivos, realizar un diagnóstico interno, mapear a los stakeholders estratégicos, hasta cómo decidir si una memoria de sostenibilidad es el camino adecuado para finalizar y comunicar su gestión.

Más allá de sus logros profesionales, ¿qué valores personales lo inspiran a liderar con visión y propósito en el ámbito de la sostenibilidad?

Mi inspiración para liderar en el ámbito de la sostenibilidad proviene de una profunda conexión con mis valores personales, alineándose con el concepto japonés del Ikigai, que significa la razón de ser o propósito de vida. Este concepto se basa en encontrar el equilibrio entre lo que amas, lo que eres bueno haciendo, lo que el mundo necesita y lo que te puede generar ingresos.

Para mí, trabajar en conservación ambiental es mi Ikigai, porque combina mi pasión por la naturaleza, mis habilidades en comunicación y educación, y la oportunidad de contribuir a un mundo más sostenible. Creo firmemente que liderar con propósito significa inspirar a otros a reconocer su propio rol en la protección del planeta, y esa visión me guía en cada decisión y acción que tomo.

¿Cuáles son las principales metas que se ha propuesto en WWF Ecuador para los próximos años, y cómo espera que estas contribuyan al bienestar global?

Durante los próximos cinco años, WWF Ecuador trabajará articuladamente en su misión de detener la degradación del entorno natural del planeta y construir un futuro en el que las personas vivan en armonía con la naturaleza.

Mi meta y la de todas y todos quienes hacemos WWF a nivel global es trabajar entorno al Roadmap 2030; una estrategia con objetivos claros y acciones prioritarias para abordar las 3 grandes crisis ambientales: pérdida de biodiversidad, cambio climático y contaminación.

FDE

FACTOR DE ÉXITO

ECUADOR

2025

CALENDARIO EDITORIAL



REVISTA DIGITAL

ENERO, FEBRERO, MARZO

LIDERAZGO
EMPRESARIAL
ECONOMÍA Y FINANZAS

ABRIL, MAYO, JUNIO

EMPRENDIMIENTO, INNOVACIÓN
Y TECNOLOGÍA
LIDERAZGO FEMENINO

JULIO, AGOSTO, SEPTIEMBRE

CAPITAL HUMANO
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

OCTUBRE, NOVIEMBRE, DICIEMBRE

TURISMO Y
SOSTENIBILIDAD



Juan Manuel García

Líder de Estrategia de Crecimiento -
Latinoamérica de Orion Worldwide

La sostenibilidad implica
generar un impacto positivo,
sostenido y a largo plazo en
las comunidades

Combina ética y sostenibilidad para liderar
negociaciones que impulsan impacto social
y éxito empresarial en la región

En el competitivo y dinámico mundo de los negocios, pocos líderes logran equilibrar la rentabilidad empresarial con un compromiso genuino hacia la sostenibilidad. Uno de ellos es Juan Manuel García Polanco, un destacado profesional con más de tres décadas de experiencia en la negociación estratégica y el crecimiento empresarial en América Latina. Actualmente, desde su posición como Head of Growth para América Latina en Orion Worldwide, lidera con una visión integral que prioriza tanto los resultados económicos como el impacto positivo en las comunidades y el medio ambiente.

García inició su carrera en el sector publicitario, donde rápidamente se destacó por su enfoque innovador y ético en la gestión de proyectos. Su formación en publicidad, complementada con especializaciones en estrategias de negocio, le permitió desarrollar un enfoque holístico hacia la negociación y la creación de valor sostenible. Este enfoque ha sido fundamental en su trayectoria, caracterizada por la implementación de soluciones transformadoras en entornos complejos.

Uno de los aspectos más destacados de su gestión es su compromiso con la sostenibilidad como eje central de las operaciones. En Orion Worldwide, ha liderado iniciativas que no solo generan beneficios económicos, sino que también refuerzan la confianza y la colaboración entre las partes involucradas.

Desde su perspectiva, ¿cómo las estrategias de negociación que lidera en Orion Worldwide contribuyen a fomentar prácticas empresariales más sostenibles en América Latina?

A menudo se asocia la sostenibilidad únicamente con prácticas ambientales responsables, pero su alcance es mucho más amplio. La sostenibilidad implica generar un impacto positivo, sostenido y a largo plazo en las comunidades y en todos los actores con los que interactuamos.

Para integrar este enfoque en nuestro quehacer diario, debemos reflexionar profundamente sobre el tipo de relaciones que construimos con nuestros proveedores, clientes y colaboradores. Al hacerlo, transformamos la sostenibilidad en un eje central de cada acuerdo que negociamos, asegurando que estos no solo sean económicamente beneficiosos para todas las partes involucradas, sino también sólidos, transparentes y orientados a generar confianza y valor compartido.

Desde mi posición, he buscado liderar con integridad, promoviendo no solo el desarrollo técnico

y profesional de los equipos, sino también una actitud ética en las relaciones comerciales. Este enfoque no solo eleva la calidad de nuestras interacciones con clientes y proveedores, sino que inspira a nuestro equipo a alcanzar su máximo potencial y desarrollar una visión más integral de su rol en el ecosistema empresarial.

Con este marco de acción, cada negociación se convierte en una oportunidad para generar un impacto social significativo. Fomentamos un entorno donde la ética y la sostenibilidad son las bases para transformar el sector de las comunicaciones de marketing, introduciendo estándares más elevados en nuestras prácticas y en las de nuestros socios comerciales.

Así, en Orion y en todo el grupo Mediabrands, buscamos ser algo más que un proveedor de servicios. Aspiramos a ser un socio estratégico confiable y un motor de cambio que impulse modelos de negocio más éticos, sostenibles y comprometidos con el desarrollo de las comunidades en las que operamos.

Como miembro del Consejo de Administración de Floralp S.A., ¿podría compartir ejemplos de proyectos sostenibles implementados y los resultados obtenidos?

Como miembro del directorio de Floralp, he tenido el privilegio de trabajar junto a la gerencia general y un equipo comprometido en la implementación de una visión de sostenibilidad que equilibra el desarrollo económico, el bienestar social y la preservación ambiental. Esta visión ha sido clave para posicionar a la compañía como un referente en prácticas empresariales responsables en el sector.

Uno de los proyectos más destacados ha sido el fortalecimiento de la cadena de suministro. La leche, materia prima principal, es provista mayoritariamente por pequeños productores lecheros de comunidades rurales en el norte de Ecuador. Este modelo no solo asegura un suministro constante y de alta calidad, sino que también genera un impacto positivo significativo en la economía local, mejorando las condiciones de vida de cientos de familias productoras. Al colaborar estrechamente con estas comunidades, se fomentan prácticas agrícolas responsables que aseguran la sostenibilidad de la cadena de valor a largo plazo.

En la perspectiva ambiental, Floralp ha realizado inversiones estratégicas en tecnologías ecoeficientes. Durante los últimos dos años, se han implementado medidas para reducir el consumo energético y mejorar el control de la calidad del aire, yendo más

allá de las exigencias legales. Estas acciones reflejan el compromiso de los accionistas y la gerencia general no solo con el cumplimiento normativo, sino con una gestión proactiva que minimiza el impacto ambiental.

Los resultados de estas iniciativas son claros y tangibles. En las provincias de Imbabura y Carchi, Floralp ha consolidado su reputación no solo como una empresa de calidad, sino como un actor clave en el desarrollo sostenible de la región. Este enfoque integral demuestra que la sostenibilidad no es solo una responsabilidad empresarial, sino una oportunidad para crear valor compartido, fortalecer relaciones y construir un modelo de negocio resiliente, ético y alineado con las expectativas de las comunidades y mercados.

¿Qué datos o métricas destacaría sobre el impacto positivo que las estrategias de crecimiento lideradas por usted han generado en sus equipos y socios comerciales en América Latina?

El impacto positivo de nuestras estrategias de crecimiento en Orion se refleja en varios indicadores clave. Quisiera destacar el más importante de ellos: los altos niveles de renovación de contratos a largo plazo con nuestros socios comerciales, lo que evidencia la confianza que hemos construido a través de negociaciones basadas en principios éticos y sostenibles. Este logro no solo asegura estabilidad financiera, sino que también permite una planificación estratégica más sólida para todas las partes involucradas.

Al largode su carrera, ha combinado experiencia práctica y liderazgo ético. ¿Qué aprendizaje considera clave para lograr un equilibrio entre la rentabilidad y la sostenibilidad?



El aprendizaje más importante que he adquirido es que la rentabilidad y la sostenibilidad no son objetivos mutuamente excluyentes; de hecho, se complementan cuando se gestionan de manera estratégica.

Un enfoque clave es entender que cada decisión debe equilibrar los intereses financieros con el impacto sobre el bienestar a largo plazo de todos los involucrados. Esto requiere una planificación cuidadosa, donde se analicen no solo los costos y beneficios inmediatos, sino también las implicaciones futuras de nuestras acciones. La transparencia en la comunicación con todas las partes interesadas es esencial, ya que permite alinear expectativas y construir confianza, lo que facilita la implementación de prácticas sostenibles.

Además, he aprendido que el liderazgo ético no solo inspira a los equipos internos, sino que también atrae a socios comerciales que valoran la integridad. Esta coherencia entre valores y acciones crea un círculo virtuoso donde la integridad se convierte en un motor de innovación, colaboración y crecimiento rentable.

¿Cuál ha sido el desafío más significativo que ha enfrentado al implementar proyectos sostenibles y cómo logró superarlo?

El desafío más significativo ha sido equilibrar las expectativas de resultados financieros inmediatos con la necesidad de invertir en sostenibilidad, cuyos beneficios suelen ser más visibles a mediano y largo plazo. Esto es especialmente complejo en un entorno donde las presiones del mercado y los indicadores de corto plazo a menudo dominan las decisiones empresariales.

Como en todos los desafíos del mundo corporativo, la clave está en la convicción sobre el camino estratégico emprendido y sobre el valor tangible que dichas decisiones representarán para la empresa y los stakeholders. La paciencia, la transparencia y un enfoque colaborativo son esenciales para superar la resistencia inicial y garantizar que todos los involucrados compartan la misma visión a largo plazo.

¿Qué lo inspira a seguir promoviendo prácticas responsables y sostenibles en su vida profesional y personal?

Lo que me inspira profundamente es la posibilidad de dejar un legado positivo, no solo en el ámbito empresarial, sino también en las comunidades y entornos donde operamos. Saber que cada decisión que tomo puede contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y fortalecer relaciones basadas en la confianza y el respeto me motiva a seguir adelante.

La inteligencia cultural como clave del éxito en los negocios globales

En el contexto actual, las empresas que buscan expandirse y establecer relaciones internacionales deben entender y adaptarse a las diferencias culturales para poder competir eficazmente. La **3ra Conferencia Internacional sobre Inteligencia Cultural en los Negocios**, que se llevará a cabo el **15 de mayo de 2025** en **La Haya, Países Bajos**, reunirá a líderes empresariales, diplomáticos y expertos de más de 30 países para discutir cómo la inteligencia cultural puede impulsar la colaboración global.

Este evento híbrido organizado por **ProtocolToday y Galbe Internacional** es una oportunidad única para profesionales de todo el mundo de aprender, compartir y crear conexiones con expertos de diversos sectores. “La inteligencia cultural es esencial para el éxito de los negocios internacionales”, afirma **Adriana Flores**, Directora Ejecutiva de ProtocolToday y Presidenta de FHCI en los Países Bajos. “Entender cómo manejar las diferencias culturales puede marcar la diferencia entre una colaboración exitosa o un fracaso”.

Un evento internacional con paneles y oradores de renombre

La conferencia contará con la participación de **6 ponentes internacionales** y se discutirá sobre temas como el impacto de la cultura en las negociaciones, estrategias de liderazgo en contextos multiculturales y cómo las empresas pueden integrar la inteligencia cultural en sus



CULTURAL INTELLIGENCE IN BUSINESS

International Protocol & Soft Diplomacy Conference

procesos de toma de decisiones. Entre los ponentes se destacan:

Lia Blijnsdorp, Fundadora de United Producers of Mexico (UPM), quien explorará El impacto de la cultura en las negociaciones empresariales.

Adriana Flores, quien abordará la importancia de la inteligencia cultural como herramienta para los líderes empresariales en un mundo globalizado.

Además, **Andreas Dripke**, Presidente del Diplomatic Council Global, será el moderador principal del evento, guiando las discusiones y paneles interactivos que permitirán a los participantes compartir perspectivas y establecer relaciones clave.

Oportunidades para el networking global

El evento ofrecerá amplias oportunidades de networking y aprendizaje a través de sesiones interactivas y paneles de discusión.

Los asistentes podrán conectarse con empresarios, diplomáticos y otros profesionales de más de 30 países, lo que les permitirá ampliar su red de contactos y explorar nuevas oportunidades de negocio.

El impacto de la inteligencia cultural en el entorno empresarial global será el tema central de este evento, que ofrece una plataforma única para explorar cómo las empresas pueden mejorar sus operaciones internacionales al integrar estas competencias en su cultura organizacional.

Detalles del Evento:

- **Fecha:** 15 de mayo de 2025
- **Hora:** 14:00 – 19:00 (CET)
- **Ubicación:** La Haya, Países Bajos (Híbrido)
- **Registro:** Regístrate aquí
- **Entradas:** Early Bird disponible, compra ahora y aprovecha descuentos.

Jeffry Illingworth

Managing director
and Partner en Andersen

“Lo que sembramos hoy,
será la cosecha en 20 años”

Visionario, mentor y líder en sostenibilidad,
Illingworth impulsa negocios hacia el futuro
combinando ética, innovación y responsabilidad.

Jeffrey Illingworth se ha consolidado como un referente en liderazgo transformacional, con una destacada carrera que abarca tres décadas. Desde sus primeros pasos como auditor hasta ocupar roles como CEO y Managing Partner de Andersen, su trayectoria refleja un compromiso inquebrantable con la excelencia, la innovación y la sostenibilidad.

Illingworth, nacido en Ecuador y con experiencia en las principales ciudades del país, ha liderado iniciativas transformadoras tanto a nivel nacional como internacional, particularmente en América Latina. En cada etapa, su enfoque ha sido claro: integrar principios de sostenibilidad y responsabilidad social en el ADN de las organizaciones que dirige. Desde digitalizar procesos en la Bolsa de Valores durante la pandemia hasta revolucionar el retail farmacéutico en Grupo GPF-FEMSA, su capacidad para anticiparse a las necesidades del mercado y su visión de largo plazo lo distinguen como un líder con propósito.

Uno de sus mayores logros ha sido el impulso de modelos de gobernanza efectivos, un aspecto esencial en un continente donde las empresas familiares predominan. Para Illingworth, establecer reglas claras, protocolos de sucesión y prácticas éticas no solo fortalece el presente, sino que garantiza un futuro próspero para los negocios y la sociedad. Como miembro de más de 20 directorios y asesor de múltiples comités, ha contribuido significativamente al desarrollo empresarial en sectores como la manufactura, el retail y el mercado de valores.

Su rol como mentor y profesor también refleja su compromiso con las nuevas generaciones. “Dar ejemplo no es la mejor forma de enseñar, es la única”, afirma convencido. Bajo esta premisa, inculca valores como ética, perseverancia y resiliencia, pilares que considera esenciales para formar líderes éticos y comprometidos. A través de su participación en programas internacionales y en la red REF – Executive Forum, ha transformado vidas y negocios, promoviendo el desarrollo de ejecutivos más conscientes y humanos.

En su actual posición en Andersen, Illingworth lidera la transformación de empresas hacia modelos más sostenibles e innovadores, apostando por alianzas estratégicas que potencien resultados. Además, su labor como líder de foros empresariales lo ha convertido en un agente clave para el cambio, impulsando a otros líderes a asumir un rol activo en la creación de un impacto positivo.

¿Cómo ha integrado los principios de sostenibilidad y responsabilidad social en las estrategias de negocio de las organizaciones que ha liderado?

En todas las decisiones que toman los altos ejecutivos se deben considerar temas de sostenibilidad y responsabilidad social, especialmente el impacto que tienen estas decisiones a largo plazo sobre ambos factores. Nuestros stakeholders exigen que tomemos en cuenta estas variables, y, sobre todo, nuestros clientes esperan que las empresas se preocupen y ocupen activamente de ellas.

Ha trabajado en diversos sectores y liderado procesos de transformación. ¿Podría compartir un caso destacado donde la innovación marcó la diferencia?

He tenido la oportunidad de liderar varios procesos de transformación en diferentes industrias. Para crecer, hay que transformar, y para transformar, es indispensable innovar.

Recuerdo varios ejemplos en mis últimos retos profesionales. Por ejemplo, en Grupo GPF-FEMSA lideré el área de desarrollo de negocios, donde, gracias al enfoque en la diversificación del grupo, logramos crear varios negocios complementarios, como la evolución del modelo de Retail Farmacéutico a Retail de Conveniencia y el desarrollo de una estrategia de omnicanalidad con la creación de Fybeca.com, entre otros.

Durante mi gestión en la Bolsa de Valores de Ecuador, en plena pandemia, trabajamos en digitalizar el 100 % de nuestros procesos para acercarnos y atender de mejor manera a los clientes del mercado de valores.

En Andersen hemos desarrollado herramientas de análisis de datos para ayudar a las empresas y negocios a tomar mejores decisiones.

Con su experiencia en mercados de América Latina, ¿qué factores considera clave para impulsar alianzas estratégicas exitosas en la región?

“Para llegar rápido camina solo; para llegar lejos camina acompañado”. Esta frase resume la importancia de crear alianzas estratégicas. En la gran mayoría de los negocios me encuentro con líderes que creen ser capaces de desarrollar todo por su cuenta, sin considerar que existen personas o empresas con

capacidades complementarias. Mediante alianzas podemos llegar más rápido y más lejos.

¿Qué considera que ha sido su mayor contribución al liderazgo corporativo en Ecuador y la región?

Durante mis 30 años de experiencia profesional he tenido la oportunidad de trabajar en varios de los principales negocios de mi país y en América Latina, liderando empresas multinacionales y grandes corporaciones familiares. Destaco tres grandes contribuciones:

- Desde hace una década formo parte de REF – Executive Forum, la red de altos ejecutivos más importante del país. La clave para el desarrollo de un país es el fortalecimiento de sus altos ejecutivos, quienes luego desarrollan a sus equipos y transforman sus organizaciones.

- Desarrollo de negocios y empleo. He contribuido al crecimiento empresarial y a la generación de empleo, elementos clave para el desarrollo del país, dejando siempre negocios más sólidos de lo que encontré.

- Fomento de la inversión extranjera. Ejemplos de esto incluyen la llegada de FEMSA a Ecuador y de varios fondos de inversión durante mi liderazgo en la Bolsa de Valores, y actualmente mi trabajo en el área de fusiones y adquisiciones en Andersen Ecuador, identificando continuamente oportunidades de inversión.

Ha sido mentor y profesor para futuras generaciones. ¿Qué valores y aprendizajes considera esenciales para formar líderes éticos y comprometidos?

“Dar ejemplo no es la mejor forma de enseñar, es la única”. Las nuevas generaciones necesitan referentes, y estamos “obligados” a contribuir con lo que hemos recibido.

En el ámbito profesional, si logramos transmitir tres mensajes a las nuevas generaciones, podemos transformar vidas y países:

- Ética profesional.
- Perseverancia.
- Resiliencia.

Con estos tres pilares, cumplimos en gran medida nuestro rol con la sociedad.

¿Cuáles han sido los principales logros que ha alcanzado en términos de sostenibilidad empresarial durante su gestión como CEO?

Los CEO tienen la gran responsabilidad de pensar a largo plazo, especialmente en lo que heredarán las siguientes generaciones.

Debemos entender que lo que estamos cosechando hoy es el resultado de lo que sembramos hace 20 años, y lo que cosecharemos en 20 años dependerá de lo que sembramos hoy. Si asumimos esta mentalidad, todas las decisiones estarán orientadas hacia la sostenibilidad empresarial.

Como miembro de más de 20 directorios, ¿qué prácticas de gobernanza considera esenciales para una dirección efectiva y sostenible?

He tenido la fortuna de colaborar con 20 directorios en 10 diferentes industrias durante la última década. La clave radica en establecer un buen modelo de gobernanza, que no comienza ni termina al formar un directorio.

Las buenas prácticas de gobernanza empresarial involucran blindar el presente y garantizar el futuro de los negocios. En América Latina, donde predominan las empresas familiares, es crucial establecer reglas claras entre socios y familiares mediante protocolos y planes de sucesión que permitan la continuidad y sostenibilidad de los negocios.

¿Qué iniciativas o proyectos tiene en mente que puedan marcar un impacto significativo en los próximos años dentro del ámbito empresarial?

Actualmente, tengo dos roles clave. Como Managing Partner de Andersen, mi compromiso está en transformar negocios y llevarlos al siguiente nivel. Por otra parte, como Forum Leader de REF – Executive Forum, mi aporte está en transformar líderes empresariales mediante el poder de la inteligencia colectiva, fomentando líderes más completos, conscientes y humanos.

UTPL lidera estudio clave para la conservación de especies forestales en la Amazonía ecuatoriana

Ecuator, como un país megadiverso, alberga una rica variedad de especies forestales que son fundamentales para el equilibrio de sus ecosistemas. Su estudio permite conocer la biodiversidad del país, entender su papel en la regulación del clima, la protección del suelo y la conservación del agua. Además, este conocimiento es crucial para desarrollar estrategias de manejo forestal sostenible, que promuevan la reforestación con especies nativas y combatan la deforestación.

En este sentido, la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), en conjunto con el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) y el Programa REM presentaron los resultados de un estudio que se realizó en la Amazonía ecuatoriana, con financiamiento de los Gobiernos de Alemania y Noruega, cuyos fondos son administrados por el Fondo de Inversión Ambiental Sostenible (FIAS).



Este estudio denominado “Muestreo diagnóstico de las poblaciones de especies forestales CITES: *Swietenia macrophylla* King. (ahuano) y *Cedrela odorata* L. (cedro) en la provincia de Pastaza”, tuvo como objetivo recopilar información esencial para la toma de decisiones enfocadas en la conservación y manejo sostenible de especies amenazadas y de alto valor comercial.

Alex Quizhpe Tapia, coordinador de Gobernanza Forestal-Programa REM —programa de pagos por resultados por la reducción de emisiones de la deforestación y de la degradación forestal (REDD+) de la Cooperación

Alemana y Noruega—, comenta que este trabajo ha sido una actividad exitosa que se ha logrado realizar desde el año 2023, cuando UTPL asumió este reto del estudio de dos especies forestales de importancia comercial para el Ecuador, como son el ahuano y el cedro.

“El MAATE realiza estudios de este tipo desde hace 10 años, pero con el programa REM que estamos ejecutando desde el año 2019, hemos plasmado y definido las actividades, logrando conseguir que se realice un estudio en la provincia de Pastaza, con el apoyo fundamental de la UTPL”, expresa Quizhpe.

Este proyecto ha sido un caso de éxito y ha logrado tener resultados positivos para la gestión de estas especies que están amenazadas, y que se encuentran dentro de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres, conocidas como CITES, lo cual ha permitido saber cómo podemos conservarlas y manejarlas adecuadamente

Luis Flores Rodríguez, especialista en Administración y Control 1 del MAATE, coincide con Quizhpe y menciona que este proyecto nace para identificar, evaluar y realizar el muestreo de poblaciones de estas especies, lo que nos permite generar acciones de conservación, manejo y uso sostenible en los bosques del Ecuador, y, especialmente, con las comunidades de la Amazonía, que son los custodios de las poblaciones mejores conservadas de estas especies.

“En este sentido se generó este estudio, que es de ámbito científico y que también nos permite cumplir con el reglamento del Código Orgánico del Ambiente y generar las normativas secundarias de gestión forestal sostenible en el marco de la conservación de estas dos especies y de la CITES”, comenta Flores.

Por su parte, Ángel Benítez Chávez, director del proyecto y de la carrera Gestión Ambiental UTPL, señala que dichas investigaciones que desarrolla la UTPL con financiamiento externo traen muchos beneficios no solo a la universidad, sino también a profesionales que han realizado su formación en la UTPL y otras instituciones de educación superior, porque pueden vincularse a estos proyectos.

“La UTPL apoya este tipo de proyectos, porque no solo aportan en la producción científica o en la generación de recursos, sino que también buscan complementar la ejecución de esos fondos para dar soluciones a problemas reales vinculando a las comunidades locales”, expresa Benítez.

Por lo tanto, el cuidado del medioambiente es una responsabilidad compartida por todos los ciudadanos, y existen diversas formas en las que podemos intervenir para prevenir, proteger y remediar los daños ambientales. Para la UTPL, es fundamental promover este tipo de actividades que generen propuestas de cambio; con ello, reafirma su compromiso en promover este tipo de acciones beneficiosas para la sociedad.

Decide ser más

Formamos profesionales desde una visión multidisciplinaria, para que sean capaces de identificar la problemática socio-ambiental en los campos de planificación, conservación, gestión administrativa, social, económica, jurídica y gestión de la calidad ambiental, dirigida a diferentes sectores y actores de la sociedad relacionados con el campo ambiental.



Avanza en Galápagos alianza estratégica hacia la movilidad sostenible en Ecuador

Las islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad, fue sede del evento 'Compromiso por la movilidad sostenible Ecuador 2024', impulsado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en alianza con Toyota del Ecuador.

El encuentro en el archipiélago movilizó a representantes del gobierno nacional, autoridades locales, cuerpo diplomático, sector automotriz, academia y otros actores hacia un compromiso por la movilidad sostenible. En este contexto, PNUD junto a la empresa privada impulsan un modelo de acción climática que protege la biodiversidad y fomenta una economía verde.

Esta alianza se enmarca en la iniciativa global del PNUD, Climate Promise, que opera en 140 países y territorios, incluido Ecuador, para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero y adaptarse a los desafíos del cambio climático; contribuyendo al cumplimiento de las Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional (NDC) bajo el Acuerdo de París, cuyo objetivo principal es limitar el aumento de la temperatura global a menos de 2 °C y hacer esfuerzos por mantenerla por debajo de 1.5 °C.

En el marco del evento PNUD y Toyota firmaron un memorándum de entendimiento, con vigencia de dos años, donde ambas entidades se comprometen a unir esfuerzos para transaccionar hacia una movilidad terrestre sostenible – baja en emisiones de gases de efecto invernadero – en el Ecuador. Este objetivo estará alineado con

los esfuerzos de política pública vigente del país relacionados con la mitigación y adaptación a los efectos del cambio climático.

Para ello, trabajarán en la generación de datos que permitan analizar los patrones de movilidad terrestre; apoyarán el desarrollo, fortalecimiento y socialización de políticas públicas que fomenten una movilidad sostenible, lo que podría incluir la identificación de tecnologías más eficientes y sostenibles y el desarrollo de incentivos financieros que apoyen esta transición.

Además promoverán, en alineación a las prioridades nacionales, espacios para abordar la temática de movilidad sostenible entre los actores de interés. De esta forma, este análisis se realizará en primera instancia en las Islas Galápagos, para luego ser realizado en otros territorios geográficos de Ecuador, que permitan la escalabilidad de los resultados.

La alianza generada entre PNUD y Toyota del Ecuador

busca alternativas en el ámbito de la movilidad sostenible y se presenta como una oportunidad única de avanzar en el liderazgo global de este tema. Desde la empresa privada, Toyota se une a una iniciativa con soluciones innovadoras, que apuntan a reducir las emisiones y proteger la biodiversidad, reafirmando su propuesta de transición hacia un modelo de bajas emisiones y su apoyo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Durante la firma del acuerdo, Inka Mattila, Representante Residente del PNUD en Ecuador, señaló que "El sector privado juega un rol fundamental en la transición verde. A través de alianzas estratégicas como esta, podemos avanzar en la implementación de soluciones innovadoras y de escala que reduzcan emisiones y promuevan un modelo de desarrollo inclusivo y respetuoso con el medio ambiente".

Agregó que el PNUD está poniendo a disposición del país su red de conocimiento y alianza



Compromiso por la movilidad sostenible

ECUADOR 2024



en más de 170 países y territorios para contribuir en la construcción de un mundo que pueda moverse de manera más sostenible.

En tanto, Hiroshi Kitahara, Presidente Ejecutivo de Toyota en Ecuador, expresó que “Toyota del Ecuador apoyará estas iniciativas para desarrollar el futuro de la movilidad. Como pioneros en el desarrollo de la tecnología híbrida, que actualmente genera una menor emisión de CO2 al medio ambiente y una reducción del consumo de combustible, como marca nos encontramos desarrollando múltiples opciones de tecnología limpia de movilidad sostenible que se adapte a las realidades locales y que nos permitan dejar un mejor futuro para las próximas generaciones”.

La jornada reunió a varios invitados, panelistas y expositores que hablaron sobre tendencias de movilidad terrestre sostenible, entre ellos: Jimmy Bolaños, Presidente del Consejo de Gobierno de Galápagos; Inka Mattila, Representante del PNUD Ecuador; Keiichiro Morishita, Embajador de Japón; Gianluca Merlo, Asesor Técnico Regional del PNUD; Genaro Baldeón, Presidente Ejecutivo de la Asociación de

Empresas Automotrices del Ecuador; María Cristina Recalde, Ministra Encargada Ambiente, Agua y Transición Ecológica (e); Diego Correa, representante de la Universidad de Cuenca; Arturo Izurieta, Director del Parque Nacional Galápagos, entre otros.

Los participantes destacaron la importancia de abordar la movilidad sostenible desde la colaboración entre autoridades gubernamentales, academia, ONGs, sociedad civil, sector privado, medios de comunicación e investigadores.

El transporte representa aproximadamente 39% de las emisiones de CO2 en América Latina y el Caribe, en el sector energía. En este mismo sector, en Ecuador, esta cifra representa alrededor del 50%, lo que subraya la urgencia de adoptar alternativas sostenibles en este sector clave. En un contexto donde el transporte contribuye significativamente a las emisiones de CO2, este acuerdo y este evento es una muestra del potencial transformador de las alianzas estratégicas entre el sector público, privado y las organizaciones internacionales.

Sobre PNUD:

Como agencia de desarrollo de las Naciones Unidas, el PNUD trabaja en 170 países y territorios para erradicar la pobreza y reducir la desigualdad. Ayudamos a los países a desarrollar políticas, habilidades de liderazgo, habilidades de asociación, capacidades institucionales y a desarrollar resiliencia para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Nuestro trabajo se concentra en tres áreas de enfoque; desarrollo sostenible, gobernanza democrática y consolidación de la paz, y resiliencia climática y ante desastres.

Sobre Toyota:

Toyota es una marca social y ambientalmente responsable, referente en el sector automotor desde 1959 en Ecuador. En línea con su propósito el cual es “Producir felicidad para todos” ha enfocado su contribución para lograr entornos más sostenibles, amigables y dignos, a través de soluciones que aportan a los desafíos más importantes del país. En el Ecuador es la marca pionera en la comercialización de vehículos híbridos desde el 2009, a través de sus concesionarios oficiales: Casabaca, Importadora Tomebamba y Toyocosta.

Vertiv presenta soluciones de alimentación y enfriamiento de IA completas para simplificar la elección y la implementación de infraestructura para centros de datos en Latinoamérica

Vertiv (NYSE: VRT). A medida que la inteligencia artificial (IA) y la computación de alto rendimiento (HPC) continúan alterando el panorama del centro de datos, Vertiv (NYSE: VRT), un proveedor mundial de soluciones de continuidad e infraestructura digital crítica, anunció un nuevo portafolio de soluciones de infraestructura para centros de datos de alta densidad para soportar las necesidades cada vez mayores de alimentación y enfriamiento de la oferta de TI de computación acelerada.

Las nuevas soluciones Vertiv™ 360AI han sido diseñadas para agilizar la adopción de la IA por medio de soluciones de infraestructura prediseñadas, la gestión digitalizada y el servicio integral, lo cual resulta en un tiempo de implementación hasta un 50% menor en comparación con la instalación de infraestructura típica.

El Vertiv 360AI ofrece una manera simplificada de alimentar y enfriar las cargas de trabajo

de IA de todos los tamaños. Las soluciones incluyen alimentación, enfriamiento, gabinetes, servicios integrales a lo largo del ciclo de vida y la gestión digitalizada. Las soluciones Vertiv 360AI les permiten a los clientes implementar de manera más rápida al eliminar los ciclos de diseño y minimizar las probabilidades de problemas durante la instalación y la puesta en marcha.

Además, son flexibles y personalizables por medio de reutilizar o actualizar los sistemas de enfriamiento existentes, cuando sea posible, para disminuir el alcance y el costo de implementación.

“La solución 360AI es un paso crítico para satisfacer las exigentes necesidades de infraestructura crítica de la planificación del centro de datos en Latinoamérica para la adopción de la IA. En Vertiv, comprendemos que la velocidad de implementación es fundamental para garantizar el éxito de las operaciones de nuestros clientes. Nuestra infraestructura modular

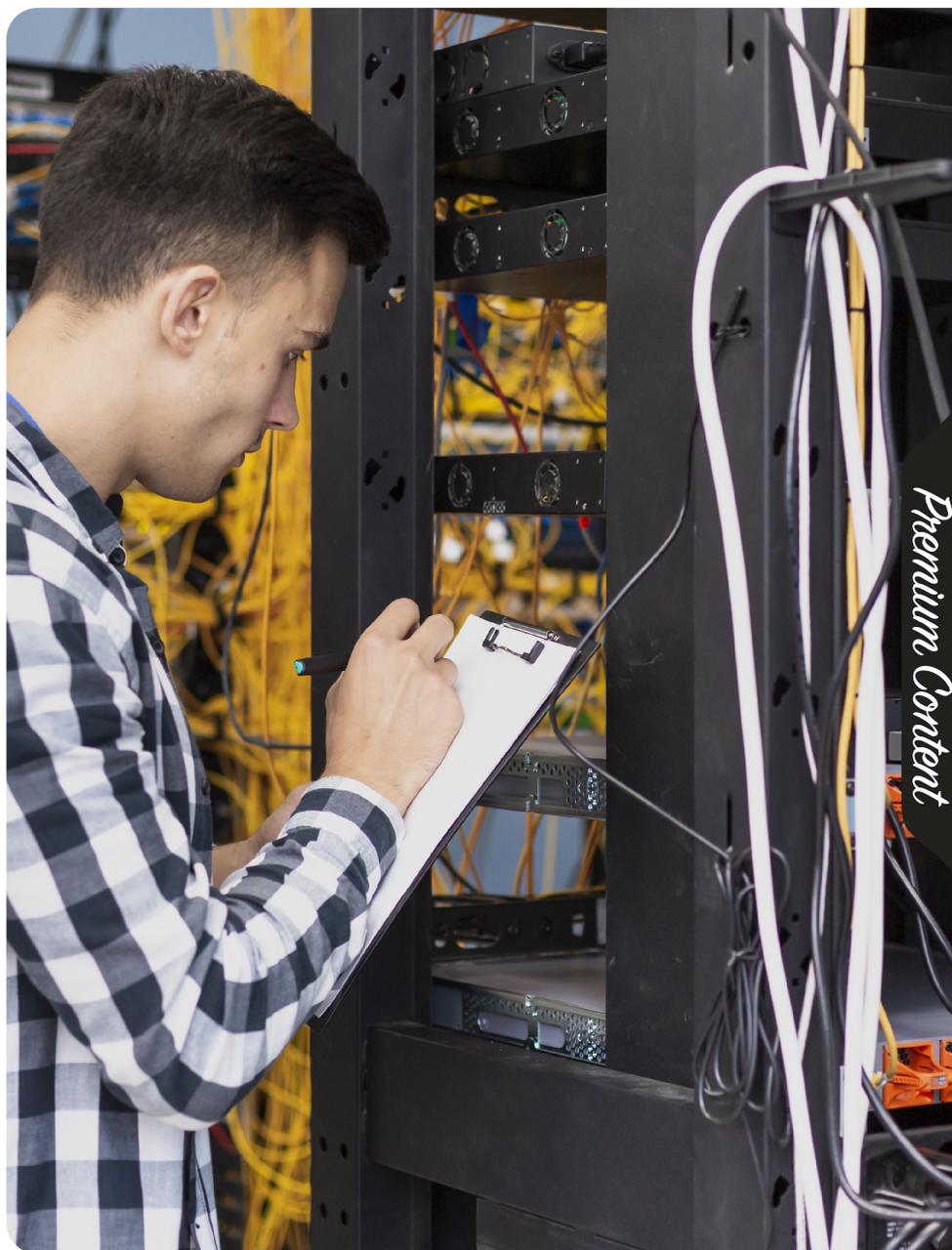
prediseñada ofrece opciones para centros de datos construidos desde cero o actualizados, así como soporte a lo largo del ciclo de vida”, indicó Alex Sasaki, vicepresidente de Vertiv Latinoamérica.

Vertiv 360AI ofrece soluciones que abarcan desde el soporte de pilotos de prueba de IA e inferencia en el borde hasta centros de datos de IA a gran escala. Los primeros modelos del Vertiv 360AI™ puede alimentar y enfriar hasta 500 kW por rack. Las flexibles estrategias de enfriamiento para el Vertiv 360AI incluyen modelos de aire a líquido, líquido a aire, líquido a líquido y líquido a refrigerante. Además, el Vertiv 360AI incluye soluciones modulares prefabricadas, como modelos de TI, módulos de enfriamiento y módulos de potencia combinables y escalables como bloques de construcción para ofrecer capacidad para las necesidades de infraestructura actuales y futuras. En el caso de los clientes sin agua helada disponible, el Vertiv 360AI también ofrece plantas de enfriamiento split de interiores

para proporcionar enfriamiento líquido con eliminación del calor basado en refrigerante.

Vertiv cuenta con un amplio portafolio de soluciones de enfriamiento para la IA y la HPC, con intercambiadores de calor en puerta trasera, unidades de distribución de refrigerante (CDU) y enfriamiento líquido directo al chip, plantas de free-cooling de alta capacidad y soluciones de centros de datos modulares prefabricados a base de agua helada de gran capacidad. Las soluciones de alimentación incluyen unidades de suministro ininterrumpido de energía (UPS) con baterías de iones de litio, barras de alimentación, tableros eléctricos y sistemas de almacenamiento de energía con baterías (BESS) para soportar las aplicaciones de microrredes.

Para conocer más de las soluciones de Vertiv y del Vertiv 360AI, visite el sitio [Vertiv.com](https://www.vertiv.com).



Premium Content

La recuperación del comercio de alimentos en América Latina: Análisis, tendencias y desafíos del sector según McKinsey & Co.

El estudio realizado por McKinsey & Co. revela las tendencias clave del sector minorista de comestibles en 14 países de Latinoamérica que están transformando el comportamiento del consumidor.

El más reciente informe de McKinsey & Company en colaboración con Kantar; State of Grocery: Retail LATAM 2024, destaca como en medio de señales de estabilización económica, el comercio minorista de alimentos en América Latina comienza a recuperarse tras años marcados por desafíos globales como la pandemia de COVID-19, el aumento de la inflación y el desempleo. Según el estudio, tanto consumidores como minoristas se enfrentan a una transformación significativa impulsada por nuevas tendencias de consumo y comportamiento en el mercado. En los primeros seis meses de 2024, el sector minorista de alimentos mostró signos claros de estabilización. Las ventas de bienes de consumo crecieron durante ocho trimestres consecutivos, con casi todos los países de la región, excepto Argentina y Chile, registrando un aumento en el volumen de ventas. Entre los formatos que lideraron el crecimiento están el comercio electrónico (con un aumento del 44%), las tiendas de conveniencia (32%) y las tiendas de descuento (26%). El gasto promedio anual también experimentó un aumento notable. En formatos modernos, el gasto creció un 15,6 %, alcanzando los \$362 por hogar, mientras que en los canales tradicionales el incremento fue del 10,9 %, con un gasto promedio de \$322. Estas cifras resaltan cómo los consumidores están buscando no solo valor económico, sino también conveniencia y accesibilidad. “En un mercado tan dinámico, la capacidad de innovar y responder a las necesidades cambiantes de los consumidores determinará el éxito de los minoristas en América Latina. Con una población de más de 650 millones de personas y un mercado en expansión, el potencial para el crecimiento sostenido es significativo, siempre que las empresas sepan cómo aprovecharlo de manera estratégica y ágil” explicó Antonio Novas, Socio Senior de McKinsey & Co y Managing Partner para la operación en República Dominicana.

El informe identifica cuatro tendencias principales que están moldeando el

sector. Estas dinámicas reflejan un cambio profundo en cómo los consumidores eligen, compran y valoran los productos esenciales.

La búsqueda constante de valor

Desde 2020, el poder adquisitivo en bienes de consumo ha disminuido un 25 % debido a una inflación acumulada de 6 % anual, mientras que el PIB regional creció solo un 1 % anual. Este contexto ha llevado a los consumidores a ser más estratégicos en sus decisiones de compra.

En lugar de optar por marcas "mainstream" con precios promedio, muchos consumidores han aumentado su gasto en productos económicos y marcas blancas, mientras que también se observa un aumento selectivo en el gasto en marcas premium. Este comportamiento dual cautela en gastos generales y "lujos discretos" en ciertas categorías, ofrece oportunidades para las marcas que sepan adaptarse a estas preferencias.

Según un estudio de mercado realizado por ICEX (España Exportación e Inversiones), los consumidores dominicanos están priorizando productos más saludables, orgánicos y frescos. Asimismo, el estudio destaca una creciente demanda de productos importados de alta calidad, especialmente de España y Estados Unidos. Además, señala que los modelos de negocio como las tiendas de "una sola parada" están ganando popularidad, ofreciendo conveniencia y variedad. Transformación de los canales minoristas

La transformación de los canales de distribución es otro aspecto fundamental. Los canales modernos, como supermercados, tiendas de descuento y mayoristas, ya representan más del 50 % del valor del consumo en la mayoría de los países de la región.

El aumento en la frecuencia de compra en estos formatos (+7 % entre 2022 y 2023) y el crecimiento acelerado de las tiendas

de descuento, con una participación de hasta el 25 % en mercados donde tienen alta penetración, son indicadores clave de esta evolución. En cambio, las visitas a tiendas tradicionales disminuyeron un 2,9 % durante el mismo período.

El auge de las marcas blancas

El crecimiento de las marcas blancas no solo es evidente en los grandes mercados como Colombia y México, sino que también está transformando las dinámicas de consumo en otros países de la región. Por ejemplo, en Ecuador, el gasto en marcas blancas aumentó un 300 % entre 2019 y 2023, destacando una rápida adopción en categorías como alimentos no perecederos, productos lácteos y artículos de cocina.

En contraste, Brasil fue el único mercado donde las ventas de marcas blancas disminuyeron, atribuido a una menor expansión de tiendas de descuento y la competencia de mayoristas que ofrecen marcas líderes a precios reducidos. A pesar de esto, las marcas blancas siguen consolidándose como una opción atractiva para los consumidores que buscan equilibrar calidad y ahorro.

En toda la región, la participación promedio de las marcas blancas en tiendas de descuento alcanzó un 25,9 %, con un crecimiento de dos puntos porcentuales en los últimos cinco años. Este comportamiento refleja un cambio estructural en los hábitos de compra y un aumento en la confianza de los consumidores hacia estos productos.

El canal digital vuelve a crecer

Si bien los canales modernos están surgiendo como el principal canal de compras y el canal tradicional sigue siendo casi omnipresente, las cifras principales sugieren que el comercio electrónico apenas se registra: en América Latina, representó solo el 1% del consumo total de los hogares por valor de ventas en 2023. Sin embargo, esta cifra oculta



un crecimiento subyacente significativo, ya que las ventas digitales repuntaron en 2023 y se cuadruplicaron en tamaño en los últimos cinco años. El cuidado personal es la categoría con la mayor participación y crecimiento en línea, seguida de cerca por los alimentos y bebidas no perecederos y luego por los productos lácteos y los artículos para el cuidado del hogar.

El aumento del gasto promedio (un aumento del 11% entre 2022 y 2023) y la penetración de mercado (que aumentó dos puntos porcentuales durante el mismo período) están impulsando el crecimiento de los canales digitales. Esto se tradujo en un aumento del 21% en el valor de las ventas regionales, hasta los 2.400 millones de dólares en 2023, liderado por Brasil (ventas de 762 millones de dólares), México (542 millones de dólares), Argentina (409 millones de dólares) y Chile (392 millones de dólares). Gran parte de este impulso del comercio electrónico está relacionado con un crecimiento más rápido de los minoristas electrónicos y sus plataformas.

¿Cómo responden los líderes del sector?

Los principales actores del comercio minorista están adoptando estrategias para capitalizar estas tendencias. Estas respuestas se agrupan en tres áreas clave:

Evolución del posicionamiento estratégico:

Los minoristas están adaptando sus formatos y propuestas de valor. Esto incluye la expansión de tiendas más pequeñas en áreas de alto tráfico, un surtido más enfocado en productos esenciales y la incorporación de nuevas categorías como comidas preparadas y servicios financieros. Además, las marcas propias están ganando protagonismo, ayudando a los minoristas a competir directamente con las tiendas de descuento. Estas estrategias no solo buscan captar más clientes, sino también aumentar la frecuencia de compra y la lealtad del consumidor.

Transformación del núcleo del negocio:

La digitalización está en el centro de las estrategias de los minoristas líderes. Desde la inteligencia artificial hasta el análisis avanzado de datos, las empresas están optimizando la cadena de valor, mejorando la experiencia del cliente y reduciendo costos operativos. Por ejemplo, el uso de análisis predictivos está permitiendo a los minoristas ajustar inventarios en tiempo real, mientras que las plataformas omnicanal facilitan una integración fluida entre las tiendas físicas y digitales. Esto no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también ayuda a personalizar ofertas y promociones para los consumidores.

Expansión hacia negocios adyacentes:

La diversificación es otra clave estratégica. Los minoristas están desarrollando ecosistemas más amplios, incluyendo plataformas de medios minoristas y nuevos servicios digitales. Estas iniciativas permiten a las empresas mantenerse más cerca de las preferencias del consumidor mientras generan nuevas fuentes de ingresos.

Un ejemplo es la expansión hacia servicios financieros, como programas de crédito y pagos digitales, que están diseñados para fidelizar a los clientes y aumentar su gasto promedio.

Si bien la estabilización económica brinda una oportunidad para respirar, los minoristas de alimentos en América Latina enfrentan el desafío constante de adaptarse a un entorno en rápida evolución. Aprovechar las oportunidades que presentan estas cuatro tendencias será clave para mantenerse competitivo en el futuro. El uso estratégico de los datos será un diferenciador crucial. Desde la identificación de patrones de consumo hasta la personalización de experiencias, los minoristas que logren integrar tecnologías avanzadas en sus operaciones estarán mejor posicionados para prosperar.

Banco del Austro recibe Distintivo de Cuantificación de Huella de Carbono Cero



de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) correspondientes al año 2021, cubriendo operaciones en su matriz en Cuenca, 16 sucursales, 69 agencias y 173 cajeros automáticos (ATM) en todo el país. Este esfuerzo se alinea con estándares internacionales y normativas nacionales,

demonstrando un enfoque integral hacia la sostenibilidad.

Andrés Larrea, Asesor de Sostenibilidad del Banco del Austro, destacó la importancia de este logro: “Estamos orgullosos de recibir este distintivo, que refleja nuestro compromiso continuo hacia un desarrollo sostenible.

Banco del Austro ha sido reconocido con el Distintivo de Cuantificación de Huella de Carbono, otorgado por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) como parte del Programa Ecuador Carbono Cero (PECC). Este distintivo representa un paso significativo en su compromiso con la sostenibilidad y la gestión climática responsable, consolidándolo como una institución que lidera con el ejemplo en el sector financiero ecuatoriano.

El proceso para alcanzar este reconocimiento incluyó la exhaustiva cuantificación





Este reconocimiento valida nuestro esfuerzo por cuantificar nuestras emisiones y alinear nuestras operaciones con las normativas internacionales y el programa Ecuador Carbono Cero, reafirmando nuestra convicción de que la sostenibilidad es el camino hacia el futuro”.

El MAATE, a través de su Subsecretaría de Cambio Climático, impulsa el PECC como una herramienta para promover la cuantificación, reducción y neutralización de emisiones de GEI en el sector productivo y de servicios. La ministra (s) del MAATE, María Cristina Recalde, subrayó: “Este reconocimiento no solo refleja el compromiso de las empresas con el medio ambiente, sino que inspira a otras organizaciones a adoptar prácticas responsables y sostenibles. Es un recordatorio de que el bienestar ambiental es esencial para el desarrollo sostenible de nuestra sociedad”.

El proceso de obtención del distintivo incluyó múltiples etapas de revisión y cumplimiento de las disposiciones técnicas establecidas en los acuerdos ministeriales, además de un riguroso proceso de homologación con estándares internacionales.

Banco del Austro reafirma su compromiso con el medio ambiente y continuará implementando iniciativas sostenibles que no solo fortalezcan su modelo de negocio, sino que también contribuyan al bienestar del entorno y las comunidades donde opera. Este reconocimiento es un hito en su trayectoria hacia la carbono neutralidad y un paso más en su visión de ser un referente en acción climática en el país.



Arca Continental con nueva línea de envases retornables con una inversión de 23MM

Con la participación de la Ministra de Trabajo y Gobernador del Guayas, entre otras autoridades gubernamentales, empresariales y representantes del ámbito de la sostenibilidad, se desarrolló la ceremonia de inauguración de la nueva línea de producción de envases retornables de Arca Continental, la segunda embotelladora de Coca-Cola más grande de América Latina. En Ecuador, grupo empresarial conformado por: AC Bebidas, Tonicorp e Inalecsa. El inicio de la operación marca un hito en la economía circular y sostenibilidad en la industria.

Este proyecto, que es parte de una inversión de 64 millones

entre 2022 y 2024, introduce tecnología avanzada para modernizar procesos, aumentar la producción, y mejorar la eficiencia operativa, optimizando el uso del agua y energía. Además, incorpora el crecimiento del parque de envases retornables, desarrollo de canales, plataformas de comercialización y promoción. Esta operación producirá botellas retornables, que son sustentables y económicas, reutilizables hasta 25 veces, reduciendo así el uso de plástico.

Inicialmente, la nueva línea producirá presentaciones familiares en vidrio y REF PET (plástico retornable). También se incluirá el formato de Botella Universal, un diseño homogéneo



que facilita la reutilización de las botellas de todas las variedades de la marca, haciéndola más sostenible. Esta línea de producción tiene la capacidad de procesar simultáneamente hasta 30 mil litros por hora, 400 botellas por minuto, en diferentes formatos de envase, destacándose por su velocidad y versatilidad.

El proceso de retornabilidad de botellas de vidrio y Pet Retornable, consiste en un ciclo en el que el consumidor devuelve un envase vacío en el punto de venta a cambio de una nueva bebida. Los envases recolectados regresan al embotellador y, tras un riguroso proceso de lavado e inspección electrónica, se rellenan para volver a comercializarse, manteniendo altos estándares de calidad en todo el ciclo de vida del empaque.



Premium Content



Actualmente, el 40% del portafolio de gaseosas producido por la empresa se comercializa en empaques retornables, tanto de vidrio como de PET retornable, posicionando a la compañía como un referente de economía circular en Ecuador.

Para Guillermo Adam, Director General de Arca Continental Ecuador, la implementación de una estrategia sostenible no solo nos permite generar valor compartido en las comunidades donde opera la compañía, sino que también contribuye de manera significativa a la mitigación del impacto ambiental. “Asumimos con gran responsabilidad el compromiso de liderar el cambio hacia un modelo de negocio más sostenible, que promueva la economía circular, la eficiencia en el uso de recursos y el respeto por el entorno. Cada acción que tomamos está orientada a crear un futuro más próspero y responsable, tanto para nuestros grupos de interés como para la comunidad”.

Arca Continental Ecuador impulsa diversas iniciativas para fomentar el desarrollo económico y social, priorizando la generación de empleo como parte de su

modelo de negocio sostenible. En línea con este compromiso, en julio de este año, la empresa suscribió un acuerdo voluntario con el Ministerio de Trabajo para incorporar talento joven a la compañía. Como resultado de este acuerdo, con cierre a 2024, 600 talentos se han incorporado a los tres negocios: bebidas, lácteos y snacks. La compañía cuenta con más de 9.700 colaboradores directos en sus negocios de lácteos, bebidas y snacks a nivel nacional, de los cuales el 30% son jóvenes de entre 18 y 29 años.

Durante su intervención, la Ministra del Trabajo, Ivonne Núñez, destacó que el Presidente Daniel Noboa, al asumir el cargo, expresó su compromiso de transformar la vida de los jóvenes. “Si antes no eran considerados por falta de experiencia, esa esperanza será una realidad”, afirmó. La ministra destacó que, con la creación de la Ley del Empleo Joven, hasta la fecha, se han registrado más de 252 mil empleos para jóvenes de entre 18 y 29 años.

Con estas acciones, Arca Continental Ecuador afianza su liderazgo en la industria y en sostenibilidad mediante

inversiones estratégicas que no solo benefician a las comunidades, sino que también impulsan el desarrollo económico y la generación de empleo.

Sobre Arca Continental

Arca Continental es una empresa dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company, así como de botanas bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador, y Wise en los Estados Unidos de América. Con una destacada trayectoria de más de 98 años, Arca Continental es la segunda embotelladora de Coca-Cola más grande de América Latina y una de las más importantes del mundo. En su franquicia de Coca-Cola, la empresa atiende a una población de más de 125 millones en la región norte y occidente de México, así como en Ecuador, Perú, en la región norte de Argentina y en la región suroeste de Estados Unidos. Arca Continental cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo “AC”. Para más información sobre Arca Continental, favor de visitar www.arcacontal.com

Daniela Peralvo

Co-founder and Co-CEO IMPAQTO

Innovación regenerativa para
un futuro sostenible en América
Latina

Daniela Peralvo lidera la transformación social y
ambiental, impulsando ecosistemas regenerativos
en América Latina con innovación y propósito

En un mundo donde el éxito empresarial y la sostenibilidad parecen conceptos lejanos, Daniela Peralvo se erige como una líder visionaria capaz de unir ambos horizontes. Como cofundadora y Co-CEO de IMPAQTO, la primera Empresa B de Ecuador, y cofundadora de Bilda, esta profesional ha dedicado su carrera a transformar los ecosistemas de emprendimiento en América Latina, fomentando modelos de impacto que equilibran la rentabilidad con un propósito social y ambiental claro. Su recorrido profesional, repleto de reconocimientos y experiencias internacionales, refleja su firme convicción de que los negocios no solo deben “hacer menos daño”, sino ser catalizadores activos de regeneración y equidad.

Desde que IMPAQTO vio la luz en 2014, ha logrado apoyar a más de 18,470 emprendedores y agentes de cambio, alcanzando a más de 2,6 millones de personas en 20 países. Su modelo se basa en impulsar proyectos de triple impacto (económico, social y ambiental), facilitando el desarrollo de más de 970 emprendimientos con prácticas sostenibles y escalables. Esta red, tejida meticulosamente por Peralvo y su equipo, ha fortalecido comunidades enteras y posicionado a América Latina como un referente emergente en innovación inclusiva.

El liderazgo de Peralvo se distingue por su capacidad de conectar actores clave en el ecosistema de impacto. Apuesta por la creación de comunidades diversas, colaborativas y resilientes, donde la confianza y la innovación sean los motores principales. Estrategias como estas han permitido a IMPAQTO ser una plataforma efectiva para emprendimientos emblemáticos como ReciVeci, liderado por mujeres ecuatorianas.

Este proyecto no solo promueve la separación y reciclaje de residuos sólidos, sino que ha impactado positivamente a recicladores urbanos y miles de familias, consolidando un modelo replicable de transformación social, económica y ambiental.

La visión de Peralvo va más allá de la sostenibilidad: su enfoque es regenerativo. Mientras que el paradigma tradicional busca “no dañar”, la regeneración implica mejorar activamente los entornos y la calidad de vida de las personas. Este propósito guía cada una de sus decisiones, sustentado en valores esenciales como la diversidad, equidad, inclusión e innovación transformacional. Para Peralvo, estas no son solo palabras, sino principios que deben integrarse en la gestión empresarial para lograr un cambio sostenible a largo plazo.

El camino de Peralvo también ha sido moldeado por sus experiencias internacionales en programas como el International Visitor Leadership Program (IVLP) y el Americas Competitiveness Exchange (ACE). Estos espacios le enseñaron que incluso las iniciativas locales más pequeñas pueden escalar

su impacto si están integradas en redes efectivas y colaboraciones multisectoriales. Su participación en organizaciones como la Red Responsible Leaders de la Fundación BMW, así como en juntas directivas y consejos consultivos internacionales, confirma su compromiso con la creación de un ecosistema equitativo y justo.

A nivel personal, la inspiración de Daniela surge de la comunidad con la que trabaja día a día, de los ecosistemas biodiversos de la región y del talento inexplorado de las personas, especialmente de las mujeres emprendedoras. Estos factores la elevan a continuar liderando con propósito, desafiando paradigmas establecidos y demostrando que los negocios, cuando se gestionan con visión y responsabilidad, son una herramienta poderosa para la transformación.

En el corazón de IMPAQTO y en cada proyecto que impulsa, Peralvo deja una huella de cambio positivo. Su legado no solo radica en los números y métricas, sino en la construcción de un futuro regenerativo, donde el éxito empresarial va de la mano con el bienestar de las comunidades y el planeta

“Mi liderazgo busca ir más allá de la sostenibilidad; estoy enfocada en la regeneración, mejorando activamente nuestro entorno y la calidad de vida”.

IMPAQTO es reconocida como la primera Empresa B de Ecuador. ¿Qué impacto tangible ha generado este modelo en los ecosistemas de emprendimiento e innovación en la región?

Desde que fundamos IMPAQTO en 2014, hemos sido un catalizador del cambio en América Latina, apoyando a más de 18.470 emprendedores y agentes de cambio, alcanzando a más de 2,6 millones de personas en 20 países. Nuestra visión como Empresa B ha demostrado que los negocios pueden ser motores de transformación social y ambiental, integrando rentabilidad con propósito. Esto ha consolidado a IMPAQTO como un referente para fortalecer ecosistemas de impacto, donde las alianzas y la innovación regenerativa son clave.

¿Qué datos o métricas destacaría sobre el crecimiento de los proyectos de triple impacto que han sido impulsados por IMPAQTO?

Hemos facilitado el desarrollo de más de 970 emprendimientos de triple impacto, logrando que adopten modelos sostenibles y escalables. Proyectos como estos no solo generan valor económico, sino que también contribuyen significativamente a la regeneración ambiental y a la inclusión social.

Nuestra meta al 2030 es clara: transformar la vida de 10 millones de personas, mientras posicionamos a América Latina como líder en innovación inclusiva y regenerativa.

Desde su experiencia, ¿qué desafíos ha identificado en la integración del impacto social y ambiental con la sostenibilidad financiera en los emprendimientos?

Los desafíos más comunes son:

Incertidumbre en mercados complejos y cambiantes, donde los modelos de triple impacto aún son percibidos como riesgosos.

Desconexión sistémica, con poco entendimiento sobre la interdependencia entre lo social, lo ambiental y lo económico.

Visión cortoplacista, que prioriza resultados inmediatos sobre un impacto sostenible a largo plazo.

A través de IMPAQTO, ayudamos a los emprendedores a superar estos retos, integrando enfoques sistémicos y fomentando resiliencia.

El tejido de redes en el ecosistema de impacto es clave para el éxito. ¿Qué estrategias han sido más efectivas para fortalecer estas conexiones en América Latina?

La clave ha sido el tejido de ecosistemas. Apostamos por crear comunidades diversas y colaborativas, donde la confianza y el intercambio de experiencias permiten encontrar soluciones innovadoras. Además, fomentamos la diversidad, entendida no solo como un valor, sino como un motor esencial para la innovación transformacional que requiere nuestra región.

En su rol como líder, ¿qué principios o valores considera esenciales para fomentar un ecosistema de impacto más justo y equitativo en la región?

Mi liderazgo se guía por los valores que también definen a IMPAQTO:

Diversidad, equidad e inclusión, que aseguran que todos sean valorados y escuchados.



Innovación transformacional, que impulsa nuevos paradigmas.

Agilidad y flexibilidad, que nos permiten adaptarnos y responder a las necesidades emergentes.

Estos principios han sido fundamentales para promover una transformación positiva en los ecosistemas de impacto.

Como parte de iniciativas internacionales como IVLP y ACE, ¿qué aprendizajes ha incorporado para potenciar la innovación y el desarrollo económico en los emprendimientos que lidera?

Uno de los mayores aprendizajes ha sido el poder de lo pequeño: iniciativas locales pueden tener un impacto global si se integran en redes efectivas. Además, la colaboración multisectorial y las alianzas internacionales son claves para escalar soluciones innovadoras. Finalmente, he aprendido a valorar la fuerza del emprendimiento femenino, un recurso inexplorado en nuestra región que tiene un potencial transformador enorme.

¿Podría compartir un caso emblemático de un emprendimiento acelerado por IMPAQTO que haya logrado resultados destacados en impacto social, ambiental y económico?

Un ejemplo inspirador es ReciVeci, liderado por mujeres ecuatorianas que promueven la separación y reciclaje de residuos sólidos a través de innovación tecnológica y social. Este emprendimiento ha transformado comunidades, involucrando a recicladores urbanos y educando a miles de familias. Es una muestra de cómo el impacto social, ambiental y económico pueden integrarse para lograr un cambio sostenible.

¿Qué la inspira a seguir trabajando en el desarrollo de un ecosistema regenerativo y equitativo en América Latina, y cómo este propósito guía su liderazgo?

Mi inspiración nace de:

La comunidad, que demuestra cada día su compromiso y capacidad de innovación.

Los ecosistemas biodiversos, que representan tanto retos como oportunidades.

Las personas, cuyo talento convierte los desafíos en posibilidades.

Mi liderazgo busca ir más allá de la sostenibilidad. Estoy enfocada en la regeneración, que no solo evita el daño, sino que mejora activamente los entornos y la calidad de vida. Este propósito guía cada decisión que tomo, con la esperanza de dejar un legado de transformación positiva para nuestra región.

Marco Calvache

Creativo, escritor, humorista y fanático de marketing emocional

La creatividad como eje transformador

En un mundo empresarial en constante cambio, ser creativo nos posiciona como el eje que impulsa la innovación, la conexión emocional y el impacto sostenible en las estrategias de marketing.

En la edición #15 de Factor de Éxito, celebramos a los líderes que están transformando el panorama empresarial global, entre ellos, Marco Calvache Sánchez, un creador incansable cuyo enfoque en el marketing emocional ha redefinido la manera en que las marcas se conectan con las personas. Calvache no solo es un estratega, sino también un visionario que ha demostrado que las emociones, cuando se alinean con los valores y creencias profundas, pueden ser la clave para lograr un impacto duradero.

A lo largo de sus 19 años de trayectoria, Marco ha integrado el arte, el humor y la narrativa en sus estrategias, llevando al marketing mucho más allá de lo convencional. Con una filosofía que podría resumirse en su “Nuevo Triángulo de la Vida” — corazón, mente y relación trascendente—, Calvache ha demostrado que el éxito empresarial sostenible comienza en las emociones. Este enfoque lo ha llevado a trabajar con más de 100 empresas y a impactar positivamente a más de 10,000 personas en América Latina y más allá.

Para Marco, el marketing debe partir de una emoción genuina, una chispa capaz de resonar en los corazones de los consumidores. “De todas las emociones que un cliente siente en el día, ¿cuántas son generadas por mi producto o servicio?”, cuestiona en sus charlas. Este es el desafío que plantea a las marcas: ser memorables no solo por lo que hacen, sino por lo que hacen sentir. En sus conferencias, como “Del producto funcional al emocional y filosófico”, explica cómo transformar un producto utilitario en un icono emocional que conecta profundamente con sus consumidores.

Calvache se describe como un fanático del “emotionshare”, el espacio emocional que las marcas ocupan en la vida diaria de sus clientes. Este concepto, que define a través de pilares como el “time-share”, el conocimiento, la emoción y la historia, es una guía para las empresas que buscan trascender el plano funcional y construir un legado.

“Mi tercer apellido es ‘Creativo’”, afirma Marco con orgullo. Este rasgo, que lleva en los genes, lo ha impulsado a explorar caminos no convencionales en la resolución de problemas. En su charla sobre “Pensamiento lateral/creativo”, Calvache introduce ejercicios que ayudan a las empresas a diferenciar entre pensamiento lineal, lateral y proyectivo, fomentando así la disrupción y la innovación.

Este enfoque también está presente en su iniciativa “Marketing Snacks”, una metodología que combina storytelling, humor y analogías para hacer del marketing un proceso accesible y entretenido. En su charla “El efecto Popcorn y Comunicatoon”, utiliza ejemplos como el síndrome de Estocolmo o el juego de dados para ilustrar cómo las marcas pueden sorprender y deleitar a sus audiencias.

Marco también es un firme defensor de utilizar la información de manera estratégica para construir experiencias memorables. En su charla “Sistemas de información de marketing para toma de decisiones”, enseña a las empresas a estructurar datos y convertirlos en herramientas que impulsen el diseño emocional de experiencias. Este proceso, según él, no solo beneficia al cliente, sino que también fortalece el posicionamiento de la marca.

La comunicación efectiva es otro de los pilares del éxito según Calvache. En su charla sobre “Comunicación asertiva - Códigos”, explora las claves para conectar con las nuevas generaciones y adaptar los mensajes a sus formas de pensamiento. Esto se complementa con su filosofía de “Comunicar y trascender”, donde enseña cómo convertir cada interacción en una oportunidad para construir relaciones significativas.

“Las historias son el lenguaje universal que conecta a las personas”, afirma Marco. Esto lo ha llevado a diseñar personajes y narrativas a través de su propuesta “Comunicatoon”, que utiliza elementos visuales y humorísticos para facilitar la comprensión de conceptos complejos.

Marco no es solo un creativo o un estratega de marketing; es un líder que inspira a otros a mirar más allá de lo evidente y a atreverse a romper paradigmas. A través de proyectos como “Marketing Meetings”, ha creado espacios para el aprendizaje y la colaboración, conectando a empresarios, estudiantes y profesionales de diversas industrias en eventos que destacan por su calidez y dinamismo.

Su impacto no se limita a las conferencias. Como consultor, Marco ofrece a las empresas un enfoque personalizado que combina diagnóstico estratégico, metodologías lúdicas y mediciones concretas para garantizar resultados tangibles. “Muchas empresas saben qué hacer, pero no cómo empezar. Otras ya empezaron, pero se perdieron en el camino”, explica. Su misión es ayudarles a despejar la neblina y a encontrar su norte.

En un entorno empresarial cada vez más complejo, el enfoque de Marco Calvache representa una bocanada de aire fresco. Su habilidad para combinar conocimientos técnicos con una comprensión profunda de las emociones humanas lo posiciona como un referente en la industria del marketing.



Mary Mayorga

Asesora de imagen empresarial y corporativa, Estilista y Maquilladora.

Un camino de excelencia que cruza fronteras

El viaje de Mary es el relato de una mujer que, con pasión y dedicación, ha logrado trascender las barreras geográficas.

Desde los hermosos paisajes andinos de Ambato, en Ecuador, hasta los vibrantes y desafiantes escenarios internacionales, Mary Mayorga ha dejado una huella indeleble en la industria de la belleza y la imagen. Su historia es una de perseverancia, pasión y trabajo incansable, cualidades que la han catapultado a convertirse en una de las profesionales más influyentes en su campo a nivel global. Con más de 15 años de trayectoria, Mary ha demostrado que los límites solo existen en la mente, y que con dedicación, todo es posible.

Su amor por el arte comenzó cuando tenía apenas 19 años, un joven talento que se sintió atraída por el

mundo de la belleza y la imagen, convencida de que no solo quería cambiar la apariencia de las personas, sino también transformar sus vidas. En 2007, fundó Mary Mayorga Asesoría de Imagen, un espacio en el que su creatividad y visión fueron claves para ayudar a otros a proyectar seguridad, profesionalismo y confianza. A través de su empresa, Mary no solo ha logrado posicionarse como una referente en Ecuador, sino que ha ayudado a muchas personas a alcanzar su mejor versión.

Pero su visión nunca se limitó a las fronteras de su país. En 2022, con un espíritu decidido y una convicción firme, Mary se embarcó en un nuevo

desafío: obtener la visa EB1, también conocida como la “visa Einstein”. Esta visa, destinada a personas con habilidades excepcionales en campos como las artes, las ciencias y la educación, sería la llave que le abriría nuevas puertas en el ámbito internacional. Su esfuerzo no solo fue recompensado con esta visa, sino que marcó el comienzo de una nueva etapa en su carrera, una en la que pudo expandir aún más su influencia.

En los últimos años, Mary ha trabajado en más de 13 países, dejando su sello en eventos internacionales de gran renombre. Su trabajo en los Premios Juventud, uno de los eventos más importantes de la música latina, y su colaboración con Mubacosmetics, la marca oficial de Miss Universo, la han consolidado como una de las profesionales más destacadas en su industria. En 2024, su labor fue esencial en la preparación de las participantes del certamen de Miss Universo 2024, que tuvo lugar en Ciudad de México. Mary jugó un papel crucial en los eventos preliminares y en la gran final, aportando su experiencia y visión a un evento que celebró la belleza, la diversidad y el empoderamiento de la mujer a nivel mundial.

Pero el camino hacia este éxito no fue sencillo ni rápido. Durante la pandemia, cuando el mundo entero se encontraba en una pausa, Mary decidió mudarse a Miami, donde comenzó a conectarse con los principales líderes de la industria de la belleza y la imagen. En ese período, aprovechó la oportunidad para perfeccionar su arte, realizando prestigiosos cursos en lugares como España, Francia, Italia y Hong Kong. Además, complementó su perfil profesional con programas de liderazgo en Harvard, consolidando su compromiso con la excelencia y la innovación en su campo.

En 2024, el reconocimiento hacia la asesora de imagen empresarial y corporativa no solo ha llegado desde la industria de la belleza, sino también desde diferentes instituciones. Recibió importantes distinciones del Consulado de la República Dominicana y del Estado de Nueva Jersey por su impacto en la comunidad hispana. Además, fue incluida en el libro *Hispanas Influyentes Volumen 3*, presentado en la sede de las Naciones Unidas, un honor que resalta su capacidad de inspirar a otras mujeres y su rol como referente de liderazgo y empoderamiento.

A pesar de todos estos logros, Mary se muestra humilde y reflexiva cuando mira hacia atrás. Tras completar su primer mes en Estados Unidos, Mary compartió en una entrevista: “Llegar aquí ha sido el resultado de años de preparación y fe. Este país me ha permitido poner en práctica los talentos que desarrollé en Ecuador, mientras construyo una vida digna para mi familia y para mí. Aunque dejar



atrás lo conocido fue difícil, cada día me recuerda que el sacrificio vale la pena”. Esta reflexión revela la verdadera fortaleza de Mary: su capacidad para adaptarse, superar obstáculos y convertir cada desafío en una oportunidad.

Ahora, en Estados Unidos, Mary continúa expandiendo sus horizontes. Se encuentra inmersa en nuevas propuestas en la industria del cine y la televisión, sectores que le brindan la oportunidad de seguir demostrando su versatilidad y creatividad. Pero a pesar de todos estos logros y cambios, nunca olvida sus raíces. “Ecuador tiene talento de exportación, y yo soy una prueba viviente de ello. Siempre llevaré a mi país en el corazón”, expresó con orgullo. Esta declaración refleja el profundo amor que siente por su tierra natal y la forma en que ha llevado su cultura y talento a un escenario internacional.

Mary es un claro ejemplo de que los sueños no tienen fronteras. Su historia es testimonio de que, con pasión, trabajo constante y valentía, cualquier meta puede alcanzarse. Cada obstáculo ha sido una oportunidad para crecer, cada desafío una puerta hacia nuevas posibilidades. Hoy, Mary es una figura global que sigue rompiendo barreras y demostrando que el liderazgo, cuando se ejerce con pasión y humildad, tiene el poder de trascender todas las fronteras.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA
ISSN 2520-0103

@seventoroberto-rito f Revista Factor de Éxito X @seventor13E WWW.REVISTA-FACTORDEEXITO.COM



José Luis Ventura

Presidente Ejecutivo en
Asociación Cibao de Ahorros y Préstamos

La transformación digital
del sector financiero dominicano

El Futuro Financiero:
Navegando la Economía

2025

■ **Elianne Vilchez**
Vicepresidenta Ejecutiva Bolsa de Valores
de la República Dominicana
Innovación y Liderazgo
en el Mercado de Valores
Dominicano

■ **Juan Mustafá**
Gerente General
BANDEX
Impulsando el
desarrollo económico
desde BANDEX

■ **Catherine Espaillet**
Directora Ejecutiva
de ADOFINTECH
La democratización financiera
es el eje del desarrollo
económico en 2025

■ **Gente de Éxito:**
RD se consolida como líder
en turismo e inversión en
FITUR 2025



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

FDE
FACTOR DE ÉXITO

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



DESCARGA TODAS
NUESTRAS
EDICIONES AQUI



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



CEES premió la excelencia de sostenibilidad de 17 proyectos que impulsan la descarbonización de la construcción en Ecuador

El Consejo Ecuatoriano de Edificación Sustentable (CEES) reafirma su compromiso con la construcción sostenible al premiar 17 proyectos innovadores que destacan por sus prácticas ambientalmente responsables. Esta iniciativa surge como respuesta a la necesidad crítica de implementar métodos de construcción que reduzcan el impacto ambiental y promuevan la descarbonización en Ecuador.

Los proyectos ganadores fueron seleccionados por su excelencia en sostenibilidad, específicamente

en áreas como la optimización energética, el uso de materiales ecológicos y la implementación de sistemas eficientes de gestión de recursos. El evento, que contó con la participación de 54 empresas, demuestra el creciente interés del sector de la construcción por adoptar prácticas que contribuyan a la preservación del medio ambiente.

Esta premiación no solo reconoce los logros actuales en construcción sostenible, sino que también establece un precedente para futuras iniciativas en el sector, promoviendo un cambio hacia prácticas más

responsables con el medio ambiente en la industria de la construcción ecuatoriana

Proyectos galardonados

A continuación, se detallan las empresas premiadas en las diferentes categorías:

Categoría Edificaciones

1. Premio edificación sostenible – Categoría Residencial.

Casa Toquilla de los promotores Rama Estudio

2. Premio edificación sostenible – Categoría Hotelero- proyecto en ejecución

Six Senses Resort, Galápagos de los promotores Pegasus Capital AdvisorsLp 750 / Orgal S.A

3. Premio edificación sostenible – Categoría Hotelero- OBRA TERMINADA

Hotel Eolia de los promotores Renato Solines y Verónica Reed

4. Premio edificación sostenible – Categoría Comercial

Supermaxi Ficoa de Corporación Favorita

5. Premio edificación sostenible – Uso Mixto - más de 4 pisos

Edificio Xoe de los promotores Proaño y Proaño

6. Premio edificación sostenible – Uso Mixto - 1 a 3 pisos



Agape Terapéutico Colectivo de los promotores Ágape Colectivo Terapéutico, Rama Estudio

7. Premio edificación sostenible – Categoría VIP

Colinas Racar de los promotores Mirasur Construcciones

8. Premio edificación sostenible – Categoría VIS

Casa Gloria de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

9. Premio edificación sostenible KIA E GROUND de KIA Ecuador

Categoría Obra Civil

10. Primer Lugar Obra Civil

ciclovía de los ríos de cuenca, una obra del GAD CUENCA

11. Segundo Lugar Obra Civil

Implementación de tecnologías AquaCell 400 para cosecha de agua lluvia y Biotanque Séptico Integrado para tratamiento de aguas residuales domésticas en el Galápagos Science Center propuesto por Mexichem Ecuador S.A., Universidad San Francisco de Quito y la Coalición por la Seguridad Hídrica del Ecuador





Categoría Materiales

12. Primero Lugar a Materiales Sostenibles

Ecosistema Hydromedia de la empresa Holcim Ecuador - Plastigama WavinEcuador

13. Segundo Lugar Materiales Sostenibles

Cubiertas Sostenibles de la empresa Imptek-Chova del Ecuador

14. Tercer Lugar Materiales Sostenibles

Cubiertas Vegetales de la empresa Sempergreen Ecuador

Categoría Emprendimientos

15. Primer Lugar Emprendimientos Sostenibles

Cíclico - Acabados Ecoamigables una obra de Dr. Carlos Moreno Miranda y elIng. Hipatia Palacios

16. Segundo Lugar Emprendimientos Sostenibles

MUSH una propuesta de Fátima Arregui, Andrés Neira, Renata Estrada

17. Tercer Lugar Emprendimientos Sostenibles

Preconstruct una propuesta de Héctor Rafael Montilla Peña, Jarod Alberto Paredes Sánchez

Un futuro más sostenible para Ecuador

Esta premiación forma parte de los esfuerzos del CEES por promover políticas y regulaciones verdes que incentiven a las organizaciones con altos estándares de sostenibilidad mediante beneficios fiscales. Asimismo, posiciona a Ecuador como un destino atractivo para la inversión sostenible en el sector de la construcción, logrando impactos positivos tanto sociales como ambientales.

Laila Chartuni

Presidenta TOP Companies
Ranking TOP+América 2024

“El líder como fuente
de inspiración y de cultura”

El contexto de los últimos años ha exigido a las organizaciones una enorme capacidad de adaptación, la cual se ha centrado principalmente en la implementación de nuevas tecnologías y la adopción de nuevos esquemas de trabajo como el home office o la automatización de ciertos procesos. Sin embargo, quizás debido a esta necesidad de adaptación tras la pandemia, se perdió en el camino el foco en el líder como una figura de inspiración para los colaboradores.

El líder no solamente es una figura que guía a su equipo en aspectos estratégicos u operativos, sino que es el portador de la Cultura y los valores de la organización. Es quien despierta en estos equipos de trabajo la motivación interna al ser un reflejo del propio colaborador y sus posibilidades de autorrealización. No obstante, es probable que este énfasis, estos aderezos que debe poner la empresa a través de sus líderes, se hayan diluido al atender otras necesidades y prioridades derivadas de las secuelas que arrastramos desde 2020. Por ello, es muy importante que las empresas vuelvan a despertar la conciencia del ser líder en cuanto a su capacidad de tocar e inspirar vidas.

Es decir, estamos hablando de la necesidad de que la atracción de talento ponga el ojo en la madurez de los líderes como una de las soft skills más importantes a considerar, así como la cercanía con las distintas generaciones que pueden convivir en una organización, en especial con los centennials. Esta generación ha experimentado el contacto humano de una manera muy distinta del resto de las generaciones a lo largo de su corta vida laboral y es importante fortalecer la conexión humana como una fuente de motivación. Esta cercanía y proceso de crecimiento favorece que los colaboradores se sientan inspirados por sus role models, lo cual deriva en menos rotación, mejor comunicación interna y, por tanto, una mejor productividad. Hoy por hoy uno de los retos más grandes a los que se enfrenta la organización es que los nuevos colaboradores se adapten a la Cultura.

Por otro lado, los avances más notorios al interior de las organizaciones sin duda se han dado con relación a temas de género y diversidad, en donde se observa una integración muy alta. Quizás lo que

se está perdiendo de vista es la integración de las generaciones más jóvenes y sus necesidades.

¿Cómo disminuir la brecha generacional considerando los cambios emocionales, de hábitos y de estilo de vida cuando ha cambiado la forma de habitar el mundo después de la pandemia? Sin duda, esto ha impactado a las organizaciones, pues he observado cómo la Cultura se diluyó debido a la necesidad de responder a las condiciones que implicaba gestionar la pandemia. Se le tuvo que dar mayor importancia a lo operativo, dejando de lado a las soft skills. Por lo tanto, el reto más grande de Recursos Humanos es conseguir una adecuada adaptación a la Cultura y, el eslabón que puede lograr que este proceso se logre, es justamente la madurez del líder. Para ello, quizás sea necesario ajustar los perfiles y valorar una vez más las cualidades que un buen líder debe proponer o proyectar en sus equipos.

Las organizaciones deben tomar en serio la motivación como una fuente que viene del líder a través de sus conductas y, al mismo tiempo, deben considerarse los nuevos esquemas con los que ahora se relacionan y comunican las nuevas generaciones. No es una tarea fácil, pero debe hacerse. ¿Cómo lograr lo mejor de los dos mundos? Esto sería una alta motivación junto con una alta capacidad de adaptación.

Las empresas no deben olvidar que sin un liderazgo que inspire y alimente la motivación interna de los colaboradores a través de sus conductas, no hay posibilidad de retener talento confiando en que la motivación externa será suficiente. ¿Qué deberían ver los jóvenes colaboradores en los líderes para encender su propia motivación interna? Esta es una pregunta que tanto la empresa como el área de atracción de talento debe hacerse para lograr una exitosa toma de decisiones.

RANKING
TOP+ América
2024

**El ranking TOP+AMÉRICA 2024 incluye
43 marcas, con representación en 110 países.**

Empresa	País	Sector	Liderazgo	Dinámica Organizacional	Resiliencia	Identificación con la empresa	Crecimiento laboral	Formación - Rol model	Motivación organizacional	Relación laboral	Honestidad	Diversidad e inclusión	Políticas de la empresa	Responsabilidad social	Jornada laboral	Seguridad laboral	Estrés laboral	Psicología positiva	Compensación
1	mabe	Chile	Manufactura y Venta de Electrodomésticos	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
2	NEORIS	Ecuador	Tecnología diversificada	2	2	2	1	1	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2
3	mabe	Ecuador	Manufactura y Venta de Electrodomésticos	3	3	4	3	3	4	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3
4	NEORIS	Chile	Tecnología diversificada	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5
5	NEORIS	Perú	Tecnología diversificada	4	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	4	6	6	5	4
6	mabe	Colombia	Manufactura y Venta de Electrodomésticos	6	7	6	6	6	6	5	6	7	5	6	6	5	7	6	6
7	ManpowerGroup Caribe y Centroamérica (CCA)	Guatemala	Recursos Humanos	7	6	8	8	7	7	8	7	6	7	7	7	5	7	7	7
8	Essity Centroamérica	Guatemala	Cuidado personal	8	8	7	7	9	8	7	8	8	8	9	8	8	8	8	9
9	xpd global	El Salvador	Logística y transporte	10	9	10	9	8	10	9	9	9	9	8	10	9	9	9	8
10	NEORIS	Colombia	Tecnología diversificada	9	10	9	11	10	9	10	11	10	10	11	9	10	10	10	10
11	mabe	Perú	Manufactura y Venta de Electrodomésticos	13	11	11	10	11	11	11	10	14	11	10	12	11	11	11	12
12	MARCO MKT	Argentina	Servicios Especializados	12	13	12	12	12	12	12	13	13	12	12	11	13	12	13	12
13	xpd global	Honduras	Logística y transporte	11	12	13	13	13	13	13	12	12	14	13	13	12	13	12	15
14	ManpowerGroup Caribe y Centroamérica (CCA)	Puerto Rico	Recursos Humanos	15	15	14	16	14	14	15	14	11	13	15	14	14	15	14	14
15	Essity Centroamérica	El Salvador	Cuidado personal	14	14	15	15	16	16	14	15	15	15	14	15	15	15	14	15
16	Promotora Ambiental	Panamá	Logística y transporte	16	16	16	18	17	15	16	16	16	16	16	17	17	17	16	17
17	MARCO MKT	Colombia	Servicios Especializados	17	19	17	17	21	17	17	17	17	17	16	18	16	17	17	16
18	ManpowerGroup Caribe y Centroamérica (CCA)	Panamá	Recursos Humanos	20	18	20	14	18	18	18	20	19	18	18	16	18	18	18	18
19	NEORIS	Argentina	Tecnología diversificada	19	17	19	19	15	20	19	19	18	21	19	19	20	19	20	19
20	MARCO MKT	Chile	Servicios Especializados	18	20	18	20	20	19	20	18	20	19	21	20	19	20	19	20
21	Office Depot Latinoamérica	Honduras	Comercio autoservicio	21	21	21	21	19	21	21	21	21	20	20	22	21	21	22	22
22	MARCO MKT	Brasil	Servicios Especializados	22	23	22	22	22	22	22	22	22	24	22	23	24	23	22	21
23	ManpowerGroup Caribe y Centroamérica (CCA)	Honduras	Recursos Humanos	24	22	23	24	23	23	23	23	23	22	23	21	23	22	24	23
24	ManpowerGroup Caribe y Centroamérica (CCA)	El Salvador	Recursos Humanos	23	24	26	23	24	24	24	24	24	23	25	24	22	24	26	24
25	ManpowerGroup Caribe y Centroamérica (CCA)	República Dominicana	Recursos Humanos	25	26	25	27	25	25	26	25	27	25	24	25	25	25	23	25
26	MARCO MKT	Perú	Servicios Especializados	26	25	24	26	28	26	25	27	26	26	26	26	27	25	27	26
27	Essity Centroamérica	Costa Rica	Cuidado personal	27	27	29	25	27	30	27	26	25	27	27	27	26	28	26	27
28	Office Depot Latinoamérica	Guatemala	Comercio autoservicio	29	31	28	28	26	28	28	28	29	29	28	29	28	27	28	28
29	NEORIS	Estados Unidos	Tecnología diversificada	28	29	27	30	30	29	29	29	28	32	29	30	29	29	30	29
30	xpd global	Panamá	Logística y transporte	30	30	32	29	29	27	30	30	30	31	30	28	30	30	29	30
31	xpd global	Guatemala	Logística y transporte	31	28	31	32	32	31	31	31	35	28	31	31	32	32	31	36
32	GRUPO DISTELSA	Guatemala	Retail	32	32	30	31	33	32	32	32	32	34	32	32	31	31	32	33
33	WESTERN UNION	Perú	Servicios financieros	33	36	33	33	31	33	33	35	33	33	33	33	33	35	33	33
34	Promotora Ambiental	Costa Rica	Logística y transporte	35	33	34	34	34	34	35	33	34	30	34	34	34	35	34	35
35	Qualfon	Costa Rica	Servicios profesionales	34	35	35	35	35	35	34	34	31	35	36	35	35	33	34	35
36	xpd global	Ecuador	Logística y transporte	36	34	38	37	36	36	36	36	36	36	35	36	38	37	36	31
37	Amadeus IT Group LATAM	Brasil	Tecnología diversificada	37	37	36	36	37	37	37	37	38	38	37	36	36	37	37	37
38	NEORIS	Brasil	Tecnología diversificada	38	38	37	38	38	38	39	38	38	39	37	39	37	38	38	39
39	CITYMAX REAL ESTATE	El Salvador	Servicios inmobiliarios	40	39	39	39	40	39	38	41	39	37	39	38	39	39	40	38
40	Qualfon	Colombia	Servicios profesionales	39	40	41	40	39	40	40	40	40	40	40	40	40	39	40	40
41	Office Depot Latinoamérica	Panamá	Comercio autoservicio	41	41	40	41	41	41	39	41	41	41	41	41	43	42	41	41
42	Office Depot Latinoamérica	El Salvador	Comercio autoservicio	45	42	43	42	43	42	43	42	42	42	42	42	43	42	41	42
43	Whirlpool LAR North	Ecuador	Manufactura y Venta de Electrodomésticos	43	44	42	43	42	44	42	43	43	43	43	42	41	43	44	43
44	Amadeus IT Group LATAM	Chile	Tecnología diversificada	44	43	44	47	44	43	44	44	45	44	44	45	44	45	43	45
45	xpd global	Costa Rica	Logística y transporte	42	45	45	45	46	45	45	46	44	45	46	44	45	44	45	44
46	Amadeus IT Group LATAM	Perú	Tecnología diversificada	46	46	47	44	47	46	46	45	46	46	45	46	48	46	47	46
47	Office Depot Latinoamérica	Costa Rica	Comercio autoservicio	47	47	46	46	45	48	47	47	47	49	48	47	47	48	47	46
48	ManpowerGroup Caribe y Centroamérica (CCA)	Costa Rica	Recursos Humanos	48	49	48	48	50	47	49	49	48	48	47	48	46	47	48	48
49	xpd global	Colombia	Logística y transporte	50	48	49	49	48	49	48	48	49	51	52	49	49	49	49	49
50	Amadeus IT Group LATAM	Colombia	Tecnología diversificada	49	50	52	50	49	50	50	51	50	50	50	53	53	50	50	53
51	xpd global	Argentina	Logística y transporte	51	52	51	51	51	53	52	50	51	47	51	51	50	51	53	50
52	Amadeus IT Group LATAM	Argentina	Tecnología diversificada	52	51	50	52	52	52	51	53	52	52	49	52	52	52	54	51
53	The Dolphin Company	St Kitts	Hotelería y Turismo	53	53	53	54	53	51	53	52	53	53	53	50	51	54	53	52
54	MARCO MKT	Estados Unidos	Servicios Especializados	54	56	55	53	55	54	54	54	56	54	54	54	53	52	54	55
55	SOLUCIONES CREATIVAS CAPITAL HUMANO	Costa Rica	Servicios profesionales	55	55	54	59	58	56	57	55	55	55	55	55	56	55	55	54

Empresa	Países participantes	Colaboradores	Sector
1 Walmart Centroamérica	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua	37.141	Comercio y Retail
2 NEORIS	Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Perú	1.757	Tecnología diversificada
3 mabe	Chile, Colombia, Ecuador, Perú	257	Manufactura y Venta de Electrodomésticos
4 GRUPO DISTELSA	Guatemala	2.420	Retail
5 Promotora Ambiental	Costa Rica, Panamá	970	Logística y transporte
6 MARCO MKT	Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Estados Unidos, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana	1.836	Servicios Especializados
7 Office Depot Latinoamérica	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá	757	Comercio autoservicio
8 Amadeus IT Group LATAM	Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Perú	867	Tecnología diversificada
9 Qualfon	Colombia, Costa Rica	390	Servicios profesionales
10 WESTERN UNION	Panamá, Perú	500	Servicios financieros
11 Essity Centroamérica	Costa Rica, El Salvador, Guatemala	128	Cuidado personal
12 ManpowerGroup Caribe y Centroamérica (CCA)	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Puerto Rico, República Dominicana	144	Recursos Humanos
13 xpd global	Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Estados Unidos, Canadá, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú, República Dominicana, Paraguay	232	Logística y transporte
14 Netlogistik	Colombia, España	145	Servicios Tecnológicos
15 Whirlpool LAR North	Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Guatemala	235	Manufactura y Venta de Electrodomésticos
16 ProntoBPO	Estados Unidos, El Salvador, Guatemala, Honduras	953	Telecomunicaciones
17 The Dolphin Company	Argentina, Caiman, Jamaica, República Dominicana, ST. Kitts B.W.	539	Hotelería y Turismo
18 Supermetanol, C.A.	Venezuela	174	Química y petroquímica
19 Grupo Saillant	República Dominicana	665	Construcción
20 CITYMAX REAL ESTATE	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, República Dominicana	144	Servicios inmobiliarios
21 APTIV SERVICES HONDURAS	Honduras	366	Sin asignar
22 another	Brasil, Colombia, Panamá, Perú	55	Servicios profesionales
23 Upfield	Panamá	14	Comercio especializado
24 Double V Partners	Colombia	98	Servicios Tecnológicos
25 Lundbeck	Colombia	20	Química farmacéutica
26 ADT Costa Rica	Costa Rica	89	Seguridad Electrónica
27 Agroextiende	Perú	45	Agroindustria
28 MOSTRO AGENCY	Guatemala	81	Publicidad y Mercadotecnia
29 CompuSoluciones	Colombia	10	Computación y servicios
30 SOLUCIONES CREATIVAS CAPITAL HUMANO	Costa Rica	11	Servicios profesionales
31 Quick Hit Solutions	Chile, Colombia	45	Consultoría en TI
32 Cibergestión Perú	Perú	90	Servicios financieros
33 Excibit de Centroamérica	Panamá	47	Tecnología diversificada
34 CORSISA	Guatemala	32	Computación y servicios
35 NEARGEN	República Dominicana	26	Telecomunicaciones
36 DVA GROUP	Colombia, Perú	18	Holding
37 LEON SOL arquitectos consultores	El Salvador	73	Construcción
38 Blank space	Argentina, Panamá	19	Publicidad y Mercadotecnia
39 Acclaim Energy	Estados Unidos	22	Electricidad y energía
40 Labcom	Perú	34	Servicios Especializados
41 CECIAM	El Salvador	63	Servicios de salud
42 CRS SOCIEDAD CORREDORA DE SEGUROS	Costa Rica	40	Seguros y fianzas
43 Marble Unlimited by Grupo Tenerife	Estados Unidos	19	Construcción

Mención especial Netlogistik España

Empresa	País	Sector	Liderazgo	Dinámica Organizacional	Resiliencia	Identificación con la empresa	Crecimiento laboral	Formación - Rol model	Motivación organizacional	Relación laboral	Honestidad	Diversidad e inclusión	Políticas de la empresa	Responsabilidad social	Jornada laboral	Seguridad laboral	Estrés laboral	Psicología positiva	Compensación
56	Amadeus IT Group LATAM	Costa Rica	Tecnología diversificada	57	54	57	56	56	55	56	56	54	56	56	55	56	58	56	56
57	xpd global	República Dominicana	Logística y transporte	56	57	56	57	54	57	55	57	57	57	58	58	57	58	57	57
58	xpd global	Paraguay	Logística y transporte	58	58	58	55	57	58	58	59	58	59	57	57	58	57	56	58
59	The Dolphin Company	Argentina	Hotelería y Turismo	60	59	59	58	59	59	60	58	59	58	61	59	59	60	60	59
60	Netlogistik	Colombia	Servicios Tecnológicos	61	60	61	60	60	62	59	60	67	60	59	60	60	61	59	60
61	Supermetanol, C.A.	Venezuela	Química y petroquímica	62	61	60	61	61	61	61	62	60	61	60	61	65	62	59	61
62	xpd global	Perú	Logística y transporte	63	62	62	62	62	60	63	61	62	62	62	62	61	61	62	62
63	Whirlpool LAR North	Colombia	Manufactura y Venta de Electrodomésticos	65	63	63	66	63	65	62	63	63	63	63	64	63	63	63	64
64	Whirlpool LAR North	Estados Unidos	Manufactura y Venta de Electrodomésticos	64	65	66	64	64	64	64	64	64	64	64	63	62	64	64	63
65	WESTERN UNION	Panamá	Servicios financieros	59	64	65	65	65	70	66	65	66	65	65	65	64	67	65	65
66	xpd global	Estados Unidos	Logística y transporte	66	66	64	63	66	63	65	67	65	66	68	66	66	65	66	66
67	The Dolphin Company	República Dominicana	Hotelería y Turismo	67	67	67	67	67	66	67	66	61	67	67	68	67	69	67	68
68	CITYMAX REAL ESTATE	Costa Rica	Servicios inmobiliarios	68	70	68	68	69	67	68	68	68	69	66	67	69	68	68	67
69	xpd global	Brasil	Logística y transporte	69	69	69	71	68	69	69	69	69	68	72	69	68	66	69	70
70	CompuSoluciones	Colombia	Computación y servicios	70	68	74	70	70	68	70	71	70	70	69	71	70	70	70	69
71	CITYMAX REAL ESTATE	República Dominicana	Servicios inmobiliarios	71	71	75	69	71	71	71	70	72	71	71	70	71	71	71	73
72	ProntoBPO	Guatemala	Telecomunicaciones	72	72	72	72	73	73	73	72	77	72	70	72	72	74	73	72
73	another	Panamá	Servicios profesionales	73	74	73	73	72	72	72	73	73	75	73	73	74	73	72	71
74	DVA GROUP	Colombia	Holding	74	73	71	77	74	74	74	75	74	73	74	74	73	72	74	75
75	CITYMAX REAL ESTATE	Guatemala	Servicios inmobiliarios	75	79	70	75	75	75	75	74	75	74	75	75	75	75	75	74
76	Whirlpool LAR North	Guatemala	Manufactura y Venta de Electrodomésticos	76	75	78	78	77	76	76	76	71	76	76	76	77	79	76	76
77	ProntoBPO	Estados Unidos	Telecomunicaciones	77	77	77	74	76	77	77	77	76	77	79	79	78	76	77	77
78	ProntoBPO	Honduras	Telecomunicaciones	78	78	76	76	78	79	78	78	78	79	77	78	77	78	76	78
79	Upfield	Panamá	Comercio especializado	79	76	79	79	79	78	79	79	79	78	78	77	79	78	79	80
80	The Dolphin Company	Jamaica	Hotelería y Turismo	81	80	80	80	80	80	80	81	80	80	84	80	80	81	80	79
81	another	Perú	Servicios profesionales	80	83	81	85	81	81	81	80	81	81	81	81	81	80	81	81
82	xpd global	Chile	Logística y transporte	82	82	86	81	82	82	82	82	82	83	82	82	82	83	80	82
83	ProntoBPO	El Salvador	Telecomunicaciones	83	81	83	82	84	83	83	83	83	82	80	86	84	83	82	83
84	xpd global	Canadá	Logística y transporte	84	84	82	84	83	85	84	84	85	84	83	83	83	84	84	86
85	APTIV SERVICES HONDURAS	Honduras	Sin asignar	85	85	85	83	85	84	85	85	84	85	85	84	86	87	85	86
86	The Dolphin Company	Cayman	Hotelería y Turismo	87	86	88	86	88	86	86	87	86	86	86	85	85	86	86	85
87	Lundbeck	Colombia	Química farmacéutica	86	87	87	87	87	89	87	86	87	87	87	87	87	85	89	87
88	Grupo Saillant	República Dominicana	Construcción	88	88	84	88	86	87	88	88	88	89	89	88	88	88	87	88
89	another	Colombia	Servicios profesionales	89	92	89	91	89	93	89	90	89	88	88	89	89	89	88	89
90	Agroextiende	Perú	Agroindustria	91	90	90	92	90	88	90	89	90	90	90	90	90	91	94	91
91	Double V Partners	Colombia	Servicios Tecnológicos	90	89	91	89	91	91	91	91	91	91	91	93	91	92	94	93
92	ADT Costa Rica	Costa Rica	Seguridad Electrónica	92	91	92	90	95	90	92	92	93	92	92	92	92	91	93	91
93	MOSTRO AGENCY	Guatemala	Publicidad y Mercadotecnia	93	93	93	93	93	94	96	93	92	93	99	91	93	93	90	93
94	another	Brasil	Servicios profesionales	94	94	95	96	94	92	94	94	94	95	93	94	95	94	92	98
95	Quick Hit Solutions	Chile	Consultoría en TI	95	95	94	95	92	96	95	95	96	94	95	95	94	96	95	92
96	DVA GROUP	Perú	Holding	97	96	96	94	96	95	93	96	95	96	96	96	96	95	96	96
97	Quick Hit Solutions	Colombia	Consultoría en TI	96	97	97	98	97	97	99	97	97	98	94	98	97	97	97	95
98	NEARGEN	República Dominicana	Telecomunicaciones	99	99	98	99	99	98	97	98	98	97	98	97	98	98	98	97
99	Cibergestión Perú	Perú	Servicios financieros	98	102	99	97	98	99	98	100	99	99	97	99	99	99	102	99
100	Excibit de Centroamérica	Panamá	Tecnología diversificada	100	100	101	100	102	100	100	99	100	100	100	104	100	101	102	99
101	CORSISA	Guatemala	Computación y servicios	101	101	100	102	101	103	101	101	103	102	101	100	101	100	101	101
102	Acclaim Energy	Estados Unidos	Electricidad y energía	104	98	102	101	100	102	102	102	102	101	102	102	103	102	100	102
103	LEON SOL arquitectos consultores	El Salvador	Construcción	103	103	104	103	103	101	103	103	101	103	109	103	102	103	103	104
104	Blank space	Panamá	Publicidad y Mercadotecnia	102	106	103	104	104	104	104	104	104	104	103	101	104	105	104	106
105	Blank space	Argentina	Publicidad y Mercadotecnia	105	104	105	105	105	105	105	106	105	105	105	105	105	104	106	105
106	Marble Unlimited by Grupo Tenerife	Estados Unidos	Construcción	106	107	106	107	106	106	106	105	106	106	104	106	106	106	105	104
107	Labcom	Perú	Servicios Especializados	107	105	108	106	107	109	107	107	109	107	106	107	107	107	108	107
108	CRS SOCIEDAD CORREDORA DE SEGUROS	Costa Rica	Seguros y fianzas	108	109	107	108	108	107	108	108	108	109	107	109	108	109	107	108
109	CECIAM	El Salvador	Servicios de salud	109	108	109	109	109	108	109	109	107	108	108	108	109	108	109	109



ROMPIENDO EL CICLO: HÁBITOS PARA VENCER LA PROCRASTINACIÓN Y AVANZAR

Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista
inspiracional y empresarial

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

La procrastinación es un enemigo silencioso que roba nuestras metas y sueños sin que nos demos cuenta. Ese hábito de posponer lo importante, de esperar “el momento perfecto” o de dejarnos seducir por distracciones, no solo nos aleja de nuestros objetivos, sino que afecta nuestra autoestima y nos llena de una sensación constante de culpa. Pero la buena noticia es que no estamos condenados a vivir atrapados en ese círculo. Con pequeños cambios en nuestros hábitos, podemos recuperar el control y transformar nuestra productividad.

Para empezar, es vital comprender que la procrastinación no es pereza, sino una respuesta emocional al estrés o la ansiedad que nos genera una tarea.

Muchas veces, postergamos aquello que consideramos difícil, aburrido o abrumador. En lugar de enfrentarlo, buscamos escapes: redes sociales, una tarea menor o, incluso, ese café “imprescindible”. El primer paso para romper este ciclo es reconocer cuándo lo estamos haciendo y preguntarnos: ¿por qué estoy evitando esto?

Aquí entra en juego el poder de los hábitos. Un hábito es una acción que repetimos hasta que se vuelve automática, y la clave está en construir rutinas que minimicen el espacio para la procrastinación. Una estrategia efectiva es la regla de los “dos minutos”: si algo puede hacerse en menos de dos minutos, hazlo de inmediato. Esto no solo reduce la acumulación de pendientes, sino que genera una sensación de logro que impulsa a seguir avanzando.

Aprender a manejar nuestra energía, no solo nuestro tiempo, es esencial. No todas las horas del día son iguales. Identifica tus momentos de mayor claridad mental y reservalos para lo que realmente importa. A esto se suma la importancia de eliminar distracciones, ya que el entorno en el que trabajamos tiene un impacto directo en nuestra productividad. Una notificación menos, un espacio ordenado más, y el enfoque comienza a fluir.

Por último, debemos ser amables con nosotros mismos. La lucha contra la procrastinación no se gana en un día. Habrá momentos en los que retrocedamos, y eso está bien. La clave es no rendirse, sino aprender de cada experiencia. Cada paso cuenta y cada esfuerzo suma.

En lugar de esperar al
“momento perfecto” para
actuar, comencemos hoy.

Porque cuando dejamos de
procrastinar, no solo hacemos
más, sino que también vivimos
con mayor plenitud y propósito.



GESTIÓN DEL CAMBIO LIDERANDO LA SOSTENIBILIDAD ORGANIZACIONAL

Alvaro "Cuco" de Venegas

International Change Guide | Business & People Transformation

[in https://linkedin.com/in/cucodevenegas](https://linkedin.com/in/cucodevenegas)

La sostenibilidad ha dejado de ser un elemento "de moda" para convertirse en un imperativo empresarial fundamental. Se le demanda cada vez más a los tomadores de decisión la tarea de desarrollar e implementar una estrategia de sostenibilidad en sus organizaciones. Para tener éxito, los líderes deben incorporar estos cambios en el plan estratégico desde hace tiempo.

El liderazgo y la gestión del cambio son esenciales para que las organizaciones sean más sostenibles y prosperen en los cada vez más desafiantes entornos de desarrollo. Como sabemos, la gestión del cambio es un proceso continuo que proporciona el marco para implementar y sostener el cambio, mientras que el liderazgo establece la dirección e inspira a la organización.

Un liderazgo eficaz es fundamental para impulsar el cambio organizacional comunicándose con claridad, inspirando con una visión clara y gestionando la resistencia con empatía y apertura. Mantener el cambio organizacional exige esfuerzos y compromiso constantes.

Las organizaciones que apuestan por la sostenibilidad pueden enfrentarse a cambios complejos, transformadores y que afectan a toda la empresa, con amplios impactos en sus clientes, su personal y otras partes interesadas. Por eso hablamos de la sostenibilidad organizacional.

En esencia, "sostenibilidad" implica perdurar en el futuro y en el largo plazo. Y desarrollo sostenible es "Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias".

Y no confundamos la sostenibilidad en las organizaciones con la gestión ambiental. Hablamos de un compromiso, de responsabilidad desde el punto de vista económico, social y ambiental, con un enfoque de "Triple P": el Planeta, las Personas y la Prosperidad. Este enfoque adapta con los criterios éticos ESG [Environmental, Social & Governance]

Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ESG), que se miden en nuestras organizaciones.

¿Qué impulsa a las organizaciones a ser más sostenibles?

A nivel internacional, la sostenibilidad está cobrando impulso debido a las presiones de los inversionistas y de los entes reguladores, las normas de presentación de informes globales, las demandas y oportunidades cambiantes del mercado y la escasez de personal especializado. Liderar a las organizaciones hacia el lado de la sostenibilidad conlleva importantes beneficios, entre ellos:

Mejor desempeño financiero: en términos de reducción de costes, incremento de ingresos, innovación y acceso a nuevos mercados y capital de inversión. El desafío de la sustentabilidad también estimula la innovación que conduce a nuevos productos, servicios, modelos comerciales y apertura de carteras.

Mayor retención y compromiso de empleados, relaciones con las partes interesadas y lealtad a la marca: las personas, especialmente las generaciones de reposición, quieren tener un impacto positivo en el mundo, aunque para algunos suene romántico. Así se forjan conexiones más profundas con las comunidades y las partes interesadas a través de su compromiso ESG.

Eficiencias operativas mejoradas: desde la reducción de desperdicios, el uso optimizado de recursos, las mejoras de procesos y las eficiencias acumuladas de la racionalización a nivel organizacional.

Gestión de riesgos, resiliencia y competitividad: medidas proactivas que permiten a las empresas evitar sanciones, minimizar las interrupciones y proteger su reputación a medida que la atención a la sostenibilidad se expande a nivel mundial.

Mejor alineación con los objetivos e iniciativas globales: para las empresas mayores sobre todo, como enfrentarán mayores obligaciones en términos de obligaciones, como las legales de amplio espectro.

Que exista la normativa, no garantiza que las empresas cumplan y mucho menos, que vayan a tener éxito en su operación por tener equipos de abogados y ambientalistas. De lo que escasean las organizaciones privadas y públicas, es de especialistas en gestionar estos cambios, y de líderes...

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



LIDERAZGO EN TIEMPOS DE TRANSFORMACIÓN

Alex Visic

Coach, escritor, emprendedor digital

www.linkedin.com/in/alex-visic/

En mis relatorías, suelo decir, que puedo definir liderazgo en una frase: “los líderes tienen seguidores”.

Antes de tener seguidores, los líderes son los encargados de contar un relato sobre un futuro posible... ¡claro!, el futuro no existe, eso provoca ansiedad y nuestra mejor alternativa es encontrar un líder que nos cuente un cuento, seguirlo y eso nos tranquiliza.

¿suena un poco burdo?

Si, pasado el tiempo, logramos el propósito que el líder nos había indicado... ¡todos felices! y nos sentiremos agradecidos. El líder tendrá un gran día y más seguidores. Pero si el propósito no se logra, la tendencia es culpar al líder. El fracaso es siempre huérfano.

Por favor, no confundamos autoridad con liderazgo.

Si voy conduciendo mi automóvil y un policía me indica que me detenga, haciendo un gesto con su brazo, no me detengo por su liderazgo, sino que por su autoridad.

¿Se siente abrumado por la velocidad del cambio? ¿Le preocupa el futuro de su empresa? No estás solo. La llegada del siglo XXI y la acelerada digitalización han generado una profunda transformación en todos los ámbitos de la sociedad, y el mundo empresarial no es la excepción. En

este nuevo escenario, ¿te gustaría conocer a “alguien” que te indique una alternativa sobre como navegar en la incertidumbre y construir un futuro próspero?

Si tú respuesta es sí, necesitas un líder, alguien a quien seguir... no digo ciegamente... Solo que, sin liderazgo no podemos vivir sanamente...no podemos saber de todo..

En esta Era digital, necesitamos nuevos relatos, nuevos líderes que desde nuevos paradigmas instalen conversaciones para fluir dentro de esta confusión y ambigüedad que nos circunda.

Para tener resultados, lograr objetivos, necesitamos que esos relatos, le otorguen sentido épico al proceso de “destrucción creativa” que todos experimentamos. Necesitamos explicaciones que podamos juzgar coherentes. Necesitamos ¡URGENTE! líderes en quienes confiar.

Por eso, no creo en las transformaciones digitales llevadas a cabo con foco en la tecnología y poniendo a cargo del proceso de transformación al “manager” que mejor entiende el mundo de lo tecnológico, porque de este modo se olvidan de que, idealmente, el gerente general, necesita, si desea ser exitoso, diseñar un escenario, elaborar un discurso que genere cohesión y entusiasmo, o sólo dejar el proyecto en manos de la autoridad y su capacidad de imponer la norma.

El liderazgo es un “deporte” que se juega en el lenguaje y lo que hoy requerimos con urgencia es volver a aprender a conversar, para recomponer una nueva imagen del mundo que nos otorgue sentido y capacidad de acción. Necesitamos Líderes que diseñen esas conversaciones y nos indiquen un camino.



LIDERAZGO REGENERATIVO: UN NUEVO CAMINO HACIA EL FUTURO

Marcelo Muñoz Rojas

Empresario, Escritor, Mentor, Speaker Tedx y Conferencista internacional sobre temas relacionados en Negocios, Liderazgo, Management, Transformación Digital, Innovación y Gestión del Cambio.

Siempre he creído que el liderazgo no es solo guiar a otros hacia el éxito, sino también dejar el lugar mejor de lo que lo encontramos. En este camino, me encontré con una idea que me transformó: el liderazgo regenerativo. Este concepto no solo invita a las organizaciones a ser sostenibles, sino a ir más allá, a restaurar y revitalizar los sistemas que tocan. Y déjame decirte algo: no es solo posible, es necesario.

¿De dónde viene esta idea?

El liderazgo regenerativo no apareció de la nada. Dos grandes pensadores, Giles Hutchins y Laura Storm, lo desarrollaron a partir de algo tan básico como fascinante: la naturaleza. ¿Has notado cómo un bosque o un río siempre encuentra formas de regenerarse? Estos sistemas vivos no solo sobreviven; prosperan.

Hutchins y Storm captaron esta esencia y la aplicaron al liderazgo. Dijeron: “Si queremos organizaciones que duren, debemos liderar como lo hace la naturaleza: regenerando”. Con esa premisa, escribieron un libro que me hizo reflexionar profundamente: “Regenerative Leadership: The DNA of Life-Affirming 21st Century Organizations”. Proponen un liderazgo que no solo minimice el daño, sino que cree impacto positivo.

El Corazón del Liderazgo Regenerativo

Déjame resumirte en qué consiste:

1. Propósito que inspire: Ya no basta con perseguir ganancias. Debemos preguntarnos cómo podemos contribuir al bienestar de nuestro entorno y de las personas.

2. Pensar en sistemas: Todo está conectado. Cuando tomamos decisiones, debemos considerar cómo afectan a las comunidades, al medioambiente y a la economía.

3. Actuar para restaurar: Aquí está la clave. ¿Qué tal si nuestras acciones no solo evitan daño, sino que regeneran recursos, ecosistemas y relaciones?

Estos tres pilares son un mapa hacia un liderazgo más consciente. Pero la pregunta no es qué tan bien suena esto. La pregunta es: ¿estamos dispuestos a liderar de esta manera?

Cómo Empezar: Claves para Liderar de Forma Regenerativa

¿Sabes qué me encanta de este concepto? Que cualquiera puede empezar. No importa si lideras un equipo pequeño o una multinacional. Lo importante es dar el primer paso. Aquí te dejo algunas ideas prácticas que he aprendido:

1. Conéctate con un propósito mayor: Pregúntate, ¿qué impacto positivo puede tener tu organización? Ajusta tus metas para incluir la regeneración como parte central.

2. Escucha más allá de tu burbuja: Habla con tu equipo, tu comunidad y tus clientes. Pregúntales qué necesitan y cómo puedes aportar. Recuerda, el liderazgo regenerativo es colaborativo.

3. Innova de manera circular: Revisa cómo puedes reducir desperdicios, reutilizar recursos y crear soluciones sostenibles. Un pequeño cambio en tu operación puede tener un impacto enorme.

4. Restaura lo que puedas: Tal vez no puedas cambiar el mundo de golpe, pero ¿qué tal si restauras algo en tu entorno inmediato? Puede ser una comunidad, un espacio natural o una relación profesional.

5. Educa a tu equipo: Enseña a tu gente a pensar en sistemas. Ayúdalos a ver cómo sus decisiones afectan al panorama completo. Esto crea una cultura regenerativa en tu organización.

6. Mide y celebra el impacto: No olvides medir lo que estás haciendo y reconocer cada avance. Celebrar las pequeñas victorias genera motivación para seguir adelante.

Quiero ser honesto contigo: liderar de manera regenerativa no siempre es fácil. Implica romper viejas formas de pensar y actuar. Pero te aseguro que vale la pena. Cada acción regenerativa que tomamos no solo beneficia a nuestras organizaciones, sino que construye un futuro más justo, sostenible y próspero para todos.

Te dejo esta pregunta para reflexionar ¿qué estás dispuesto a regenerar como líder?

🌐 Marmunoz.biz



IDEAS INNOVADORAS PARA LÍDERES EN 2025

Gustavo Adolfo Príncipe

Experto en liderazgo, productividad y desarrollo del talento
in <https://www.linkedin.com/in/gustavoadolfo principe/>

Mientras cerramos el capítulo del 2024, los líderes visionarios ya miramos hacia el horizonte del 2025. Un nuevo año trae nuevas oportunidades, desafíos inéditos y la necesidad de evolucionar continuamente. El liderazgo del futuro no solo exige habilidades técnicas, sino también una mentalidad que abrace la innovación, la empatía y la adaptabilidad. Aquí presentamos algunas ideas clave para inspirar a los líderes del 2025 a marcar la diferencia.

1. Liderar con Propósito y Humanidad

El liderazgo del futuro no se mide solo por resultados financieros, sino por el impacto en las personas. Los líderes que alineen sus objetivos empresariales con propósitos claros y valores humanos serán quienes destaquen. Esto implica crear ambientes de trabajo inclusivos, fomentar el bienestar emocional y mostrar un compromiso auténtico con las comunidades que servimos.

2. Dominar el Arte de la Flexibilidad

El 2025 nos empuja hacia un mundo aún más incierto. La capacidad de adaptarse rápidamente a cambios tecnológicos, económicos y sociales será esencial. Los líderes deben estar preparados para reinventarse, integrar la inteligencia artificial de manera ética y buscar nuevas formas de colaboración híbrida en equipos globales.

3. Innovar desde la Diversidad

La diversidad no es solo un tema de justicia, es un motor clave para la innovación. Equipos diversos ofrecen perspectivas frescas que generan soluciones creativas. En el 2025, los líderes exitosos serán aquellos que promuevan culturas organizacionales donde las voces únicas sean valoradas y las ideas disruptivas sean bienvenidas.

4. Fomentar una Cultura de Aprendizaje Continuo

El aprendizaje no termina con un título o una certificación. En un mundo que evoluciona vertiginosamente, los líderes deben ser aprendices perpetuos y contagiar este espíritu a sus equipos. ¿La meta? Convertir a las organizaciones en ecosistemas vivos donde la curiosidad impulse el crecimiento.

5. Inspirar con Visión y Coraje

El 2025 será un año para soñar en grande y actuar con valentía. Los líderes deben ser faros que guíen con una visión clara, motivando a sus equipos a superar cualquier obstáculo. Pero también será crucial tener el coraje para tomar decisiones difíciles, asumir riesgos calculados y liderar con integridad incluso en tiempos de incertidumbre.

Cierre del 2024: Reflexión y Preparación

Antes de adentrarnos en el 2025, tómate un momento para reflexionar sobre este año que termina. ¿Qué logros te enorgullecen? ¿Qué aprendizajes llevarás contigo? La mejor forma de iniciar un nuevo año es con una base sólida de gratitud y una estrategia clara para el futuro.

Líderes, el 2025 nos llama a ser más creativos, empáticos y audaces que nunca. Es el momento de convertir ideas innovadoras en realidades transformadoras. ¡El éxito está en nuestras manos!



EL CAMINO PARA UN PRÓXIMO AÑO BALANCEADO

Jacques Giraud

Ingeniero, especialista en desarrollo organizacional, master coach y mentor, con 25 años de experiencia y más de 400 seminarios impartidos como facilitador de Insight Seminars en más de 14 países. Autor del libro "Super Resiliente".

🌐 www.jacquesgiraud.com

A medida que el año llega a su fin, muchas personas se encuentran atrapadas en la vorágine de metas no alcanzadas, reuniones de cierre y compromisos familiares, dejando poco o ningún espacio para una reflexión profunda y consciente sobre cómo fue el período que termina y cómo será el que viene.

En este contexto, surge una gran verdad: para ser realmente productivo es esencial reservar tiempo, antes de que termine el año, y planificar con una visión integral, basada en la famosa rueda de la vida. Esto no solo ayuda a evitar el clásico "juego" de los deseos del espíritu navideño, sino que impulsa un equilibrio real en todos los aspectos de nuestra vida.

¿Te faltó disciplina o enfoque para completar el año de forma exitosa?

Es importante dar una mirada a cómo fue el año que está completando. Identificar distractores, hábitos que no funcionaron y comportamientos limitantes. No podemos repetir errores y justificaciones, para no dar continuidad a un patrón que puede desembocar en un resultado de fracaso o de sentimientos encontrados por las metas no satisfechas.

Así que, de forma neutral, hay que mirar el año como un observador, identificar logros, avances y oportunidades de mejora. Escribe en un papel, para que puedas visualizar y anclar a través de la escritura tus tomas de consciencia.

Estudios indican que las personas que planifican sus metas son un 33% más

propensas a alcanzarlas, en comparación con aquellas que no lo hacen. Sin embargo, no se trata solo de establecer metas, sino de planificar con un enfoque estratégico y consciente. Este proceso nos ayuda a evitar lo que muchas veces se convierte en un ciclo repetitivo: listar deseos y aspiraciones, bajo la influencia de la euforia festiva.

La famosa rueda de la vida es un recurso invaluable para las personas que buscan un equilibrio entre las diferentes facetas de su existencia. Esta herramienta divide la vida en áreas clave, como el trabajo, la familia, la salud, las finanzas, el desarrollo personal y las relaciones. Al evaluar y planificar cada una de estas áreas de manera individual, las personas pueden identificar dónde están los desequilibrios y trazar un plan de acción concreto para lograr una armonía sostenible.

No se trata solo de metas profesionales o financieras, sino de una mirada completa que nos recuerde que la productividad real no surge solo del éxito laboral, sino del equilibrio entre todas las dimensiones.

Planificar a nivel de resultados implica definir lo que queremos conseguir al final del proceso, pero sin dejar de lado los pasos concretos para lograrlo. Si solo establecemos metas basadas en resultados finales, sin un plan de acción específico para alcanzarlas, corremos el riesgo de frustrarnos o desviarnos del camino. La clave es desglosar esos grandes objetivos en pequeños hitos y acciones que nos acerquen, paso a paso, a nuestros resultados deseados.

Las personas que se toman el tiempo para planificar estratégicamente, antes de que termine el año, logran más que solo productividad: alcanzan un equilibrio que les permite enfrentar los desafíos del nuevo período con claridad y enfoque.

* Jacques Giraud es ingeniero, especialista en desarrollo organizacional, master coach, mentor y facilitador de Insight Seminars en más de 15 países. Autor del libro "Super Resiliente".



LIDERES ENFOCADOS EN LA SOSTENIBILIDAD Y EN VALORES PARA DESAFÍOS DE IMPACTO.

Gustavo dos Santos

CEO de HUMAN STADIUM – Usina de talentos

Son tiempos de poner en juego valores y virtudes para fomentar culturas con propósito, nuevas voluntades y otras formas de convivencia que ayuden a una mejor integración y a un mayor equilibrio, con estrategias que se encuentren enfocadas en fortalecer la sostenibilidad en la empresa como eje de acción.

Formamos parte de un mundo y una realidad que nos convoca para sumar a líderes que puedan poner el foco en estrategias de sostenibilidad humana, cuidando de las personas en los entornos que gestionan para una convivencia saludable y de bienestar.

En el entorno empresarial actual, la sostenibilidad se ha convertido en un factor clave que no solo impulsa el éxito de las organizaciones, sino que también contribuye al bienestar del planeta.

Y si hablamos de cuidar el planeta, también representa el camino para minimizar el agotamiento de recursos naturales, la contaminación y la degradación ambiental. Esto contribuye a la preservación del medio ambiente para las generaciones futuras.

Entendemos que hoy los consumidores y clientes valoran cada vez más a las empresas que se preocupan por la sostenibilidad y están dispuestas a apoyarlas.

De ahí la importancia de contar con líderes que también trabajen desde “la ejemplaridad” para gestionar la complejidad, logrando compromisos genuinos desde un bienestar compartido para alcanzar la conquista de estos desafíos.

Cuidar cada ecosistema es poner en práctica nuevas relaciones y vínculos basados en la confianza, la autenticidad emocional, la solidaridad, la escucha, que permitan trascender la figura de un líder humanista consciente enfocado en su gente y sus necesidades.

Hoy necesitamos culturas que contemplen un nuevo liderazgo humanista, que ponga la sostenibilidad en el centro de todas las decisiones empresariales y que represente un compromiso para las nuevas generaciones, desde el talento y creatividad respondan a un entendimiento social con cada comunidad.

Resulta significativo también si hablamos de este tipo de liderazgos entender la “magnanimidad” como virtud necesaria en el líder de hoy. Esta característica hace que ellos se sientan dignos de grandes cosas y que puedan potenciar sus sueños, visiones junto a sus equipos.

Santo Tomas de Aquino lo define como “la extensión del alma a las cosas grandes”, el poder potenciar la humildad en lo simple y cotidiano, en la escucha y en la espera. ¿Tenemos líderes magnánimos en nuestras organizaciones? ¿Tenemos líderes que desarrollen a sus equipos con una causa y misión compartida? Seguramente son virtudes que tendríamos que apreciar en los nuevos líderes ante lo urgente y un nuevo orden en un contexto cambiante.

Hay una nueva construcción social en cada organización que nos invita a repensarla desde una mirada basada en valores compartidos, con capacidad para trascender y rescatar la esencia del líder que quiere dejar huellas. Hoy la gestión de un líder inspirador y cercano tendrá como faro para su gestión un compromiso sincero con su gente, con su ecosistema y el planeta mismo.

Comparto palabras de M Cavallé quien con una mirada filosófica nos invita a reflexionar sobre la necesidad de trascender y transformarnos: “Estamos dormidos a nuestro verdadero ser cuando permanecemos confinados en las estrechas fronteras de lo conocido, en el circuito cerrado en el que nos mantienen nuestras limitadas concepciones sobre nosotros y sobre la realidad. Vivimos viendo solo una parte ínfima de lo que somos, sin haber recorrido nuestras cimas y nuestros abismos, sin haber vislumbrado nuestro auténtico ser”.

Este será el tiempo para vislumbrar nuestras cimas, nuestras fronteras y abandonar ese confinamiento. En una realidad donde todos somos parte del problema y de la solución, necesitaremos líderes en la región que puedan movilizar a otros con reglas claras, humildad, valores compartidos, de la mano de culturas con rostro humano. Las empresas tienen la oportunidad hoy, no sólo adaptarse al futuro, sino de construirlo y para ello, es necesario un liderazgo sostenible que haga que el compromiso vaya más allá de una gestión correcta y sea el ADN de la empresa. No es un trabajo “a solas”, es “con y para los otros”.

Ejemplaridad + Magnanimidad + Solidaridad + Autenticidad + Credibilidad será parte de una ecuación que los líderes de hoy deben incorporar en sus agendas y en el saber hacer!!

Ejercer un liderazgo solidario que aborde la sostenibilidad será alcanzar metas y objetivos a corto plazo, sino también asegurar la viabilidad a largo plazo, tanto en términos económicos como ambientales y sociales.

Y en este marco, en un mundo cada vez más globalizado y diverso, el liderazgo debe ser también inclusivo ya que resulta un componente esencial para el éxito empresarial. Este enfoque de liderazgo no solo promueve la igualdad y la inclusión, la diversidad de miradas, sino también que responde a objetivos para un desarrollo sostenible basado en la generación de ideas de impacto.

Es importante destacar que hoy un líder sostenible es aquel que toma decisiones pensando en el impacto que estas tendrán en el medio ambiente, y que busca implementar prácticas que sean respetuosas con el entorno y socialmente responsables. Por lo tanto, las empresas deben abordar estos desafíos mediante la generación de espacios activos para el debate de estos temas urgentes para nuestra realidad y desarrollar programas de formación y desarrollo profesional que preparen a sus equipos respondiendo exigencias actuales y de futuro.

No se puede pensar en el desarrollo de una organización sin el desarrollo de la persona y, en consecuencia, de su bienestar. La sostenibilidad no se trata solo del bienestar de la organización, sino también de su gente. El liderazgo sostenible proporciona un enfoque equilibrado para el desarrollo laboral y personal, en el caso de sus directivos y colaboradores. Unos de los mayores retos es la necesidad de reconfigurar modelos de negocio tradicionales para adaptarlos a un entorno más sostenible. Desde una perspectiva económica, el liderazgo sostenible busca el equilibrio entre la rentabilidad actual y la sostenibilidad financiera a largo plazo. Esto significa que los líderes sostenibles deben estar dispuestos a invertir en prácticas y tecnologías más sostenibles ya que la transición hacia un modelo más sostenible requiere no solo inversiones en tecnología, sino también un cambio cultural profundo dentro de las organizaciones.

Esta gestión debe ser bidireccional, al no solo poder aplicarse de puertas para fuera de la organización, como una motivación de los líderes en hacer ver la importancia de la responsabilidad y respeto por el desarrollo sostenible y el medio que nos rodea, sino también a través de una contribución de tipo personal en el impacto que estas prácticas de liderazgo pueden tener dentro de la propia empresa, respecto al cuidado de los colaboradores. Gestionar desde esta mirada es fortalecer el concepto de marca empleadora de la mano de empresas éticamente responsables y comprometidas. Hoy las nuevas generaciones al momento de seleccionar una empresa para desplegar parte de su carrera ponen interés en aquellas que trabajan con estos pilares con un valor diferencial.

La gran pregunta será: ¿qué estamos haciendo como líderes de manera colectiva para integrar políticas nuevas y prácticas que permitan educar nuestras miradas y la de nuestro entorno para que estos desafíos sean viables y aplicables?



Foco único **INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

Con la oferta más completa y de vanguardia en Certificaciones en un solo lugar desarrollada por los mas destacados expertos en la materia a nivel mundial

33% de las empresas consideran que el mayor obstáculo para la adopción exitosa de la Inteligencia Artificial "IA" en sus organizaciones es la falta de competencias en su gente "Skills Gap".

42% de empleadores prevén escasez de talento en IA en el corto plazo.

JedAI's te brinda la solución para que en tu calidad de líder puedas desarrollar una estrategia de alto valor en torno a la IA. Toma la delantera y empodera a tu organización!

El factor clave de éxito en IA es la capacitación - profesional con certificación internacional.

AI + Executives

AI + Ethics

AI + Customer Service

AI + Everyone

AI + Project Manager

AI + Government

y más...

Empoderamos a Latinoamerica con certificaciones en inteligencia artificial para un futuro digital prometedor



MARMUNOZ

TEAM

TRANSFORMACIÓN DIGITAL - GESTIÓN DEL CAMBIO - INNOVACIÓN Y DESARROLLO

CAMPAMENTO DE LÍDERES



SCAN

ELEVA TU NIVEL ORGANIZACIONAL

¿QUÉ APRENDERÁS?

 +1 (786) 605 7875

01

Liderar
equipos
digitales y
de negocio



02

Fomentar la
Colaboración
y la
creatividad



03

Conocer y
aplicar las
destreza de los
líderes de la era
digital



www.marmunoz.biz