

**Willy Pumarol Jr.**  
PGA Tour Player Latinoamérica

**Carlos Slobotzky**  
Promotor del golf en México

**Kati Fernández**  
Directora de Integración y Contenido  
Original ESPN +/ESPN Films

UNA PRODUCCIÓN DE: FACTOR DE ÉXITO

**WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE**

**GANADORES**

Representando a **República Dominicana**  
en la final mundial de **Tenerife-España \***

\*Incluye: Cupo para la final mundial; Boletos aéreos (2); Hospedaje (4 noches) con desayuno.

2022 WORLD FINAL

ROAD TO **tenerife!** 17-21 October  
*awakens emotions!*

**Factor de Éxito**

**PAÑA ESPAÑA**

**MARGARITAVILLE**

**FDE**  
FACTOR DE ÉXITO

**World Corporate  
Golf Challenge  
RD Factor de Éxito  
Harold Cuellar y Troy Farmer  
Campeones**

LA INDUSTRIA DEPORTIVA  
PRODUCTIVIDAD GARANTIZADA  
Por: Francis Terán

**ARGENTINA  
¡TRICAMPEONES!**

FIFA WORLD CUP  
Qatar 2022





UNICENTRO PLAZA UNICENTRO PLAZA

# RENTALVISION

PUBLICIDAD

EL MEDIO INTELIGENTE EN PUBLICIDAD EXTERIOR

Somos la empresa de publicidad exterior con el **Circuitto más grande de Pantallas LED**, de la República Dominicana. Nuestras pantallas inteligentes abarcan todos los puntos neurálgicos del gran Santo Domingo.

Contamos con mas de **10 años de experiencia** en el mercado, por lo cual podemos garantizar que tu marca consiga el alcance máximo que necesita.



@RENTALVISION

829.233.4200 | rentalvisionpublicidad@gmail.com

www.rentalvision.net





SEPTIEMBRE  
**EXPO**  
CUMUN  
**TUR**  
FACTOR DE ÉXITO 2023

SEPTIEMBRE  
**2023**  
PUNTA CANA



**FDE**  
FACTOR DE ÉXITO

**lov**

Digital  
marketing  
strategy



## Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial de FDE Sports

### DEPORTES Y NEGOCIOS

*el mismo equipo...*

**E**n la Revista Factor de Éxito estamos en una constante evolución, los tiempos actuales así lo exigen. Es por ello, que nuestra plataforma de comunicación dirigida al top management empresarial, con 30 años de experiencia en el mercado editorial Latinoamericano y en algunas ciudades de Estados Unidos, suma un nuevo producto editorial: FDE Sports.

Consideramos que tener una óptica de los deportes, desde un enfoque empresarial y de negocio, con temáticas que son tendencias resultará de gran interés para nuestros lectores en Latinoamérica y el mercado hispano en USA. Michael Espino, nuestro socio de Proyectos deportivos estará aportando con su experiencia en el mundo del golf y otras disciplinas deportivas, una trayectoria que sumará a su nueva responsabilidad como asesor Editorial de FDE Sports.

Nos motiva el hecho que los deportes son un catalizador importante para diversos sectores económicos en muchos países, y nuestra Latinoamérica no escapa a esta realidad. No es casualidad que los Juegos Olímpicos y Mundiales de Fútbol sean eventos seguidos por miles de millones de

personas y generen una derrama económica con múltiples beneficios.

Para citar un ejemplo, según unas cifras dadas recientemente por un reporte de Bloomberg, el gobierno de Rusia gastó más de 11 mil millones de dólares para el Mundial del 2018, hecho que impulso el PIB en aproximadamente un punto. El aporte fue de US\$14.468 millones a la economía rusa. Solo el desarrollo del turismo aportó 3 mil millones y se crearon 314.000 empleos en el proceso previo y durante el torneo futbolístico. Mientras que se espera, una vez finalizado el actual Mundial de Catar 2022, produzca un impulso de 20 mil millones de dólares para la economía de ese país.

Abordar los deportes desde un enfoque empresarial y de negocios, con análisis, semblanzas gerenciales y construir un puente entre el mundo deportivo y la dinámica económica nos llena de satisfacción y es el impulso esencial para dar vida a FDE Sports.

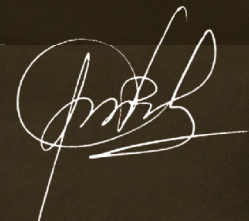
Esta primera edición de FDE Sports la dedicamos principalmente al golf, y no podía ser de otra manera, al ser organizadores del World Corporate

Golf Challenge, celebrado el pasado agosto en el Punta Espada Golf Club, con la participación de un selecto grupo de jugadores de las más prestigiosas empresas de la República Dominicana.

Vale destacar que los ganadores de ese torneo en República Dominicana, posteriormente, fueron los representantes del país en el WCGC World Final, en Tenerife, España, y todas estas historias las podrán leer en esta publicación.

Que tierras españolas fueran sede de este gran evento no es casualidad. El turismo deportivo en España generó un gasto de 2.416 millones de euros en 2021, un 36,8 % más que el año anterior, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), por lo que su potencial de impulso y relanzamiento sigue siendo muy importante.

Los nuevos tiempos que estamos transitando nos invitan a dar un paso adelante, los deportes, el turismo, los negocios, con sus nuevas tendencias y dinámicas frenéticas, son un reto que en Factor de Éxito asumimos, creando innovadores espacios informativos y de valor. ¡Bienvenida FDE Sports!





A close-up portrait of Michael Espino, a middle-aged man with short, graying hair, smiling warmly at the camera. He is wearing a dark blue, textured button-down shirt. The background is blurred, showing what appears to be a crowd of people at an event.

## Michael Espino

Socio de Factor de Éxito en el torneo  
y director técnico del evento

## TURISMO Y DEPORTES

### Dos actividades que me apasionan de toda la vida

**A**hora un nuevo reto incursionar en la comunicación.

Desde mi experiencia en el campo del turismo, que en este año cumpla 40 años en el sector (no soy tan viejo, solo empecé temprano), quiero aportar mis vivencias y conocimientos a los lectores de este nuevo medio de la mano de mis nuevos socios de Factor de Éxito.

En el 2022 comenzamos esta aventura con el WCGC, torneo de golf dedicado al mundo corporativo que esperamos se convierta en una cita obligada de los empresarios dominicanos amantes de este deporte.

En 1996, decidí comenzar operaciones en República Dominicana, y buscando nichos de negocios, el deporte surgió como opción.

Desde entonces, hemos organizado más de 300 torneos de golf, campeonatos mundiales de pesas y racquetbol, panamericanos y centroamericanos de natación, judo, lucha, torneos internacionales de fútbol, bádminton, entre otras.

Desde esta vitrina, pretendemos darle visibilidad a estas actividades que movilizan y

dinamizan la economía y a la sociedad. Un país que practica deportes en mi opinión tiene un mejor futuro y todos debemos trabajar en esa dirección.

Este 2023 se vislumbra muy activo, Mundial de Béisbol a la vuelta de la esquina, nuevo tour de golf internacional, Ryder cup en Italia, nueva edición del PGA en Corales y muchas más para el deleite de todos los amantes del deporte en general.

Esperamos que este proyecto sea de su agrado y que nos ayuden con sus comentarios a ir mejorando cada día más.



# contenido



pág.  
14 portada

► **¡Una gran experiencia!**  
Primer torneo de golf corporativo Factor de Éxito



pág.  
30

► **Cuellar y Farmer se llevan los honores en Dominicana**



pág.  
40

**El golf es la disciplina deportiva que genera mayores ingresos al Estado dominicano**

► **Willy Pumarol**  
Golf Coach/Entrepreneur



pág.  
43

**Un orgullo llevar mi bandera dominicana por el mundo**

► **Willy Pumarol Jr.**  
PGA Tour Player Latinoamérica



pág.  
45

**Quiero rodearme de personas que me aporten para llegar a ser un "Business Man"**

► **Francisco Cervelli**  
Beisbolista, coach y emprendedor



pág.  
48 empresarialesvip

► **Factor de Éxito en el camino del golf corporativo desde República Dominicana hasta Tenerife**



pág.  
61

► **Wodapalooza (WZA) el evento más esperado anualmente en Miami**



pág.  
63

**Tom Brady y su equipo son los mejores de su clase**

► **Kati Fernández**

Directora de Integración y Contenido Original ESPN +/ESPN Films

# directorio

Revista Factor de Éxito República Dominicana  
Número 1, Año 1

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

**Comité Ejecutivo:**  
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo  
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa  
Arianna Rolo Figueroa

**Asesor Editorial:**  
Michael Espino

**Director de Arte:**  
Héctor Rolo Pinto

**Directora de Mercadeo:**  
Arianna Rolo

**Directora de Comunicaciones:**  
Siddhartha Mata

**Coordinador Editorial:**  
Baudy Dávila

**Coordinadora de Comunicaciones:**  
Eidrix Polanco

**Periodista:**  
Isamar Febres  
Magnolia Sánchez

**Asesora comercial:**  
Rosely Matos

**Content Manager:**  
Gabriela Alfonso

**Web Master:**  
Juan Rebollo

**Diseño y Diagramación:**  
Luis Gota

**Portada:**  
Harold Cuellar y Troy Farmer  
Campeones World Corporate Golf Challenge

**Articulisitas de esta Edición:**  
Francis Terán

- **Revista Factor de Éxito República Dominicana**  
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  
**Instagram:** @RevistaFactordeExito  
**Twitter:** @RevistaFDE  
**Facebook:** Revista Factor de Éxito  
**LinkedIn:** Revista Factor de Éxito  
**www.revistafactordeexito.com**
- **Revista Factor de Éxito Atlanta**  
info@atlanta.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Chile**  
info@chile.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Colombia**  
info@colombia.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Ecuador**  
info@ecuador.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito México**  
info@mexico.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Miami**  
info@miami.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito New York**  
info@newyork.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Panamá**  
info@panama.revistafactordeexito.com

Registro de publicación electrónica: **En trámite.**



## Torneo de Golf Marriott International

**R**ecientemente se llevó a cabo el 1° Torneo de Golf de Marriott International en el Club de Golf Los Encinos, en el estado de México, en donde los amantes de este deporte pudieron disfrutar de diferentes actividades.

Dueños y directores generales de casas de incentivo, así como presidentes de empresas y asociaciones participaron en la dinámica que se dividió en dos experiencias: la primera fue el torneo que recorrió 18 hoyos, en los cuales hubo diferentes activaciones para el disfrute de los invitados, como snacks y degustación de mixología.

Este torneo contó con importantes patrocinadores como American Airlines, Tropical, Marriott Bonvoy-Banorte, Tequila Dragones, Jukebox y Behind the



Meetings Industry. 58 jugadores y 6 directivos de Marriott disfrutaron de las casi 12 horas del torneo, con divertidas activaciones en los diferentes hoyos como una cámara 360 o un video donde se simulaba con su tiro un hoyo en uno.

La segunda experiencia se realizó de forma paralela, con una agenda para 13 clientes que no jugaron el torneo, pero que pudieron disfrutar de una clase de yoga, clínica de golf, masaje, comida, rifas, entre otras sorpresas.

## Aquasport, aliado del deporte acuático en Latinoamérica

**I**mpulsada por Making waves, Aquasport es una plataforma multimedia informativa de la natación Latinoamérica y Caribe, donde se da a conocer a los atletas juveniles, de alto rendimiento, profesionales y másteres.

Asimismo, Aquasports cubre los deportes de clavados, aguas abiertas, natación artística y clavados de alturas, actuando como vínculo de comunicación, comercio electrónico y boletines de noticias.

Con el firme objetivo de llevar las noticias del deporte acuático que acontecen en Latinoamérica y el Caribe, creando un contenido donde se pueda entrevistar a los deportistas para que cuenten sus vivencias dentro del natación, desde sus inicios hasta lo que han podido lograr con el deporte en sus estudios y la vida profesional.

Su división informativa está compuesta por: Noticias,



Entrevistas, Reseñas y Cobertura de eventos. Mientras que su directiva la conforman: Radhame Kalaff, exatleta dominicano de natación, graduado en Ciencias del ejercicio en la Universidad Sagrado Corazón de Puerto Rico. Ismael Ortiz, exnadador olímpico panameño, empresario, licenciado en diseño y arte de la Universidad de Dury. Además de Eduardo Briceño, exnadador venezolano, joven empresario y desarrollador de eventos, estudiante de la Universidad Iberoamericana del Atlántico.



## Vehículo comfortable

**C**on el fin de motivar a los jugadores del World Corporate Golf Challenge Factor de Éxito 2022, Caribbean Turf ofreció un Onward de la marca Club Car por hoyo en uno.

Este carrito de golf tiene espacio para que cuatro personas puedan disfrutar del paseo. Onward anima a las familias y amigos a reunirse para disfrutar del aire libre. Es cómodo y práctico, a la vez que divertido y elegante, todo en un solo vehículo.

Cuenta con una suspensión patentada de calidad y la legendaria fabricación Club Car. Está diseñado para mejorar la estabilidad y el manejo predecible. Hará de su paseo alrededor de la cuadra mucho más divertido.



## Golf en Bohemia Checa

**H**ace siglos que huéspedes de todo el mundo viajan a Bohemia del Oeste, de República Checa para disfrutar de su singular riqueza natural. Pero no son solamente los balnearios famosos de esta región muy frecuentados por los turistas para relajarse agradablemente y recuperar fuerzas.

En los alrededores del triángulo de balnearios, en medio de un paisaje armónico, se encuentran varios centros de golf de altísima calidad. La estancia en la ciudad de Karlovy Vary activa lo deseos de jugar una partida de golf de primera categoría, entre las diversas opciones se encuentra el Golf Resort, que cuenta con un campo de 18 hoyos perfectamente acondicionado.

Durante la estancia en el balneario checo más famoso también puede dirigirse a otro de los campos de golf locales, situado cerca de la ciudad. El



Astoria Golf Resort Cihelny que cumple con las más altas exigencias para el disfrute de un juego fantástico de 18 hoyos en un ambiente atractivo. Ya después de un par de golpes seguramente el jugador se dará cuenta de por qué se incluye entre los mejores de toda la República Checa.



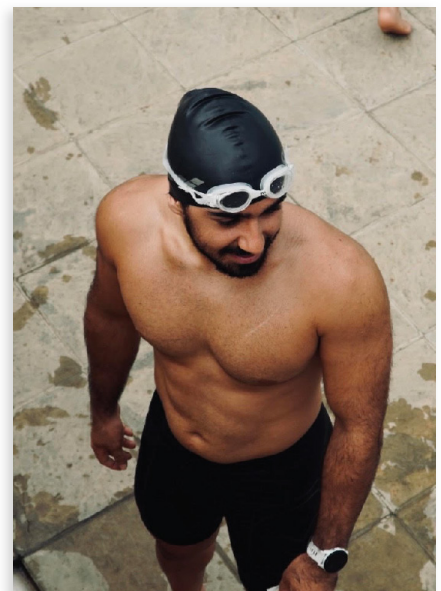
## Santiago de Los Caballeros capital del Crossfit del Caribe

**L**a ciudad de Santiago de Los Caballeros se ha convertido en la capital del Crossfit en República Dominicana. Incluso también de Centroamérica y El Caribe, ya que allí se lleva a cabo un evento que promete crecer cada año.

Todo surgió cuando tres jóvenes emprendedores y practicantes de la modalidad de Crossfit se unieron para llevar a cabo el sueño de tener su propio centro de entrenamiento (STI CROSSFIT) y de organizar eventos de altura en esta modalidad. Se trata de Mateo Polanco, Nobel García y Junior Gutiérrez.

Durante el pasado mes de octubre, realizaron su segunda versión de un Campeonato denominado THROWDOWN Crossfit. En esta edición han logrado concentrar atletas de toda la isla y participantes del extranjero: Perú, Venezuela y Los Estados Unidos, lo cual le da ya, las características de ser un Campeonato Internacional.

El evento tuvo una duración de tres días, en los cuales los participantes agrupados en distintas categorías debieron de cumplir en el menor tiempo posible una serie de ejercicios. La categoría más fuerte es la denominada RX y los tres máximo exponentes en subirse al pódium fueron: Sebastián Dayoub (Venezuela), Eusebio Aldano (República Dominicana) y Aneudis del Carmen (República Dominicana).









## Cata golfista

Con una exquisita degustación de productos, Mejía Árcala nos acompañó en el World Corporate Golf Challenge Factor de Éxito 2022.

En un desértico spot, Mejía Árcala, brindó a los visitantes unos deliciosos snacks, entre ellos pudimos destacar y degustar de la marca Michel: Trufas de queso crema con cranberry y nueces, croissants de queso danés y queso crema, mini wraps de cream chesse con hierbas, especias queso danés y jamón; Al igual que una refrescante bebida de la marca Caribia, ginger drink, servido con jugo de piña y una hoja de menta.



## Delicia tropical

El Ron de los Dominicanos, estuvo presente en el World Corporate Golf Challenge Factor de Éxito 2022, donde nos presentó su colección limitada de blending especiales llamadas Rare Blends.

Barceló Imperial Porto Cask es el primero de esta colección, un líquido envejecido en barricas de roble blanco americano cuidadosamente seleccionadas por expertos maestros toneleros y terminado en barricas usadas para envejecimiento de Vino de Oporto Tawny 10, para aportar la complejidad y sabor único que distingue a este exuberante espirituoso.

Un ron exquisito, el cual nos recomendaron tomar a las rocas para degustar los toques de florales y dulces que tiene Porto Cask.





## Argentina tricampeona del mundo



**A**rgentina se convirtió en tricampeona del mundo de la mano de Lionel Messi, el capitán argentino a quien muchos consideran el mejor jugador de la historia futbolística.

El Comité Técnico de Qatar 2022, no dudó en designar a Messi el mejor jugador del torneo, luego del pitazo final que le dio la gloria al país suramericano, donde las celebraciones fueron apoteósicas, solo en Buenos Aires se estima que más de 5 millones de hinchas se dieron cita en los lugares icónicos de la capital argentina.

Messi ya había recibido este premio de mejor jugador de un mundial en el 2014, cuando se quedó muy cerca de ganar la final ante Alemania. En esta ocasión consiguió el objetivo, y es que el afamado futbolista hizo una gran comunión con los demás jugadores albicelestes y su entrenador, factor clave para

la victoria. Incluida la intensa final contra Francia ganada en los penaltis 3(4)-3(2), en una de las mejores finales mundialistas de los últimos tiempos.

Desde el banco, Scaloni supo manejar el timón de la manera adecuada en cada uno de los cotejos disputados, con la única excepción del primer juego ante los sauditas, que perdieron 2-1 y fue duramente criticado por la prensa especializada, luego de ese traspie, la selección suramericana fue creciendo en su juego hasta llegar a coronarse.

Por su parte, Messi, con 35 años levantó la Copa del Mundo para Argentina tras haber participado de forma directa en 11 de los 15 goles que su selección anotó en el Mundial.

Pero esa influencia va más allá. Aunque ya no tiene la rapidez de hace algunos años, todas sus reservas de energía las ha

utilizado para desequilibrar los partidos.

Lo logró ante México y lo volvió a hacer ante los neerlandeses en cuartos de final.

Y en la semifinal tuvo una actuación prodigiosa, sobre todo en la jugada previa al tercer gol del partido que liquidó a los croatas.

Quizá la imagen de Messi con una túnica semitransparente de colores negro y dorado que le colocó el emir de Qatar para alzar la copa sea la última de este ídolo del fútbol mundial en este tipo de escenario, quizá no. Hasta que no llegue el Mundial del 2026 no lo sabremos.

Por ahora queda para la posteridad la imagen del astro argentino con su prenda celebrando ganar el evento deportivo más importante del planeta, junto a sus compañeros de equipo.



Calidad Dominicanísima



**E**n el World Corporate Golf Challenge Factor de Éxito contamos con exposición de marca muy dominicanas, una de estas es Pollo Cibao quienes con más de 20 años en República Dominicana, han alimentado al territorio dominicano con una dedicada producción, incubación, cría, engorde, procesamiento de aves y fabricación de alimento para las mismas.

Con su lema "El de siempre, desde siempre" llega a los hogares dominicanos con la mejor calidad del sector avícola del país.

Como parte de sus objetivos, la marca lanzó Cibao Market con la finalidad de llevar sus productos a precios asequibles a la comunidad y a sus colaboradores.

# Descubre el arte de vivir en Las Terrenas



Silver  Beach  
BY NOVAL PROPERTIES

NOVAL  
PROPERTIES

NOVALPROPERTIES.COM  
@NOVALPROPERTIESRD

BÁVARO  
☎ +1 809.552.6221

SANTO DOMINGO  
☎ +1 809.273.0163

SANTIAGO  
☎ +1 809.583.1449

CAP CANA  
☎ +1 809.552.6221

LAS TERRENAS  
☎ +1 809.375.4289



PORTADA

MARGARITAVILLE  
ISLAND RESERVE BY KARISMA  
GOLF COURSE

# WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



Punta Espada  
CAPCAYA



Punta Espada  
CAPCAYA

MARGARITAVILLE  
ISLAND RESERVE BY KARISMA  
GOLF COURSE

FDE  
FACTOR DE ÉXITO



Punta Espada  
CAPCAYA

MARGARITAVILLE  
ISLAND RESERVE BY KARISMA  
GOLF COURSE

tenerife!  
awakens emotions

tenerife!  
awakens emotions

MARGARITAVILLE  
ISLAND RESERVE BY KARISMA  
GOLF COURSE



FACTOR DE ÉXITO

MARGARITAVILLE  
ISLAND RESERVE BY KARISMA  
GOLF COURSE

FDE  
FACTOR DE ÉXITO



Punta Espada  
CAPCAYA

FDE  
FACTOR DE ÉXITO

tenerife!  
awakens emotions

MARGARITAVILLE  
ISLAND RESERVE BY KARISMA  
GOLF COURSE

MARGARITAVILLE  
ISLAND RESERVE BY KARISMA  
GOLF COURSE

tenerife!  
awakens emotions

BRINGING THE  
WORLD OF BUSINESS  
TOGETHER

FDE  
FACTOR DE ÉXITO

Punta Espada  
CAPCAYA

FDE  
FACTOR DE ÉXITO

Punta Espada  
CAPCAYA

MARGARITAVILLE  
ISLAND RESERVE BY KARISMA  
GOLF COURSE

tenerife!  
awakens emotions

¡Una gran experiencia!  
Primer torneo de golf corporativo  
Factor de Éxito





**E**l World Corporate Golf Challenge, torneo "Business to Business" global más importante del mundo, abierto a ejecutivos de alto nivel que comparten la pasión por el golf, se celebró el pasado mes de agosto en la República Dominicana, bajo el paraguas de Factor de Éxito.

Fue una exclusiva oportunidad para el encuentro deportivo y networking de presidentes, CEO's y dueños de las más renombradas

empresas y organizaciones del país caribeño. Con un festivo escenario donde se sintió mucha hermandad entre los presentes, este evento tuvo lugar en el espectacular Punta Espada Golf Club de Cap Cana, preferido por reconocidos jugadores nacionales e internacionales, con 8 de sus 18 hoyos que dan frente al mar y, desde los otros 10, se puede apreciar la belleza que bordea a toda la Ciudad Destino.









Las mejores recetas siempre vienen acompañadas del **mejor ingrediente.**



  @pollocibao

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

 (809) 590-7076

 Av. Jacobo Majluta, Marañón,  
Villa Mella, Sto. Dgo. Norte,  
República Dominicana.





**PORTADA**

Punta Espada ha sido calificado, por 12 años consecutivos, como uno de los mejores campos en el Caribe y está entre los 50 mejores en la categoría de Campos de golf del PGA Tour para jugar.









# PORTADA MARGARITAVILLE

ISLAND RESERVE BY KARISMA

CAP CANA



El hotel oficial para el hospedaje del evento fue el Margaritaville, un complejo hotelero de lujo, con 519 habitaciones, operado por Karisma Hotels & Resorts, que reúne relajación, diversión, gastronomía de la más alta calidad y servicios excepcionales de primera clase, en un solo lugar. Allí recibimos como anfitriones a nuestros invitados que fueron llegando progresivamente, y se realizó el coctel de bienvenida con todas las personalidades que se hicieron presente.





Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito, afirmó que tanto el torneo en República Dominicana como WCGC World Final, en Tenerife, constituyeron una oportunidad de oro para compartir y relacionarse entre la élite empresarial en un ambiente distendido y ameno. “Un ejemplo más de cómo nuestras plataformas, la revista internacional en ocho países, nuestros conversatorios y la edición local para República Dominicana, son una tribuna para el liderazgo empresarial.”



“Como socio local autorizado por WCGC, y siempre alineados con nuestro propósito de innovar en diferentes plataformas, hemos emprendido este proyecto, en un principio por tres años, lo que reafirma el compromiso indeclinable que mantenemos con nuestra audiencia”, comentó por su parte, Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Factor de Éxito.



# WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



BRINGING THE  
WORLD OF BUSINESS  
TOGETHER

Mientras que, para Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo de Factor de Éxito, “el formato de juego permitió a las empresas formar su equipo con ese cliente que quería captar o al que quiere agradecer por su apoyo, o afirmar el espíritu competitivo de sus ejecutivos y el gusto por los retos de su compañía”.





# CONNECTION MAKERS

El mundo actual necesita organizaciones con propósitos fuertes y claros, que sean un **poderoso motor** para conectar con audiencias globales y generar resultados **fuera de este mundo**.





PORTADA



GATORADE



LA AURORA

— SINCE 1903 —

RENTAL  
PUBLICIDAD

Por su parte, Michael Espino, socio de Factor de Éxito en el torneo y director técnico del evento, enfatizó que hicieron este torneo con un firme propósito de networking del más alto nivel. "No se trata de cantidad si no de calidad lo que buscábamos con el mismo, que culminó siendo una oportunidad de encuentro corporativo a nivel mundial y donde interactuaron empresarios apasionados por este deporte".





## Una marca pionera en torneos de golf corporativo

**E**l World Corporate Golf Challenge cumplió 30 años y hoy día representa uno de los torneos de golf corporativos más grandes del mundo. Desde su creación en 1993, WCGC ha crecido hasta tal punto que han participado más de un millón de golfistas de más de cincuenta países.

“No hay eventos similares a este a nivel mundial, que esté en los cinco continentes y en tantos países como nosotros. Sí hay eventos competidores, que han nacido después y que han tomado el WCGC como referencia”, señaló José Guerra, presidente del WCGC en entrevista para Factor de Éxito.

En cuanto a que República Dominicana haya sido sede,

destacó que fue ideal, porque es un país que tiene tradición de golf y cuenta con campos de altísima calidad, además de paisajes y bellezas naturales espectaculares.

“Al haber sido Michael Espino, el director técnico del evento en República Dominicana, fue una garantía de éxito. Por lo tanto, las expectativas siempre fueron altas”, añadió el directivo.

Asimismo, recordó que cuando este evento nació en 1993, lo hizo en el sitio correcto, porque el Reino Unido es la cuna del golf, por lo tanto, surgió en el mercado más maduro e importante de golf corporativo, junto con Estados Unidos; además fue de la mano de un periódico de prestigio como The Times, una televisión como

SkyTv y un patrocinador como JP Morgan. “Creo que eso marcó la línea del evento, una combinación entre mediapartners de prestigio mundial con promotores de contrastada calidad, lo que se transformó rápidamente en una historia de éxito.”

A partir de ahí, la expansión a otros países fue rápida y contundente. “En pocos años ya eran más de 15 países y, antes del COVID, estábamos cerca de las 40 licencias. Entonces creo que el ADN del evento es mediapartners de prestigio junto con originalidad, porque cuando se creó no había otros eventos de este tipo”, relató Guerra.





El torneo World Corporate Golf Challenge República Dominicana se desarrolló bajo el formato Best Ball en pareja, donde 36 dúos de jugadores, representantes de las empresas más relevantes del país disputaron el privilegio de representar a su compañía y poder obtener el wildcard para la final del WCGC como embajadores de República Dominicana, como sucedió en Tenerife, España, el pasado mes de octubre.

Luego de un calentamiento en el área de driving range y de las palabras de apertura por parte de Jorge Subero Medina, presidente ejecutivo de Cap Cana, y Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito. Seguidamente, Michael Espino, socio de Factor de Éxito en este evento y director técnico del torneo, quien explicó las reglas de la competencia, comenzó la acción a las nueve de la mañana en el magnífico Punta Espada Golf Club de Cap Cana, donde un grupo de importantes empresarios y ejecutivos de alto nivel, compartieron la pasión por el golf en búsqueda del título de campeones del WCGC de República Dominicana 2022.





# World Corporate Golf Challenge República Dominicana

Pasado el mediodía comenzaron a llegar las parejas y, luego de realizado el conteo de puntos, resultaron campeones del WCGC RD Factor de Éxito 2022, Harold Cuellar y Troy Farmer, quienes compitieron representando al Hotel Margaritaville.













# Cuellar y Farmer se llevan los honores en Dominicana



Los empresarios Harold Cuellar y Troy Farmer resultaron campeones del World Corporate Golf Challenge, y así se convirtieron en los representantes de República Dominicana en la final que se celebró en octubre en Tenerife, España.

El segundo lugar, por desempate, fue para Luis Menicucci y Luis Javier García, quienes compitieron por la empresa EPS.

“La actividad estuvo perfecta, un torneo competitivo. Me siento maravillosamente feliz y agradecido de poder compartir con todos los compañeros que estuvimos hoy en la jornada”, señaló Luis Menicucci.

De esta manera, Factor de Éxito reafirmó su compromiso e invita, como representante local y socio oficial en República Dominicana del World Corporate Golf Challenge, a la próxima edición del torneo en 2023.

“Hay momentos que definen un camino y, definitivamente, la maravillosa jornada de hoy fue uno de esos momentos para Factor de Éxito. Para nosotros, como plataforma enfocada en el





# Zero<sup>TM</sup> emisión<sub>RD</sub>

Sé parte de una República Dominicana sostenible y haz el cambio a la movilidad eléctrica con nosotros.

Contamos con el primer y único centro de servicio en el país, especializado en automóviles eléctricos, con diagnóstico y mantenimiento exclusivo para la electromovilidad.

## SERVICIOS



Distribución de vehículos 100% eléctricos.



Comercialización de equipos, repuestos y accesorios.



Garantía de la casa y garantía local.



Disponibilidad del 1er Centro en el país especializado en automóviles eléctricos.



Servicio, Diagnóstico y Mantenimiento para vehículos eléctricos.



Placa incluida.

**FINANCIAMIENTO DISPONIBLE**

## ¡NO HAY MARCHA ATRÁS!

 Calle Luis Padilla No.13, Los Prados, Santo Domingo. D.N.

 [info@zeroemisionrd.com](mailto:info@zeroemisionrd.com)  809-540-7322

  @zeroemisionrd  [www.zeroemisionrd.com](http://www.zeroemisionrd.com)





liderazgo empresarial y de negocios de la República Dominicana, es grato anunciar que el próximo año organizaremos de nuevo este prestigioso torneo”, anunció Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito.

El torneo, Copa Factor de Éxito, contó con el patrocinio de empresas como TotalEnergies, NewLink, Altice, Pollo Cibao y Viamar, quienes participaron con sus jugadores en la competición, así como golfistas de Transtar, EPS y Turaser. También, con aliados comerciales como Mejía Arcalá, Gatorade, La Aurora, Zero Emision, Ron Barceló, Rental Visión, Spatium, Almuerzo de Negocios, Luxury Golf y Strength.



## La experiencia del torneo según los protagonistas

### Harold Cuellar y Troy Farmer del equipo Margaritaville

**H**arold Cuellar manifestó haber quedado muy contento de haber apoyado como sponsors el torneo, pero más aún de haber participado y ganado. “Siempre es bueno compartir y estar en este tema del deporte”, añadió.

Cuenta que fue muy divertida la experiencia del World Corporate Golf Challenge desde un comienzo. “De verdad desde que llegamos tuvimos una excelente recepción por parte de los organizadores, la manera como nos trataron, como nos recibieron, la hidratación durante el torneo, el poder compartir con toda la gente y muchos amigos que tienen la pasión por el golf, nos sentimos muy bien en el marco de un torneo que fue súper cálido.”

Con relación al desempeño del equipo de la empresa que representó, como lo es Margaritaville, afirmó que terminaron entre los primeros grupos en tiempo de recorrido. “Había muy buenos jugadores también en los otros grupos, de mucho nivel y bueno creo que eso ayudó a que se mantuviera un buen paso por lo menos entre los primeros grupos que terminamos, lo cual habla muy bien de la organización del evento y del formato, porque nunca estuvimos trancados en la cancha, siempre fuimos avanzando a buen ritmo, muy fluido todo”, aseveró.

Por su parte, Troy Farmer, su compañero de equipo, dijo que el clima en Punta Espada es muy bueno, y las condiciones durante el torneo fueron grandiosas. Confesó que tiene aproximadamente 40 años practicando el deporte y se sintió muy a gusto en el desempeño en conjunto con Cuellar. “Compartir esta gran pasión por el juego de golf al igual que mi compañero, nos hizo trabajar muy bien juntos, lo cual se vio reflejado en el campo”. Asimismo, afirmó que fue un torneo y compartir maravilloso la experiencia en Punta Espada.





## **Luis José García y Luis Menicucci del equipo EPS**

**L**uis José García, comentó que la interacción con su pareja de juego fue estelar, con el mismo carisma y ocurrencias. “Disfruto mucho los torneos con él.”

Confesó que desde que tuvo su primera chaqueta de golf compite con el “tío Luis” como se refiere cariñosamente a Luis Menicucci.

Argumentó que el concepto del torneo fue muy bueno. “Más allá del premio, que la competencia envuelve, es una oportunidad de representar al país y ya eso es una gran motivación”. Con respecto a la logística dijo que las atenciones durante todo el evento fueron de las mejores, que el campo estaba en unas condiciones maravillosas a pesar de que no fue un campo fácil.

Por su parte, Luis Menicucci, aseguró que quedó completamente satisfecho con su participación y el subcampeonato. “Indiscutiblemente uno prefiere el primer lugar”, reflexionó.

“El formato me pareció muy interesante porque si uno se equivoca el otro no lo puede hacer. La combinación es importante”.

Señaló que el golf tiene algo muy importante que es para disfrutar, y hacer una buena dinámica, aceptar cuando hay una equivocación que eso pasa y se debe seguir adelante.

“La actividad estuvo perfecta al ser un torneo competitivo, en todos los hoyos hubo buena atención. Para el que juega golf el clima no tiene nada que ver”, añadió.

Recuerda que la pasión por el golf le surgió por su hermano. “Es un juego de mucha precisión y concentración mental. Además de muy estratégico.”

Finalmente, agradeció a Factor de éxito de haberle permitido un compartir con sus compañeros de golf. “Me pareció fabuloso esta iniciativa de retomar este torneo por parte de la directiva de Factor de Éxito. Confirmando en un 100% que regreso para el 2023”.





## Iovar Medina del equipo TRANSTAR SRL

**P**rimero que nada los felicito, todo quedó espectacular. El día estuvo fabuloso con un clima genial. Un campo muy bueno, pero challenge, con brisa, los green súper rápidos. Todos los competidores estaban muy contentos y satisfechos de la experiencia con la iniciativa de Factor de Éxito en cuanto al evento, dijo Medina.

De igual manera, le pereció que la organización tuvo un gran nivel, poniendo énfasis en cada detalle para que todo resultara exitoso. Además, que los grupos y personas que jugaron tuvieron muy buen nivel, por lo que se disfrutó un buen golf. “Las empresas que jugaron fueron muy profesionales, los jugadores a la altura. Seguramente, seré el primero en la lista para volver en el 2023”, enfatizó.





## Jorge Galiber del equipo Total Energies

**P**ara Galiber fue bien divertido el torneo. “Se pudo bajar el estrés de la semana y fue un privilegio poder jugar y compartir, sentir la competencia, animarse mutuamente. El golf es un deporte que hay que mantener la motivación, y en equipo como tal la pasamos excelentemente bien”.

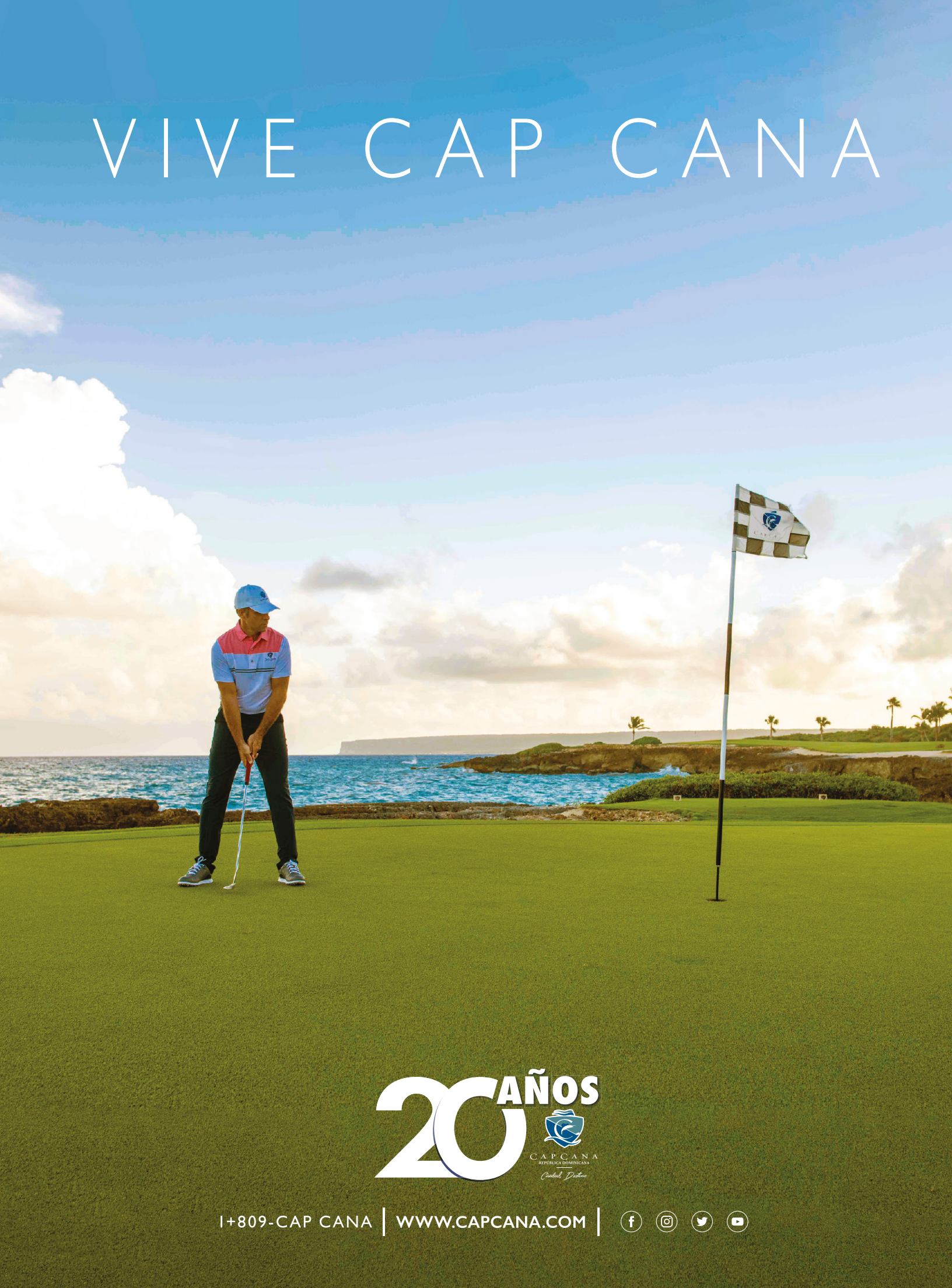
Consideró como una gran iniciativa que Factor de Éxito haya traído de vuelta a República Dominicana un torneo de esta categoría. “Es un reencuentro de líderes empresariales”.

Mientras que aseguró que volverá. “Participaré en la próxima edición. Es bueno que la RD tenga este tipo de eventos con una proyección mundial, que la marca país salga, y ciertamente cuando se junta tanto talento empresarial, se logra resaltar al país.”





# VIVE CAP CANA



**20 AÑOS**  
CAP CANA  
REPUBLICA DOMINICANA  
*Ciudad Deportiva*

1+809-CAP CANA | [WWW.CAPCANA.COM](http://WWW.CAPCANA.COM)





# Punta Espada: Referente del turismo de golf

Legendarios golfistas del mundo tales como Jay Haas, Craig Stadler, Curtis Strange, Tom Kite, Ian Woosnam, Eduardo Romero y Vicente Fernández, así como otros famosos hombres de negocios y celebridades del deporte incluidos, Oscar de la Hoya, Michael Douglas, David Ortiz y Alex Rodríguez han recorrido este majestuoso escenario

El Campo de Golf Punta Espada es el preferido de reconocidos jugadores nacionales e internacionales por la majestuosidad que conserva su diseño y su grandiosa vista al mar.

Ubicado en el corazón de Cap Cana, por años se ha posicionado como el más exclusivo de República Dominicana y el Caribe. Destaca que 8 de sus 18 hoyos dan frente al mar, y desde los otros 10 se puede apreciar la belleza que bordea a toda la Ciudad Destino, gracias a la arquitectura que contempla, diseñada por Jack Nicklaus.

Inaugurado en el año 2006, cuenta con 7,300 yardas, 18 hoyos par 72. Una casa club equipada con todos los servicios necesarios para experimentar una partida de golf inolvidable, además de lobby, tienda profesional, restaurante, biblioteca, vestuarios y otras instalaciones. Su hoyo insignia es el 13 con un par 3 de 250 yardas.

Punta Espada ha sido clasificado desde el 2008 y por 12 años consecutivos como el Campo de golf número uno en el Caribe y México por la revista especializada Golfweek, y como uno de los 50 mejores en la categoría de Campos de golf del PGA Tour para jugar.

Por tres años consecutivos (2008, 2009 y 2010) desde el primer evento de la PGA Tour “Cap Cana Championship”, ha marcado un hito en la historia del golf en la República Dominicana, donde resultaron victoriosos Mark Wiebe, Keith Fergus y Fred Couples, respectivamente. Este último ostenta el récord del campo con 62 golpes, 10 bajo par.

Para el año 2007 Golf Digest colocó a Punta Espada en el “Top 100 mejores campos de golf fuera de los Estados Unidos” y en el 2008 la Revista Forbes Travel lo seleccionó como uno de los “10 mejores campos de golf del Caribe”; mientras que en el 2018 fue el número 63 de los “100 mejores campos de golf Digest en el mundo”, y en el 2019 fue el número 21 en los “50 campos más bellos para jugar en el mundo” por Golf Advisor.

Importantes jugadores profesionales como Greg Norman, Nick Price, Bernhard Langer, Tom Watson y Gary Player, entre otros, experimentaron jugar en Punta Espada y coinciden en la apreciación de sus características como un campo de golf desafiante, donde se entrelazan magistralmente los elementos naturales y las imponentes vistas.

Punta Espada ha acogido además a otros legendarios golfistas del mundo tales como Jay Haas, Craig Stadler, Curtis Strange, Tom Kite, Ian Woosnam, Eduardo Romero y Vicente Fernández, así como otros famosos hombres de negocios y celebridades del deporte incluidos, Oscar de la Hoya, Michael Douglas, David Ortiz y Alex Rodríguez.

En el año 2021 Punta Espada desarrolló varios torneos de golf dentro de los que destacan el Britcham, Kid’s Hop’s, Construwweekend, BM Cargo, Grand Thomas Celebrity, y Cap Cana Golf Cup, acogiendo a más de 17,000 jugadores durante ese año.

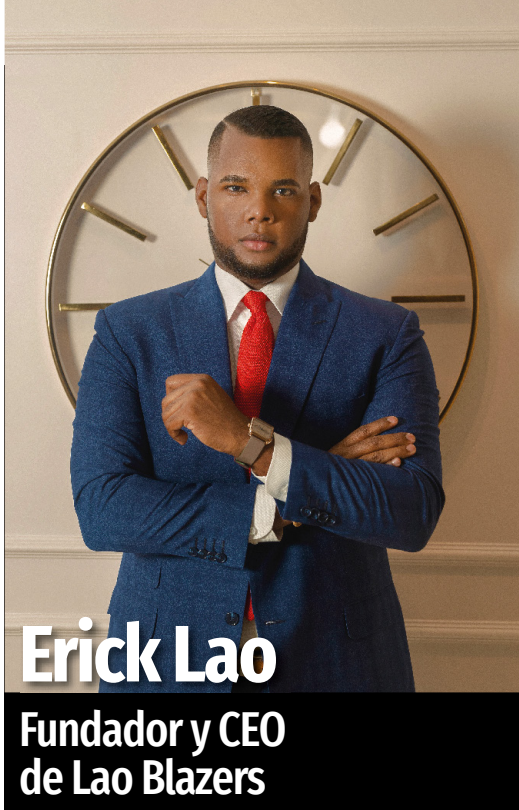
Punta Espada es sin duda alguna un referente en el desarrollo del turismo de golf, el turismo inmobiliario y la concertación de negocios en el país. Ha sido una de las mejores atracciones con que cuenta la ciudad destino para sus propietarios, y para todos aquellos golfistas nacionales e internacionales que buscan un espacio donde jugar, pero a la vez, un lugar donde llenarse de paz, hacer negociaciones, crear un ambiente de intercambio de conocimientos, y disfrutar de la naturaleza mientras se recrean.

Al estar ubicado en el centro de Cap Cana, Punta Espada permite además que sus visitantes puedan tener acceso a las demás atracciones con que cuenta la ciudad destino, para tener así experiencias memorables y únicas en familia, en pareja y con las amistades.



*Punta Espada*  
CAP CANA





**Erick Lao**

**Fundador y CEO  
de Lao Blazers**



# Sastrería y confección a la medida de los Dominicanos

**En búsqueda de brindar la mayor satisfacción posible de confección a la medida, Erick Lao, fundó la empresa Lao Blazers, marca dominicana reconocida por su enfoque en la sastrería masculina elaborada por expertos, para clientes tanto en el país como en Brasil, Miami, New Jersey y New York.**

**E**n su edición #41, Factor de Éxito reconoce el esfuerzo de los emprendedores, destacando a aquellos dominicanos que, por su arduo trabajo en el crecimiento de su negocio, se han ido haciendo un nombre en el país. Este es el caso de Erick Lao con su empresa Lao Blazers, una sastrería a la medida para clientes exclusivos.

“Desde mi niñez siempre me apasionó el arte del buen vestir. Observaba cómo se vestían mis familiares, incluyendo a mi padre; mi madre también era apasionada por la moda y mi abuela, costurera. En los campos laborales siempre tenía la tendencia a vestir de manera elegante y formal, razón por la cual todos los que me rodeaban en ese momento deseaban verse como yo; esto me llevó a ver la necesidad de crear la marca Lao Blazers, con la finalidad de encontrar el ajuste perfecto de las personas a través de una artesanía

alcanzable y transparente,” expresa Lao.

Para Lao Blazers, cada costura es un sello de distinción y la manera de expresar la tradición que por años los ha caracterizado. Entienden el valor implícito y explícito de cada prenda, convirtiéndola en el acento que marca una diferencia y transforma al hombre en un caballero contemporáneo.

Como parte de las experiencias vividas en sus inicios como emprendedor, Lao nos cuenta: “En el año 2018, durante Dominicana Moda, conocí a mi primer cliente internacional Dr. Raúl González (Dr. G smile). Desde entonces, vi el gran potencial, credibilidad, confianza y ajuste perfecto de los trajes hechos a la medida de la marca”.

“Al momento de utilizar una prenda, las personas siempre me preguntan cuáles son las tendencias.

Pero, yo no creo en tendencias. La individualidad es más importante para mí, es destacar y tener la confianza de usar algo con lo que te sientas cómodo e identificado, tan simple como eso”, comenta Lao.

El compromiso de Lao Blazers con el país, es brindar la mayor satisfacción posible de sastrería a la medida para sus clientes. De igual manera, como estrategia de posicionamiento, entrarán en los próximos años en el mercado de damas y niños.

“A los nuevos emprendedores dominicanos le recomendamos, como marca con 5 años de trayectoria, que tengan certeza y determinación para lograr y alcanzar las metas que se propongan, y que no desmayen por más difícil que esté la situación, solo hay percances no hay problemas, lo más importante de todo es que confíen en Dios que todo lo puede y que no paren de soñar”, concluye este empresario de la moda masculina.





**Willy Pumarol**  
Golf Coach/Entrepreneur

**El golf es la disciplina deportiva que genera mayores ingresos al Estado dominicano**

Una industria en constante crecimiento, y fuente segura de trabajo a la sociedad. El principal destino de golf en la región, sus campos todos los años son galardonados por medios y revistas de alto prestigio.



**A** Willy Pumarol le apasiona enseñar el golf, cuenta con una certificación de la United States Teachers Golf Federation, producto de sus más de 15 mil horas dedicadas a la impartición de conocimientos y entrenamiento de este deporte.

**S**u transitar por el mundo golfístico ha sido multifacético, desde fundador de escuelas, director de proyectos turísticos relacionados con el golf, comentarista de TV para unos torneos de golf, editor de medios impresos, autor de libros, productor de manuales y, principalmente, el padre de una de las promesas del golf en la actualidad en República Dominicana, como lo es Willy Pumarol Jr., jugador del PGA Tour Latinoamérica.

El 30 veces jugador y entrenador en los equipos nacionales de RD, cuenta que su familia es 100% deportiva. “Mis hijos Jean André y Jean Marco, se inclinaron desde pequeños por los deportes de acción llegando a ser selección nacional de racquetbol y jugar tres mundiales juveniles, con el mérito que Jean Marco junto con Josué Perdomo le ganaron al poderoso equipo de USA, hecho que les valió ganar medalla de bronce en ese mundial”.

“El golf es parte de la tradición familiar y el amor a los deportes nos llena de entusiasmo a buscar la excelencia en cada faceta que incurrimos. Nos apoyamos todos con alegría y firmeza. El trayecto de Willy Jr. hacia el PGA me ha enseñado enormemente a entrar en contacto con la élite de la enseñanza en esos niveles, y eso es una bendición. Además, el poder asistirle como “Caddie” en algunos torneos del PGA Tour Latinoamérica, al igual que Jean Marco, han sido jornadas inolvidables. Jean André por su lado es profesional en mercadeo y trabaja en el área de desarrollo de software y seguridad cibernética en Madiatrix, mientras que Jean Marco es abogado con una maestría en derecho



constitucional y trabaja en Newlink como Consultor Senior de Asuntos Públicos”, añade con orgullo Pumarol.

**¿Cómo fue ese primer encuentro que tuvo con el golf? ¿Lo recuerda? Nos podrías comentar alguna anécdota de ese momento.**

*Mi padre se inició en el golf tras dejar atrás el softball, me llevaba al SDCC los sábados y allí luego de cientos de zambullidos en la piscina y buscando nuevas aventuras, me acerqué al área del putting green a ver que hacían estas personas, golpeando una bola para meterla en un hoyo, y eso me llamó la atención, como hacerlo también y así empecé con mis primeros pasos en el putting green.*

**En su rol como maestro del golf, que se caracteriza por muchas horas de enseñanza impartidas. ¿Cuál es su método y filosofía para sus clases y poder transmitir sus conocimientos con los alumnos?**

*Mi enfoque apunta en hacerle entender al alumno que el swing de golf es la creación de un círculo constante, donde el esfuerzo de su rotación lo llevará a alcanzar la distancia exacta con cada palo. Sus manos juegan un papel clave en el swing. Al evaluar a cada jugador medimos su alcance y limitaciones físicas que se reflejan en la fuerza al pegarle a una bola de golf. Así iniciamos en crear una*

*rutina de ejercicios de stretch para optimizar su “balance, estabilidad, fuerza y velocidad” al mejorar la flexibilidad en nuestro cuerpo. El primer objetivo es sacar la mejor versión de cada alumno buscando que pueda controlar la bola en todo momento hasta llegar hacer un swing fácil, repetible y al menor esfuerzo posible. En ese proceso repasamos los fundamentos claves del swing que son, un correcto grip y una buena postura del cuerpo, además de la posición de la bola en nuestros pies, y la correcta alineación de la cara del palo y el cuerpo hacia el objetivo. Y finalmente como rotar nuestras caderas, hombros, brazos y piernas en el back swing hasta pegar a la bola. Básicamente son los fundamentos del juego que los mejores jugadores viven puliendo todos los días en esta etapa donde la bola está más tiempo en el “aire”. La otra etapa del juego es cuando la bola está en el “green” y allí es donde entramos en otra dimensión.*

**¿Cuáles consideras serían los pilares fundamentales para organizar buenos eventos de golf?**

*Tener objetivos claramente definidos. Que ese objetivo sea medible en el tiempo aterrizando con metas alcanzables, porque si se trazan objetivos no realistas es caminar al fracaso. Pienso que la meta debe ser muy relevante para la causa y poner una fecha de realización al proyecto con disciplina y un equipo de apoyo*





comprometido a la meta. Lo llamo meta SMART. Los torneos sociales en su mayoría llenan un vacío en nuestra sociedad que necesita de muchos recursos para subsistir. El golf posee los elementos para proveer esos recursos además de llevar aliento a muchos que no tienen mejores oportunidades.

**¿Cómo percibes la realidad actual del golf en República Dominicana? ¿Cómo la proyectas en un lustro?**

Una industria en constante crecimiento que genera fuentes constantes y seguras de trabajo a la sociedad. Somos el principal destino de golf en la región, nuestros campos todos los años son galardonados por los principales medios, revistas de alto prestigio como Golf Digest, Golf Magazine, Travel & Leisure por mencionar algunas.

La IATGO que es la asociación internacional de tour operadores de golf más especializada del mundo, nos distingue y premia como destino mundial de golf de la región y uno de los principales en la industria. El golf como deporte es la disciplina que genera mayores ingresos al Estado dominicano.

**Hay un matrimonio entre el golf y el sector turístico, el cual genera muchos beneficios para el ámbito gubernamental y privado. ¿Cómo crees que se**

**pudiera seguir solidificando más aún esta relación?**

Trayendo torneos de clase mundial, ya tenemos el PGA Tour en el Corales Championships en Punta Cana Resort, el LAAC Latin American Amateur Championship en Casa de Campo, eventos que nos posicionan en el mapa mundial y comprometen al sector oficial a apoyar con recursos. El LPGA, CHAMPIONS Tour, DPW y ahora el LIV están en la mira de algunos y esos eventos seguirán fortaleciendo nuestra oferta turística como mejor destino para jugar y también venir a ver a los mejores jugadores de golf del mundo.

**¿Qué sientes cuando ves a tu hijo desplegar su talento en un campo de golf?**

Siento que Dios ha sido muy bueno con nosotros y nos confirma que él es real, que cuando ponemos metas alcanzables y las presentamos a él, nos abre nuevos caminos y pruebas para hacernos crecer. Siempre he sentido momentos de alta tensión en la cancha al verlo jugar y cuando esto pasa me apego al trabajo realizado de largos años, entonces sonrío y me llenó de gozo, humildad, comprensión, más paciencia y doy gracias otra vez por ser parte de esta historia.

El verlo caminando en las canchas haciendo su mejor juego y entrega es maravilloso, porque me remonto a todas las personas que a mí me enseñaron a amar este gran juego, y gran parte ellos son también protagonistas en haberme enseñado esta pasión la cual yo también pasé a Willy Jr., personas como mi padre, Jack Corrie, Minin Soto, mi profesor Guillermo Gómez y luego Jimmy Stobs coach de Willy en la universidad en Barry University y todos sus coaches que han trabajado con él, cada uno es especial en este proceso de constante crecimiento, y representan una alta dosis de responsabilidad de su crecimiento actual a nivel global.

**El Máster de Augusta es un ícono del golf. ¿Has tenido la oportunidad de presenciar o participar de alguna manera en este evento? ¿Cuál consideras es el significado más profundo de colocarse esa chaqueta verde?**

Aún no he tenido el regalo de Dios de entrar a la cancha más bella del mundo, aunque creo me la conozco al pie de la letra por mis años de transmisión de los eventos del PGA Tour en Tv por Cable en RD, donde narré los torneos en Augusta por más de 10 años, pronto estaremos allá si es la voluntad de Dios siguiendo a Willy Jr. El ganar el Máster es convertirte en maestro de maestros del juego. Es el mayor sueño de todo jugador en el Tour, es ganarle a la crema del golf de ese año y te catapulta a la élite mundial. Es lo máximo.

**¿Cuál es la huella que quieres dejar al momento que decidas guardar los bastones?**

Amor al juego de golf, basándose en entender sus principios y enseñanzas. Es el mejor juego que puedas realizar en cualquier etapa de tu vida. La humildad y el reto en cada tiro nos darán lecciones irrepetibles en la vida. Abrazar un proceso hacia la excelencia.

**¿Qué opinas de algunas iniciativas de entretenimiento que apuntan a popularizar el golf dentro de las nuevas generaciones, como es el caso de Top Golf?**

Es lo mejor que le ha pasado al golf en los últimos años. Top Golf ha traído más de 23 millones de nuevos golfistas en USA con 67 spots y 7 fuera de USA. Ganancias aproximadas de más de 300 millones de dólares, una operación que genera más 35 mil visitantes por día en todas sus facilidades, por el hecho de combinar la práctica de nuevos jugadores por medio de competencias diseñadas para entretener al jugador y brindar un espacio perfecto para celebrar todo tipo de encuentro social, mezclándose las culturas con el deporte.



# Willy Pumarol Jr.

## PGA Tour Player Latinoamérica

### Un orgullo llevar mi bandera dominicana por el mundo

Estamos viviendo los mejores años del golf en República Dominicana. Tenemos grandes eventos en el país como el LAAC en Casa de Campo y el PGA Tour de Corales en Punta Cana.

**A**brió la puerta para la República Dominicana al entrar al ranking mundial y el PGA Tour Latinoamérica, al quedar dentro de los primeros 40 jugadores graduados en la primera temporada del PGA Tour Latinoamérica. Su pasión por el golf le surgió desde muy joven y tiene como propósito llevar su nivel de juego a lo máximo, para así obtener importantes triunfos en el ámbito mundial.

Sus antecedentes, como el primer dominicano en acabar bajo par en un evento del PGA Tour en "Corales Championships," su top 3 en el Puerto Plata DR Open del PGA Tour Latino (2019), pionero del país en los Juegos Panamericanos, Centroamericanos y Bolivarianos

y ser el golfista profesional más destacado en los últimos 10 años son avales muy interesantes que confirman su crecimiento a otros niveles.

Considerado un Embajador Marca País por el Ministerio de Turismo de República Dominicana, atleta del programa Creso "Creando sueños Olímpicos" afirma que le llena de orgullo llevar su bandera dominicana por todo el mundo. "Es mi sueño poder ver mi bandera en lo más alto de los mejores tours del mundo. Confío en Dios así será."

Sepamos un poco más de este atleta, quien nos contó cómo ve el golf desde diversas perspectivas,

donde el deporte de los green tiene una importante influencia.

**El PGA Tour requiere mucha exigencia y sacrificio para poder mantenerse vigente. ¿Cuáles son las claves para lograrlo?**

*Trabajar bastante duro todos los días. El golf es un deporte que te exige mucho de diferentes formas y por ende toca entrenar fuertemente todas las áreas del mismo. También es muy importante poder identificar lo que cada uno realmente necesita mejorar para lograr la consistencia y el score, esto requiere de un constante análisis de la parte técnica, física y emocional. Hay que armonizar estas tres áreas y dejarlo todo en la cancha cada día.*





**Si pudieras describir a tu papá y mentor en el golf en tres palabras, ¿Cuáles serían? ¿Recuerdas algunas vivencias de sus primeras enseñanzas para contigo?**

Serían humildad, amor y tranquilidad. Siempre recuerdo tenerlo como mi roca de apoyo y soporte en los torneos que jugábamos en mis años de juvenil en el país. Uno de los viajes mas chulos que hicimos fue el primer mundial a San Diego, California, cuando yo tenía como once años, el Junior World Championships, hoy el Mundial Juvenil IMG, allí comencé a sentir lo que era competir por tu país al máximo nivel juvenil.

**¿Cómo percibes la realidad actual del golf en República Dominicana? ¿Cómo la proyectas en un lustro?**

Siento que estamos viviendo los mejores años del golf en República Dominicana. Tenemos grandes eventos en el país como el LAAC en Casa de Campo y el PGA Tour de Corales en Punta Cana. Tenemos grandes campos de golf como el ahora renovado Playa Grande en Río San Juan. Le veo mucho futuro tanto para nosotros los locales, como para los extranjeros que nos visitan de otros países.

**Hay un matrimonio entre el golf y el sector turístico, el cual genera muchos beneficios para el ámbito gubernamental y privado. ¿Cómo crees que se pudiera seguir solidificando más aún esta relación?**

Vamos haciendo un excelente trabajo desde el sector turístico. El país esta bien reconocido por tener grandes campos de golf y complejos turísticos que tienen una variedad de atracciones. Hay que seguir invirtiendo en países claves como USA, Europa y Latinoamérica porque siempre nos ayudará a posicionarnos como un gran destino de golf a nivel mundial.

**¿Cuáles golfistas admiras por su trayectoria que sean una referencia para ti?**

Hay varios jugadores que han salido del PGA Tour Latinoamérica como Mito Pereira de Chile, Sebastián Muñoz de Colombia y Nate Lashley de USA, quienes han podido mantenerse en el PGA Tour luego de su llegada. Estos jugadores demuestran que si es posible llegar a ser de los mejores del mundo empezando desde cero como quién dice.

**El golf ha sido un interesante canal para posicionar marcas de mucho prestigio, sin embargo, el marketing ha tenido un desarrollo frenético en los últimos años como consecuencia de la llegada de las RRSS. ¿El mundo del golf se ha adaptado a estas nuevas tendencias y dinámicas?**

El golf es un canal clave para promover marcas y empresas. La dinámica de torneos y patrocinios es muy atractiva para las empresas poder hacer sus campañas de mercadeo, sin embargo la RRSS

es el escenario ideal para todos alcanzar más seguidores.

**¿En cuáles eventos icónicos sueñas con participar en algún momento? ¿Cuáles son tus metas para el próximo lustro? ¿París 2024?**

Mi meta es poder ser parte del PGA Tour y poder competir en los torneos majors del circuito. Competir en las Olimpiadas de París 2024 también está en mis metas.

**¿Qué opinas de algunas iniciativas de entretenimiento que apuntan a popularizar el golf dentro de las nuevas generaciones, como es el caso de Top Golf?**

Top Golf y Drive Shack son grandes ideas que al público le encanta. Cada vez que voy a un Top Golf está lleno y toca esperar para entrar. Es una manera increíble de poder involucrar a todo el mundo a conocer un poco del golf y enamorarse del mismo. De hecho, el mayor crecimiento de nuevos golfistas registrados en USA viene desde estos nichos, el driving range lleno de entretenimiento, A&B y espacio para compartir todo tipo de encuentros sociales, deportivos y comerciales.

**¿Cómo sería tu propuesta de valor como talento del golf para cautivar un potencial sponsors? ¿Cómo sería ese mensaje clave para atraparlos?**

Desde que me declaré profesional luego de mi graduación en la Universidad en USA mi meta ha sido clara y precisa; "Ser parte de la excelencia y élite del golf mundial, llegar y mantenerme en el PGA Tour" La clave es que el sponsor potencial pueda entender el cómo podemos lograr mis metas y se quiera unir a nuestro equipo para lograrlas; siempre agregándole valor en el proceso por el impacto mediático que genera nuestra participación en cada torneo que participo. Tenemos la visión de poner la bandera dominicana en lo más alto del golf a nivel mundial y trabajamos fuertemente todos los días para lograrlo.



## Francisco Cervelli

Beisbolista, coach y emprendedor

**Quiero rodearme de personas que me aporten para llegar a ser un "Business Man"**

Cervelli también ha incursionado como comentarista deportivo, narrando y dando aportes de su conocimiento del juego de béisbol para la TV. Seguramente, en un futuro muy cercano será visto nuevamente en la pantalla chica.





**H**oy en día se ha convertido en un modelo a seguir por cientos de jóvenes, en su mayoría deportistas, que les gustaría tener las cualidades integrales que este beisbolista tuvo durante años, como jugador en las Grandes Ligas, ocupando la posición de receptor.

En el 2020, una vez culminada la temporada anunció su retiro luego de 13 temporadas en Las Mayores. El fin de una etapa, pero el comienzo de otras en su vida. Este año se estrenó como Coach de receptores del equipo de Los Padres de San Diego y fue pieza fundamental desde ese puesto para alimentar con sus conocimientos a los jóvenes receptores del equipo californiano. Los Padres de San Diego llegaron a la postemporada de MLB este 2022, luego de muchos años ausentes, y sorprendieron a los favoritos Dodgers de Los Ángeles en la primera etapa del playoff, quedándose muy cerca de llegar a la Serie Mundial.

Cervelli debutó en el 2008 con los Yankees de Nueva York, convirtiéndose en el jugador

venezolano 234 en ascender a la categoría mayor del béisbol organizado. Ganó un anillo de Serie Mundial con el equipo del Bronx en el 2009.

Posteriormente, fue adquirido por el equipo de los Piratas de Pittsburgh en noviembre del 2014. Los Piratas cambiaron a Cervelli a los Bravos de Atlanta en el 2019. Y finalmente culmina su carrera como jugador activo en los Marlins en el 2020.

Destaca de igual manera su participación en el 2009 en el llamado Clásico Mundial de Béisbol. Allí fue convocado por la Selección Nacional de Italia, en calidad de receptor titular, debutando con los Azzuri. Vale destacar que este deportista cuenta con doble nacionalidad, venezolana e italiana.

#### **¿Cómo fue su pasantía por el béisbol venezolano?**

*Jugué en la Liga de Beisbol Profesional de Venezuela hasta la temporada 2011/2012 con el equipo de Los Cardenales de Lara. Posteriormente, me integré al*

*tradicional y popular equipo Los Navegantes del Magallanes.*

#### **¿Qué siente por Venezuela?**

*Siempre he estado dispuesto a ayudar a su gente. Nunca he dudado a unirme a alguna causa o evento realizado para aportar al bienestar de mis compatriotas. Le otorgo un gran valor a la justicia, razón por la cual siempre estaré atento a los escenarios sociales de mi país, el mundo, y especialmente de Latinoamérica.*

#### **Vivió muchos años en República Dominicana. ¿Cómo fue esa experiencia?**

*En el 2002 llegué a Dominicana, y al siguiente año tuve la oportunidad de jugar en la Liga de Verano de allí. Justamente en el 2003, logré firmar con los Yankees de New York, franquicia con la que estuve jugando durante 12 años. Me encanta esta isla, su cultura, su comida, pero por sobre todo su gente; alegre, extrovertida, con identidad. Siento una gran empatía por Dominicana.*



**¿Cómo fue su debut como comentarista en la TV?**

*Una interesante responsabilidad, mi debut en esta faceta como comentarista deportivo me gustó, tanto narrando y dando interesantes comentarios en los partidos de béisbol. Me gusta mucho realizar este tipo de trabajo y me esfuerzo por aprender cada día más sobre este mundo. Seguramente, en un futuro muy cercano volveré a estar en pantalla.*

**Las lesiones son parte del juego de béisbol, pero con usted fueron muy frecuentes. ¿Cómo las sobrellevó?**

*Me acostumbré a aguantar y superar “los golpes” y obstáculos de la vida, en verdad muy pocos, son capaces de no retirarse, hasta el punto de arriesgar su vida. Después de haber sufrido siete contusiones en mi cabeza, los médicos me advirtieron, una vez más, que seguir jugando resultaba muy arriesgado y peligroso. Por eso, en el 2020 anuncié mi retiro una vez finalizada la temporada. Después de llevar toda una vida dedicada en cuerpo y alma al béisbol, comencé una nueva forma de vida, muy diferente a la acostumbrada desde muy joven. En estos momentos me encuentro en plena etapa de adaptación.*

**¿Cómo ha sido esa adaptación?**

*Estoy tratando de adaptarme poco a poco. Siento que recién estoy cumpliendo un año de edad en mi vida. Me estoy estrenando en un “nuevo mundo”, porque el que tenía antes era muy diferente. Es algo difícil porque ahora siento que tengo tanto tiempo, que no tengo idea de cómo administrarlo. Pero me gusta esta nueva etapa. Quiero aprender mucho de negocios y rodearme de personas que me enseñen cómo llegar a ser un Business Man. Aprender de las maneras para poder ayudar a otros.*

*Siempre sentiré esa gran pasión que despierta el béisbol en mí, pero*

*sinceramente, no extraño mucho los juegos en el terreno, ya que los últimos años fueron bastante difíciles para mí, por la cantidad de golpes que recibí en la cabeza. Lo que realmente extraño es a la fanaticada, ser beisbolista siempre estará en mi sangre. El béisbol logró despertar en mí, como nada en este mundo, mi pasión, mi espíritu guerrero, mi entrega, mi carácter servicial y mis ganas de*

*lucha por un trabajo en equipo. Eso nunca lo olvidaré.*

**¿Y los próximos retos?**

*Mis próximos pasos, en donde seguiré dando mi aporte en capacidad, disciplina e integridad para seguir cumpliendo con nuevos objetivos y metas, están enfocados a esta faceta como coach de receptores de Los Padres de San Diego.*







## ■ Factor de Éxito en el camino del golf corporativo desde República Dominicana hasta Tenerife

Factor de Éxito, revista líder del top management dominicano llevó de vuelta al país caribeño el pasado mes de agosto, el World Corporate Golf Challenge, el torneo de golf "Business to Business" más importante del mundo, con la mira puesta en la final del World Corporate Golf Challenge (WCGC) realizada posteriormente en Tenerife.





**F**ue así como el Punta Espada Golf Club de Cap Cana, fue testigo del juego desplegado por empresarios y ejecutivos de alto nivel, que compartieron su pasión por el golf. En este contexto los empresarios Harold Cuellar y Troy Farmer resultaron campeones del WCGC de República Dominicana 2022, que se efectuó bajo el formato Best Ball en parejas, los competidores recorrieron los 18 hoyos del campo, demostrando a lo largo de la jornada su alto espíritu deportivo. De esta manera, Cuellar y Farmer se convirtieron en los representantes de República Dominicana para la final que se celebró en Tenerife el pasado mes de octubre.

### La experiencia en Tenerife

Luego del éxito del evento en República Dominicana, Factor de Éxito reafirmó su compromiso con el acompañamiento de los ganadores. Vale destacar que Cuellar fue sustituido por Efrén García Estrada al no poder viajar a Tenerife, por lo que la dupla dominicana fue Efrén/Farmer. Por parte del grupo editorial estuvieron Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo y Michael Espino, socio de Proyectos Deportivos y asesor Editorial de FDE Sports, quienes en todo momento prestaron el apoyo logístico a los golfistas que representaron a República Dominicana.







Al tiempo que ocurría la final mundial del World Corporate Golf Challenge (WCGC), el torneo corporativo más grande del mundo, se estaba jugando de forma paralela el Sports Legends Cup, un evento "solo por invitación" en el que los golfistas participantes tienen la oportunidad única de jugar, en uno de los mejores campos del mundo, frente a grandes leyendas del deporte internacional, se llevaron a cabo del 19 al 21 de octubre, en las diferentes sedes –Hotel Gran Meliá Palacio de Isora, Golf Costa Adeje y Abama Golf. Es importante destacar que para el torneo de "Leyendas" fue invitado a participar nuestro socio Michael Espino.





En el World Corporate Golf Challenge, participaron 25 equipos de diferentes países, y consideramos fue un éxito en términos de organización y acontecer del juego. Así como la hospitalidad del destino turístico anfitrión que mostró su crecimiento para acoger los torneos de golf corporativos más importantes del mundo.

Los tres días de la experiencia en Tenerife transcurrieron entre un compartir social y buenos golpes de golf. Estuvimos en

el cóctel, ofrecido por Abama Luxury Residences, la división inmobiliaria del exclusivo resort tinerfeño, sirvió para reunir a estas grandes figuras en una jornada festiva, antes del inicio del torneo, junto a otros invitados VIP, representantes institucionales y de los medios de comunicación de todo el mundo, en este evento deportivo que ha sido promovido por Turismo de Tenerife.

**Equipo Angola-Fabrimetal ganó la 29ª edición de la Final Mundial del World Corporate Golf Challenge**

El equipo Angola-Fabrimetal, compuesto por Paulo Peixoto y João Ribeiro, fueron los ganadores de la 29ª edición de la Final Mundial del World Corporate Golf Challenge, disputada en Golf Costa Adeje, Tenerife. Tras los ganadores, que han sumado 86 puntos, los equipos Colombia-Frosch Latam y Japan-ANA Japón han ocupado (ambos con 84 puntos) respectivamente la segunda y tercera plaza en la clasificación.







Por su parte, la directora insular de Turismo, Laura Castro, aseguró que la celebración de este torneo pone de manifiesto, “no solo la capacidad de Tenerife para acoger eventos de primer nivel internacional, sino sus excelentes infraestructuras para la práctica del golf”. En este sentido, recordó que desde Turismo de Tenerife han emprendido un camino hacia la diversificación del destino, “porque Tenerife es mucho más que buen clima, somos gastronomía, naturaleza, cultura y, por supuesto, deportes”.







## Sergio Ruiz Torres

### Periodista deportivo/Voz en español del Orlando City SC en MLS

## En Estados Unidos son expertos en hacer del deporte, un gran espectáculo

Con ocho años y más de 260 juegos narrados para el Orlando City, fue el primer venezolano que alcanzó esa posición de voz oficial. Vio retirarse a una leyenda como Kaká, y su voz contó las vivencias de la conquista del primer trofeo importante de Orlando el (US Open CUP 22).

**S**ergio Ruiz es actualmente, la voz en español del Orlando City SC en la MLS. Con 8 años en ese rol ha narrado más de 260 juegos. De igual manera, desde el 2018 ejerce como reportero y productor de noticias en Telemundo 31.

Este periodista deportivo, recuerda que su pasión por el mundo de los deportes y especialmente por el fútbol es algo que le viene desde niño, desde la época de los Mundiales de Fútbol que paralizaban al país y su admiración por los narradores de aquel entonces en su natal Venezuela. “Recuerdo que en el colegio mientras mis compañeros jugaban, yo era el que narraba los goles a toda garganta. Mi primera narración formal, a los 18 años, llegó gracias a que el narrador principal la noche anterior se tomó unas cervezas y amaneció con la garganta irritada. Yo era comentarista y allí surgió mi primera gran ocasión”, relata.

Ruiz se estableció en Estados Unidos en el 2014. “Conocía la liga, ya algunos jugadores venezolanos habían jugado y dejaron una huella importante, como Giovanni Savarese. Pero no llegué aquí con la intención primaria de trabajar para la MLS. De hecho, llegué a la ciudad de Orlando que no tenía siquiera un equipo en ese entonces. Pero, en noviembre de ese año se anunció la llegada del Orlando City a la MLS y todo cambió”.

Y vaya que sí, porque con la llegada de la franquicia él se convirtió en la voz en español del Orlando City. “Es un orgullo, soy el primer venezolano que alcanza esta posición. Es además ser parte de una historia desde su inicio. Ya son ocho años y más de 260 juegos

narrados. Ser parte del primer juego con 62 mil personas en el estadio, el debut luego en un nuevo estadio, ver retirarse a una leyenda como Kaká, poder ponerle voz a la conquista del primer trofeo importante de Orlando (US Open CUP 22), son momentos grabados en mi memoria”, resume con entusiasmo.

El también analista en español para UCF Knights en el College Football ha forjado con mucho esfuerzo su experiencia en el periodismo deportivo en USA, y en base a la misma afirma que los pilares fundamentales para el éxito del deporte organizado y profesional en este país se le debe a que las ligas deportivas son exitosas económicamente y allí radica todo. “Para los dueños, en su mayoría es un negocio. La pasión y la entrega es de los jugadores. Ver los equipos como empresas, garantizan que no haya problemas económicos, que se pague a tiempo y que el dinero fluya. El patrocinio cumple su rol, el mercadeo, llevar a los equipos más allá de las canchas y despertar el sentido de pertenencia en la gente”, puntualiza.

“En nuestros países latinoamericanos el dinero es un gran problema y un atleta que no cobra a tiempo, que no recibe lo que le corresponde, es un deportista que probablemente no va a rendir bien porque tiene otras preocupaciones. Aquí en USA se cuida mucho el entorno, los escenarios en buen estado, que en la TV se vea bien. Estas cosas son como la comida, entran por los ojos. Y en eso, en todo el contexto, en Estados Unidos son expertos. No importa si es un juego profesional o una final de escuela secundaria, siempre será un

espectáculo bien producido y con todos sus aspectos cuidados”, añade.

Con una trayectoria que incluye pasantías como ancla de deportes en Univisión Orlando, Vicepresidente de NAHJ (National Association of Hispanic Journalists) y conductor de diferentes espacios radiales en IHEARTRADIO, además de redactor para diferentes publicaciones impresas en la Florida Central, su buen desempeño le ha valido reconocimientos como el Premio Communicator Award 2022, el Premio Telly Award 2022, y el Premio Edward Murrows 2022. Y actualmente está nominado al Emmy en la categoría “Interés Humano” 2022.

“Ha sido un viaje interesante. Yo comencé en Orlando con Univisión como ancla de deportes. Después de un tiempo fuera de los medios había una vacante de reportero y la tomé. Fue maravilloso porque pude demostrar mis cualidades como periodista más allá del deporte, cubriendo temas de comunidad, sucesos y política. Esa actividad te pone en contacto con la gente, creas nuevas amistades. Pero también descubres que el techo es muy bajo. Pueden pasar años en lo mismo. Por eso, cuando por mi formación me plantearon la posibilidad de ser productor, no lo pensé dos veces. Comencé como productor de contenido, luego ascendí a productor de noticias y es una responsabilidad tremenda porque estás a cargo de la línea editorial, de guiar a los reporteros en el proceso, de garantizar que los talentos al aire informen de manera correcta, que se vean bien y si quieres hacer una carrera larga, de ascensos, en la televisión de Estados Unidos, este es el camino correcto, detrás de las cámaras”.



## ▶ Alejandra Contreras Pérez Escaladora de alto rendimiento/promesa olímpica de Chile

### Escalada Deportiva una buena carta de Chile para ciclo olímpico

El foco está en los juegos panamericanos, donde Chile es el país anfitrión. Esa competencia será clasificatoria a los Juegos Olímpicos de París, por lo que el nivel va a ser extremadamente alto con escaladores muy fuertes, pero estoy emocionada de darlo todo y buscar mi clasificación a Santiago 2023 y soñar con París 2024.

Una de las jóvenes promesas olímpicas de Chile con miras a los Juegos Olímpicos París 2024 es la escaladora, Alejandra Contreras. A sus 21 años, la atleta nacida en Barquisimeto, Venezuela, pero radicada en el país sureño desde hace unos años, e hija de padre chileno y madre venezolana ya cuenta con importantes logros deportivos como ser Campeona Juvenil Panamericana (2019), Sub-Campeona Panamericana absoluta (2020), Sub-Campeona Mundial juvenil en modalidad velocidad (2019).

La atleta perteneciente al Team Chile y estudiante de Ciencias del Deporte de la Universidad de Santiago de Chile (USACH), desde los 15 años representa a este país a nivel internacional, cuando llegó desde su natal Venezuela, y ya para el 2018 fue pieza fundamental clasificando a este país a los Juegos Olímpicos de la Juventud Buenos Aires en el 2018.

Especializada en las modalidades de Dificultad, Velocidad Combinada y Bloque, también es entrenadora (nivel básico) certificada por el Comité Olímpico de Chile (COCH).

Haciendo un repaso por sus inicios, Contreras afirma que su pasión por

la escalada deportiva comenzó casi al instante de hacer este deporte por primera vez en su cumpleaños número siete. “El hecho de que todo el tiempo te enfrentabas a algo nuevo me llamó mucho la atención y me hizo saber que este era el deporte que quería realizar”.

Con relación a esa transición de país que tuvo que experimentar siendo una adolescente, recuerda que fue complicado en algunos momentos, ya que había personas que no estaban de acuerdo con que ella integrara la selección de un país que no era el suyo por nacimiento. “Entorpecían un poco el proceso de integración en algunos momentos. Sin embargo, no todo el mundo pensaba de esa manera y me ayudaron bastante a avanzar como deportista y como persona en Chile”. Enfatiza.

La escalada ha sido parte de su vida desde niña, por lo que a pesar de su juventud ya se podría decir que cuenta con una importante experiencia en esta disciplina. En este sentido, explica que los fundamentos que necesita un escalador para tener éxito son varios. “Se debe estar dispuesto a superar sus límites constantemente. Ya que todos los días es un nuevo reto para enfrentar, nunca terminas de aprender todos

los “trucos” y posibles movimientos que te puedes encontrar en una competencia. Las posibilidades de rutas son infinitas, por lo que siempre debes seguir aprendiendo cosas nuevas cada día.”

Por ahora, su foco está en los Juegos Panamericanos, donde Chile es el país anfitrión. “Esta competencia es clasificatoria a los Juegos Olímpicos de París, por lo que el nivel va a ser extremadamente alto y vendrán escaladores muy fuertes, pero estoy emocionada de darlo todo y buscar mi clasificación a Santiago 2023 y soñar con París 2024.”, comenta con mucha seguridad.

Algunos reportes que llegan desde Chile la consideran una promesa olímpica chilena para París 2024. Sin embargo, ella asume esa realidad con algo de cautela. “No sé si podría considerarme una “promesa olímpica” aún, mi sueño es ir a unos JJOO, pero el camino es largo y difícil. Aun así, es luchar por ese sueño (se logre o no) intentarlo y vivir la experiencia. No soy alguien que se rinde fácilmente, y siempre me decido por seguir luchando, cueste lo que cueste.” Concluye.





## Duberney Castaño Londoño ◀

**Periodista deportivo  
Director de Telemedellín Sports**

### **Deporte colombiano tiene muchas alegrías por brindar, así como grandes retos**

**La selección de fútbol colombiana dentro de todo este universo del deporte tiene un capítulo aparte, es fundamental lo que significa desde lo social, económico, y emocional en nuestro país.**

**D**uberney Castaño Londoño desde temprana edad se sintió atraído por el deporte. “Desde muy pequeño me permeó el deporte y el agua se convirtió en mi espacio predilecto, nadar, entrenar, competir, esto fue una bonita parte de mi vida, luego mi profesión como entrenador de natación me permitió recorrer Colombia y parte del mundo, dirigí equipos en diferentes eventos y con grupos muy especiales, uno de ellos que me dio el mayor logro fue ser el técnico de Colombia en México 1999, en los primeros Juegos Parapanamericanos para débiles visuales, donde alcanzamos una medalla de oro en los 200 metros combinado individual con un nadador a quien admiro mucho, Frank Mauricio Villa”, repasa esas vivencias con suma alegría.

Con el pasar de los años su pasión deportiva la trasladó al ámbito de los medios de comunicación. “Fue una manera de seguir trabajando por la actividad deportiva, para contar historias, para narrar el deporte de otra forma, hoy en día soy el Director de Telemedellín Sports, la agencia de deportes del Canal Telemedellín, hago labores de documentalista y realizador de contenidos deportivos, lo que me ha generado algunas nominaciones y distinciones con diferentes premios a nivel nacional e internacional”, comenta.

Para Castaño, la realidad del deporte colombiano es semejante a la de otros países latinoamericanos. “Es una fuente de talentos deportivos inigualable y creo que esto lo generan dos factores, por una parte están las grandes necesidades económicas y sociales que se viven en los territorios, tanto

urbanos, como rurales, esto en general, lleva a las familias, los niños y jóvenes a ver en el deporte, especialmente en el fútbol, una oportunidad de vida, una opción para cambiar su realidad y se enfocan en esta pequeña ventana hacia el futuro, como si no existiera otra vía para sobrevivir, lo cual en algunos casos, es cierto. Por otra parte, está el biotipo de los latinos, sus características personales, su picardía, su alegría en el campo de juego, esos talentos innatos a nuestra cultura generan un factor diferenciador en muchos deportes. Ahora bien, si mezclamos estos factores, con algunos beneficios que trajo al deporte la Constitución Política de Colombia, conocida como la Constitución del 91, encontramos procesos estructurados, un Estado que genera recursos para los deportistas y resultados que en el ciclo olímpico y federativo son positivos.” Analiza el comunicador.

Con relación a la selección de fútbol colombiana, dice que dentro de todo este universo del deporte en Colombia, el fútbol tiene un capítulo aparte, es fundamental partir de lo que significa el fútbol para un país, desde lo social, lo económico, lo emocional, sobre todo cuando Colombia ha tenido algunos resultados importantes en este deporte, que se convierten en logros memorables para todos los colombianos, tres Copas Libertadores, volver a un mundial de fútbol, en Brasil 2014 y alcanzar ese honroso paso a cuartos de final, contar con referentes en diferentes ligas alrededor del mundo. “Pero lo más importante y que verdaderamente está cambiando el panorama, es el fútbol femenino, lo que ha logrado el profesor Paniagua con la

selección sub-17, es el mayor logro del fútbol colombiano en toda su historia y es ahí donde debemos mirar ahora, es allí donde se debe invertir, son ellas quienes merecen el reconocimiento y esfuerzo estatal por mantener los procesos.” Enfatiza Castaño de la realidad futbolística de su país.

Su experiencia ejerciendo el periodismo deportivo lo ha convertido en un convencido de los procesos, de la planeación y la visión a futuro. “Estoy seguro que el deporte colombiano tiene muchas alegrías por brindarnos, pero al mismo tiempo tiene retos muy grandes, fortalecer los procesos estatales, generar más espacios de calidad en infraestructura, tiempo y capacitación para el desarrollo de los procesos de formación, garantizar una verdadera estabilidad laboral para los profesionales dedicados a la formación de los deportistas, seguir trabajando por la equidad de género en la dirección deportiva de las federaciones y el Comité Olímpico colombiano.”

Para él esos son los pilares fundamentales y son los comunicadores y Estado quienes están llamados a trabajar por eso. “Nos debemos permitir que los sueños se cumplan, que el talento brille, sin miserias, por montones, que las preseas doradas y plateadas sean recurrentes para los colombianos en el mundo, que para cada deportista sea un orgullo vestir el uniforme de su país, para que no existan diferencias entre los logros de una selección de mayores y un puñado de jovencitas que juegan una final del mundo. Estamos llamados entonces a hacer del deporte una opción de vida digna”, concluye su argumentación.



▶ **Edwin Astudillo**  
Presidente ejecutivo de Chubb Ecuador

**CHUBB**  
**≠STADÍSTICAS**

A pesar de tener estadísticas de juego similares a las de los hombres, las mujeres sólo reciben el 4% de la cobertura mediática.

#cambiemoseljuego

## Chubb busca fomentar visibilización del fútbol femenino en Ecuador

De acuerdo con un estudio realizado por la UNESCO, el 40% de los participantes en deportes son mujeres, pero en lo que se refiere a deportes femeninos, solo el 4% reciben cobertura de los medios de comunicación. Según cifras de Kin Analytics la eficiencia en duelos defensivos entre defensores hombres y defensoras mujeres es casi idéntica, ganando en promedio casi 66% los dos.

Comprometidos con el liderazgo, empoderamiento femenino y trabajo en equipo, Chubb Seguros presentó la campaña “Estadísticas” la cual busca visibilizar el fútbol femenino en el Ecuador.

Esta campaña tuvo lugar en el Estadio Banco Guayaquil, con un encuentro entre “Las Dragonas” del Independiente del Valle versus Deportes Ibarra. Chubb hizo su intervención demostrando a través de “Estadísticas” la poca cobertura que tiene el fútbol femenino en los medios de comunicación. A pesar de que, según la encuesta realizada por la UNESCO, el 60% de los participantes están interesados en el deporte femenino, este no se encuentra disponible.

Chubb es reconocido por apoyar el fútbol femenino desde que se hizo profesional en Ecuador. Actualmente apoya a las Dragonas del Independiente Del Valle, Las Guerreras Albas de la Liga de Quito y Las Eléctricas de Emelec, poniendo el foco con su

programa “Cambiamos el Juego”, al apostar por la formación y acompañamiento a las jugadoras durante el campeonato.

“Nosotros buscamos ser más allá de un logo en la camiseta, nosotros sabemos que fomentando el fútbol femenino estamos trabajando por una sociedad más igualitaria entre los hombres y mujeres. Es por eso que, además de brindarles un apoyo económico, venimos desarrollando nuestro programa Cambiamos el Juego, el cual se complementa con talleres de liderazgo, empoderamiento femenino y trabajo en equipo. Estamos seguros de que, a través de su profesión, nuestras deportistas pueden ser grandes líderes”, indicó Edwin Astudillo, presidente ejecutivo de Chubb Ecuador.

Por otro lado, el ejecutivo de Chubb resaltó que, en ese sentido, los medios de comunicación juegan un rol fundamental. “Nosotros queremos fomentar la visibilización del fútbol femenino

porque sabemos que cada vez que una de nuestras jugadoras sale a la cancha puede haber miles de niñas y jóvenes que las están observando con admiración. De esta manera, se dan cuenta de que todos sus sueños y metas son posibles, incluso en un mundo donde los hombres siempre han sido los protagonistas de las canchas. Con este tipo de campañas buscamos emparejar la cancha para generar un real cambio en la equidad de género”.

“Nada mueve más a América Latina como lo hace fútbol y si lo usamos bien lo podemos aplicar como un elemento verdaderamente transformador”, aseguró el presidente ejecutivo.

A esta campaña se suman importantes personalidades, activistas del fútbol femenino, periodistas e influencers ecuatorianas viralizando la necesidad de cambiar el juego y cambiar el juego y las estadísticas en cobertura mediática en el deporte femenino.





**Carlos Slobotzky** ◀  
Promotor del golf en México

## El golf es gran atractivo para desarrollar zonas turísticas

Un pilar fundamental para realizar buenos eventos de golf es contar con una fuerte cantera de patrocinadores, ya que ellos son el atractivo número uno para que muchos golfistas tomen la decisión de participar en un torneo.





**C**arlos Slobotzky ha transitado por todos los caminos que conducen a una de sus mayores pasiones: El golf. En 1971 se hizo socio del Club Campestre de la Ciudad de México (CCCM) donde fue ganando todas las categorías del club, hasta la categoría A que es de 7 a 11 de hándicap. Ha tenido tiendas de golf en centros comerciales, así como incursionado en la distribución de marcas afines a este deporte como Callaway y Ahead, entre otras. De igual manera, ha organizado por los últimos 20 años torneos de esta disciplina.

Actualmente es el socio-director de Underpar, una empresa dedicada a los torneos de golf. Recuerda que su encuentro con el golf se debió al compartir con un buen amigo. “Tenía un amigo que era socio del club de golf Mexico y me invitaba a tirar bolas, ahí me enganché de inmediato, posteriormente jugaba en Hacienda Cocoyoc y me hice a los 28 años socio del (CCCM). Luego me fui a vivir a Los Encinos (1992) y me hice socio, hoy en día además de Los Encinos soy socio de Club de golf Avándaro.” Relata de su trayectoria.

Afirma, este promotor del golf, que en los estados de México donde

está más arraigado el deporte de los green es Baja California, Nayarit y los del sureste de la república. En cuanto a la realidad del deporte en la actualidad, considera que el golf en la república mexicana es un gran atractivo para los desarrolladores de zonas turísticas. “El golf le da un valor adicional a cualquier fraccionamiento que se pueda permitir el lujo de desarrollarlo. Es un atractivo fundamental para el desarrollo de zonas habitacionales en las playas mexicanas, Los Cabos es un ejemplo fantástico de visión y éxito, todos esos desarrollos son casos de éxito, Nayarit empieza a volverse un fenómeno similar”, comenta.

Por otra parte, en su rol de organizador de eventos para el golf, explica que los pilares fundamentales para organizar buenos eventos son varios. “Sin embargo, el pilar número uno para poder realizarlos es contar con una fuerte cantera de patrocinadores, ya que ellos son el atractivo principal para muchos golfistas que tomen la decisión de jugar un torneo. También dentro de los clubes existe un torneo anual de donde se elige quienes son los mejores jugadores por categoría para representar al club”, explica.

Enfatiza que se debe tener muy en cuenta que el golf siempre ha sido y seguirá siendo un canal esencial para posicionar cualquier industria que su segmento sea de alto nivel. “Por eso, por ejemplo, Rolex se ha mantenido fiel en el apoyo a este deporte”.

Para Slobotzky, la época dorada del golf en México fueron los años del reinado de Lorena Ochoa, mientras que en el ámbito mundial no ha habido ni volverá a suceder una época como la de Tiger Woods.

Volviendo al presente, no oculta su preocupación con las consecuencias de la pandemia para esta actividad recreacional y deportiva. “La mayoría de los campos del valle de México tuvieron que cerrar sus instalaciones por un periodo no menor a 9 meses. Este hecho sacudió sobre todo

financieramente a los clubes, quedando unos más afectados que otros”, afirma.

Pero no pierde el optimismo en la recuperación, ya que posteriormente empezaron a abrir las instalaciones y poco a poco se han recuperado los clubes. “Todavía hoy en día tenemos ciertas medidas preventivas. Los golfistas que no podíamos vivir sin jugar recurrimos a campos públicos que se encuentran cerca de la ciudad para poder seguir jugando, un ejemplo es Cantalagua”.

Tantos años de experiencia en el mundo del golf le han permitido identificar con cierta facilidad las características que se deben tener para ser un buen golfista. “Hoy en día el físico es muy importante, ya se volvió un deporte de poder, para jugar golf también se requiere educación, inteligencia y mucho autocontrol, ya que es de los pocos deportes donde el mejor jugador no gana más del 10% de los torneos que juega, donde ganar es cuestión de inspiración”, asevera.

Finalmente, concluye que el golf ha significado mucho en su vida. “El golf ha sido un gran compañero, no me veo gastando esos miles de horas que le he dedicado en otra ocupación, adoro el deporte en general, pero el golf tiene algo más allá que un deporte, es una pasión difícil de describir, con una grandísima bondad, hoy con los años que tengo estoy jugando el mejor golf de mi vida y pegando más duro que nunca a la pelota, y creo eso solo el golf te lo permite”. Dice con alegría.

“Este deporte ha sido para mí un gran promotor de negocios, el nivel socio económico en el que se desenvuelve te permite tener contactos que a todos los golfistas de una o otra forma nos abre importantísimas puertas en la vida profesional”, añade.

Y enfatiza que actualmente según la USGA (Ghin) su hándicap es de 11.9 suficiente para seguir disfrutando, compitiendo y jugando este amado deporte por un buen tiempo más.



**Manuel Contreras** ◀  
Experto en marketing deportivo / Promotor del golf

## **El golf incentiva el crecimiento humano**

La realidad actual del golf en el sur de la Florida es prometedora. Se tiene el privilegio de tener más canchas que cualquier país en el mundo en su totalidad y un clima que prácticamente permite jugar todo el año.





**M**anuel Contreras percibe al golf como parte de su vida diaria, una actividad que le ha dado la oportunidad de conocer mucha gente en diferentes ámbitos de la sociedad, algo que nunca hubiese imaginado de no ser por esa capacidad que tiene el deporte de los green de relacionamiento entre sus practicantes.

“El golf me ha hecho crecer como ser humano, ya que es un deporte en el cual, quien hace menos errores gana el torneo, y la vida tiene mucho que ver con eso y aprendemos de ellos. Me ha enseñado a visualizar objetivos ya que en la ejecución de un tiro debes sortear unas variables como viento, terreno y estabilidad del cuerpo antes de hacer ese disparo, y tener la confianza plena de generarlo. Por último, el desarrollo de humildad que este gran juego te demuestra con los altos y bajos que puedes tener y cómo afrontarlos y trasladarlo a tu vida personal”, relata Contreras.

Recuerda que su primer encuentro con este deporte fue a través de la TV y medios impresos, donde se enteraba de las hazañas de profesionales como Severiano Ballesteros, Arnold Palmer, Jack Nicklaus y por supuesto de Tiger Woods. “Posteriormente, ya trabajando en una corporación parte de los beneficios eran clases de golf con un profesional, la compañía realizaba un torneo interno anual entre los ejecutivos y una acción corporativa en club. Empecé a tomar las clases y otras fuera de la

compañía para avanzar más rápido. Fue de mucho provecho porque me permitió escalar posiciones o tener ventaja sobre otros colegas.”

Con relación a la actualidad del golf, dice que después de un auge en la popularidad de este que siguió a la aparición de Tiger Woods como súper estrella, el juego cambió dramáticamente a un efecto llamado post-Tiger. “Durante el periodo de 2003 a 2018, el número de golfistas disminuyó en los Estados Unidos en 6,8 millones. Más de mil campos cerraron y las marcas de golf vieron decrecer las ventas. Hubo que apretarse los pantalones y buscar la manera de volver a encantar a los consumidores y sobre todo a una nueva generación con poder adquisitivo y hábitos bien interesantes. Los grandes diseñadores de canchas sugirieron hacer cambios en los diseños para acelerar el tiempo de juego y así poder adaptarse a los nuevos estilos de vida y poder conquistar a nuevos adeptos.”

Luego llegó una pandemia global con sus consecuencias de distanciamiento social y ciertas restricciones. “Puedo decir que el golf al ser un juego al aire libre, jugado máximo por cuatro personas por salida y no ser de contacto se consideró seguro a la hora de dar libertades. Esto le dio un impulso al deporte, sobretodo a crear una demanda en la práctica y como consecuencia nuevos jugadores. Un nuevo fenómeno que no esperábamos más allá de la relevancia de que volvía a las olimpiadas e iba a ser promovido su práctica en países donde el golf es casi inexistente. En 2020, especialmente durante la segunda mitad del año, los números de golf mejoraron repentinamente. Y han seguido disparándose a pesar de la crisis de cadena de abastecimiento, todos los segmentos del deporte llamase prendas de vestir, equipamiento, accesorios e inclusive viajes han experimentado crecimiento de ventas,” asegura con entusiasmo, Contreras.

Por otra parte, cuenta que la realidad actual del golf en el sur de la Florida es prometedora. “Afortunadamente se tiene el privilegio de tener más canchas que cualquier país en el mundo en su

totalidad y un clima que hace que puedas jugar prácticamente todo el año, y ahora se suma que el estado esta atrayendo más visitas y nuevos residentes a partir de la pandemia con las políticas de flexibilización creadas durante la misma, en la que infraestructura de real estate y centros médicos, hace que se fortalece el deporte en la región”.

Como hombre del marketing especializado en el golf considera que las herramientas que debería tener un buen embajador de marcas relacionadas con esta actividad deportiva son, que la persona sea un consumidor de la marca que proyecte un aspecto positivo del deporte dentro y fuera de la cancha, una persona creíble que tenga una conexión orgánica con el consumidor y al mismo tiempo que sea un influyente en los medios digitales y sepa calar en los medios tradicionales dependiendo del servicio.

En cuanto al rol de las RRSS en el mundo del golf y a la realidad de estas nuevas tendencias y dinámicas, añade que indudablemente el deporte de los bastones no escapa a esto. “Hay muchos jugadores profesionales que son activos y generan una audiencia increíble. Por otro lado, tenemos la generación de contenidos originales tanto de instrucción como entretenimientos del común. De hecho, tours profesionales como el PGA Tour recompensa monetariamente a los jugadores con un sistema de ranking creado con una métrica llamada PIP (Player Impact Program), un incentivo a los jugadores que más llaman la atención en las redes sociales”, explica.

Finalmente, Contreras afirma que las características que debe tener un buen golfista empiezan por el aspecto mental. “Quizás es la característica principal con la habilidad atlética si nos referimos a un buen golfista. El golf moderno nos presenta canchas más largas y retadoras que ponen a prueba nuestro cuerpo y mente. El desarrollo de la mecánica sería el otro aspecto importante que viene siendo la utilización de un buen fundamento que va a permitir esa repetición a la larga para no comprometer daños al cuerpo y efectuar tiros constantes”.



# Wodapalooza (WZA)

## el evento más esperado anualmente en Miami

Cada vez con más presencia de hispanos participando y logrando destacados lugares. Con delegaciones de Argentina, Brasil, Colombia, Venezuela, Ecuador, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Chile, Argentina, Panamá y Perú.





**W**odapalooza (WZA) nació en el 2012 como una sencilla competencia de acondicionamiento físico, que duró tan sólo un día y en la cual participaron 145 atletas y 500 espectadores.

En la actualidad, es sin duda el evento más esperado cada año dentro del mundo en movimiento de Miami.

Se trata de un festival de acondicionamiento físico funcional con múltiples actividades. La base fundamental es la competencia de acondicionamiento físico. También se dan cita una variada cantidad de vendedores y expositores, así como entrenamientos y seminarios para espectadores. Es una verdadera fiesta para los amantes del ejercicio y el movimiento.

El escenario de este Festival es ideal: Bayfront Park de Miami. Este abarca 32 acres en el corazón del centro de Miami y se encuentra justo en Biscayne Bay. Perfecto para familias que desean relajarse, jugar o hacer ejercicio, este icónico parque cuenta con espacios de césped abiertos, un amplio paseo

marítimo, senderos sinuosos, un área de playa de arena, una impresionante fuente, lugares para espectáculos con iluminación para eventos especiales y áreas de asientos VIP, una roca tropical jardín, una cascada que data de 1926 y mucho más.

Allí durante 4 días en enero se reúnen a miles de atletas, espectadores y fanáticos del fitness para celebrar el fitness, la comunidad y la vida.

Esta ha sido la evolución de este gran evento en 10 años. Desde el 2012 se ha llevado a cabo de manera consecutiva a excepción de la edición correspondiente al año 2021, aplazado por la pandemia.

Wodapalooza se ha ido fortaleciendo en cada edición como un evento muy bien organizado. Por esta razón cada año los mejores productos dedicados al fitness quieren estar presentes. Además de contar con un excelente trabajo en los medios de comunicación, que despliegan una gran cobertura informativa. Esto es un elemento vital para dar a conocer el evento.

#### NÚMEROS PARA TENER PRESENTES

▶ **2012**  
1 Day  
145 Athletes  
500 Spectators

▶ **2022**  
3,000+ Athletes  
50 Total Athlete Divisions  
40,000 Total Attendance  
\$500,000 Prize Purse

#### LATINOAMÉRICA, CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE PRESENTES

Además de estar presente una concurrenda selección de competidores de todos los diferentes estados de USA y Europa, vemos cada vez más presencia de hispanos, no solamente participando, sino también logrando destacados lugares; Argentina, Brasil, Colombia, Venezuela, Ecuador, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Chile, Panamá y Perú. Las diferentes delegaciones de estos países son cada vez más numerosas.

Vale destacar que la próxima edición será del 12 al 15 de enero del 2023.





**Kati Fernández**  
Directora de Integración y Contenido  
Original ESPN +/ESPN Films

**Tom Brady y su equipo son  
los mejores de su clase**

Fernández estuvo involucrada con el lanzamiento de Man in The Arena: Tom Brady. Jugador de fútbol americano que está considerado el mejor QB en la historia de la NFL y una leyenda viviente de este deporte. Por otra parte, afirma que trabaja con una marca que valora la diversidad de pensamiento, la perspectiva artística y la narración expansiva con figuras deportivas dinámicas e icónicas.





**K**ati Fernández es actualmente la Directora de Integración y Contenido Original para todo ESPN+ Original, ESPN Films, 30 for 30, y series y películas de Proyectos Especiales. Supervisa el desarrollo de contenido y el grupo de integración, que trabaja internamente y entre departamentos para solidificar la estrategia de contenido, el lanzamiento, el desempeño y la comunicación.

También trabaja en colaboración con relaciones públicas, redes sociales, marketing, editorial, programas de estudio, digital y más para brindar la máxima visibilidad a todo el contenido original de ESPN+, ESPN Films y 30 for 30. Además, está a cargo de optimizar la comunicación, la ejecución y el seguimiento del ROI del contenido en todas las plataformas.

Cuenta que su relación con el mundo deportivo le proviene al crecer como atleta. “En la escuela secundaria, me nombraron atleta del año por practicar deportes durante todo el año (voleibol, baloncesto y béisbol un año porque no teníamos un equipo de softbol). Pero nunca pensé que podría tener una carrera en los deportes hasta que conocí a mi mentor Brian Lockhart en la universidad, y él me expuso a las diferentes oportunidades y caminos profesionales de la industria. Hay

tantos trabajos en los deportes, y no importa qué entrenamiento y experiencia tengas, esas habilidades son aplicables. Eso es lo que me encanta también.”

Mientras que define lo que ha sido su experiencia laboral con ESPN como un gran honor para ella. “Me uní al equipo de ESPN en 2019 después de que Disney adquiriera Hulu. Mi mentor, Brian Lockhart, fue nombrado jefe de Contenido Original de ESPN+ y me contrató como su primera empleada. Todos los días, cuando me presento al trabajo, pienso en las oportunidades que tenemos para dar forma al mundo que nos rodea a través de la narración, y eso es lo que me emociona. Poder hacerlo en una de las mejores marcas del mundo, como ESPN, es un sueño hecho realidad, y hacerlo con colegas que comparten la misma misión con visión crea una dinámica increíble”, sostiene.

Debido a reorganizaciones dentro de la empresa, Fernández ganó nuevas áreas de responsabilidad en los últimos años con ESPN Films y 30 for 30. “La marca de 30 for 30 y ESPN Films ha sido una que ha crecido mucho en los últimos años. La realidad es que el equipo ha estado creando la mejor narración de su clase durante más de una década. Desde películas como *Be Water*, que cuenta la historia del icónico Bruce Lee, hasta *The Last Dance*, que muestra la carrera de los Chicago Bulls y Michael Jordan en la década de 1990, ha sido una marca que no ha tenido miedo de contar historias poderosas con los mejores directores, y productores. Es una marca que valora la diversidad de pensamiento, la perspectiva artística y la narración expansiva con figuras deportivas dinámicas e icónicas que todos adoramos y amamos. Nuestro objetivo siempre ha sido ir más allá y convertirnos en un miembro activo de esas historias”, relata con orgullo.

Las dinámicas de su trabajo le exigen mucho liderazgo y trabajo en equipo con diferentes departamentos, un aspecto que le encanta. “Es lo que me impulsa a producir el mejor trabajo. Colaborar con tantos grupos diferentes me ha ayudado a ampliar mi perspectiva sobre cada uno de sus puntos y comprender dónde podemos aprovechar las oportunidades y convertirnos en mejores socios. A menudo me encuentro caminando por la calle y

en los aeropuertos cuando estoy de viaje y tengo una apreciación más profunda de la publicidad que veo, las publicaciones de relaciones públicas que han iniciado conversaciones y las tendencias de las redes sociales que establecen las personas que conozco. También me ha hecho más compasiva y comprensiva de lo que implica hacer las cosas. La excelencia siempre parece fácil debido al nivel de capacitación, detalle y ejecución que hay detrás de esas cosas. Es similar a cuando la gente ve a los atletas jugando y se dice a sí misma: “Oh, eso parece algo que podría hacer”, hasta que lo intentas y ves el nivel de tiempo y dedicación que se necesita para ser tan excelente”.

Fernández estuvo involucrada con el lanzamiento de *Man in The Arena: Tom Brady*. Quizá considerado el mejor QB en la historia de la NFL y una leyenda viviente de este deporte. “Ha sido uno de los mejores proyectos en los que he trabajado en mi carrera. Tom Brady y su equipo son los mejores de su clase. Fue una verdadera colaboración de principio a fin. Parecía que ninguna idea era demasiado grande, y la voluntad de explorarlas siempre estuvo ahí. Valió la pena en los NFT que se agotaron en minutos, la revista de edición especial que creamos y los momentos virales en las redes sociales que surgieron de la serie. Él y su equipo son tan impresionantes e icónicos como él en el campo”.

Con relación al golf, recuerda que trabajó en un programa que se llama “America's Caddie” con Michael Collins, un analista de golf de ESPN y Caddie desde hace mucho tiempo. “El programa cubre sus viajes por todo el país, cubriendo la gira en un formato estilo revista que combina reportajes y entrevistas con las estrellas más importantes del deporte. La mejor manera de describir el programa es que se siente en parte como un diario de viaje, una lección de historia del golf, y por otro lado un lugar frecuentado por celebridades, y proporciona una excelente manera de atraer a los fanáticos del golf, así como a audiencias más informales que pueden ser nuevas en el deporte. America's Caddie ha cubierto algunos de los eventos más importantes del año en el golf profesional, incluidos THE PLAYERS Championship, The Masters, PGA Championship, Scottish Open, TOUR Championship y más”, explica con entusiasmo Katy.



**Daniel Coelho** ◀  
Fundador y presidente The Factory Inc.

**Más que fabricar ideas nos  
gusta fabricar resultados**

La meta es convertir a The Factory en una referencia de cómo la publicidad sí puede ser más humana, más real y sincera.





**D**aniel Coelho, después de haber tenido la oportunidad de trabajar en varias agencias, presentes en múltiples países, decide establecerse en Panamá y es ahí cuando nace The Factory, una agencia que busca convertirse en el aliado principal de sus clientes, en el ámbito del marketing y la publicidad, brindándoles asesoría continua en todos los procesos, desde la creación de la marca, hasta incluso el seguimiento de clientes.

Desde el inicio Coelho pensaba en crear una agencia, pero “realmente al no conocer el mercado panameño decidí hacer una estrategia para poder conocer clientes e iniciar la red de contactos; esa estrategia consistió en comprar equipos de imprenta y ofrecer ese servicio de imprenta digital”. Así, The Factory inició con un local a pie de calle, lo que “me permitió tener contacto con una realidad que muchas veces las grandes agencias pierden que es «la calle» y «el día a día», de hecho podía tener de cliente a una marca gigante como también una peluquera,

eso sí para poder atender a esa diversidad de personas mi horario en ese lugar durante al menos 2 años fue de 6:00 am a 6:00 pm, de lunes a sábados, porque de 6 a 9 am se sacaba todo lo que era de imprenta y el resto del día era para la agencia y atención de clientes”, expresa.

Al día de hoy, 8 años después, The Factory conserva el servicio de imprenta digital y Daniel sigue en contacto con esa misma realidad que le permite tener una perspectiva diferente.

The Factory se define como agencia y fábrica de ideas. Daniel explica que “es un poco compleja porque desde el inicio fuimos agencia y productora audiovisual, hoy en día ya es común ver que una agencia produzca su contenido, pero nosotros desde un inicio fuimos así. Por lo que realmente, no solo creamos en nuestra cabeza las ideas y estrategias, sino que las ejecutamos hasta el final. Realmente más que fabricar ideas nos gusta fabricar resultados”.

Conocer lo que realmente el cliente necesita es uno de los pilares de The Factory y, cuando le preguntamos a su fundador y presidente, cómo lo hace, Coelho respondió: “Creo que la clave más importante es que me pongo siempre en los zapatos del cliente, es decir, antes de presentar una cotización, realmente me pregunto si es lo que yo como cliente necesitaría o si invertir el dinero en eso me va a dar resultados. De hecho, algo que me pasa muy a menudo es que un cliente llega pidiendo un video increíble y, realmente, cuando lo oriento se da cuenta de que no necesita algo así y que hay otros caminos donde puede gastar menos y ser igual o más efectivo en los resultados. Nuestro enfoque y empeño está en generar resultados, no grandes entradas de dinero ni grandes producciones”.

Como extranjero abriéndose paso en el mercado de las agencias de publicidad en Panamá, desde hace 2014, Coelho afirma que “para nadie es un

secreto que Panamá es un país extremadamente pequeño, por ende, es normal que las marcas que más invierten estén en un determinado grupo de agencias; es normal, bien sea por afinidad laboral, porque comparten acciones (mismos dueños), o simplemente por resultados. Sin embargo, no es nada difícil tener ese acercamiento con esas marcas, sobre todo cuando ofreces otros servicios que una agencia por más grande que sea no ofrece. Quizá, ya hoy en el 2022-2023 no se sienta tanto, pero en Panamá el problema principal está en la atención, es allí donde se puede marcar una gran diferencia”.

Recientemente, Daniel Coelho tuvo la oportunidad de realizar, como director, el documental Tour de Panamá, que se estrenó en cines y ha estado también en TV abierta. Daniel define esto como una experiencia que “jamás vi venir en todos los sentidos. En el propio documental, lo digo, fue una idea relámpago que no dudamos en decir que sí y, realmente, fue una experiencia increíble, honestamente no recuerdo haber estado tan agotado en una producción antes, pero aún así no parábamos de grabar. De por sí, el ciclismo es un deporte madrugador, cuando uno sale a entregar lo hace a la 5:00 am antes de trabajar, bueno ahora imagina tener que grabar una competencia pero tener que cubrir todos los preparativos previos y posteriores a cada etapa. El nivel de exigencia propia fue muy alto pero todo tiene su recompensa. De hecho este año grabamos el segundo documental y créeme estará muchísimo mejor”.

Daniel continúa trabajando por convertir a The Factory, no en la agencia que más factura y que tiene los clientes con más renombre del país, sino en la agencia que sea una referencia de cómo la publicidad sí puede ser más humana, más real y sincera, y de que con honestidad se pueden trabajar grandes marcas porque les generas resultados.





## LA INDUSTRIA DEPORTIVA PRODUCTIVIDAD GARANTIZADA

Por: **FRANCIS TERÁN**

Profesora de Educación física, Directora de HOKU Sports  
(Agencia de representación de Deportistas Amateur)  
Presidenta de la Fundación Sonrisas en Movimiento

### Su desarrollo se pierde de vista

Es una de las industrias de negocios con mayores posibilidades de desarrollar ganancias desde muchos puntos de vista: espectáculos, eventos, medios de comunicación con sus correspondientes derechos de transmisión y patrocinios a eventos, competencias, como también a los mejores exponentes que participan. A su vez, estos grandes deportistas necesitan de agencias que se encargan de su manejo y gestión de imagen.

Algunos de los grandes campos que abarca la industria deportiva es el de la ropa, accesorios, suplementos para deportista. Ingeniería Deportiva infraestructuras, construcción de estadios, piscinas, gimnasios. Turismo deportivo; venta de “souvenirs deportivos”; academias, cursos, coaches. Medicina y salud, un campo que está estrechamente relacionado con los deportes (especialmente para el análisis y la mejora del rendimiento físico). Prevención y tratamiento de lesiones.

### Tecnología a millón

Las empresas de artículos deportivos invierten millones de dólares cada año en desarrollar productos nuevos y mejorados no sólo en beneficio de los atletas de “alto rendimiento” sino también de los aficionados y de las personas a quienes les gusta llevar calzado y ropa deportiva.

Prácticamente todos los deportes se han beneficiado de los avances que han experimentado los materiales y los procesos de ingeniería.

Se conoce de la existencia de complejos laboratorios donde se disputa la carrera tecnológica del deporte con el fin de buscar todo aquello que pueda servir para mejorar el performance de los competidores; disminuir el roce, hacerlo más “aerodinámico”, confeccionar zapatillas, bicicletas, accesorios más livianos.

La convergencia tecnológica y la ropa deportiva inteligente son la última moda en la innovación de artículos deportivos.

**L**a vida es movimiento, y el deporte es una manifestación de este. Se trata de un poderoso instrumento de inclusión y reconstrucción social. Es una herramienta que puede reducir la desigualdad social y promover la integración de los pueblos.

Después de haber trabajado tantos años dedicada al campo de la Educación Física, El Deporte y La Recreación, puedo llegar a la conclusión de que el “movimiento” que generan estas especialidades es verdaderamente mágico.

Por su noble naturaleza y esencia, produce un impacto positivo, tanto en el desarrollo personal como profesional de los individuos de la sociedad y, en definitiva, del país, No solo deja un legado humano y social, sino también económico y de infraestructura.

El mundo deportivo se ha convertido en una verdadera industria generadora de empleos y ganancias, formada por empresas, proveedores y productos. Un mundo en el que incluso aquellos que no son deportistas pueden encontrar excelentes oportunidades de trabajo.





mediante un chip adherido a la ropa o zapato.

### **Dejar marca**

El deporte es inversión, humana, económica, social y política. Pero es, sobre todo, esfuerzo, sacrificio, disfrute, superación y punto de unión. La industria quizá es ese lado inevitable que al final lo tiene que hacer posible, pero donde la honestidad y la seguridad jurídica deben ser imprescindibles. Este es el gran reto que tiene por delante los promotores y empresarios. Si realmente quieren ser verdaderos campeones como desarrolladores de negocios en este ámbito, deben dejar una marca, un récord, como la forma de negocio más noble y repleta de valores que produce grandes ganancias para la humanidad.

Con seguridad seguirá siendo una de las fuentes de empleos y productividad más importante para los próximos años.



A brand of passion

# Una leyenda, hecha para ti



[totalenergies.do/elf](https://totalenergies.do/elf)







# WYNDHAM

HOTELS & RESORTS

Donde sea que viajes, Wyndham  
estará ahí para darte la bienvenida.

Ven y disfruta de experiencias distinguidas en alguno de  
nuestros espectaculares hoteles alrededor del mundo.

Visita: [www.wyndhamhotels.com](http://www.wyndhamhotels.com)

REGISTRY  
COLLECTION HOTELS

WYNDHAM GRAND

DOLCE  
HOTELS AND RESORTS

esplendor

DAZZLER

WYNDHAM

TRYP  
BY WYNDHAM

TM  
TRADEMARK  
COLLECTION BY WYNDHAM

Alltra  
ALL-INCLUSIVE

LAQUINTA

WINGATE  
BY WYNDHAM

WYNDHAM  
GARDEN

HAWTHORN  
SUITES BY WYNDHAM

AmericInn

BAYMONT

RAMADA

RAMADA  
encore

MICRÔTEL  
BY WYNDHAM

DaysInn

Super  
8

Howard Johnson

Travelodge

TODOS LOS HOTELES SON DE PROPIEDAD Y OPERACIÓN INDEPENDIENTES, CON LA EXCEPCIÓN DE CIERTOS HOTELES ADMINISTRADOS O PERTENECIENTES A UNA FILIAL DE LA COMPAÑÍA. ©2022 WYNDHAM HOTELS & RESORTS, LLC. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.