

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferencia!

ECUADOR



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

Paulina Burbano de Lara

Presidenta Ejecutiva de Metropolitan Touring – ETICA

“Ecuador tiene una ventaja competitiva excepcional debido a su tamaño y su biodiversidad”

RANKING
TOP América
2023

● **Mariela Paredes**

CEO de Global-True-Advisors

Las nuevas generaciones demuestran ser más receptivas a la innovación y están dispuestas a abrazar un liderazgo consciente y ético

● **Arturo Cárdenas**

Gerente general de Autofenix

La industria de los vehículos apuesta por la descarbonización en el sector del transporte

● **Gineth Contreras**

Global Partner Enablement

Navegando el Futuro de la Tecnología y la Sostenibilidad en Vertiv

● **Laila Chartuni Ortega**

Presidenta TOP Companies

El liderazgo empresarial sigue madurando: TOP+América 2023

sesderma 
listening to your skin

C-VIT 5

Multiplica tu luz

x5
vitaminas C

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

Mayor hidratación y efecto antiedad
Ácido hialurónico y proteoglicanos

Estimula la síntesis de colágeno
Centella asiática

Complejo tensor inmediato



WWW.SESDERMA.COM.DO



ABRIL 2024 **CAP CANA**

EX 2
PO 0
2
4
FACTOR DE ÉXITO

LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

Turismo Sostenible: Forjando el Éxito Empresarial del Siglo XXI

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

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

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

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

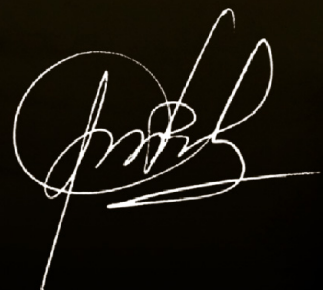
como la columna vertebral que sustenta una estrategia empresarial sólida y resiliente.

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

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

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

¡Bienvenidos a esta edición!



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

Paulina Burbano de Lara
Presidente Ejecutiva de Metropolitan Touring - ETICA

"Ecuador tiene una ventaja competitiva excepcional debido a su tamaño y su biodiversidad"

Arturo Cárdenas
Presidente de Ecuavisa

Maribel Parades
CEO de Ecuavisa

Antonia Cordero
Directora de Marketing de Ecuavisa

Geneth Contreras
Directora de Recursos Humanos de Ecuavisa

Laura Charrañi Ortega
Directora de Operaciones de Ecuavisa

TOP de América

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

Desarrollo del liderazgo Latinoamérica

El líder empresarial debe tener un carácter y un carácter

Se debe ser capaz de asumir responsabilidades por nuestro país y por el mundo

Las personas que tienen éxito son aquellas que se enfocan en el cliente y en el negocio

Investir en las inversiones que importan

La Marca del éxito
Sandra Cordero

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

Santiago Peralta
Fundador de PACARI

Pacari
compromiso con la conservación y el desarrollo

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

John Maxwell
Fundador de The John Maxwell Company

La gente que te rodea determinará qué tan lejos puedes llegar

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

Gestión de las empresas a través de las personas

Daniel Montalvo
Vicepresidente Recursos Humanos Bienes Club, Ecuador

Panorama económico de cara al 2022

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

La ciencia y la tecnología no tienen género

Saida Ortiz
Directora General de Genetec en Ecuador y Latinoamérica

Mujeres

"LIDERAZGO FEMENINO, LIDERAZGO DE IMPACTO"

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

El cambio no se decreta, se vive

Lucero Patricia Cabeza-Vanegas
Gerente General LHH Ecuador & Advisor Talent

Transformación digital, el gran desafío para el liderazgo responsable

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

Sostenibilidad, el imperativo de hoy

Jorge Rosillo
CEO del Aeropuerto Ecija y Presidente de Pacto Global Ecuador

La sostenibilidad, el nuevo desafío de las empresas de futuro

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

La integración energética es un tema principal en la región

Andrés Rebolledo Smitmans
Socio y Director General de Ecuenergía

Tendencias Económicas y Financieras del 2023

Perspectiva Empresarial

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

Es fundamental motivar a más mujeres a superar sus límites

Ana María Sotomayor
CEO Ecuaparc Empresarial SPS

El efecto transformador del liderazgo femenino

FACTOR DE ÉXITO
La clave está en la diferencia
ECUADOR

Talento y Tecnología: liderando el cambio

Edgar Andrade
Gerente General AT&T Allnet Ecuador

APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS EDICIONES



[contenido]

portada



“Ecuador tiene una ventaja competitiva excepcional debido a su tamaño y su biodiversidad”

pág. **12** **Paulin Burbano de Lara**
Presidenta Ejecutiva de Metropolitan Touring – ETICA.

INTERVIEW



Las nuevas generaciones demuestran ser más receptivas a la innovación y están dispuestas a abrazar un liderazgo consciente y ético

pág. **20** **Mariela Paredes**
CEO de Global-True-Advisors

INTERVIEW



Ventas \$309 M **6**

La industria de los vehículos apuesta por la descarbonización en el sector del transporte

pág. **24** **Arturo Cárdenas**
Gerente general de Autofenix

INTERVIEW



Navegando el Futuro de la Tecnología y la Sostenibilidad en Vertiv

pág. **28** **Gineth Contreras**
Global Partner Enablement

EMPRESARIALES VIP



pág. **51** **Una edición especial para exaltar la Calidad**

OPEN BUSINESS



El liderazgo empresarial sigue madurando: TOP+América 2023

pág. **57** **Laila Chartuni Ortega**
Presidenta TOP Companies

► Revista Factor de Éxito Ecuador Número 11, Año 2



Mitad del mundo



APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS EDICIONES



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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

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

CEO-Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Digital Content Manager:
Gabriela Alfonso
Tina Pérez
Lina Bsaris

Web Master :
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager
Jacqueline Leon

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

Portada:
Paulina Burbano de Lara
Presidenta Ejecutiva de
Metropolitan Touring – ETICA.

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

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

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

Programas de formación

El programa de Formación Empresarial de Adecco se centra en el desarrollo de habilidades blandas, proporcionando un enfoque personalizado que se adapta a las necesidades específicas de cada organización. Este servicio ha demostrado ser altamente beneficioso para los trabajadores y colaboradores de las empresas, permitiéndoles potenciar sus capacidades y destrezas.

En el contexto actual en Ecuador, la comunicación y el liderazgo son los programas de capacitación más solicitados por las empresas, según un análisis de Adecco Ecuador. El Programa de Formación Empresarial de Adecco se dedica a fortalecer las habilidades de los trabajadores, ayudándoles a elevar su perfil y contribuir al éxito de la empresa.

Desde su lanzamiento en 2020, los programas de Formación en Comunicación y Liderazgo han sido los más populares, capacitando a un total de 182 personas con 132 horas de formación en 2023. Además, Adecco ha actualizado su oferta de servicios con programas como Liderazgo en Tiempos de Crisis y Televentas Efectivas, especialmente importantes después de la pandemia, que destacó la importancia de la formación para el teletrabajo.



El Programa de Formación de Adecco ofrece beneficios significativos al cerrar brechas de habilidades y desarrollar competencias tanto para las empresas como para sus colaboradores. Al final del proceso, se pueden medir los resultados con indicadores y la metodología ROI (Retorno de Inversión).

Adecco, se enfoca en proporcionar el mejor talento y servicios de recursos humanos a más de 100,000 organizaciones en todo el mundo. En Ecuador, la empresa ofrece servicios de selección, BPO, consultoría y formación, contribuyendo a la eficiencia y rentabilidad de las empresas en un mercado laboral desafiante.

Compromiso con el Medio Ambiente

Imptek, líder en proyectos viales y soluciones sostenibles en Ecuador, destaca su contribución en la construcción responsable y sostenible de carreteras en el país en conmemoración del Día Mundial de la Carretera.

En 2023, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas ha invertido más de \$1.000 millones en proyectos viales, evidenciando el compromiso con la mejora de la infraestructura. Con más de 30 años de experiencia, Imptek se destaca en la manufactura de soluciones viales innovadoras y ha sido pionera en la producción de emulsiones asfálticas desde 1993.

Pedro Paladines, Gerente Vial de Imptek, resalta el compromiso de construir carreteras eficientes y sostenibles, destacando la durabilidad y optimización de recursos mediante productos amigables con el medio ambiente. Se enfatiza el laboratorio especializado en la química del asfalto y la profesionalidad del talento ecuatoriano en Imptek, permitiéndoles mantenerse a la vanguardia de la innovación en la construcción vial.

En el Día Mundial de la Carretera, Imptek reafirmó su compromiso de liderar el camino hacia un futuro vial más sostenible en Ecuador.



Innovación y Transición Energética

Durante el III Foro de Innovación y Transición Energética, la Cámara Ecuatoriano Británica (BRITCHAM UIO) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) han formalizado un acuerdo para impulsar la cooperación entre empresas ecuatorianas y británicas en el ámbito energético.

El acuerdo destaca la necesidad de generar actividades y eventos que promuevan la transición energética, sostenibilidad, cambio climático y equidad de género, desarrollados por el BID entre empresas e instituciones asociadas a la Britcham UIO. Asimismo, busca promover la participación activa de actores energéticos en Ecuador en proyectos y convocatorias presentados por el BID, y presentar iniciativas del BID en futuras misiones



comerciales al Reino Unido con el fin de atraer inversión británica para proyectos en Ecuador.

Alejandro Echeverri, Presidente de la BRITCHAM UIO, resaltó que esta alianza con el BID permitirá que la Cámara contribuya al desarrollo de propuestas y proyectos para fortalecer el sector energético, estratégico para Ecuador. En la misma línea, Diego Gordón, Presidente de la BRITCHAM UIO, indicó que la entidad ha impulsado iniciativas en favor de la transición energética, la sostenibilidad, el cambio climático y la equidad de género. Con estas acciones, la BRITCHAM reafirma su posición como

aliado estratégico para el desarrollo del país y sus diversos sectores productivos.

Premio Alas de América

En un evento reciente, el Ministro de Turismo destacó las acciones tomadas en Ecuador, como la reducción y eliminación de impuestos, que resultaron en un aumento del 123% en las frecuencias internacionales durante su gestión. Para finalizar el año, se espera alcanzar una cifra histórica de oferta de asientos en aerolíneas.

El Ministro recibió un galardón de ALTA (Asociación Latinoamericana y del Caribe de Transporte Aéreo) por su profundo conocimiento del país y su colaboración con la industria de la aviación. En el ALTA Leaders Forum, el titular de Turismo participó en debates sobre el futuro del sector aeronáutico.

Se resaltaron prácticas regulatorias positivas y el caso de éxito de Ecuador en la reducción de tasas, contribuyendo a la competitividad y recuperación. El Gobierno Nacional busca posicionar a Ecuador como referente en la recuperación de la conectividad y competitividad del país.



Crecimiento Responsable

La reciente III Cumbre Amazónica de Turismo-Napo 2023 resultó un éxito al reunir al sector turístico de las seis provincias amazónicas de Ecuador: Sucumbíos, Napo, Orellana, Morona Santiago, Pastaza y Zamora Chinchipe. Durante el evento, se abordaron temas clave para el desarrollo turístico en la Amazonía, incluyendo el turismo comunitario, el ambiente, destinos turísticos, alimentación, alojamiento, normativa, gestión del desarrollo, guianza y transporte turístico.

El objetivo principal de la cumbre fue generar acuerdos y convenios a nivel regional y nacional para promover el desarrollo sostenible del sector turístico en la Amazonía ecuatoriana. Marco Miño, presidente de la Cámara Provincial de Turismo de Napo, destacó que la cumbre se ha convertido en un espacio crucial de diálogo público, privado y comunitario para posicionar el turismo en toda la región amazónica,



valorando su impacto ambiental y su contribución al desarrollo comunitario a través del empleo.

Aldo Salvador, subsecretario de Regulación y Control del Ministerio de Turismo, resaltó la importancia del turismo como motor de desarrollo económico y generador de empleo en la región. Reconoció la participación activa de las comunidades indígenas en la industria turística y enfatizó que todos somos responsables de promover el turismo, ya que impulsa, potencia y crea empleo, fomentando la participación efectiva de las comunidades indígenas en esta industria.

Salvador expresó su satisfacción por el cumplimiento de los acuerdos de la cumbre anterior y destacó que la presente cumbre cuenta con su personería jurídica, lo que demuestra el impulso del trabajo conjunto entre el sector público y privado a través de diálogos constructivos y beneficiosos para el país.

Sostenibilidad en Acción

El Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador anunció la exitosa restauración forestal de 4.000 hectáreas de áreas degradadas de bosques nativos a través del Proyecto Nacional de Restauración del Paisaje. Las comunas beneficiadas son Yamanunka en el cantón Shushufindi y Tiwiram, Río Tiputini y Justicia Social en el cantón Orellana, en las provincias de Sucumbíos y Orellana.

El proyecto tiene como objetivo recuperar la funcionalidad de los ecosistemas, restablecer condiciones propicias para la evolución de procesos naturales en áreas degradadas y preservar los servicios ecosistémicos. Se plantaron más de 113.000 árboles nativos de 31 especies, incluyendo medicinales, maderables, frutales y arbustivos. La inversión total fue de USD 1.188.000, beneficiando directamente a 474 personas.

Como parte de la sostenibilidad del proyecto, se respaldó el establecimiento y fortalecimiento de emprendimientos comunitarios, dinamizando la economía local, fomentando la inclusión y género, y ofreciendo alternativas de medios de vida para los beneficiarios. Entre las iniciativas se encuentran el emprendimiento turístico NUAkakaram, el turismo comunitario en la cascada de Yamanunka, agronegocios derivados de chonta, maíz y guineo-orito, así como emprendimientos asociativos en cacao y producción agropecuaria.



Este proyecto no solo contribuye a la restauración ambiental sino que también impulsa el desarrollo sostenible y la resiliencia comunitaria en estas áreas de Ecuador.

Fomentando la Paz

La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) presentó el “Diplomado en Construcción de Paz: estrategias educativas y gestión contra la violencia”. Este programa académico tiene como objetivo fortalecer la cultura de paz a través de estrategias educativas y gestión efectiva contra la violencia.

La Cátedra UNESCO UTPL, responsable del diplomado, ha estado desarrollando proyectos e iniciativas desde su creación en 2012 para promover la reducción de la violencia, intervenir en zonas conflictivas y crear metodologías educativas que fomenten la paz. Santiago Pérez Samaniego, coordinador de las Cátedras UNESCO UTPL, destaca la importancia de la educación como herramienta para empoderar a la ciudadanía y avanzar hacia una sociedad pacífica y resiliente.

Entre las iniciativas impulsadas por la cátedra se encuentran proyectos educativos y de pacificación en un barrio de Loja, la creación de un programa de certificación de mediadores, un curso de resolución de conflictos sociales y la implementación de la



“Ruta participativa ¡De salto en salto a la violencia ponemos alto!” dirigida a niños y niñas.

El “Diplomado en Construcción de Paz” representa un paso más en el compromiso de la Cátedra UNESCO UTPL con la construcción de una sociedad pacífica y un futuro próspero para Ecuador, utilizando la educación como un catalizador para el cambio positivo.

Crecimiento Positivo

La Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE) celebró con éxito la convención internacional del banano, conocida como Banana Time, en Guayaquil. Este evento reunió a 70 empresas nacionales e internacionales relacionadas con la producción y exportación de banano, así como servicios logísticos y portuarios.

Durante la convención, se presentaron una variedad de servicios innovadores, como riego, fumigación con drones y técnicas de empaquetado, dirigidos a empresarios del sector. Además de fomentar la competencia empresarial, uno de los enfoques clave del congreso de este año fue analizar los desafíos en materia de sostenibilidad. Esto incluyó discusiones sobre la reducción de la huella de carbono durante la producción de banano y la mitigación de los efectos del fenómeno climático El Niño.

Durante la ceremonia de inauguración, la presidenta de AEBE resaltó la importancia de la industria bananera y la cadena de valor que la respalda.

Según un estudio del observatorio de AEBE, Ecuador ha experimentado un aumento del 7% en



el volumen de exportaciones de banano este año. Aunque aún no se ha recuperado completamente de los impactos de la pandemia, este crecimiento se atribuye a la tendencia europea hacia un consumo más saludable después de la crisis sanitaria.

Las autoridades presentes, incluyendo la Prefecta del Guayas y el Ministro de Producción, enfatizaron la importancia de este evento y subrayaron la necesidad de apoyar y promover el sector bananero, que se destaca como uno de los más rentables para el país.

Paulina Burbano de Lara

Presidente Ejecutiva de Metropolitan Touring – ETICA.

“Ecuador tiene una ventaja competitiva excepcional debido a su tamaño y su biodiversidad”

Exploramos la trayectoria excepcional de Paulina Burbano de Lara, presidente ejecutiva de Metropolitan Touring – ETICA, una empresa líder en turismo sostenible. Desde sus primeros días en la dirección de esta empresa la ha convertido en un referente mundial en turismo responsable.

Paulina Burbano de Lara, presidenta ejecutiva de Metropolitan Touring - ETICA, es una figura prominente en el mundo del turismo sostenible. Con una formación académica en economía y una vasta experiencia en la gestión de centros históricos, Burbano ha liderado la empresa hacia un camino de innovación y responsabilidad social.

Metropolitan Touring ha evolucionado continuamente, adoptando prácticas que no solo reducen su huella de carbono, sino que también empoderan a las comunidades locales en Ecuador, Colombia y Perú. Desde la gestión de desechos sólidos hasta la implementación de energía solar y la promoción del turismo responsable.

Enfrentando los desafíos actuales de la industria del turismo, Burbano destaca la importancia de una transición hacia energías renovables. Además, aboga por la colaboración entre gobiernos, organizaciones y empresas privadas para crear políticas y soluciones que impulsen la sostenibilidad a largo plazo.

Su mensaje inspirador insta a las empresas y a las personas a asumir la responsabilidad de construir un futuro sostenible, aprovechando el poder transformador del turismo para el bienestar de las comunidades y el medio ambiente.

Sra. Burbano de Lara, Metropolitan Touring es conocida por su compromiso con la sostenibilidad en el turismo. ¿Puede compartir cómo ha evolucionado esta perspectiva a lo largo de su liderazgo en la empresa?

Desde nuestra fundación en 1953 hemos sentido una profunda responsabilidad hacia los extraordinarios paisajes, ecosistemas y comunidades que constituyen el núcleo de nuestros productos y servicios. Esta responsabilidad no solo es un deber que hemos acogido con entusiasmo durante décadas, sino también un llamado constante a la creatividad y la innovación.

Nuestra historia es ciertamente uno de los mejores ejemplos en cómo ha evolucionado la sostenibilidad en Galápagos. Si bien nuestras operaciones marítimas en las islas empiezan en 1969, es con nuestra iniciativa al crear la Fundación Galápagos-Ecuador que la visión empresarial empieza a tomar un giro importante. Nos cuestionamos ya no solo el rol de la ciencia como único frente de apoyo desde la gestión empresarial, sino también el apoyo al habitante de las islas. Asumí la presidencia ejecutiva en el 2010 y durante los primeros años de gestión, nos enfocamos en los esfuerzos de manejo de desechos sólidos, reducción y reciclaje de ciertos materiales.

El haber tenido el privilegio de trabajar junto al Municipio de la Isla Santa Cruz y junto a la comunidad

nos permitió entregar toda la operatividad del centro de reciclaje Fabricio Valverde. Parte de ese logro incluyó el capacitar a la población local en algo nunca realizado en la historia: clasificar desechos sólidos en origen. Es decir, en cada casa, en cada negocio. Hoy en día, es la única provincia del Ecuador que clasifica desechos en origen en un porcentaje que sobrepasa el 90%.

Incluso nuestro barco carguero en esos tiempos transportaba de retorno al continente materiales imposibles de reciclar en las islas y otros de alto impacto ambiental (llantas, baterías, aceite quemado, filtros, etc.) Sin duda alguna, este fue un hito muy importante en Galápagos en el manejo de los “temas marrones” asociados al impacto dejado por el ser humano.

En estos primeros años de mi gestión, también fue importante el desarrollo de planes de manejo ambiental para todas nuestras operaciones turísticas, incluyendo barcos, hoteles y la capacitación de todas nuestras tripulaciones y colaboradores en políticas ambientales empresariales.

En el 2015 nos cuestionamos el nivel de gestión ambiental que estábamos llevando a cabo. ¿Era suficiente reciclar, capacitar, incorporar políticas ambientales, etc.? La respuesta tuvo varios frentes, pero teníamos que incorporar una nueva realidad. El cambio climático y nuestra dependencia en combustibles fósiles tenía que ser tratada de alguna manera.

El turismo responsable debía tener un nuevo enfoque y visión. La Agenda 2020 de la UNESCO y los Objetivos de Desarrollo Sostenible fueron una importante guía para entender qué podíamos hacer y de qué manera implementarlo. Es así como iniciamos por absoluta convicción el considerar nuestra gradual descarbonización vía medición de emisiones de carbono y su respectiva compensación.

Llegamos a ser, en el 2017, una empresa turística 100% carbono neutro con el gran beneficio de que la compensación de emisiones la hacíamos en territorio ecuatoriano. Los bosques tropicales del Chocó Andino, altos captadores de carbono por tradición, se convirtieron en nuestro gran objetivo.

La solución para llegar a carbono neutralidad tenía un gran valor agregado adicional: contribuía a la conservación de una de las áreas con mayor biodiversidad del Ecuador y del planeta. El esquema de sostenibilidad tenía para nosotros un cierre perfecto al tener a las comunidades del Chocó Andino, donde se encuentra Mashpi Lodge, involucradas no sólo en conservación de bosques, sino en un modelo de turismo sostenible que tiene efecto multiplicador en su línea de triple impacto.

En la actualidad, hemos invertido en tecnología sostenible desde la selección de equipos con bajo uso de energía, sensores, dispersores, filtros para combustibles en nuestros barcos, paneles solares, no uso de plásticos y más, hasta iniciativas en compras locales y empaquetamiento sostenible de suministros, prácticas que nos lleven cada vez más a reducir nuestra huella ambiental.

Finalmente, estamos en el camino de implementar un manejo ASG/ESG (Ambiente, Social, Gobernanza) que nos garantice una adecuada preparación para los continuos retos y desafíos que la sostenibilidad hoy brinda a la sociedad. El trabajo con comunidades, con nuestros colaboradores, con nuestro grupo accionista, y no se diga con nuestros huéspedes, permitirá que Metropolitan Touring genere un verdadero aporte en sostenibilidad para el Planeta.

Nuestra visión en el tiempo ha evolucionado y, sobretodo se ha adaptado a las necesidades de las personas y del ambiente. Naturalmente, hay mucho camino que recorrer y esa es la gran responsabilidad que nos deja la sostenibilidad.

“Turismo e Inversiones Verdes”, ¿podría destacar las principales iniciativas de sostenibilidad que ha implementado Metropolitan Touring para promover un turismo más responsable?

Somos “guardianes conscientes”, firmemente comprometidos con la preservación de nuestros destinos para las generaciones futuras. Continuamente mejoramos nuestras prácticas, aspiramos a ser un modelo ejemplar en la industria y colaboramos estrechamente con las autoridades gubernamentales locales y nacionales para promover la sostenibilidad. Al mismo tiempo, inspiramos a nuestros huéspedes a unirse a esta causa.

Desde 2017, todas nuestras operaciones han sido completamente carbono neutras. Esto no se limita únicamente a nuestras oficinas y operaciones, sino que, al viajar con nosotros, las emisiones de carbono generadas por nuestros huéspedes, calculadas según sus itinerarios específicos, se compensan a través de nuestro programa de mitigación del cambio climático basado en la naturaleza.

Este programa es diseñado y administrado por Fundación Futuro, una entidad perteneciente al Grupo Futuro. Juntos, protegemos extensas áreas de bosques biodiversos y amenazados en la región del Chocó Andino de Ecuador, al mismo tiempo que respaldamos el desarrollo de medios de vida más sostenibles para sus habitantes.

Hasta la fecha, hemos protegido anualmente 1.750 hectáreas de bosque gracias a nuestro programa de compensación.





ADEN Corporate
Solutions

*Capacitación y consultoría
para tu empresa*

**Más de 5000 Empresas
avalan nuestro trabajo**

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

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



ESCANEA
Y DESCUBRE
MÁS



La sostenibilidad es un pilar fundamental en todas nuestras acciones. Realizamos inversiones significativas para reducir aún más nuestra huella de carbono. Un ejemplo concreto es el hotel Finch Bay en la Isla Santa Cruz de las Islas Galápagos. Reconociendo la privilegiada ubicación del hotel, hemos aprovechado la energía solar como fuente de energía renovable, limpia e inagotable.

En 2022, instalamos 364 paneles solares que generan 300.000 kW h de electricidad cada año. Este esfuerzo ha permitido reducir nuestras emisiones de carbono en más de 86 toneladas anuales.

Este proyecto de energía solar cubre más del 50% de nuestras necesidades eléctricas en el hotel, disminuyendo nuestra dependencia de los combustibles fósiles de Puerto Ayora.

Además, hemos implementado paneles solares en Casa Gangotena, nuestro hotel emblemático en el Centro Histórico de Quito. El sistema de calentamiento de agua en la terraza funciona completamente con energía solar, una tecnología pionera que coloca al hotel a la vanguardia de las energías renovables en Quito.

Esto ha resultado en una reducción de casi 100 toneladas de emisiones de carbono anuales. Estamos orgullosos de liderar el camino hacia un futuro más sostenible y esperamos que nuestros esfuerzos inspiren a otros a unirse a esta importante causa.

Un área en la que estamos trabajando diligentemente es nuestra cadena de suministro, alineando a nuestros proveedores con nuestros criterios de sostenibilidad y generando así una cadena de impacto positivo que se extenderá a través de nuestras operaciones en Ecuador, Colombia y Perú.

- 38% de todas nuestras compras de A&B en Galápagos son locales
- 66% de nuestros proveedores locales en Galápagos son mujeres.
- 15 nuevos proveedores incorporados en 2022
- Aumento del ingreso para algunas familias de las comunidades cercanas a Mashpi Lodge gracias nuestro programa de compras locales.
- Fomentamos la contratación de colaboradores de las comunidades cercanas a donde operamos

Este año, Metropolitan Touring se puso como objetivo llevar a 100 estudiantes de las islas a bordo de nuestras embarcaciones como parte de un programa que busca fomentar el conocimiento del archipiélago entre la población joven y brindarles la oportunidad única de experimentar de cerca la

operación de un crucero de expedición y de conocer a profundidad las Islas Galápagos.

Este proyecto ha sido emblemático para Metropolitan Touring durante varios años. Destaco que hasta la fecha hemos invitado a más de 1.600 jóvenes de las Islas.

Creemos firmemente que esta experiencia enriquecedora no solo inspirará a estos estudiantes, sino que también los motivará en sus estudios y futuras carreras profesionales. Estamos comprometidos en contribuir al desarrollo de la próxima generación de líderes y defensores de la conservación en Galápagos.

¿Cuáles considera que son los mayores desafíos que enfrenta la industria del turismo en la actualidad en su búsqueda de la sostenibilidad, y cómo los aborda Metropolitan Touring?

El Ecuador es, sin duda, un país bendecido con una riqueza extraordinaria en términos de biodiversidad. Esta riqueza biológica es, y será, la moneda del futuro. En esta era en la que la sostenibilidad se convierte en un pilar esencial para nuestro planeta, el turismo sostenible se presenta como la herramienta ideal para aprovechar y conservar esta maravillosa riqueza natural, no solo para la generación presente, sino también para las generaciones venideras.

Cuando hablamos del impacto ambiental del turismo, comprendemos que debemos realizar inversiones significativas y a largo plazo para desvincular nuestra economía de los combustibles fósiles y descarbonizarla. Este desafío va más allá del sector turístico y afecta áreas como el transporte terrestre, aéreo y marítimo. Para lograr una transición exitosa hacia energías renovables, como la electricidad o el hidrógeno verde, se requiere de políticas gubernamentales sólidas, apoyo de organizaciones multilaterales y la confianza de los inversores privados.

Ecuador, indiscutiblemente, tiene el potencial de liderar a nivel mundial en turismo sostenible, incluso superando a países como Costa Rica. Por lo tanto, el mayor desafío es que el Estado se comprometa y provea energías alternativas que permitan una verdadera reducción de las emisiones de carbono.

Con su formación académica en Economía y experiencia en gestión de Centros Históricos, ¿cómo cree que estos conocimientos se entrelazan en su liderazgo en Metropolitan Touring en términos de sostenibilidad y responsabilidad social?

Creo que mi formación académica en economía y mi experiencia en la gestión de centros históricos me han proporcionado dos perspectivas esenciales:



una visión a largo plazo y la comprensión de la importancia de la colaboración de todos los actores involucrados para gestionar de la mejor manera los recursos del país.

Metropolitan Touring tiene una historia impresionante de 70 años en la industria turística y su impacto se extiende a lo largo de su cadena de valor. Nuestra visión siempre será la de construir un bienestar financiero para nuestra empresa, en sintonía con el bienestar de la sociedad y el medio ambiente a largo plazo.

Nuestros productos y servicios se basan en el capital natural y cultural de nuestro país (y el de Perú y Colombia) y mi formación como economista me ha ayudado a comprender la importancia de encontrar un equilibrio entre el éxito financiero y la conservación de los recursos naturales y el patrimonio cultural y la generación de bienestar para las comunidades.

La gestión que realicé en la Empresa del Centro Histórico de Quito requirió la colaboración entre todos los stakeholders; participaron instituciones públicas y privadas, habitantes del centro, comerciantes, instituciones financieras, organismos internacionales, etc, todos enfocados en rescatar el valor del centro histórico de Quito y preservarlo para futuras generaciones. En esto, hacer turismo es muy similar, requiere que los sitios que visitamos se mantengan, y por ello requiera intensa cooperación con todos los actores.

En nuestro caso la presencia de un hotel como Casa Gangotena en el Centro Histórico de Quito, nos obliga a generar valor a nuestros vecinos, a apuntalar a los negocios emblemáticos, aportar a la limpieza, a la estética y a la protección del patrimonio.

¿Cuál sería su mensaje para las empresas y personas que buscan abrazar la sostenibilidad en el turismo y contribuir a la construcción de una sociedad mejor a través de sus actividades, basado en su experiencia y liderazgo en Metropolitan Touring?

El turismo es verdaderamente una industria única y maravillosa. A menudo se la describe como la industria de la felicidad, y con razón. Entre todos los sectores económicos, el turismo desde mi perspectiva es uno de los que más contribuye a la economía de un país, desde la generación de empleo hasta la adquisición de alimentos, el transporte, la guianza turística y los equipos utilizados en hoteles y embarcaciones.

Reconocemos que Ecuador tiene una ventaja competitiva excepcional debido a su tamaño y su biodiversidad. Esto nos coloca en una posición única para convertir al turismo en la principal industria no petrolera del país, e incluso, en la principal fuente económica. Esto no necesariamente significa atraer millones de turistas, sino más bien enfocarnos en desarrollar una infraestructura de calidad, establecer políticas gubernamentales que fomenten la inversión y llevar a cabo una promoción estratégica dirigida a segmentos de mercado que realmente aprecian y valoran lo que Ecuador tiene para ofrecer.

Hemos sido testigos de cómo el turismo ha generado un impacto significativo en comunidades locales, como en el caso de Mashpi Lodge, donde no solo se ha mejorado la economía de las comunidades aledañas, sino también la percepción y el valor de los bosques del Chocó, asegurando su preservación para las futuras generaciones. Este es un ejemplo poderoso de cómo el turismo puede ser una fuerza positiva de transformación en todos los niveles.

Invito a las empresas y a las personas a asumir su responsabilidad en contribuir a la reducción del calentamiento global y a mejorar la calidad de vida de las personas de su entorno. Cada uno desde su trinchera.



HUBRadioTV
EMPRESARIAL



**PIENSA
EN GRANDE**

¡ÚNETE!

¡Sea auspiciador en HubRadio Empresarial!

Escríbenos a **director@hubradio.online**

O a través de



+56 988 67 41 25

Mariela Paredes

CEO de Global-True-Advisors

Las nuevas generaciones demuestran ser más receptivas a la innovación y están dispuestas a abrazar un liderazgo consciente y ético

Mariela Paredes, directora ejecutiva de Desarrollo Organizacional de Global-True-Advisors comparte su visión y experiencia en la integración de la sostenibilidad en el tejido mismo de las organizaciones.

Desde proyectos pioneros hasta la promoción de valores de responsabilidad social, Mariela Paredes, quien es directora ejecutiva de Desarrollo Organizacional de Global-True-Advisors, nos guía a través de su viaje, ofreciendo una visión única sobre la importancia de la empatía y las habilidades blandas en el liderazgo transformador.

En entrevista nos lleva a un viaje inspirador a través de su experiencia en la transformación de organizaciones hacia la sostenibilidad. Como estratega en HR y experta en desarrollo organizacional, ella ha liderado proyectos innovadores, desde la integración de principios sostenibles en la planificación estratégica hasta la promoción de un cambio cultural arraigado en la responsabilidad social.

Paredes comparte su enfoque único para superar desafíos, incluyendo la resistencia al cambio y la importancia de cultivar la empatía en el liderazgo. Además, destaca la necesidad crítica de habilidades blandas en el liderazgo sostenible y cómo estas habilidades no solo impulsan la toma de decisiones éticas, sino también una genuina preocupación por las personas y el planeta.

Exploramos su papel como conferencista, mentor y organizadora de eventos de alto impacto, todos diseñados para fomentar una conciencia más profunda sobre la sostenibilidad en la toma de decisiones estratégicas. A través de sus experiencias y perspectivas, la Sra. Paredes nos ofrece una visión clara de cómo el liderazgo transformador puede crear un impacto positivo tanto en las organizaciones como en la sociedad.

A medida que exploramos sus proyectos emblemáticos, desde el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre hasta las empresas manufactureras, vemos cómo sus iniciativas han fortalecido no solo la viabilidad financiera, sino también las relaciones con las partes interesadas y, lo que es más importante, el respeto por nuestro planeta.

Esta conversación es más que una discusión sobre sostenibilidad y liderazgo; es una llamada a la acción. Su pasión por impulsar un cambio positivo es palpable, y su dedicación a integrar la sostenibilidad en todos los aspectos de la vida empresarial nos ilumina el camino hacia un mañana más brillante.

Su enfoque en integrar la sostenibilidad en la planificación estratégica es impresionante. ¿Podría compartir un ejemplo específico de cómo ha ayudado a una organización a alinear sus objetivos de negocio con metas sostenibles a largo plazo y cuál fue el impacto resultante en la viabilidad financiera y las relaciones con las partes interesadas?

Durante mi colaboración con el Operador del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, nos centramos en integrar la sostenibilidad en la planificación estratégica. Esto implicó definir una sólida base filosófica que orientara las decisiones estratégicas y alineara los objetivos de negocio con metas sostenibles. Incluimos la promoción de valores como la "eficiencia en el uso de recursos" y el establecimiento de objetivos estratégicos como "operar de manera responsable con el medio ambiente, de manera segura y con un enfoque de mejora continua."

Estos lineamientos se tradujeron en acciones concretas, como el uso de cetrería (halcones entrenados) para prevenir colisiones de aves con aeronaves y la adopción de prácticas sostenibles, como la incorporación de vehículos eléctricos, la implementación de luces LED, y la obtención de la certificación de punto verde, demostrando la reducción del consumo energético y producción de residuos.

Estas medidas no solo redujeron los costos operativos, sino que también garantizaron operaciones seguras, lo que atrajo a nuevas aerolíneas y generó mayores ingresos.

Cambio cultural hacia la sostenibilidad y responsabilidad social es un aspecto clave de su trabajo. ¿Podría ilustrar cómo ha transformado la cultura organizacional en una empresa para reflejar valores de sostenibilidad y cómo esto ha influido en la toma de decisiones cotidianas dentro de la organización?

Colaboré con una empresa manufacturera en la transformación de su cultura hacia la sostenibilidad, un proceso que implicó las siguientes etapas:

- 1. Evaluación Inicial: Realizamos una evaluación exhaustiva de las actitudes y percepciones de los empleados hacia la sostenibilidad, lo que reveló un interés general, pero, sin una dirección clara.*
- 2. Definición de Valores: Trabajamos juntamente con los líderes y empleados para establecer valores específicos de sostenibilidad, incluyendo uno nuevo al que llamamos "Sostenibilidad Responsable".*
- 3. Traducción de Valores a Comportamientos: Convertimos estos valores en acciones concretas, como reducir el desperdicio de materiales, adoptar prácticas de reciclaje y reducir el consumo de energía.*
- 4. Alineación de Políticas y Procedimientos: Ajustamos las políticas y procedimientos para incorporar prácticas sostenibles, como reducir el consumo de agua y energía.*
- 5. Programas de Capacitación: Lanzamos programas de formación para empleados, destacando la importancia de la sostenibilidad y proporcionando las habilidades necesarias.*
- 6. Sistemas de Incentivos: Reconocimos y premiamos ideas e iniciativas sostenibles, así como el cumplimiento de los comportamientos definidos para fortalecer la cultura de sostenibilidad.*

Este proceso tuvo un impacto significativo en la toma de decisiones cotidianas. Los empleados comenzaron a considerar el impacto ambiental en cada aspecto de su trabajo, desde la elección de proveedores hasta la gestión de materiales y la optimización del uso de recursos.

Incorporar principios de liderazgo sostenible en la formación de líderes es fundamental. ¿Cuáles son algunos desafíos comunes que encuentra al enseñar estas prácticas y cómo los futuros líderes han respondido a estas enseñanzas?

Al incorporar principios de liderazgo sostenible en la formación de líderes, he enfrentado desafíos comunes: cambios en la mentalidad, resistencia al cambio y falta de conocimiento sobre los objetivos de desarrollo sostenible (ods). Sin embargo, me ha impresionado la disposición de la mayoría para abrazar la sostenibilidad como parte esencial de su liderazgo. A medida que visualizan los beneficios a largo plazo, como la mejora de la reputación de la organización, la atracción de inversionistas socialmente responsables y la satisfacción de las partes interesadas, se vuelven más proclives a adoptar prácticas sostenibles.

Las nuevas generaciones, en particular, demuestran ser más receptivas a la innovación y están dispuestas a abrazar un liderazgo consciente y ético. ¡Una evolución inspiradora!

Usted ofrece capacitación en habilidades blandas necesarias para liderar de manera sostenible, como empatía y toma de decisiones éticas. ¿Cómo cree que estas habilidades contribuyen a un liderazgo más efectivo y responsable en el contexto de la sostenibilidad?

Ofrecer capacitación en habilidades esenciales, como empatía y toma de decisiones éticas, es un pilar central de mi enfoque en el liderazgo sostenible. La empatía va más allá de la comprensión de la realidad de las personas al ponerse en los zapatos del otro; implica compartir auténticamente sus emociones y sentimientos. Esta conexión emocional es lo que impulsa a las personas a tomar medidas compasivas y responsables, lo que se traduce en un liderazgo altamente efectivo en el contexto de la sostenibilidad.

Los líderes empáticos anticipan consecuencias éticas, sociales y ambientales a largo plazo, abordan riesgos y fomentan la colaboración en iniciativas sostenibles. Cultivan una cultura de cuidado y toman decisiones éticas y responsables, más allá de las ganancias financieras. Esta simbiosis entre empatía y ética garantiza un liderazgo honesto y responsable, creando un impacto sostenible, pero sobre todo con una auténtica preocupación por las personas y el planeta.

La gestión de crisis y resiliencia sostenible es un aspecto crucial de su trabajo. ¿Podría compartir cómo ha incorporado la sostenibilidad y la responsabilidad social en los planes de respuesta a crisis de una organización y cómo ha mejorado la resiliencia de la empresa frente a situaciones adversas?

En la pandemia de COVID-19, destacamos la importancia de considerar aspectos más allá de la respuesta inmediata centrada en la seguridad de los empleados y la continuidad operativa. Un desafío clave que incorporamos en varios planes de crisis fue la pérdida de empleos, abordándolo desde una perspectiva de responsabilidad social en lugar de verlo únicamente como un problema económico.

Esto nos llevó al desarrollo de programas de apoyo para empleados afectados, capacitación para adquirir nuevas habilidades y apoyo psicológico para aquellos que enfrentaron estrés y ansiedad debido a la pérdida de empleo.

Además, se añadieron directrices para asegurarnos de que las medidas tomadas durante la pandemia fueran respetuosas con el medio ambiente, priorizando productos y prácticas sostenibles siempre que fuera posible y gestionando los residuos y desechos de manera responsable.

Dada su experiencia en mentoring, ¿cómo guía a los individuos para que incorporen principios de sostenibilidad en sus carreras y vidas personales? ¿Cuáles son los consejos clave que suele ofrecer a las personas que desean ser agentes de cambio en sus comunidades?

Como mentora, mi objetivo es inspirar y guiar a los líderes para que incorporen principios de sostenibilidad en sus carreras y vidas personales, con la firme convicción de que cada uno de nosotros puede marcar una diferencia significativa en el mundo. Les oriento en una profunda reflexión y autoevaluación de sus valores personales y profesionales, para alinearlos con la sostenibilidad.

Los animo a definir metas relacionadas con la sostenibilidad, como la reducción de la huella de carbono, la participación en proyectos de voluntariado o el impulso de iniciativas

sostenibles en su lugar de trabajo. También les ayudo a crear planes de acción concretos para alcanzar sus metas.

A aquellos que desean ser agentes de cambio, les recomiendo aprender constantemente sobre temas de sostenibilidad y conocer los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para orientar sus esfuerzos, establecer conexiones con otros profesionales afines, identificar problemas y necesidades en su entorno cercano, promover la educación y la concientización, medir el impacto de sus iniciativas y, sobre todo, si llegan a ocupar posiciones de poder, aprender a alzar la voz en defensa de la preservación del planeta.

El enfoque en diversidad, equidad e inclusión (DEI) es esencial en la sostenibilidad. ¿Podría compartir un ejemplo concreto de cómo ha promovido la diversidad y la inclusión en un entorno organizacional y cómo esto ha contribuido a un mayor sentido de comunidad y responsabilidad social?

En mi experiencia, he promovido la diversidad, equidad e inclusión (DEI) en entornos organizacionales a través de capacitaciones. Dos ejemplos destacados ilustran cómo estas iniciativas han contribuido a un mayor sentido de comunidad y responsabilidad social:

1. *Capacitación de Gestores de DEI: En una capacitación abierta con participantes de empresas destacadas, abordé diversas facetas de la diversidad, incluyendo la discriminación que enfrentan en entrevistas de trabajo el 60% de la población menor de 25 años y el 61% de las personas mayores de 45 años. Compartí ejemplos de prácticas innovadoras de otros países, como programas de becarios para personas de la tercera edad. Un banco participante implementó de inmediato un programa similar que se volvió viral en redes, enriqueciendo la diversidad generacional y abordando problemas de desempleo y depresión en estas poblaciones.*

2. *Academia para Mujeres Líderes: Colaboré en una iniciativa privada de un banco para empoderar a las mujeres de su equipo, promoviendo igualdad de oportunidades en ascensos a roles de mayor responsabilidad. En sus informes, se destacó que el 85% de las promociones internas recayeron en mujeres gracias a su desempeño. Estos ejemplos subrayan cómo el enfoque en DEI enriquece la cultura organizacional, aborda problemas sociales y fomenta un mayor sentido de responsabilidad social en las empresas.*

Considerando su experiencia en transformación de cultura y liderazgo sostenible, ¿cuál cree que es el papel de las empresas y los líderes en la construcción de una sociedad más sostenible y equitativa? ¿Qué consejo daría a las organizaciones que desean hacer una diferencia real en el mundo a través de prácticas sostenibles y socialmente responsables?

Considero que las empresas y los líderes juegan un papel vital en la construcción de una sociedad más sostenible y equitativa. Para lograrlo, es fundamental seguir estos principios: modelar el comportamiento sostenible, fomentar una cultura de responsabilidad, colaboración y compromiso con otras organizaciones y partes interesadas para abordar desafíos globales.

Para las organizaciones que desean marcar una diferencia a través de prácticas sostenibles y socialmente responsables, les aconsejo: comiencen internamente, establezcan objetivos claros y medibles, colaboren y aprendan de otros, sean flexibles, adaptativos y comuniquen con transparencia. en un mundo que anhela la sostenibilidad, cada elección de hoy es una inversión en el mañana.



LIDERAZGO EN DÚO
DOS LÍDERES. UNA MIRADA



**¡EL LIDERAZGO
NECESITA DE TI!**



LIDERAZGO EN DUO

Ventas
\$309 M

6 m

Arturo Cárdenas

Gerente general de Autofenix

La industria de los vehículos apuesta por la descarbonización en el sector del transporte

Autofenix introduce al mercado la marca LeapMotor, vehículos eléctricos inteligentes, con tecnología de vanguardia para contribuir con el desarrollo de la movilidad sostenible, baja en emisiones de carbono en el Ecuador.

Leamotor, marca fabricante de vehículos eléctrico, ingresó al mercado ecuatoriano el pasado mes de octubre, en alianza con Autofenix, empresa especializada en la distribución de vehículos y en la oferta de servicios integrales de posventa, con larga trayectoria en Ecuador.

La llegada de LeapMotors tiene como objetivo dinamizar la economía del país y generar un impacto positivo en la industria automovilística local. A diferencia de otras marcas, la cartera de productos de Leapmotor se basa en ofrecer solo vehículos eléctricos inteligentes, debido a su visión de reducción de carbono y movilidad sostenible.

Conversamos con Arturo Cárdenas, fundador y gerente general de Autofenix sobre este lanzamiento al mercado ecuatoriano.

Cárdenas, tiene más de 45 años de experiencia en el sector automotor, incluyendo áreas de ingeniería y manufactura, importaciones, exportaciones, marketing, finanzas y comercialización. Se desempeñó como administrador y gerente general de varias empresas del sector. Estudió Ingeniería Mecánica en la Escuela Politécnica Nacional y varios programas de formación postgrado como administrador de plantas y de empresas en el Instituto de Tecnología del Aprendizaje (Alemania) y en el INCAE.

¿Cuál es la realidad de la movilidad sostenible en el país? ¿Está preparado el Ecuador para cambiar la manera de moverse reduciendo la huella de carbono?

Ecuador ha tomado iniciativas importantes y destacables en comparación a otros países de la región. Sin embargo, aún hay un largo camino por recorrer si tomamos en consideración a países del primer mundo que han avanzado con mucha anticipación en preparar la infraestructura que viabilice la masificación de soluciones de movilidad sostenible. Los mayores incentivos son de carácter tributario y arancelario, lo que ha motivado a más consumidores a adquirir motos eléctricas y vehículos electrificados, sean estos híbridos o 100 % eléctricos. Existen avances en la red de carga por parte del sector privado; sin embargo, las inversiones estatales o público privadas aún están en fase de aprobación legislativa. El cambio es una realidad y paulatinamente se está acelerando, la participación de este segmento en la industria automotriz local ya es del 8 % y se prevé que para 2025 sea de la cuarta parte.

¿Cuál considera usted que es el principal reto que enfrenta el país para lograr la movilidad sostenible?

La implementación de la red de carga rápida. Actualmente existen más de 200 estaciones de carga,

mayormente de carga media. La inversión público privada es importante para multiplicar las estaciones de carga rápida a nivel nacional que permitan tiempos de carga reducidos de tan solo 15 min. Por otro lado, la desmitificación de esta nueva tecnología ha ido incrementando y a la fecha ya no es el primer factor limitante, la tecnología eléctrica es más fiable que nunca.

¿Cuáles son las estrategias y la visión de Autofenix para contribuir con su oferta de vehículos a la sostenibilidad en el Ecuador?

La visión de Autofenix siempre ha sido la de ofrecer soluciones de movilidad inteligente a sus clientes y trabajar duro para superar sus expectativas. Esta oferta se alinea, se complementa y se cumple actualmente a cabalidad a través de ofrecer al mercado ecuatoriano la marca Leapmotor, representandola para todo el país.

El fabricante Leapmotor, además de desarrollar, fabricar y ofrecer vehículos eléctricos inteligentes, con tecnología de vanguardia, de nueva energía y con la máxima rentabilidad para sus usuarios, es actualmente líder en el desarrollo de tecnología basada en inteligencia artificial.

Cómo promover la transformación baja en carbono de la economía global se ha convertido en un desafío histórico para la humanidad en su conjunto. La industria de los vehículos eléctricos ha asumido las responsabilidades correspondientes para esta era como uno de los motores importantes para la descarbonización en el sector del transporte. Leapmotor ha asumido un fuerte compromiso mejorando constantemente las capacidades de desarrollo sostenible de la Compañía y contribuyendo a los “objetivos de pico de carbono y neutralidad de carbono” de China, así como de los mercados a los que accede con sus productos.

Autofenix, por su parte, además de comercializar los vehículos, está comprometida con el desarrollo de la red de carga para contribuir a la transición energética de la movilidad en el Ecuador y también en la energización sostenible de sus operaciones y concesionarios.

¿Cuáles son las últimas novedades en marcas y vehículos para la movilidad sostenible que trae Autofenix?

Creemos que la tecnología de vanguardia, una experiencia de conducción placentera y productos automotrices seguros, atraerán a más clientes a elegir Leapmotor, una marca de vehículos inteligentes que además de su integración tecnológica ofrece una nueva línea de fabricación de componentes electrónicos de durabilidad superior.

Hablamos de baterías y tren de potencia con durabilidad de hasta 1 millón de kilómetros.



La Inteligencia Artificial al servicio de integrar eficazmente los cuatro elementos clave de un vehículo 100 % eléctrico: Batería, Confort, Seguridad y Potencia, es su mayor diferenciador. Por ejemplo, el reconocimiento facial configura de forma personalizada el encendido, asistencias de conducción y control del habitáculo para mejorar la experiencia y seguridad del conductor.

¿Qué ventajas ofrece Leapmotor sobre otras marcas? ¿Cuál es el elemento diferenciador?

Leapmotor es una marca de vehículos eléctricos inteligentes, equipados con capacidades de I+D en potencia inteligente, conducción inteligente y cabina inteligente, lo que nos permite proporcionar a los usuarios mejores productos y servicios. Creemos que la tecnología de vanguardia, una experiencia de conducción placentera y los productos automotrices seguros atraerán a más clientes a elegir Leapmotor.

Al mismo tiempo, el fabricante de la marca, ha establecido un sistema de gestión para todo el ciclo de vida del producto y el servicio, fortaleciendo de manera integral los resultados de seguridad de sus productos y optimizando continuamente la calidad de los mismos, brindando así a los usuarios, productos más seguros, más saludables y más inteligentes.

¿Cuál ha sido la inversión para traer Leapmotor al Ecuador y cuál es el impacto que proyecta tendrá su introducción al mercado automotriz local?

La inversión de 1.5 millones se destinará para la fase 1 de introducción de la marca en el Ecuador, la misma que comprende inversión en concesionarios, talleres de servicio, marketing, lanzamiento, operaciones y red de carga.

En su experiencia, ¿cómo ha sido la receptividad del mercado ecuatoriano a la movilidad eléctrica?

La experiencia y aceptación ha sido muy buena, esto se debe a que finalmente a partir de este año se empiezan a comercializar productos de movilidad sostenible que cumplen las expectativas y las necesidades de movilidad comparables a un vehículo tradicional a combustión en términos de autonomía, mayor potencia, mayor durabilidad, mayor confort y mayor conectividad.

¿Qué planes tiene Autofenix para expandir su presencia en el mercado automotriz sostenible en el Ecuador de cara a los próximos años?

Leapmotor y Autofenix tienen grandes planes para el Ecuador, siendo este un país con un territorio manejable para la expansión de red de carga, y un país con generosos recursos de energía hidroeléctrica. Los planes también incluyen expandir el portafolio de modelos y propulsiones. Para 2024 el portafolio se incrementará en 5 modelos más.

Charla cerrada

Gestión del cambio

TEAM
MARMUNOZ

MENTORING - COACHING - SPEAKER - INNOVACIÓN Y LIDERAZGO

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

AGENDA TU CHARLA



Gineth Contreras

Global Partner Enablement

Navegando el Futuro de la Tecnología y la Sostenibilidad en Vertiv

Factor de Éxito se sumerge en una conversación exclusiva con Gineth Contreras, Global Partner Enablement Manager de Vertiv. Desde su rol en una multinacional líder, Contreras comparte su visión sobre la integración de la sostenibilidad en la tecnología, su papel en alianzas estratégicas y cómo lidera equipos globales con un enfoque humano.

En la edición #11 de Factor de Éxito, exploramos el encuentro entre la tecnología y la sostenibilidad a través de la experiencia de Gineth Contreras, Global Partner Enablement Manager de Vertiv. En un mundo donde la sostenibilidad se convierte en un imperativo para las empresas, Contreras emerge como una figura clave en el sector tecnológico, liderando desde la vanguardia de la eficiencia y la responsabilidad ambiental.

Con más de 6 años de experiencia en empresas multinacionales, Contreras ha dejado una marca significativa en el campo de la tecnología. Su trayectoria en Vertiv, donde actualmente se desempeña como Global Partner Enablement Manager, destaca su crecimiento exponencial y la confianza que la empresa ha depositado en ella.

La relevancia de la sostenibilidad en el mundo empresarial no es ajena a Vertiv, y Contreras menciona cómo la empresa abraza este enfoque desde su posición estratégica. En la intersección entre la tecnología y el turismo sostenible, esta profesional señala el crecimiento exponencial en el uso de tecnologías en la industria del turismo. Su visión se centra en la importancia de soluciones de vanguardia que fomenten prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente.

Desde Vertiv, nuestra entrevistada destaca la importancia de que las empresas tengan un propósito y contribuyan a la sociedad. La gestión de alianzas tecnológicas con empresas líderes como Dell, HP, CommScope y Honeywell es clave en este aspecto. Contreras comparte que estas alianzas se centran en generar oportunidades de crecimiento y ofrecer una oferta integral para todos los actores relevantes del ecosistema de centros de datos.

Como estudiante del programa especializado de Claves de la Dirección de Empresas en la Universidad de Navarra, España, Contreras también menciona la importancia de la educación continua en su desarrollo profesional.

Esta profesional fue nombrada Mujer TIC LATAM en 2020, y continúa animando a las mujeres a buscar carreras en STEM, y destaca la importancia de empoderarse mutuamente y superar los estereotipos culturales.

Contreras comparte sus experiencias personales al enfrentar retos en su carrera, desde romper estereotipos como Ingeniera en Sales Support hasta contribuir al cambio en la brecha de género en STEM.

Mirando hacia el futuro, Contreras anticipa tendencias como el crecimiento de centros de datos en América Latina y la demanda creciente de eficiencia energética. Asimismo, valora tecnologías como el free cooling, el liquid cooling y el uso de baterías de litio como vitales para reducir la huella de carbono en la región.

¿Cómo describiría su trayectoria y experiencia en el campo de la tecnología y la gestión de ventas en empresas multinacionales como Vertiv?

La describiría como una aventura apasionante y desafiante. He tenido el privilegio de trabajar en diversos roles, desde ingeniería de soluciones hasta liderar equipos de ventas y alianzas en LATAM.

Esta experiencia me ha permitido desarrollar una comprensión de la industria tecnológica y las dinámicas de ventas internacionales, así como habilidades clave en liderazgo, lo que me permitió tener un crecimiento exponencial y gracias a los diversos logros, resultados alcanzados y a la confianza que la empresa ha depositado en mí, hoy me desempeño como Global Partner Enablement Manager.

Dada la relevancia actual de la sostenibilidad en el mundo empresarial, ¿cómo ha integrado el enfoque de sostenibilidad en su rol como Global Partner Enablement Manager en Vertiv?

En Vertiv, la sostenibilidad es un pilar fundamental, diseñamos productos y servicios que satisfacen las necesidades de nuestros clientes pensando siempre en el rendimiento, la confiabilidad y sobre todo la eficiencia. Hemos sido testigos de un mayor enfoque en la sostenibilidad en toda nuestra industria y queremos mostrarles las soluciones que creemos están en la mejor posición para ayudar a los operadores de centros de datos y telecomunicaciones a alcanzar sus objetivos con respecto al uso eficiente de la energía y el agua, así como la adopción de fuentes de energía alternativas.

Desde mi rol trabajamos en desarrollar y ejecutar estrategias que no solo impulsan el crecimiento empresarial, sino que también respetan y promueven prácticas sostenibles. Esto incluye programas de formación y herramientas que fomentan la eficiencia energética y la reducción de la huella de carbono en las operaciones nuestras y de nuestros socios de negocio.

En esta edición, estamos explorando el potencial del turismo sostenible como una oportunidad para las empresas. ¿Podrías compartir cómo ve la intersección entre la tecnología y el turismo sostenible en su experiencia?

En mi experiencia, en los últimos años, la industria del turismo ha tenido una transformación digital y por lo tanto un crecimiento exponencial en el uso de tecnologías. La intersección entre tecnología y turismo sostenible se vuelve clave.

Por ejemplo, la tecnología puede desempeñar un papel crucial en la gestión eficiente de recursos, como el uso de sistemas inteligentes para controlar el consumo energético en hoteles o en áreas de alto valor ecológico, como parques nacionales o reservas naturales, se pueden instalar sistemas de energía solar o eólica para alimentar las operaciones turísticas. En Vertiv, exploramos cómo nuestras soluciones pueden contribuir a esta industria de manera sostenible.

Mencionó la importancia de que las empresas tengan un propósito y contribuyan a la sociedad. ¿Podría compartir algún ejemplo concreto de cómo Vertiv está llevando a cabo esta contribución?

Desde Vertiv creemos en un mundo en el que las tecnologías críticas funcionen de manera ininterrumpida y donde los sectores a los que prestamos servicios puedan crecer de forma responsable con respecto a las necesidades medioambientales y sociales de las partes interesadas. Los equipos de Vertiv se esfuerzan a diario para alinear las prioridades estratégicas con las necesidades de las

partes interesadas. De esta forma, apoyamos también a nuestras comunidades y gestionamos de forma óptima las oportunidades y los riesgos relacionados con el cambio climático.

Ha sido parte de la gestión de alianzas tecnológicas con empresas como Dell, HP, CommScope y Honeywell. ¿Cuál considera que es la clave para establecer y mantener relaciones sólidas con estos socios estratégicos?

Nuestras alianzas y estrategias de cooperación con diferentes empresas de la industria tecnológica se han enfocado en generar oportunidades de crecimiento a los negocios de nuestros socios y tener una oferta integral para todos los actores relevantes del ecosistema de centros de datos. De esta forma, hemos logrado establecer relaciones sólidas y acuerdos a largo plazo.

Actualmente está estudiando en el programa especializado de Claves de la Dirección de Empresas en la Universidad de Navarra, España. ¿Cómo cree que este tipo de educación continua contribuye a su desarrollo profesional y aporta a su rol en Vertiv?

En general en la industria de tecnología, he aprendido algunas lecciones importantes en el transcurso de mi carrera profesional, como tener una mente abierta a la hora de aprender cosas nuevas, confiar en mi instinto y enfocarme en lo que puedo controlar, como mi progreso, las empresas y en general la industria tecnológica están evolucionando rápidamente y exigen innovación y preparación continua, por ese motivo estar capacitándose de manera constante contribuye no solo a mi rol sino a la compañía y el ecosistema en general.

Este programa en particular amplia significativamente mi visión y habilidades estratégicas aporta además mucho material para mi día a día, en términos de liderazgo de equipos, tener nociones financieras y en general soportar la ejecución de proyectos con éxito.

Como nominada a Mujer TIC LATAM en 2020, ¿cuál es su perspectiva sobre el papel de las mujeres en la industria tecnológica y qué consejo daría a las mujeres que buscan carreras en STEM?

Para mí fue un honor estar nominada como Mujer TIC LATAM en 2020. Sin duda, el mundo STEM es un mundo muy interesante y con infinidad de oportunidades donde las mujeres jugamos un papel relevante dado a que aportamos a la innovación, a la competitividad y a la creatividad. Por tal motivo, tenemos que seguir buscando nuestro lugar en esta industria y motivarnos mutuamente a elegir las áreas STEM; es importante el prepararnos, buscar mentores adecuados y sobre todo tener curiosidad, así como ser solidarias entre nosotras para aportar a la construcción de la equidad de género y superar los estereotipos culturales. Como consejo a las mujeres que buscan carreras en estas áreas yo les diría que tengan determinación, que no bajen los brazos, nunca dejar de buscar oportunidades de aprendizaje y crecimiento, buscar mentores o círculos alrededor de las áreas STEM que les permitan encontrar una guía y lo más importante las incentivar a tener confianza y creer más en sí mismas.

En la actualidad, se valora mucho la humanización del liderazgo. ¿Cómo incorpora este enfoque en su gestión de equipos y en la habilitación de canales a nivel Global en Vertiv?

Es vital para un líder comprender que somos y trabajamos con personas, que al final todo lo que hacemos es para colocar al servicio de las personas, al final negociamos entre personas, le vendemos a personas; por lo tanto, se vuelve crucial entendernos y tener un enfoque de empatía, pero no solo empatía por sí sola sino empatía más acción lo que llama Jeff Weiner Ex CEO de LinkedIn tener Compasión.

De igual forma fomentar la comunicación abierta y valorar las contribuciones individuales, esto crea un ambiente de trabajo donde cada miembro se siente valorado, motivado y parte de un propósito, por lo mismo generan un compromiso mayor.

Como líder también ha sido importante para mí ser abierta, mostrar que podemos ser vulnerables y potenciar las capacidades de cada uno de los miembros del equipo, así mismo transmitir esto a las relaciones con el ecosistema de socios de negocio a nivel global.

¿Podrías compartir un desafío personal que hayas enfrentado en su carrera y cómo lo superó? También, ¿cuál considera que ha sido uno de sus logros más significativos hasta la fecha?

Un desafío personal que enfrenté fue la adaptación a diferentes culturas, tanto culturas empresariales al estar conectando y generando alianzas con diversas organizaciones que a pesar de tener segmentos de negocio similares tenían esquemas organizacionales completamente distintos, como las diferencias culturales entre países al manejar regiones cada vez más grandes, hasta detalles de comunicación e idiomas al estar en un rol global.

Por supuesto trabajar en la flexibilidad y aprendizaje continuo sobre las dinámicas culturales me ha ayudado a superar estos desafíos. Uno de mis logros más significativos ha sido liderar con éxito el reclutamiento y desarrollo de canales e integradores en LATAM, superando nuestras metas de ventas en la región, generando crecimiento lo que ahora me ha llevado a tener un rol Global.

¿Cuáles son las tendencias o desarrollos en tecnología y sostenibilidad que creen que tendrán un impacto significativo en el futuro del negocio de Vertiv y del sector en general?

Creo que tendencias como la inteligencia artificial, la automatización y el Internet de las Cosas (IoT) tendrán un impacto significativo en todas las industrias.

Estas tecnologías no solo mejorarán la eficiencia operativa, sino que también impulsarán la sostenibilidad a través de la optimización de recursos y la reducción del impacto ambiental, a su vez impulsarán el crecimiento de centros de datos en América Latina abriendo paso a tecnologías como enfriamiento líquido, tecnología para altas densidades, seguir impulsando el uso de baterías de litio y en general generar una transformación en la industria.



REVISTA



2024



EVENTOS INTERNACIONALES EN REPÚBLICA DOMINICANA

FEBRERO

Economía y Finanzas

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

ABRIL

Especial mujeres Factor de Éxito

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

Capital Humano

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

JUNIO

Marcas & Marketing

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

AGOSTO

Energía

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

OCTUBRE

Sostenibilidad Especial: Selección Verde

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

Turismo

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

DICIEMBRE

Liderazgo

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

Innovación, Emprendimiento y Tecnología

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

ABRIL



JULIO



OCTUBRE



ADQUIERE TU ESPACIO, EN ESTE 2024



Yves Gautier

Director Ejecutivo de Operaciones y
Presidente de GLOBAL-TRUE-ADVISORS

Pionero de la aviación sostenible

En el mundo de la aviación, donde la seguridad, la innovación y la sostenibilidad son esenciales, el nombre de Yves Gautier resuena con profundidad. Este respetado profesional, con más de 40 años de experiencia en la industria, ha dejado una marca indeleble a través de su liderazgo visionario y sus contribuciones significativas en el campo de la aviación sostenible. Como director ejecutivo de operaciones y Presidente de Global-True-Advisors, Gautier ha guiado a la industria hacia prácticas más sostenibles, demostrando que la resiliencia y la responsabilidad ambiental pueden coexistir en el mundo de la aviación.

Gautier comenzó su carrera en la aviación con UTA y Air France, donde desempeñó roles cruciales en seguridad AVSEC, calidad y gestión de crisis. Su experiencia internacional es asombrosa: ha sido auditor e inspector en más de 330 aeropuertos en 90 países y ha participado activamente en más de 80 células de crisis, incluyendo situaciones de secuestros de aeronaves y accidentes aeronáuticos, como el trágico caso del Concorde.

Gautier nos compartió su perspectiva sobre cómo la industria de la aviación ha enfrentado diversas crisis a lo largo de los años. Desde el 11 de septiembre hasta la pandemia de COVID-19, la industria se ha visto obligada a adaptarse, innovar y encontrar soluciones, lo que ha fortalecido su resiliencia. Gautier destacó cómo las estrategias de sostenibilidad han desempeñado un papel fundamental en esta adaptación. La búsqueda de combustibles alternativos al jet fuel y la implementación de tecnologías más eficientes han reducido la huella de carbono y fortalecido la industria turística en situaciones de crisis.

Sostenibilidad en Acción: El Caso del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre

Este exitoso profesional lideró la modernización y certificación del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en Quito, convirtiéndolo en un referente en innovación regional. Bajo su dirección, se implementaron iniciativas pioneras para mejorar la eficiencia operativa del aeropuerto mientras se enfocaban en prácticas sostenibles.

Una de las iniciativas más notables fue la gestión del agua, que incluyó la construcción de una planta de tratamiento de aguas servidas y una laguna artificial para retener y gestionar las aguas pluviales. Estas medidas no solo mejoraron la eficiencia operativa del aeropuerto, sino que también contribuyeron a la conservación del medio ambiente y al bienestar de la comunidad circundante.

En su papel como Security VP en Air France Cargo, Gautier integró prácticas de seguridad con la responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad. Desarrolló un concepto de integración que abarcaba toda la cadena de producción y transporte en cuestiones de seguridad, rastreando y mejorando la calidad y la trazabilidad en todo el proceso. Gautier también se centró en la involucración de los exportadores en la prevención de actos ilícitos, mejorando las condiciones de vida familiar y reduciendo la tentación de actos ilícitos.

Este enfoque integral no solo benefició a la empresa al mejorar la seguridad y la eficiencia, sino que también tuvo un impacto positivo en la comunidad circundante.

Para esta edición, subrayó la importancia del turismo sostenible en la gestión de crisis y la recuperación de comunidades afectadas por eventos traumáticos. La diversificación de las fuentes de ingresos, la conservación del entorno y la participación comunitaria son fundamentales en este proceso.

Además, la conciencia sobre la importancia de respaldar destinos sostenibles desempeña un papel crucial. Los turistas conscientes de la sostenibilidad pueden contribuir significativamente a la recuperación a través de donaciones, voluntariado y apoyo a la comunidad.

Como presidente de Global-True-Advisors, Gautier ha liderado la empresa hacia prácticas más sostenibles y responsables. La optimización de rutas y la eficiencia energética, junto con programas de capacitación en sostenibilidad, han sido algunas de las iniciativas innovadoras implementadas por la empresa. Además, su experiencia como auditor



e inspector en aeropuertos de todo el mundo le ha brindado una visión única sobre las prácticas sostenibles que son especialmente relevantes para los aeropuertos.

Además, comenta que la conciencia ambiental en la industria de la aviación ha evolucionado significativamente en los últimos años. La adquisición de aeronaves de última generación, el uso de artículos reciclados y la transición hacia combustibles sostenibles son testimonio del compromiso de la industria con la sostenibilidad. Gautier enfatizó cómo los aeropuertos desempeñan un papel crucial en la promoción del turismo sostenible a nivel local y global. La excelencia en la

operación y la promoción de prácticas sostenibles en los aeropuertos son fundamentales para la promoción del turismo sostenible.

Su trayectoria en la industria de la aviación es un testimonio del poder de la innovación, la sostenibilidad y la resiliencia. Su enfoque integrador, su liderazgo visionario y su dedicación a la responsabilidad ambiental han establecido un estándar para la industria. A medida de que el sector de la aviación avanza hacia un futuro más sostenible, el legado de Gautier continúa iluminando el camino hacia un mundo donde la aviación y la responsabilidad ambiental convergen para el bienestar del planeta.



VOLKSWAGEN CUENTA CON AUTOS IDEALES PARA OPTIMIZAR EL CONSUMO DE GASOLINA

EVolkswagen, la reconocida marca alemana, ha destacado a lo largo de los años por su compromiso con la innovación, desarrollando procesos y herramientas que mejoran significativamente la experiencia de conducción de los usuarios. En particular, para el mercado latinoamericano, la compañía produce vehículos que cumplen estrictamente con las normas de emisiones y tienen como principal enfoque lograr el menor consumo de combustible posible. El balance entre desempeño y consumo se evidencia en modelos como el Polo Track, Polo, Virtus y T-Cross.

El Motor MSI 1,6 Litros de estos vehículos cuenta con una potencia de 110 caballos de fuerza y 155Nm de torque; características que permiten un gran desempeño dentro y fuera de la ciudad. Los modelos logran un eficiente consumo de combustible, con un promedio que oscila entre 55 y 65 kilómetros por galón, dependiendo del estilo de conducción, las condiciones de la carretera, el clima, entre otros factores.

Es importante destacar que, para adaptarse específicamente al mercado ecuatoriano, se ha calibrado tanto el motor como los sistemas de gestión de inyección para garantizar un rendimiento óptimo con combustibles económicos como Extra y Eco País.

“Consientes de la realidad que se vive en Latinoamérica en torno al incremento del precio de combustibles, como marca continuamos sumando esfuerzos a favor de todos los usuarios. En este sentido, hemos desarrollado vehículos con un motor que permita optimizar este recurso sin perder potencia ni rendimiento, así como un servicio posventa completo con precios justos y competitivos para ofrecer el mejor cuidado de los vehículos a

nuestros clientes.” señaló José Jaramillo, Director de negocios de Volkswagen Ecuador.

La empresa refuerza su compromiso con cada uno de sus clientes a través de un servicio posventa. Volkswagen es una de las pocas marcas en el país que ofrece un mantenimiento cada 10.000 kilómetros, lo cual contribuye a prolongar la vida útil y garantizar el funcionamiento óptimo de los vehículos de manera integral. Además, la disponibilidad de repuestos a nivel nacional y la entrega eficiente a los clientes en todo Ecuador son aspectos clave para la empresa, que busca ofrecer precios competitivos, justos y transparentes, estandarizando el servicio en todos sus talleres autorizados en el país.

En su compromiso por brindar la mejor experiencia al elegir un auto, la empresa alemana se asegura de que cada diseño y estructura se adapten a las necesidades de todas las familias ecuatorianas, proporcionando viajes seguros y confiables respaldados por la calidad distintiva de Volkswagen.

Sobre Volkswagen

Volkswagen es una marca de vehículos alemana con amplio reconocimiento a nivel mundial por sus atributos de calidad, innovación y seguridad. Forma parte del Grupo Volkswagen AG, compuesto por 12 marcas: Volkswagen Passenger Cars, Audi, Seat, Skoda, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, Ducati, Volkswagen Commercial Vehicles, Scania y MAN.

En Ecuador, Imponentura C.A. es el importador y representante oficial para la Marca Volkswagen.

Una empresa con amplia experiencia en el sector automotriz, enfocada en sus clientes y basada en altos estándares de calidad.



Con el respaldo de:



Embajada Británica
Quito

III EDITION: ESG & SUSTAINABILITY

Con el auspicio de:



FUTURO



Con respaldo de:



Premium Content

FORO EMPRESARIAL SOBRE PRÁCTICAS SOSTENIBLES Y RESPONSABLES

Un evento, que fue organizado por la Cámara Ecuatoriano Británica, presentó las tendencias y avances globales en materia de prácticas empresariales sostenibles y responsables

En Quito, se realizó la tercera edición del Foro Ambiental, Social, de Gobernanza (ESG por sus siglas en inglés) y Sostenibilidad, que fue organizado por la Cámara Ecuatoriano Británica (BRITCHAM UIO). Este evento reunió a expertos nacionales e internacionales, pequeños, medianos y grandes empresarios y líderes de opinión del sector, para discutir sobre las tendencias acerca de las prácticas empresariales sostenibles y responsables.

Alejandro Echeverri, Presidente de la BRITCHAM, señaló que este encuentro permitió profundizar en diferentes temáticas, como sostenibilidad y crecimiento económico, acceso a financiamientos e inversiones sostenibles, estrategias de éxito para una transformación empresarial sostenible, agenda global e impacto territorial e integración de los criterios ESG en la cadena de valor.

“Las prácticas empresariales sostenibles y responsables involucran a todo tipo de empresas. Por este motivo, impulsamos el desarrollo de este foro, con el propósito de construir una plataforma que nos permita explorar y presentar nuevas perspectivas y tendencias basadas en modelos sostenibles, que contribuyan a seguir fomentando la importancia de los ODS y la construcción de una red empresarial más consciente y responsable en términos de la gestión de operaciones y el impacto en el entorno”, mencionó Echeverri.

Por otra parte, Diego Gordón, Director Ejecutivo de la BRITCHAM, comentó que este encuentro tuvo

como propósito fomentar y promover prácticas empresariales sostenibles y responsables desde una perspectiva integral que abarca aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG)

“El evento aportó a la discusión de soluciones nuevas, desde una perspectiva integradora. La idea es que, a partir de los criterios ESG, se genere una intersección de estas prácticas y se evidencie su impacto en las inversiones, fusionando el rendimiento financiero con el progreso social y económico”, detalló Gordón.

Con este tipo de iniciativas, la Britcham fomenta el intercambio estratégico y las relaciones bilaterales entre Ecuador y Reino Unido, alrededor de temas fundamentales como la sostenibilidad.



Acerca de la Cámara Ecuatoriano Británica

La Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano Británica (BRITCHAM) es una organización sin fines de lucro, cuya misión es promover el comercio, la inversión y las relaciones culturales y educativas entre empresas, gobiernos,

instituciones y personas del Ecuador y Reino Unido. Desde su fundación, en el año 1988, ha fortalecido y promovido las relaciones bilaterales entre Ecuador y Reino Unido, trabajando como parte del British Group Ecuador, conformado por la Embajada Británica, Cámaras Binacionales Británicas de Quito y Guayaquil y The British School.



Casa Gangotena: Premiado con el World Culinary Award 2023

Este galardón destaca la excelencia culinaria y el compromiso del hotel por brindar experiencias excepcionales a sus huéspedes a través de su carta de comida mestiza, que fusiona la tradición con la innovación.

Los World Culinary Awards son reconocidos a nivel mundial por honrar a los establecimientos culinarios más destacados y a los talentosos chefs que los lideran. En su cuarta edición, estos premios continúan resaltando la excelencia e innovación en la industria culinaria en diferentes continentes y países de todo el mundo.

El chef ejecutivo de Casa Gangotena, José Tamayo, expresó su emoción por este logro y afirmó que este reconocimiento los motiva a seguir elevando sus estándares y ofreciendo experiencias culinarias únicas tanto a los ecuatorianos como a visitantes internacionales.

El menú de Casa Gangotena es una exploración de sabores intensos, hogareños y vanguardistas, enriquecidos con insumos ecuatorianos y productos 100% naturales que promueven la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Cada plato no solo es una delicia para el paladar, sino también una experiencia sensorial completa.

Este reconocimiento es un testimonio del excelente turismo gastronómico de Quito y de Ecuador en general. Póngase en alto el nombre del país ante el mundo y atraiga a viajeros internacionales que buscan experiencias culinarias excepcionales. Es un homenaje a la diversidad y riqueza gastronómica de Ecuador, combinando sabores locales, ingredientes únicos y una mezcla de cocina mestiza y modernidad en una propuesta espectacularmente variada.



Casa Gangotena, como el único hotel Relais & Châteaux de Quito, se enorgullece de ofrecer esta experiencia culinaria inigualable. Además, el hotel ha sido galardonado con el sello Safe Travels del World Travel and Tourism Council, lo que garantiza la seguridad y calidad de su operación. También están comprometidos con la sostenibilidad, siendo una operación 100% carbono neutro.

En Casa Gangotena, cada comida es una oportunidad para sumergirse en la riqueza de la gastronomía ecuatoriana y vivir una experiencia sensorial verdaderamente excepcional.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA
ISSN 2520-0100

www.revistafactordeexitodm.com

@RevistaFactorDeExitodm

Revista Factor de Éxito



Laboratorio de Mentores
Lleva el emprendimiento
a otro nivel

Jennifer Arias

CEO de Laboratorio de Mentores

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

Irene Torres
Pdta. de Entrepreneurs'
Organization en República
Dominicana
Una red de emprendedores
para apoyar a otros
emprendedores

Gastón Gabin
CEO de CEMDOE
CEMDOE, un modelo
de servicio al paciente
digital e innovador

Ricky Michel Presbot
Cofundador y CEO de Ualet
Ualet, más que avance
de efectivo

**Omar García
(Angurria)**
Publicista, director de arte
y muralista
Mi enfoque se centra
en el arduo trabajo diario
para seguir creciendo



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

FDE
FACTOR DE ÉXITO

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

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



DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUÍ >>>





Sebastián Guayasamín una década de competencias en el Rally Dakar.

Sebastián Guayasamín se encuentra listo para disputar su décimo rally Dakar en Arabia Saudita.

-El piloto ecuatoriano se prepara para recibir la distinción de ser un Dakar Legend.

-El rally Dakar constará de 12 etapas con más de 7.891 kilómetros de recorrido.

Después de un año exitoso para el piloto ecuatoriano Sebastián Guayasamín, ahora se encuentra listo para enfrentar su décimo rally Dakar y lo hará en su CAN AM en la categoría SSV T4 junto al copiloto argentino Fernando Acosta y la asistencia del equipo español FN SPEED con el cual ya realizaron una excelente participación en el Rally de Marruecos 2023 alcanzando el primer lugar en la segunda etapa de esta durísima competencia y logrando llegar en séptima posición de la clasificación general dentro del Top 10 del mundial de rally raid (W2RC) organizado por la Federación internacional de Automovilismo (FIA) al inicio del año Guayasamín realizó un excelente Dakar a lo largo de las 14 etapas colocándose en octavo lugar de la clasificación general en su categoría.

“Un año de mucho trabajo y dedicación y siempre pensando en los objetivos del equipo en llevar la bandera del Ecuador a lo más alto, arrancamos el año de la mejor forma, seguimos nuestra preparación en el rally de Chile y luego disputamos el rally de Marruecos donde ya hicimos nuestro primer test sobre el nuevo auto y me sentí muy cómodo junto a mi nuevo navegante, entonces todo está alineado para realizar nuestra mejor participación en el rally Dakar 2024” acotó Guayasamín.

Sebastián cumple 10 años en el rally Dakar y ahora pertenece a un grupo de pilotos denominados “Dakar Legend” donde solo están los mejores pilotos del mundo en esta disciplina del automovilismo y es el primer ecuatoriano en conseguir esta distinción “Aún no lo creo y sí que fueron años muy duros para lograr llegar a este objetivo, cuántas historias bonitas, también de sufrimiento pero siempre pensando en llevar por lo más alto la bandera de mi Ecuador, los invito a disfrutar la miniserie por mis 10 de años en mis canales oficiales donde hago una reseña de toda mi trayectoria en el automovilismo”



Así también, Mucho Mejor Ecuador entregó a Sebastián Guayasamín la “Huella Ecuador” siendo el primer deportista del país en recibir este reconocimiento.

La 46ª edición del certamen internacional Rally Dakar, organizado por la A.S.O contará con 12 etapas y un prólogo, Los pilotos deberán recorrer 7.891 kilómetros, de los cuales 4.727 serán cronometrados.

Alrededor del 60% de los tramos serán inéditos en esta edición la cual arrancará el próximo 5 de enero de 2024 en la ciudad de Al Ula y culminará 19 días después en las orillas del mar Rojo, en Yanbú.

En la edición 2024, competirá un total de 434 vehículos y 778 participantes, entre los que figura el ecuatoriano Sebastián Guayasamín quien se ha preparado durante todo el 2023 y espera con ansias una revancha que le permita mejorar la octava posición alcanzada en 2023 y, si las condiciones y la suerte lo acompañan, permitirle llevar el tricolor nacional al podio de los ganadores.

El piloto ecuatoriano puede llevar la bandera de Ecuador a las competencias más importantes del mundo gracias al apoyo de las empresas como: Coop. Ahorro y Credito Mushuc Runa, Factory Bike, Bikeshop, TCL, MasGas, Autoprofi, GeneralTire, Latribet y 1001Carros.





Tecnología *Elegante*

En un universo donde la elegancia se fusiona con la solidaridad, la ciudad de Manta se convierte en el escenario para un relato donde la belleza se entrelaza con el compromiso social. Hyundai, titán de la industria automotriz, asume un rol protagónico al anunciarse como el patrocinador oficial del evento anual más esperado: la elección de la Reina de Manta.

Entre el fulgor de las luces y el palpitar de la emoción, once destacadas candidatas compiten por el codiciado título. Es en este contexto que Karla Macías emerge como la indiscutible vencedora, llevándose consigo la corona y un emblema de la alianza entre la elegancia y la tecnología: un flamante Grand i10 HB, regalo de Hyundai. Este vehículo compacto, imbuido con la esencia de la innovación, se convierte en el compañero de travesía de la flamante reina, dotándola no solo de movilidad, sino de confianza y seguridad, características inherentes a la marca.

El Grand i10 HB, más que un automóvil, se erige como un símbolo de la unión entre la tecnología avanzada y la comodidad. Dotado con un motor de 1.2 litros y seis airbags estratégicamente posicionados, este hatchback abraza la eficiencia y el rendimiento, satisfaciendo las exigencias de las calles ciudadinas. La promesa de Hyundai va más allá de la entrega de un vehículo; es el compromiso de ser parte de una travesía, de ser el testigo silencioso de los pasos de una embajadora que inspira y sirve a su comunidad.

El reinado de Karla Macías, que se extiende a lo largo de un año, se pinta con las pinceladas de

diversas actividades donde su fiel compañero, el Grand i10 HB, es su cómplice. Juntas, la reina y su máquina plateada escribirán historias, compartirán sonrisas y abrazarán causas solidarias, dejando un legado que va más allá de la elegancia y la belleza superficial.

Esta colaboración entre Hyundai y la Reina de Manta trasciende el mero patrocinio: es un lazo que une dos mundos, amalgamando la sofisticación con la responsabilidad social. La marca automotriz, con más de medio siglo de historia, no solo se presenta como una fabricante de vehículos, sino como una compañera de vida, un cómplice en cada camino y un testigo fiel de historias que van más allá del asfalto.

Hyundai Motor Company, erigida en 1967, ha consolidado su posición como una fuerza innovadora en la industria automotriz. Con más de 110,000 mentes y manos laboriosas esparcidas por el mundo, la empresa no solo produce autos, sino que busca ser pionera en tecnologías limpias. Desde el Tucson Fuel Cell impulsado por hidrógeno hasta el IONIQ, su primer modelo híbrido, Hyundai no solo conduce vehículos, sino también un cambio hacia un futuro más sostenible.

Así, el vínculo entre Hyundai y la Reina de Manta se consolida como un capítulo en la narrativa de la elegancia, la responsabilidad social y la excelencia. Es un relato que va más allá de la belleza superficial, uniendo la elegancia de un vehículo con la noble labor de una reina comprometida con su comunidad.





Motorola: Innovación, Historia y Vanguardia Tecnológica

En el vibrante escenario de la tecnología global, septiembre del año 2023 marcó el cumpleaños número 95 de Motorola, una firma que desde 1928 ha liderado la vanguardia tecnológica. Entre los hitos notables, resalta el papel fundamental de Motorola en el alunizaje del Apolo 11, proporcionando la tecnología de radio que permitió las primeras comunicaciones entre la Tierra y la Luna, inmortalizando las palabras de Neil Armstrong: “Un pequeño paso para el hombre, un gran salto para la humanidad.”

La historia de Motorola está entrelazada con la innovación, y este año celebraron el 50 aniversario de la primera llamada desde un teléfono celular en el mundo. Desde el lanzamiento del icónico diseño del razr en 2019 hasta liderar la carrera 5G con el moto mod 5G, y ahora incursionando en el segmento premium con la línea Motorola edge, la misión de la compañía es clara: brindar la mejor tecnología e impulsar la innovación para compartir con sus usuarios experiencias extraordinarias.

Hace casi una década, Motorola inició la familia moto g, democratizando especificaciones premium para garantizar que los consumidores accedan a la tecnología más relevante. Con las familias Motorola

edge y Motorola razr, la marca lleva la innovación ágil y adaptable a un nuevo grupo de consumidores, desafiando constantemente los límites y evolucionando según las necesidades reales de sus usuarios.

En este viaje de descubrimiento tecnológico, Motorola presenta el motorola razr 40 ultra, un dispositivo que fusiona diseño moderno y tecnología avanzada. Con su diseño ultradelgado, potente plataforma móvil Snapdragon® 8+ Gen 1, pantalla externa líder en la industria y características innovadoras como la tecnología Flex View, el razr 40 ultra redefine la experiencia del usuario.

La cámara del razr 40 ultra se erige como una herramienta creativa, capturando momentos perfectos mediante gestos y sonrisas. Con una memoria potente de 12GB RAM y almacenamiento de hasta 512GB, los usuarios disfrutarán de un rendimiento excepcional y espacio más que suficiente para fotos, películas, aplicaciones y juegos. La pantalla externa pOLED de 3,63” con frecuencias de actualización de hasta 144 Hz brinda una experiencia visual fluida y la versatilidad de usar el dispositivo cerrado o semiabierto gracias a la tecnología Flex View.

Sumando a la oferta, el razr 40 ultra se distingue por su diseño icónico, con opciones de color que incluyen el Pantone® Color of the Year 2023, Viva Magenta. Más que un smartphone, el razr 40 ultra ofrece una experiencia de audio mejorada con Dolby Atmos®, haciendo que la inmersión en el entretenimiento sea multidimensional.

El motorola razr 40, con su diseño equilibrado, combina Gorilla Glass y cuero vegano premium. Presentando colores elegantes como Gris Mate y Morado Amatista, mantiene la esencia de la línea razr con su pantalla interna fluida, bisagra en forma de lágrima y diseño distintivo. Un dispositivo creado para aquellos que buscan destacarse o para los minimalistas digitales que valoran el control y la elegancia.

Explorando nuevas posibilidades, el motorola edge 40 se presenta como uno de los dispositivos más delgados de su clase. Con una pantalla de cristal curvado sin bordes, incrustación posterior curvada y protección IP68, el edge 40 combina belleza y comodidad. Impulsado por el potente Snapdragon 8+ Gen 1, ofrece una experiencia de usuario excepcional en un diseño premium.

Sumándose a la sinfonía de colores, el motorola edge 40 neo, en colaboración con PANTONE™, representa la culminación de la estética y la individualidad. Con tonos como PANTONE™ Black Beauty, Soothing Sea y Caneel Bay, este dispositivo no solo es una herramienta tecnológica, sino una expresión de estilo y autenticidad.

Además, Motorola ofrece opciones accesibles para todos con los modelos moto g84 5G y moto g54 5G. El moto g84 5G destaca por su diseño elegante, detalles de cámara nítidos y opciones únicas, incluida una edición de cuero vegano en Viva Magenta. Mientras tanto, el moto g54 5G proporciona una experiencia de entretenimiento excepcional con su pantalla Full HD+ de 6,5" y una frecuencia de actualización fluida de 120 Hz.

La firma Motorola reafirma su compromiso con la innovación, la calidad y la diversidad, ofreciendo dispositivos para todos los gustos y necesidades. Los precios y la disponibilidad varían según el modelo y se pueden encontrar a través de su tienda en línea y principales retailers.

En el vertiginoso mundo tecnológico, Motorola se mantiene como un faro de innovación, tejiendo su rica historia con el pulso del futuro, donde cada dispositivo es más que un gadget; es una herramienta para explorar, crear y vivir en la era de la conectividad.



motorola

Almacenamiento de 128GB + 8GB RAM

Cámaras con estabilización de imagen + selfie de 16MP

Colores únicos y terminados en cristal acrílico

moto g 54
5G

EL PODER 5G EN TUS MANOS.



motorola

PODER 5G

Cámara de 50MP con tecnología Ultra Pixel

Pantalla pOLED y audio cinematográficos

Diseño moderno y colores exclusivos

nuevo **moto g 84**
5G

CAPTURA TUS MOMENTOS CON MEJOR RESOLUCIÓN



motorola
edge 40 neo

DISEÑO CON COLORES PANTONE™. PROTECCIÓN IP68 CONTRA EL AGUA.*

2 AÑOS GARANTÍA



motorola
edge 40

RESISTENTE AL AGUA* Y A CRÍTICOS DEL DISEÑO

Protección bajo el agua

Pantalla curva sin bordes: pOLED de 6.55" y 144 Hz

Almacenamiento de 256 GB RAM 8GB

2 AÑOS GARANTÍA*



Éxito Motorizado

En las revolucionarias arterias del mercado automotriz chino, octubre se erige como un mes de triunfos para el Grupo Chery. Los números revelados por la CPCA (Asociación de Automóviles de Pasajeros de China) desvelan un panorama donde la “aceleración de la industria” adquiere un rostro definido: 2.02 millones de unidades vendidas, un vigoroso incremento del 9.5% respecto al año anterior.

Dentro de este frenesí de éxitos, el Grupo Chery emerge como un faro de crecimiento, eclipsando a sus competidores con un asombroso 50% de aumento en las ventas generales. Un fenómeno que no solo desafía la norma, sino que la redefine, superando en más de cinco veces el rendimiento del sector. Un hito que lleva la firma de Chery, una marca que no solo vende autos, sino que traza el mapa de una “aceleración de la industria”.

En la danza de cifras, Chery, como una estrella ascendente, registra un deslumbrante aumento interanual del 50.3%, colocando en manos de los conductores 140,360 vehículos en octubre. Pero la hazaña no se detiene ahí; de enero a octubre, la marca logra cifras impresionantes, alcanzando la marca de 1,049,734 vehículos vendidos, marcando un aumento del 35.8%. Un hito que resuena: la primera vez que las ventas anuales de Chery superan el millón de unidades dentro del grupo.

En este espectáculo de éxito, los protagonistas son los modelos Tiggo 8 y Tiggo 7, una dupla que, con mensualidades de 22,987 y 26,224 unidades respectivamente, se convierten en el motor que impulsa el crecimiento del grupo. Más que vehículos, son testimonios rodantes del poder de la innovación y la calidad.

La fortaleza de Chery no solo reside en sus cifras impactantes, sino en una base tecnológica sólida que trasciende fronteras. Bajo la insignia de “Tech Within Reach” 2023 Chery Tech DA, la marca presenta su arsenal tecnológico a nivel global, revelando avances notables en 19 tecnologías centrales, desde arquitecturas de plataforma hasta propulsores eléctricos y conducción autónoma. Un desfile de innovación que coloca a Chery en la vanguardia de la competencia, consolidando cinco ventajas tecnológicas de clase mundial.

La misión de Chery, guiada por el ambicioso marco estratégico “Yao Guang 2025”, no es solo vender autos, sino trazar un camino hacia la excelencia en “Seguridad, Consumo de energía, Espacio, Cabina inteligente y Conducción inteligente”. Un compromiso con el futuro que se traduce en una cadena de innovación de valor tecnológico, adaptada a las necesidades de una nueva era de conductores exigentes.

La historia de Chery no es solo una crónica de éxito comercial; es una epopeya de responsabilidad ecológica y compromisos globales. Fundada en 1997, Chery Automobile, la filial del Grupo Chery, se erige como una pionera china que supera el millón de unidades en ventas y conquista mercados internacionales. Más que números, para Chery, la innovación es la esencia misma. Con seis centros de I+D en todo el mundo y más de 26,000 patentes, la marca se posiciona en la cúspide de la industria, liderando el camino hacia un futuro sostenible.





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

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

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

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

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

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

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



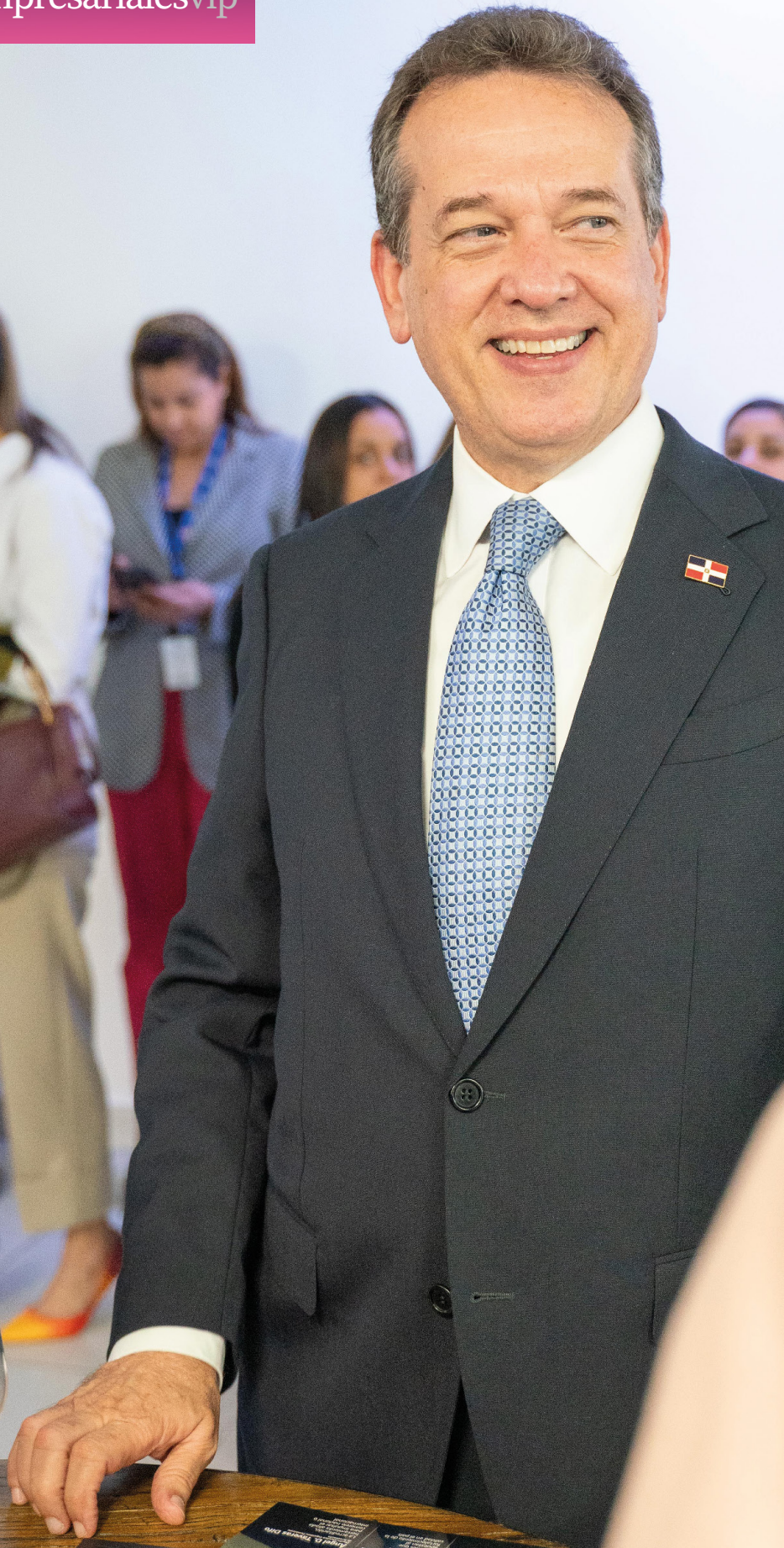


En la revista

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

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

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



Víctor Bisonó
Ministro de Industria,
Comercio y Mipymes

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



Fantino Polanco

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

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

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



Lorenzo Ramírez
 Director general Instituto Dominicano para la Calidad

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

Ángel David Taveras Difo
 Director ejecutivo Organismo
 Dominicano de Acreditación

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



Eddy Alcántara
 Director ejecutivo
 Pro Consumidor

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



Laila Chartuni Ortega
Presidenta TOP Companies

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

RANKING TOP + América 2023

EMPRESAS CULTURALMENTE PODEROSAS

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

Empresa	País	Sector	OpenBusiness															
			Liderazgo	Dinámica Organizacional	Resiliencia	Identificación con la empresa	Crecimiento laboral	Formación - Rol model	Motivación organizacional	Actitud Laboral	Honestidad	Diversidad e inclusión	Políticas de la empresa	Responsabilidad social	Jornada laboral	Seguridad laboral	Estrés laboral	Psicología positiva
1	Walmart Centroamérica	Honduras	Comercio Autoservicio	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1
2	Walmart Centroamérica	Guatemala	Comercio Autoservicio	2	1	2	4	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2
3	HYATT INCLUSIVE COLLECTION	Costa Rica	Hospitalidad - Hotelería	4	3	3	2	4	5	3	3	1	3	4	3	1	3	
4	Walmart Centroamérica	Nicaragua	Comercio Autoservicio	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	
5	Walmart Centroamérica	El Salvador	Comercio Autoservicio	5	5	4	5	5	4	5	5	6	6	5	5	4	5	
6	Walmart Centroamérica	Costa Rica	Comercio Autoservicio	6	8	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	7	6	
7	HYATT INCLUSIVE COLLECTION	República Dominicana	Hospitalidad - Hotelería	8	7	8	7	7	7	8	7	7	7	9	7	6	7	
8	Marco MKT	Perú	Servicios Profesionales	10	6	7	8	9	10	7	8	8	8	8	8	9	8	
9	Marco MKT	Argentina	Servicios Profesionales	9	9	9	9	8	9	9	9	11	9	7	9	8	9	
10	Marco MKT	Chile	Servicios Profesionales	7	10	10	10	10	8	10	10	9	10	11	10	11	10	
11	Essity	Panamá	Cuidado Personal	11	11	11	11	11	11	11	12	10	11	10	11	10	12	
12	Marco MKT	Colombia	Servicios Profesionales	12	12	12	12	12	12	13	11	12	12	14	12	13	12	
13	Marco MKT	Brasil	Servicios Profesionales	14	13	13	14	13	13	12	13	13	13	12	13	12	13	
14	Essity	Costa Rica	Cuidado Personal	13	14	14	13	15	15	14	14	14	15	13	14	14	14	
15	AVAYA	Colombia	Telecomunicaciones	16	15	15	15	14	14	16	15	16	14	15	15	15	15	
16	AVAYA	Brasil	Telecomunicaciones	15	16	17	16	16	16	15	16	15	16	16	16	16	16	
17	Essity	Guatemala	Cuidado Personal	17	17	16	17	17	18	18	17	17	17	17	17	17	18	
18	Essity	El Salvador	Cuidado Personal	18	18	18	18	18	17	17	18	18	21	18	18	19	18	
19	HYATT REGENCY CARTAGENA	Colombia	Hospitalidad	20	19	19	20	20	19	20	20	19	20	19	19	19	19	
20	ManpowerGroup	El Salvador	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	19	20	20	19	19	20	19	19	20	19	20	20	21	20	
21	AVAYA	Argentina	Telecomunicaciones	22	21	21	21	21	21	22	21	21	18	21	21	20	21	
22	ManpowerGroup	Honduras	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	21	23	24	22	22	22	21	22	22	22	22	22	22	23	
23	ManpowerGroup	Panamá	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	24	22	22	24	23	23	23	23	24	24	23	23	23	21	
24	ManpowerGroup	Guatemala	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	23	24	23	23	24	24	25	24	23	23	24	24	25	24	
25	Alas	Paraguay	Industrial e Importaciones	25	25	26	26	25	26	24	26	25	25	25	25	24	25	
26	Linde	Ecuador	Química y Petroquímica	26	26	25	25	26	25	26	25	27	26	26	26	27	26	
27	ManpowerGroup	República Dominicana	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	27	28	29	29	27	27	27	27	26	27	28	27	26	27	
28	ManpowerGroup	Puerto Rico	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	29	29	27	27	28	28	28	28	28	28	27	28	28	28	
29	Office Depot Latinoamérica	Honduras	Comercio Autoservicio	28	27	28	28	29	29	29	29	30	30	29	29	29	27	
30	ManpowerGroup	Costa Rica	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	30	30	31	30	30	30	30	30	29	29	30	30	31	30	
31	Linde	Colombia	Química y Petroquímica	31	31	30	31	31	32	31	31	31	31	31	31	33	31	
32	Linde	República Dominicana	Química y Petroquímica	32	32	32	33	32	31	32	32	32	33	32	32	32	32	
33	Office Depot Latinoamérica	El Salvador	Comercio Autoservicio	33	33	33	32	34	33	33	33	33	32	33	33	31	33	
34	Office Depot Latinoamérica	Guatemala	Comercio Autoservicio	35	34	34	34	33	34	35	34	34	34	34	34	35	34	
35	Linde	Panamá	Química y Petroquímica	34	35	35	35	35	36	34	38	36	35	35	35	34	35	
36	Office Depot Latinoamérica	Costa Rica	Comercio Autoservicio	36	36	36	37	36	35	36	35	35	36	36	36	36	37	
37	GRUPO DISTELSA	Guatemala	Retail	37	37	37	38	37	38	37	36	37	39	37	37	37	36	
38	Europartners now becoming xpd global	Ecuador	Servicios de Logística	38	38	38	36	38	37	40	37	38	37	38	38	38	38	
39	Linde	Puerto Rico	Química y Petroquímica	40	39	40	39	39	40	39	39	39	38	39	39	39	39	
40	Europartners now becoming xpd global	Panamá	Servicios de Logística	39	40	39	41	40	39	38	41	41	40	40	40	40	41	
41	Europartners now becoming xpd global	El Salvador	Servicios de Logística	41	41	41	40	41	41	42	40	40	41	41	41	41	43	
42	Promotora Ambiental	Colombia	Servicios	43	43	42	43	42	42	41	42	42	42	42	42	42	42	
43	Linde	Costa Rica	Química y Petroquímica	42	42	43	42	43	43	43	43	43	43	43	43	43	42	
44	Europartners now becoming xpd global	Guatemala	Servicios de Logística	45	44	44	44	46	44	44	45	44	44	44	44	45	44	
45	Office Depot Latinoamérica	Panamá	Comercio Autoservicio	44	45	45	45	45	45	45	44	45	46	45	46	44	45	
46	Europartners now becoming xpd global	Costa Rica	Servicios de Logística	46	47	46	47	44	46	46	46	46	45	47	45	46	46	
47	Europartners now becoming xpd global	Colombia	Servicios de Logística	47	46	47	46	47	47	47	47	47	48	46	47	49	47	
48	Promotora Ambiental	Costa Rica	Servicios	48	48	49	48	48	48	48	48	50	50	48	48	48	47	
49	Europartners now becoming xpd global	República Dominicana	Servicios de Logística	49	49	48	49	49	49	49	49	48	47	49	49	47	49	
50	Europartners now becoming xpd global	Perú	Servicios de Logística	50	51	50	51	50	51	50	51	49	49	51	50	50	50	
51	Europartners now becoming xpd global	Chile	Servicios de Logística	51	50	51	52	51	50	51	50	51	51	50	51	51	53	
52	Europartners now becoming xpd global	Argentina	Servicios de Logística	53	52	52	50	52	52	53	52	53	52	52	52	52	52	
53	CompuSoluciones	Colombia	Computación y Servicios	52	53	53	53	53	54	52	54	52	53	53	53	53	58	
54	Amadeus LATAM	Colombia	Business Travel & Technology	54	54	54	54	54	53	54	53	55	56	54	54	54	52	
55	Promotora Ambiental	Panamá	Servicios	55	55	55	55	55	55	55	55	54	54	56	56	55	54	

Empresa	País	Sector	Liderazgo	Dinámica Organizacional	Resiliencia	Identificación con la empresa	Crecimiento laboral	Formación - Rol model	Motivación organizacional	Actitud Laboral	Honestidad	Diversidad e inclusión	Políticas de la empresa	Responsabilidad social	Jornada laboral	Seguridad laboral	Estrés laboral	Psicología positiva	Compensación
56	Amadeus LATAM	Brasil	Business Travel & Tecnología	56	56	56	56	56	56	56	56	55	55	55	57	54	56	56	56
57	Europartners now becoming xpd global	Brasil	Servicios de Logística	57	58	57	57	57	58	57	57	57	58	58	58	58	58	57	55
58	Amadeus LATAM	Costa Rica	Business Travel & Tecnología	58	57	58	58	58	59	58	58	58	57	57	56	56	57	58	57
59	EP America now becoming xpd global	Estados Unidos	Servicios de Logística	59	62	59	59	59	57	59	59	60	59	60	59	59	59	59	61
60	EP America now becoming xpd global	Canadá	Servicios de Logística	60	59	60	60	60	60	60	59	61	59	60	60	60	60	60	59
61	Amadeus LATAM	Argentina	Business Travel & Tecnología	61	61	63	62	62	61	62	62	62	63	61	61	61	61	61	60
62	Carvajal Empaques El Salvador	El Salvador	Manufactura	63	64	62	63	61	62	63	61	61	62	62	62	62	62	64	62
63	BANCO PROMERICA DE COSTA RICA	Costa Rica	Financiero - Bancario	62	63	61	64	63	63	61	63	63	64	64	64	63	63	63	64
64	Pronto BPO	Honduras	Contact Center y BPO	64	60	64	61	64	64	64	64	65	60	63	63	64	64	65	63
65	Pronto BPO	Guatemala	Contact Center y BPO	66	65	66	67	65	65	65	64	65	65	65	68	65	68	62	65
66	Pronto BPO	El Salvador	Contact Center y BPO	65	66	65	65	67	66	66	67	66	66	66	67	66	66	66	66
67	WESTERN UNION	Perú	Financiera / Remesadora	67	67	68	66	66	67	68	66	67	67	68	67	65	67	65	67
68	DVA GROUP	Perú	Distribuidor de Materias Primas	68	68	67	68	68	68	67	68	68	69	67	66	68	67	68	68
69	THE DOLPHIN COMPANY	St Kitts	Hotelería y Turismo	69	69	69	69	69	70	71	69	68	70	68	69	69	69	69	69
70	WESTERN UNION	Panamá	Financiera / Remesadora	70	70	70	70	70	69	69	70	72	70	69	70	70	70	70	73
71	DVA GROUP	Colombia	Distribuidor de Materias Primas	71	71	71	71	71	71	70	72	70	72	71	72	71	71	71	70
72	SOLUCIONES CREATIVAS																		
	CAPITAL HUMANO	Costa Rica	Consultoría de Recursos Humanos	72	72	72	72	72	73	72	71	71	72	71	72	72	74	72	71
73	CITYMAX REAL ESTATE	El Salvador	Bienes Raíces	73	73	73	73	74	72	74	73	73	73	73	73	73	72	73	72
74	THE DOLPHIN COMPANY	República Dominicana	Hotelería y Turismo	75	74	75	75	73	74	75	75	74	74	74	74	74	73	74	74
75	THE DOLPHIN COMPANY	Jamaica	Hotelería y Turismo	74	75	74	74	75	73	74	75	75	75	75	76	76	75	75	76
76	THE DOLPHIN COMPANY	Argentina	Hotelería y Turismo	76	76	76	77	77	76	76	77	76	77	76	75	75	76	76	75
77	Sintec Consulting	Colombia	Consultoría	78	77	77	76	76	76	77	77	78	78	76	77	77	79	77	77
78	CITYMAX REAL ESTATE	Guatemala	Bienes Raíces	77	78	79	78	78	78	78	76	77	78	78	79	78	78	78	78
79	THE DOLPHIN COMPANY	Islas Caimán	Hotelería y Turismo	79	79	78	79	79	79	79	79	80	79	80	78	80	77	80	79
80	CITYMAX REAL ESTATE	República Dominicana	Bienes Raíces	80	80	80	80	80	82	80	80	80	79	80	79	81	79	80	81
81	THE DOLPHIN COMPANY	Estados Unidos	Hotelería y Turismo	81	81	81	82	83	81	82	81	81	82	81	80	82	84	81	80
82	Sintec Consulting	Chile	Consultoría	82	83	82	83	82	80	81	82	83	83	81	82	82	81	82	82
83	GRUPO PERFESA	República Dominicana	Agroindustria	84	82	84	81	81	83	83	83	82	83	83	84	83	83	83	83
84	ARISTOS INMOBILIARIA	El Salvador	Inmobiliario	83	84	83	84	84	86	84	84	84	85	84	83	85	81	84	85
85	Grupo de Tiendas Asociadas (GTA)	Guatemala	Comercial/Retail	85	85	85	86	85	84	85	85	85	84	85	85	84	85	84	84
86	Lundbeck MAC	Colombia	Farmacéutica	86	86	86	85	86	87	86	87	86	86	86	86	86	87	88	86
87	Clara	Colombia	Fintech	87	87	87	87	85	87	86	87	89	88	87	87	87	86	86	87
88	Whirlpool Corporation	Ecuador	Manufactura	88	88	91	88	89	88	88	88	88	87	88	88	88	88	87	89
89	Whirlpool Corporation	Guatemala	Manufactura	89	89	89	89	88	89	90	89	89	87	89	89	89	91	89	88
90	Clara	Brasil	Fintech	90	91	88	91	90	90	89	90	90	90	90	90	90	89	90	90
91	Whirlpool Corporation	Estados Unidos	Manufactura	92	90	90	90	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	90	91
92	Whirlpool Corporation	Colombia	Manufactura	91	92	92	93	92	92	92	92	93	92	92	92	92	92	92	96
93	FISERV	Panamá	Fintech/ Servicios Financieros	93	93	93	92	93	93	93	93	92	93	93	93	94	93	95	92
94	Clara	Argentina	Fintech	94	94	95	94	95	95	94	95	94	94	94	94	95	95	94	94
95	FISERV	Colombia	Fintech/ Servicios Financieros	95	95	94	95	94	94	95	94	95	95	95	95	94	93	94	95
96	Blank space	Colombia	Marketing	96	97	96	96	97	97	96	97	96	96	96	96	96	96	96	93
97	APTIV SERVICES HONDURAS	Honduras	Rubro Artesero	98	96	97	97	96	96	96	97	97	96	97	98	97	98	97	97
98	Blank space	Argentina	Marketing	97	98	100	99	98	98	98	100	98	98	98	98	97	100	97	101
99	Microserfin	Panamá	Financiero	99	100	99	100	99	99	99	98	99	99	99	99	100	98	99	99
100	another	Brasil	Agencia de Comunicación	100	99	98	98	100	100	101	99	100	100	100	99	99	100	100	100
101	another	Colombia	Agencia de Comunicación	101	101	101	102	101	101	100	102	101	103	101	101	101	101	101	98
102	Módiga	Paraguay	Importación Y Distribución – Consumo Masivo	104	102	102	101	102	102	102	101	102	101	102	102	102	102	102	104
103	another	Panamá	Agencia de Comunicación	102	103	103	103	103	103	104	103	103	102	103	103	105	103	103	102
104	CORSISA	Guatemala	Servicios Informáticos	103	104	104	104	104	104	103	104	104	104	106	104	103	104	104	105
105	MOSTRO	Guatemala	Publicidad / Comunicación	105	107	105	106	105	108	105	105	105	107	104	105	104	105	105	103
106	QUICK HIT SOLUTIONS	Chile	Tecnología	106	106	106	105	106	106	106	106	107	106	105	106	106	106	107	106
107	QUICK HIT SOLUTIONS	Colombia	Tecnología	107	108	107	107	107	107	107	108	106	105	107	107	107	107	106	108
108	Acclaim Energy	Estados Unidos	Energético	108	105	108	110	108	105	108	109	109	110	108	108	108	108	109	107
109	Cibergestión Latam	Perú	Servicio BPO	110	109	109	109	109	109	109	107	108	108	109	110	110	109	109	109
110	CELLUS	Guatemala	Telecomunicaciones	109	110	110	108	110	110	110	110	110	109	110	109	109	110	110	108

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



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

Ivan Calvo

Ingeniero y Sociólogo.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

Marcelo Muñoz Rojas

Creador del Método Liderazgo Exponencial.

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

La Comodidad de la Pasividad

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

La Realidad de los Desafíos

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

Pasar a la Acción

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

Definir Objetivos Claros

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

Planificación Estratégica

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

Tomar Acción Continua

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

Ejemplos de Éxito

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

La Importancia de la Adaptación

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

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

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



CÓMO SE MIDE LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO

Álvaro "Cuco" de Venegas

International Senior Advisor for Growing Trends & Innovation

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Las principales referencias del sector turístico son:

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

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

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



¿ESTÁN SUS EMPRESAS PREPARADAS PARA UNA TERCERA GUERRA MUNDIAL?

Rodrigo Planas

CFE, CPC, Auditor Independiente Director Gerente Ethos Control

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

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

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

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

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

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

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

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

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



¡Sé parte del cambio!

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

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

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

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

@evenproject_

evenproject.org

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

Pre-venta 2024

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ECUADOR



Paulina Burbano de Lara

Presidenta Ejecutiva de Metropolitan Touring – ETICA

“Ecuador tiene una ventaja competitiva excepcional debido a su tamaño y su biodiversidad”

RANKING
TOP 500 América
2023

- **Mariela Paredes**
CEO de Global Travel Adventure
Las nuevas generaciones demuestran ser más receptivas a la innovación y están dispuestas a abrazar un liderazgo consciente y ético.
- **Arturo Cárdenas**
Gerente general de Autoturismo
El industria de los vehículos apuesta por la descarbonización en el sector del transporte.
- **Gineth Contreras**
Global Partner Enablement
Navegación digital Futuro de la tecnología y la sostenibilidad en Verivó.
- **Laila Chartunji Ortega**
Presidenta TOP Companies
El liderazgo empresarial sigue evolucionando. TOP América 2023.

RESERVA TU ESPACIO
INFO@REVISTAFACORDEEXITO.COM



Plataforma para el liderazgo, empresarial y de negocios

2023





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

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

Escanea el código



Simple, Completo, Flexible.

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