

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ATLANTA



Enzo di Taranto

Estratega global de sostenibilidad, inversor en climate-tech y fundador de XZEN Technologies Inc.

Reinventar la agenda climática desde la conciencia planetaria

Resultados sostenibles: Inversión, gobernanza y alianzas

Interview

María Priscila Carbaugh

Directora de Renovaciones de Certificaciones, Asociación de Ingenieros de Energía (AEE) | Directora de Becas, Fundación AEE

Certificar para transformar: energía con propósito global

Interview

Bayron Quintero

Cofundador y CEO de IDATA Global Analytics | Cofundador de IDATA Academy

Datos que transforman decisiones en impacto sostenible

Interview

Linda Pérez

Senior Marketing Director, Compass One Healthcare

La estrategia detrás de una marca con propósito

Interview

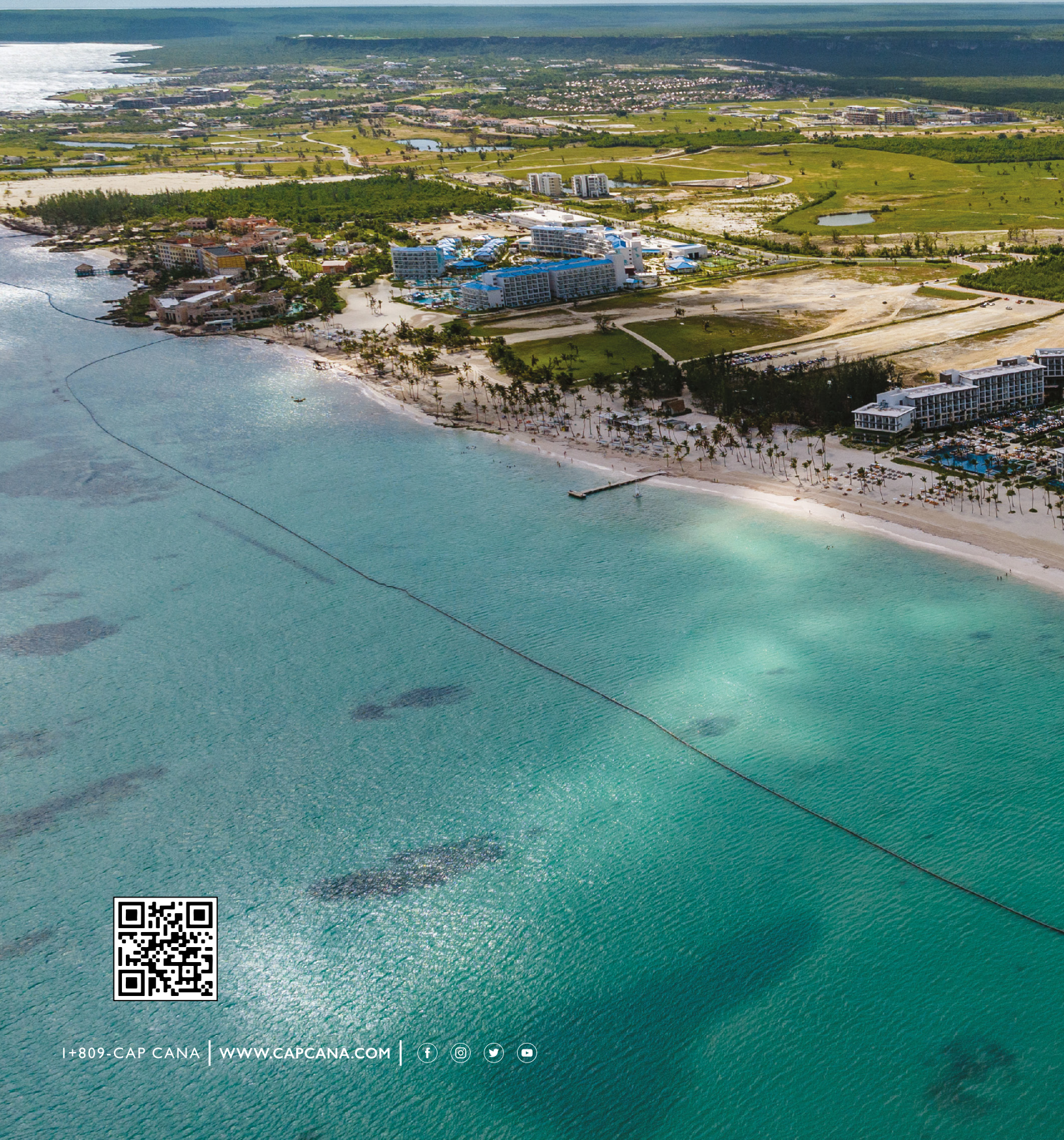
Marisol Angelini

Board Director | NACD.DC

Líderar con propósito para lograr resultados sostenibles

Vive Cap Cana

TU CIUDAD DESTINO





CAPCANA

Ciudad Destino

De las palabras a la estrategia: Sostenibilidad en acción

Isabel Figueroa de Rolo

Fundadora y directora Editorial, Factor de Éxito

En Factor de Éxito hemos apostado desde el inicio por una idea sencilla y exigente: los negocios solo son verdaderamente sostenibles cuando crean valor económico, social y ambiental al mismo tiempo. En esta edición internacional dedicada a la sostenibilidad, conectamos esa convicción con las conversaciones que están redefiniendo la agenda empresarial desde Atlanta, Chile, Colombia, Ecuador, México, Miami, New York y Panamá.

El contexto no admite neutralidad. Más de la mitad de la población mundial vive ya en ciudades, que generan más del 80 % del PIB global y concentran una parte significativa de las emisiones de gases de efecto invernadero. Al mismo tiempo, el mundo necesita invertir entre 3 y 5 billones de dólares al año para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en un escenario donde los países en desarrollo enfrentan un déficit de financiamiento estimado en alrededor de 4 billones de dólares anuales. Aunque la inversión en energía limpia ronda los 1,7-1,8 billones de dólares al año y ya supera con claridad a la destinada a combustibles fósiles, la brecha entre ambición y ejecución sigue siendo crítica.

Pero también estamos ante una oportunidad histórica. Cerca de tres cuartas partes de las emisiones globales están hoy cubiertas por compromisos de neutralidad de carbono, impulsados por países, ciudades y empresas que han fijado metas de reducción a 2050 o antes. Las organizaciones que integran criterios ESG en sus decisiones muestran mayor capacidad para gestionar riesgos, atraer talento y acceder a capital paciente. La pregunta ya no es si debemos transformar nuestros modelos de negocio, sino a qué velocidad y con qué profundidad lo haremos.

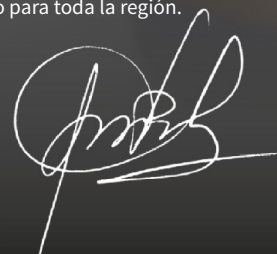
Esta edición recoge respuestas diversas a esa pregunta desde múltiples frentes: gobernanza y gestión del riesgo, finanzas sostenibles, economía circular, ciudades y territorios resilientes, educación que pone a las personas en el centro, tecnología al servicio del bienestar, comunicación corporativa que construye confianza y nuevos liderazgos que entienden la sostenibilidad como una estrategia de competitividad, no como un discurso.

Las voces que integran estas páginas tienen en común algo esencial: han dejado de hablar de “proyectos aislados” para pensar en sistemas. Desde bancos que rediseñan sus portafolios hacia inversiones de impacto hasta consultoras que acompañan a las organizaciones en la integración de métricas ESG; desde líderes que reimaginan la experiencia del empleado y la cultura corporativa, hasta gestores públicos y privados que entienden que ninguna ciudad o país puede avanzar solo.

Atlanta, Chile, Colombia, Ecuador, México, Miami, New York y Panamá comparten retos y también ventajas: sectores dinámicos, talento joven, ecosistemas de innovación en expansión y una posición estratégica para atraer inversión responsable. Nuestro rol, como plataforma regional, es ayudar a articular ese potencial, visibilizar casos de éxito y poner en diálogo a quienes ya están demostrando que la sostenibilidad bien gestionada genera retorno de inversión y licencia social para operar.

Esta edición no pretende ofrecer respuestas definitivas, sino hacer mejores preguntas: ¿qué decisiones de hoy estarán construyendo o limitando nuestra competitividad en 2030? ¿Cómo integramos la sostenibilidad en el corazón de la estrategia y no en los márgenes del presupuesto? ¿Estamos midiendo lo que realmente importa?

Le invitamos a leer estas páginas como una hoja de ruta abierta. Cada entrevista, cada análisis y cada caso de negocio es una invitación a revisar su propio modelo, sus alianzas y su impacto. En Factor de Éxito seguiremos acompañando esta conversación, conectando líderes, territorios e inversiones que apuestan por un desarrollo más resiliente, inclusivo y próspero para toda la región.



EVENTO | V EDICIÓN

Mujeres

MUJERES

FACTOR DE ÉXITO

LIDERAR CON PROPÓSITO: LA NUEVA DEFINICIÓN DEL ÉXITO

Un encuentro transformador que reconoce a las mujeres que impulsan la innovación, el crecimiento y la reputación empresarial en la República Dominicana.

FEBRERO

23

Hotel Intercontinental
Santo Domingo
Hora: 4:00 pm

2026

Reúne a ejecutivas, emprendedoras y líderes que hoy transforman los negocios desde una conciencia más profunda:
construir valor con sentido.

¡Celebra el liderazgo femenino que **inspira, crea y transforma** desde los valores y la visión!

WWW.REVISTAFACORDEEXITO.COM

[contenido]

portada



Reinventar
la agenda
climática desde
la conciencia
planetaria

pág.
12

Enzo di Taranto

Estratega global de sostenibilidad, inversor en climate-tech y fundador de XZEN Technologies Inc.

interview



Certificar para transformar:
energía con propósito global

pág.
20

María Priscila Carbaugh

Directora de Renovaciones de Certificaciones, Asociación de Ingenieros de Energía (AEE) Directora de Becas, Fundación AEE

interview



Datos que transforman
decisiones en impacto sostenible

pág.
26

Bayron Quintero

Cofundador y CEO de IDATA Global Analytics | Cofundador de IDATA Academy

interview



La estrategia detrás de una
marca con propósito

pág.
32

Linda Pérez

Senior Marketing Director,
Compass One Healthcare

PREMIUM CONTENT



pág.
36

Dos destilerías del área metropolitana
de Atlanta ganan a lo grande en la
World Spirits Competition

interview



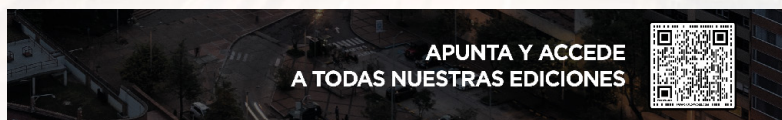
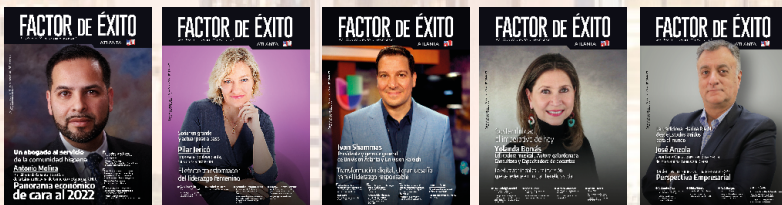
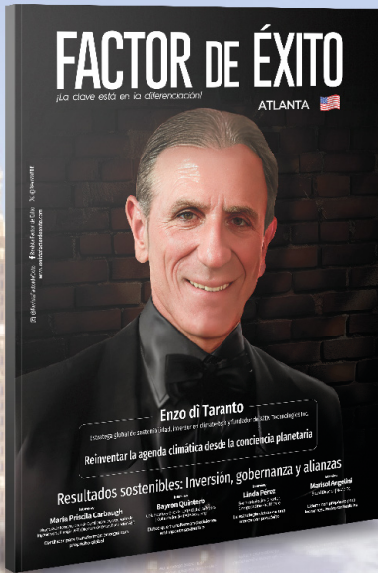
Liderar con propósito para
lograr resultados sostenibles

pág.
38

Marisol Angelini

Board Director | NACD.DC

► Revista Factor de Éxito Atlanta Número 19, Año 4



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

Directora Ejecutiva:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

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

Fundadora y Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Emy Pimentel

Digital Content Manager:
Tina Pérez
Lina Bsarís

Web Master:
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager:
Jacqueline Leon

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

Portada:
Joe Carrico
CEO & Fundador, TriNexa & Safety Link

Articlistas de esta Edición:
Jeannina Valenzuela
Alvaro Cuco De Venegas

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

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

Crecimiento turístico en Georgia

El turismo en Georgia alcanzó un nuevo récord en 2024, impulsado tanto por viajeros de ocio como de negocios, según cifras anunciadas por el gobernador Brian Kemp. El estado recibió 174,2 millones de visitantes, una cifra histórica que representa un aumento del 4% con respecto al año anterior. Estos viajeros gastaron 45.200 millones de dólares, fortaleciendo significativamente la economía del llamado Estado del Melocotón.

Kemp presentó los datos durante una conferencia estatal de turismo en Savannah, destacando que el crecimiento continuo responde al atractivo cultural del estado, así como a la diversidad de sus comunidades y paisajes, que incluyen desde zonas costeras hasta montañas. Este es el tercer año consecutivo en que Georgia registra cifras récord.

El Departamento de Desarrollo Económico de Georgia precisó que



más de 17 millones de visitantes fueron viajeros nacionales de negocios y convenciones, un segmento que creció casi un 5% y que aportó 4.600 millones de dólares en gasto.

El turismo se mantiene como el segundo mayor motor económico del estado. La afluencia masiva —equivalente a más de quince veces la población estatal— tuvo un impacto directo en hoteles, restaurantes,

empresas recreativas y servicios de transporte, generando actividad y empleo.

Además, el gobernador destacó que el estado pudo aplicar un recorte de 5.100 millones de dólares, afirmando que los ingresos derivados del turismo y otros sectores permitieron un ahorro promedio de 1.285 dólares en impuestos para cada hogar georgiano.

Accra y Atlanta más cerca

Delta Air Lines ha reanudado su ruta directa entre Atlanta y Accra, una conexión diaria y estacional que operará hasta marzo de 2026 y que refleja el creciente interés comercial y turístico entre Georgia y Ghana. El vuelo marca el retorno de la aerolínea al Aeropuerto Internacional de Kotoka más de una década después de su suspensión, coincidiendo con el fortalecimiento de la relación bilateral tras el nombramiento de un cónsul honorario ghanés en Georgia y el dinamismo de la diáspora local agrupada en el Consejo de Ghana de Georgia.

El turismo hacia Ghana se ha incrementado notablemente desde la campaña gubernamental “Año del Retorno” en 2019, impulsando proyectos educativos y culturales desde Atlanta, como los programas de estudios en el extranjero de la Universidad



Estatad de Georgia y la iniciativa Girls Going Global. A nivel estatal, ciudades como Savannah también han estrechado lazos, estableciendo asociaciones formales con Accra y organizando el próximo Foro Empresarial Gran Savannah-Ghana en 2026.

Ghana, por su parte, se posiciona como un socio económico estratégico gracias a

sus vastos recursos de minerales críticos —tantalio, grafito, litio— fundamentales para la transición energética global, además de sus reservas de petróleo y gas. El país continúa consolidándose como un centro regional para empresas, ONG y agencias internacionales, reforzando una relación bilateral que se expande en los ámbitos económico, educativo y social.

Atlanta epicentro gastronómico

La nueva Guía Michelin del “Sur de Estados Unidos” consolida a Atlanta como un eje culinario regional, manteniendo sus ocho estrellas Michelin y sumando siete nuevos restaurantes “recomendados”. Entre los establecimientos que conservan su estrella destacan Atlas, Bacchanalia, Hayakawa, Lazy Betty, Mujō, O by Brush, Omakase Table y Spring en Marietta. Además, Bacchanalia y The Chastain retienen sus Estrellas Verdes por su compromiso con la sostenibilidad y el abastecimiento local, estableciendo un estándar para la región.

La ampliación de la categoría “Recomendados” añade una gama diversa de nuevas propuestas en el área metropolitana, como Avize, Best BBQ, Fawn, Lucky Star, Madeira Park, Pho House y Ryokou. Los populares Bib Gourmand —entre ellos The Busy

Bee Café, Antico Pizza, Heirloom Market BBQ, Little Bear, Bomb Biscuit Co., Estrellita, Superica y Table & Main— también regresan, reforzando la accesibilidad gastronómica de la ciudad.

La guía expande su mirada por todo el Sur, destacando la cocina de Nueva Orleans con Emeril’s como el único restaurante de dos estrellas del territorio, y sumando nuevas distinciones en Tennessee,

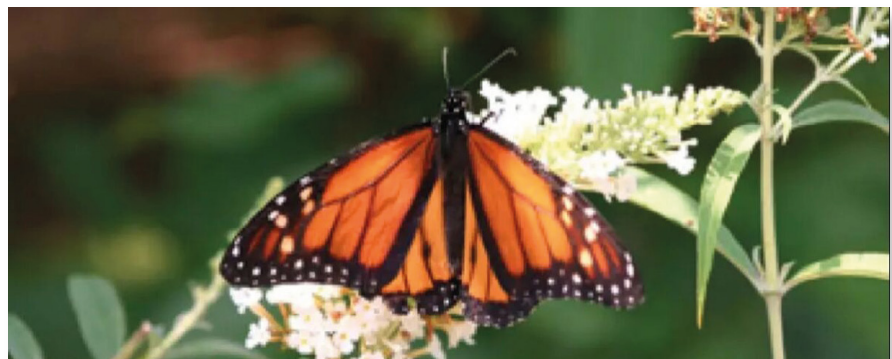
las Carolinas y Alabama. En total, la edición 2025 incluye 228 restaurantes, junto con hoteles reconocidos con Llave Michelin para facilitar viajes gastronómicos por carretera. Michelin subraya que la riqueza culinaria del Sur proviene de la mezcla de tradiciones locales e influencias globales, acercando experiencias de alto nivel tanto a residentes como a viajeros.



Estrategia de biodiversidad

El Plan de Acción Estatal para la Vida Silvestre de Georgia 2025-2035 (SWAP) establece la estrategia oficial del estado para conservar su biodiversidad durante la próxima década. Esta tercera edición, elaborada por el Departamento de Recursos Naturales con el apoyo de más de 100 socios, adopta un enfoque preventivo frente a amenazas como el cambio climático, la pérdida de hábitat y la disminución de especies. El plan amplía la lista de Especies de Mayor Necesidad de Conservación a 1.062 —frente a 640 en 2015— gracias a datos más precisos y a la urgencia creciente de actuar temprano para evitar futuras extinciones y restricciones severas en el uso de la tierra.

SWAP detalla prácticas para gestionar hábitats terrestres y acuáticos, promover corredores de vida silvestre y apoyar la conservación en tierras privadas, que representan más del 90% de Georgia. Programas voluntarios e incentivos ayudarán a



los propietarios a implementar buenas prácticas, con organizaciones como Georgia Conservancy desempeñando un papel clave en la divulgación. La creación del “Centro de Conservación de Wild Georgia”, una plataforma interactiva con mapas, datos y guías, hace que la información sea accesible para científicos, legisladores, educadores y ciudadanos.

El plan fue moldeado por un proceso de consulta pública y se integrará

con mecanismos de financiación como el sistema “Conserve Georgia”. Con un enfoque de seguimiento continuo y gestión adaptativa, SWAP busca proteger los ecosistemas que sustentan la agricultura, el agua potable, la recreación y las economías locales. En un contexto de rápidos cambios ambientales, representa un compromiso estatal hacia una conservación proactiva, colaborativa y basada en ciencia.

Delta fortalece su red caribeña

Delta Airlines inaugurará su primer servicio sin escalas entre Atlanta y Granada el 20 de diciembre de 2025, ampliando su red caribeña y fortaleciendo su presencia en la región. La ruta diaria conectará el Aeropuerto Internacional Hartsfield-Jackson (ATL) con el Aeropuerto Internacional Maurice Bishop (GND), facilitando los viajes tanto de ocio como de negocios desde el sur y el medio oeste de Estados Unidos. Operado con un Boeing 737-800, el servicio ofrecerá cabinas de Primera Clase y asientos de la cabina principal, con boletos disponibles a través del sitio web de Delta y socios de viaje.

Según la Autoridad de Turismo de Granada, esta nueva conexión representa un hito importante para



mejorar la accesibilidad de la isla y apoyar su crecimiento turístico. Al integrar Granada al centro global de conexiones de Atlanta, se espera atraer a un mayor número de visitantes y fortalecer la agenda de promoción de la “Isla de las Especias”. Petra Roach, directora ejecutiva de la autoridad turística, destacó que el servicio directo refleja el compromiso de Delta con la expansión de la

conectividad en el Caribe y brinda una oportunidad única para que más viajeros descubran la cultura y hospitalidad granadinas.

Delta también confirmó que, para el verano de 2026, los vuelos entre Atlanta y Granada operarán los sábados, manteniendo el Boeing 737-800 como aeronave asignada. Esta expansión estacional refuerza la apuesta de la aerolínea por este creciente destino caribeño.

Georgia y Senoia: el “Hollywood del Sur”

Georgia, apodada el “Hollywood del Sur”, se ha consolidado como un destino destacado para el turismo cinematográfico gracias a su creciente protagonismo en producciones de cine y televisión. Este tipo de turismo atrae a miles de fans que viajan para explorar los escenarios de sus historias favoritas, generando un impacto económico significativo y poniendo en el mapa a pequeñas localidades del estado.

La ciudad de Senoia, situada a unos 50 minutos al sur de Atlanta, es uno de los ejemplos más emblemáticos. Su relación con el cine comenzó con filmes como *Paseando a Miss Daisy* (1989), que utilizó varias de sus calles como locación, y *Tomates verdes fritos* (1991), cuyas escenas icónicas — como el puente del ferrocarril y la casa Threadgoode— aún atraen visitantes. El gran impulso llegó en



2008, cuando Georgia implementó un poderoso incentivo fiscal para atraer producciones. El resultado fue inmediato: series de gran éxito, como *The Walking Dead*, encontraron en Senoia el escenario ideal.

La popularidad mundial de la serie, que se emitió entre 2010 y 2022, transformó por completo el turismo local: se ofrecen recorridos

temáticos, visitas guiadas por los lugares de rodaje y experiencias gastronómicas inspiradas en la producción. Incluso surgió un cruceo temático basado en el universo zombi.

Gracias a estas iniciativas, Senoia y Georgia continúan fortaleciendo su posición como destinos clave para los amantes del cine y la televisión.

Interiores más sanos

Shaw Industries Group anunció que Candi Hampton, vicepresidenta de Sostenibilidad Global, ha sido nombrada comisionada de la recién creada Comisión Global sobre Aire Interior Saludable. Esta iniciativa del International WELL Building Institute (IWBI), presentada en la ONU durante la Semana del Clima, reúne a más de 170 líderes de más de 30 países, incluidos expertos en salud pública, científicos, académicos y ejecutivos de sectores como el diseño, la tecnología y la manufactura. Su objetivo es posicionar la calidad del aire interior como una prioridad mundial de salud pública y promover acciones coordinadas.

Como parte de la comisión, Hampton contribuirá al desarrollo de un Marco Global de Acción y a la creación de planes nacionales destinados a mejorar la calidad

del aire interior de manera sostenible y equitativa. Destacó que su participación refleja el compromiso histórico de Shaw con ambientes construidos que favorezcan la salud humana y el bienestar.

Líderes del IWBI, incluido su directora ejecutiva Rachel Hodgdon, celebraron la incorporación de Hampton, subrayando la importancia de su experiencia en sostenibilidad. El Dr. Richard Carmona, ex Cirujano General de Estados Unidos y

copresidente de la comisión, señaló la urgencia de avanzar en soluciones que aborden los riesgos del aire interior insalubre.

La Comisión impulsará un llamado global a la acción, concientización pública, un marco de estrategias claras, planes nacionales específicos e inversiones multisectoriales. El Marco Global será publicado en 2026. La participación de Shaw reafirma su compromiso con la innovación y el diseño centrado en las personas.



Producción y turismo

La Cumbre de Turismo de Entretenimiento, organizada por la Alianza de Turismo de Entretenimiento de Georgia (ETAG) y Georgia Entertainment, se celebró el 12 de noviembre en el Brookhaven City Centre, con el objetivo de analizar el crecimiento de la economía creativa del estado y su impacto en el sector turístico. El evento reunió a expertos en planificación de viajes de entretenimiento, profesionales de la producción, líderes turísticos y proveedores de servicios para debatir oportunidades y desafíos en esta intersección estratégica.

La jornada comenzó con un discurso de apertura a cargo de Erin Greer, directora y líder del área tecnológica global de Gensler, quien destacó las tendencias emergentes que impulsan el turismo ligado al entretenimiento. Posteriormente se desarrollaron dos paneles de discusión.



El primero, titulado “El potencial sin explotar de Georgia”, moderado por Lynda Smith, presidenta de ETAG, abordó las oportunidades de crecimiento en sectores como los videojuegos, las giras relacionadas con series y el turismo musical. Participaron figuras clave como Todd Harris (Resurgens Gaming), Hannah Thompson (Hawkins HQs & Stranger Tours), Anthony Shorter (Music & Media) y Ken Malcolm (ciudad de Covington).

El segundo panel, moderado por Jezlan Moyet, presidente de Georgia Entertainment, reunió a profesionales de localización y producción para discutir cómo fortalecer la colaboración entre los proyectos audiovisuales y las comunidades anfitrionas.

El evento fue presentado por Explore Brookhaven, con el apoyo de diversos socios del sector creativo y audiovisual.



Enzo di Taranto

Estratega global de sostenibilidad, inversor en climate-tech y fundador de XZEN Technologies Inc.

Reinventar la agenda climática desde la conciencia planetaria

“La acción climática debe integrarse en la planificación económica y social básica, en lugar de tratarse como una cuestión paralela o sectorial.”

Durante más de tres décadas, Enzo di Taranto ha movido fichas donde se decide el rumbo del planeta: en las Naciones Unidas, en consejos presidenciales, en foros de inversores y en los escenarios más influyentes de la cultura global. Diplomático de carrera, inversor en tecnología climática y creador de plataformas como PLANET GOLD y XZEN Technologies Inc., ha liderado campañas globales desde Nueva York, asesorado al “Consejo Presidencial para un Desarrollo Limpio” de la República Dominicana y trabajado con marcas icónicas como Aston Martin Residences, Bentley Residences y Ritz-Carlton para integrar sostenibilidad, longevidad y tecnología en sus modelos de negocio. En esta conversación para la edición internacional de sostenibilidad de Factor de Éxito, abordamos su propuesta de “conciencia planetaria” como nuevo estándar de gobernanza, inversión y estilo de vida, y su visión sobre el rol estratégico de Atlanta como hub que conecta Estados Unidos, el Caribe y América Latina en la agenda climática hacia 2030.

Desde su experiencia liderando “PLANET GOLD” y XZEN Technologies, usted habla de “reinventar la agenda climática global expandiendo la conciencia planetaria” hacia 2030. ¿Qué significa, en términos prácticos de gobernanza, de decisiones de inversión y de regulación, esa “nueva conciencia” más allá del lenguaje inspirador? ¿Qué tendría que cambiar en la forma en que hoy se toman decisiones en la ONU, los gobiernos y los mercados de capital para decir que realmente estamos operando desde una conciencia planetaria y no solo desde un “business as usual” maquillado de verde?

Reinventar la agenda climática global a través de lo que describo como conciencia planetaria consiste fundamentalmente en mejorar la calidad y la coherencia del estilo de vida y de la toma de decisiones en todos los niveles de gobernanza. En términos prácticos, requiere superar la fragmentación institucional que todavía caracteriza la forma en que se abordan el clima, la salud, las finanzas, la tecnología, el wellness y el desarrollo. Dentro del sistema de las Naciones Unidas y entre los gobiernos, los inversores y el sector privado, la acción climática debe integrarse en la planificación económica y social básica, en lugar de tratarse como una cuestión paralela o sectorial.

Desde una perspectiva de inversión, la conciencia planetaria implica pasar de ver la sostenibilidad principalmente como un ejercicio de gestión de riesgos a reconocerla como un motor de creación de valor a largo plazo y de resiliencia económica. Los marcos de asignación de capital deben integrar mejor el riesgo climático, los beneficios de adaptación y los co-beneficios sociales en la toma de decisiones financieras. La regulación, a su vez, debe reforzar los incentivos a largo plazo, la transparencia y la rendición de cuentas, garantizando que la integridad ambiental y el impacto medible se recompensen de



manera más coherente que las ganancias financieras de corto plazo. Cuando la gobernanza, la inversión y la regulación funcionan de manera coherente bajo estos principios, la acción climática se integra estructuralmente en la mentalidad, el estilo de vida y toda la cadena de suministro.

Como anfitrión de un eco-podcast que integra clima, tecnología, longevidad, finanzas y entretenimiento, ¿qué ha aprendido sobre las narrativas que realmente movilizan a las personas? ¿Cómo se reconstruye un relato climático que deje atrás el miedo, la culpa o la fatiga, y ponga en el centro la aspiración, el deseo y el “futuro posible”? Si tuviera que sintetizarlo, ¿cuáles son los tres elementos narrativos indispensables de una historia de sostenibilidad capaz de influir en la cultura pop global?

Mi experiencia al entrevistar a las mejores voces y celebridades climáticas, financieras y empresariales en mi eco-podcast PLANET GOLD confirma que las narrativas basadas en el miedo o la urgencia son insuficientes para sostener el compromiso a largo plazo. Revoluciono la narrativa climática global con conceptos como PLANETOLOGÍA, ECOTAINMENT y CELEBRITY-DIPLOMACY. Hoy en día, las instituciones, los mercados y las sociedades responden más eficazmente a narrativas que articulan una transición creíble y deseable, basada en oportunidades, innovación y beneficios compartidos.

Una narrativa climática eficaz debe conectar PLANET, PURPOSE & PROFIT: es decir, vincular la acción medioambiental con la competitividad económica, la salud pública, la estabilidad social y la confianza institucional. A través de mis plataformas mediáticas, libros y eco-masterminds glamurosos, posiciono a consumidores conscientes, organizaciones y gobiernos como agentes activos de transformación, en lugar de receptores pasivos de políticas y tecnología. La alineación con los ecosistemas culturales y mediáticos es esencial, ya que la comprensión y aceptación públicas a menudo preceden a los cambios normativos y de inversión. Para mí, la comunicación estratégica para influir positivamente en los comportamientos de los consumidores, las decisiones de los inversionistas y las políticas públicas no es periférica, sino fundamental para la gobernanza climática.

Usted ha asesorado al Consejo Presidencial para el Desarrollo Limpio de República Dominicana y ha trabajado durante décadas en el sistema multilateral. Desde esa doble mirada, ¿cómo ve el rol de países como República Dominicana y el Caribe en la nueva geopolítica climática? ¿Qué lecciones concretas, en materia de gobernanza, adaptación y financiamiento climático, podrían convertirse en “exportables” desde esta región hacia el resto del mundo?

El Caribe ocupa una posición geográfica estratégica en la evolución del panorama climático. Aunque a menudo se le define por su vulnerabilidad, la región también demuestra innovación de clase mundial en adaptación, planificación de la resiliencia y gestión del riesgo climático. El calentamiento global ha ido aumentando el nivel de las aguas, reduciendo las costas y destruyendo ecosistemas y comunidades. Mejorar tanto la preparación como la respuesta es crucial y urgente.

Como asesor de múltiples gobiernos de la región – como Bahamas, Barbados y República Dominicana–, así como de iniciativas privadas innovadoras como TerraLux, estoy contribuyendo a fortalecer las capacidades nacionales y regionales de defensa climática, financiación combinada y negocios sostenibles. A través de la iniciativa “Islas Sostenibles de Innovación” estoy apoyando el desarrollo de lecciones aprendidas y mejores prácticas para su difusión mundial en otros países que abordan los mismos desafíos en los océanos Pacífico e Índico. Creo firmemente que el Caribe tiene el potencial de desempeñar un papel estratégico global, no solo como receptor de financiación climática, sino como fuente de innovación normativa y conocimiento institucional.

“CIRCLE X – Green Trillion Club” conecta family offices, HNWI y líderes de alto impacto alrededor de la inversión en sostenibilidad y acción climática. ¿Qué barreras reales encuentra todavía para movilizar capital privado a la escala del “trillion” hacia soluciones climáticas? ¿Qué tipo



de vehículos, métricas de impacto y estructuras de incentivos cree que harán la diferencia para que la sostenibilidad deje de ser un “nicho ESG” y se convierta en el corazón de la estrategia de riqueza de las grandes fortunas?

Las principales limitaciones a la movilización de capital privado para soluciones climáticas son estructurales más que ideológicas. Los inversores requieren marcos predecibles, instrumentos escalables y mediciones de impacto creíbles para agregar propósito a los beneficios. Las regulaciones obsoletas y la inestabilidad política no favorecen el despliegue de capital.

Colaboro con múltiples plataformas – como la Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres (UNDRR), la Universidad Internacional de Florida (FIU), TerraLux y CC Forum– para ayudar a los inversores y empresarios tradicionales a transitar hacia decisiones y operaciones comerciales con impacto. A través de mis medios PLANET GOLD y de las plataformas “CIRCLE X – Green Trillion Club”, involucro a jugadores clave durante los eventos mediáticos globales más glamurosos – como los festivales de cine de Cannes, Venecia y Zúrich; las Semanas de la Moda en Milán y Nueva York; y los Grandes Premios de Fórmula 1 en Abu Dabi, Miami y Mónaco– para movilizar recursos y difundir mi narrativa climática innovadora. Los lectores de Factor de Éxito pueden encontrar más detalles en el sitio web de mi empresa: www.xzen.tv

En su obra sobre longevidad, human enhancement y el cuerpo como metáfora del planeta, plantea un vínculo íntimo entre autotransformación y transformación sistémica. ¿Cómo se traduce eso en políticas públicas y modelos de negocio concretos? ¿Qué riesgos ve de que la longevidad y el bienestar se conviertan en privilegios de unos pocos, y qué condiciones institucionales y culturales necesitamos para que la “economía de la longevidad” sea también una palanca de inclusión y justicia climática?

La longevidad representa el punto de convergencia entre sostenibilidad, estilo de vida y tecnología. La calidad ambiental –en particular el agua, el aire y los alimentos–, el diseño urbano y doméstico y la movilidad limpia influyen profundamente en nuestra fisiología, con gran impacto en la esperanza de vida y en los costos sanitarios. La sociedad y la economía global ya están pasando de un sistema industrial tóxico, saturado de plástico y alimentado por combustibles fósiles, a uno basado en energía limpia y un estilo de vida más saludable, que incluye nutrición y movimiento.

He articulado mi visión estratégica sobre esta intersección entre sostenibilidad, longevidad y tecnología en mi último libro “PLANETOLOGÍA – El planeta a través del cuerpo”, disponible en www.xzen.tv y Amazon. Mi tesis central es que, si entendemos el planeta como un cuerpo vivo, diseñamos políticas, ciudades y negocios para regenerar en lugar de explotar, y podemos evitar que la longevidad se convierta en un lujo para unos pocos.

Usted trabaja con marcas de lujo, moda, hospitalidad y entretenimiento —desde Aston Martin Residences y Bentley hasta semanas de arte, cine y Fórmula 1— para integrar sostenibilidad. En un mundo en emergencia climática, ¿cómo se reconcilia el imaginario del lujo con la urgencia de descarbonizar





y reducir impactos? ¿Dónde coloca la línea entre una transición auténtica y el greenwashing sofisticado, y qué compromisos concretos (KPIs, límites, renunciaciones) deberían asumir las marcas aspiracionales si quieren ser creíbles en este nuevo contexto?

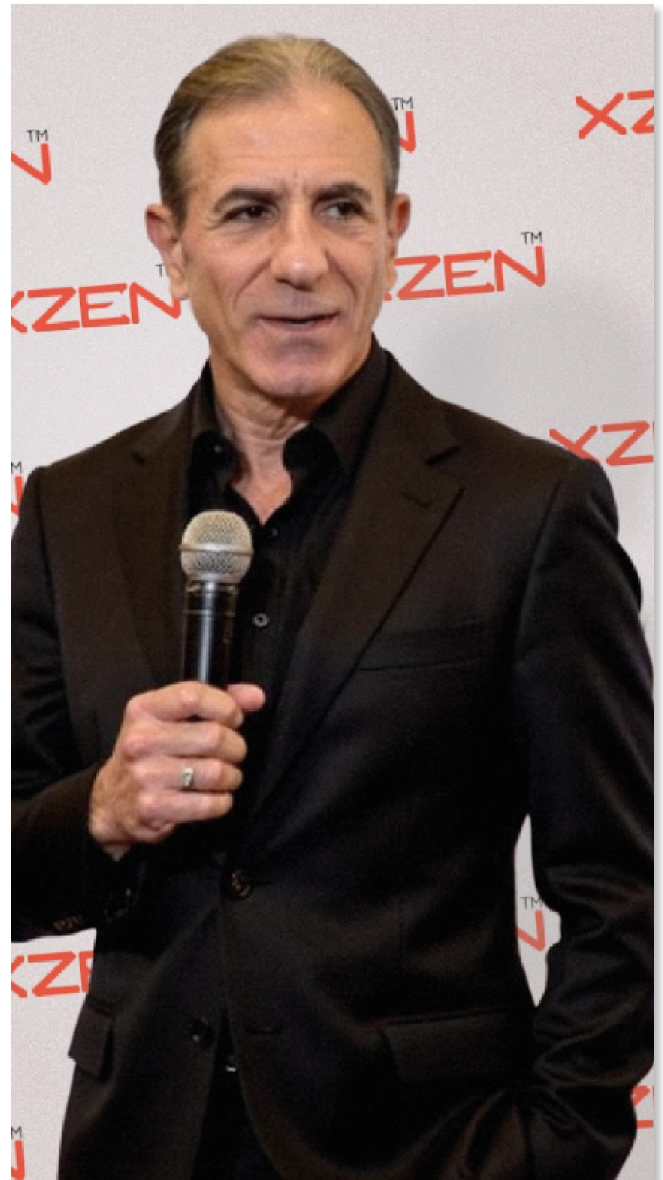
El lujo tiene una responsabilidad y una oportunidad únicas: define aspiraciones. Si cambiamos el significado de lujo, cambiamos comportamientos mucho más allá del segmento de altos ingresos. Cuando trabajo con marcas icónicas en real estate, hospitalidad o automoción, parto de una premisa: el nuevo lujo es longevidad, bienestar y coherencia ética, no solo exclusividad y acumulación.

La línea entre transición auténtica y greenwashing la marcan los datos y las renunciaciones. Una marca creíble se fija metas científicas de descarbonización, mide la intensidad de sus emisiones, reduce materiales tóxicos, garantiza trazabilidad en su cadena de suministro y está dispuesta a decir “no” a prácticas o patrocinios que contradicen su narrativa climática. Los KPIs incluyen porcentaje de energía renovable, huella de carbono por unidad de ingreso, circularidad de materiales y calidad de vida generada para las comunidades donde opera. Sin estos compromisos, el storytelling más sofisticado sigue siendo maquillaje verde.

A través de X3M – Extreme Technologies, usted impulsa climate-tech para gobiernos y empresas. Si tuviera que priorizar, ¿cuáles son las tecnologías (o combinaciones de tecnologías) que realmente pueden cambiar la curva climática en la próxima década, y qué marcos éticos y de gobernanza considera indispensables para evitar el “tecnosolucionismo”? ¿Cómo equilibrar la fascinación por la innovación extrema con la necesidad de soluciones simples, escalables y socialmente aceptadas en territorios muy distintos entre sí?

En X3M – Extreme Technologies priorizamos combinaciones de soluciones más que “gadgets” aislados. Vemos un enorme potencial en tres campos: sistemas de alerta temprana apoyados en inteligencia artificial y datos satelitales; infraestructuras resilientes para ciudades costeras y destinos turísticos; y plataformas de financiación climática que conectan seguros paramétricos, bonos verdes y datos en tiempo real sobre riesgos y pérdidas.

Para evitar el tecnosolucionismo, defiendo tres principios éticos: primero, “do no harm” climático y social, evaluando riesgos antes de escalar una tecnología; segundo, diseño inclusivo, involucrando a comunidades vulnerables en la definición de las soluciones; y tercero, gobernanza transparente, con indicadores claros y supervisión independiente. La tecnología solo tiene sentido cuando reduce vulnerabilidades reales y puede adaptarse a contextos muy distintos, desde islas del Caribe hasta megaciudades como Atlanta. La fascinación por



lo “extremo” debe estar siempre subordinada a la resiliencia, la justicia y la viabilidad económica.

A lo largo de su carrera ha trabajado con Jefes de Estado, CEOs globales, embajadores de buena voluntad y celebridades. Desde esa experiencia, ¿qué ha aprendido sobre la naturaleza real del poder de influencia en la agenda climática? ¿Qué distingue a los líderes que logran mover agujas —cambios culturales, reformas, inversiones— de aquellos que se quedan en la foto y el discurso? Y si pudiera dejar un mensaje específico para los líderes latinoamericanos y del Caribe que leerán esta edición sobre sostenibilidad, ¿cuál sería su llamado a la acción hacia 2030?

Trabajar con Presidentes, Primeros Ministros, CEOs globales y celebridades me ha enseñado que el poder real no se mide por el número de seguidores, sino por la coherencia entre lo que se dice, se financia y se hace. Los líderes que mueven agujas son los que están dispuestos a cambiar presupuestos, regulaciones e incentivos, aunque eso implique costos políticos o personales, y los que alinean su estilo de vida con el mensaje que promueven.

A los líderes de América Latina y el Caribe les diría que la agenda climática ya no es un capítulo ambiental, sino una estrategia de seguridad nacional y de competitividad económica. La región puede convertirse en un laboratorio mundial de resiliencia, energía limpia y economía azul y verde, pero solo si invertimos en instituciones sólidas, cooperación regional y cadenas de valor climáticamente positivas. El horizonte 2030 no es un eslogan: es una fecha límite para demostrar que podemos regenerar, no solo resistir.

Desde la perspectiva de Factor de Éxito Atlanta, una ciudad que es hub de innovación, fintech, entretenimiento y diáspora latinoamericana, ¿qué tipo de liderazgo cree que debe encarnar hoy un “rostro de portada” para hablar de sostenibilidad y futuro? ¿De qué manera su trayectoria —entre Naciones Unidas, inversión climate-tech y plataformas como PLANET GOLD y XZEN— dialoga con ese ecosistema Atlanta-Estados Unidos-Latinoamérica y lo convierte en un puente natural entre capital, talento e ideas transformadoras?

Promover el nexo entre sostenibilidad, longevidad y tecnología en Atlanta es estratégico por su papel como hub de innovación tanto para Estados Unidos como para la diáspora latinoamericana. Al involucrar a inversores disruptivos, ecopreneurs y líderes conscientes de tecnología y finanzas en Atlanta, se puede generar un efecto multiplicador positivo en el continente americano y más allá. Estoy especialmente interesado en utilizar mis plataformas mediáticas —en particular CIRCLE X “Green Trillion Club” y PLANET GOLD— para promover globalmente el trabajo innovador de líderes y empresas con sede en Atlanta

que actúan en industrias clave como energía limpia, manufactura consciente, fintech y entretenimiento.

Para mí, un “rostro de portada” hoy no es solo alguien exitoso, sino alguien capaz de tender puentes entre capital, cultura y propósito. Atlanta encarna ese cruce de caminos, y mi trayectoria entre el sistema multilateral, la inversión climate-tech y el ecotainment me permite conectar conversaciones que rara vez se sientan en la misma mesa: reguladores, científicos, creativos, inversores y comunidades.

Factores clave

- ▶ La “conciencia planetaria” integra clima, salud, finanzas, tecnología y estilo de vida en la toma de decisiones públicas y privadas.
- ▶ El Caribe pasa de ser visto solo como vulnerable a posicionarse como laboratorio mundial de resiliencia, financiación combinada e innovación normativa.
- ▶ CIRCLE X “Green Trillion Club” y PLANET GOLD usan el poder del entretenimiento, el lujo y los grandes eventos globales para movilizar capital y cambiar narrativas.
- ▶ Atlanta emerge como hub estratégico para conectar sostenibilidad, longevidad, tecnología y diáspora latinoamericana bajo una visión de impacto al 2030.

El liderazgo de Enzo di Taranto encarna una síntesis poco frecuente: rigor multilateral, sensibilidad cultural y mentalidad de inversionista orientado al impacto. Su apuesta por la “conciencia planetaria” trasciende la retórica y se traduce en plataformas, alianzas y tecnologías diseñadas para movilizar capital, talento y creatividad hacia soluciones climáticas medibles. Desde Factor de Éxito Atlanta, su voz se vuelve especialmente relevante porque conecta a la región con los centros donde se definen tendencias de negocio, cultura y estilo de vida. Mirando hacia 2030, su trabajo sugiere un horizonte en el que sostenibilidad, longevidad y tecnología no son nichos aislados, sino la nueva base del valor económico y del contrato social entre líderes, marcas y ciudadanía.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ATLANTA



@revistafactordeéxito
Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeéxito.com



Enzo di Taranto

Estratega global de sostenibilidad, inversor en climate-tech y fundador de XZEN Technologies Inc.

Reinventar la agenda climática desde la conciencia planetaria

Resultados sostenibles: Inversión, gobernanza y alianzas

María Priscila Carbaugh
Directora de Renovaciones de Certificaciones, Asociación de Ingenieros de Energía (AIE), Directora de Becas, Fundación AFE
Certificar para transformar; energía con propósito global

Bayron Quintero
Cofundador y CEO de IDATA Global Analytics | Cofundador de IDATA Academy
Datos que transforman decisiones en impacto sostenible

Linda Pérez
Senior Marketing Director, Compass One Healthcare
La estrategia detrás de una marca con propósito

Marisol Angelini
Board Director | NICCO DC
Liderar con propósito para lograr resultados sostenibles



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE



PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



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

María Priscila Carbaugh

Directora de Renovaciones de Certificaciones, Asociación de Ingenieros de Energía (AEE), Directora de Becas, Fundación AEE

Certificar para transformar:
energía con propósito global

“El desarrollo sostenible no es ya un agregado opcional sino una disciplina de gestión que define el éxito a largo plazo.”

Con más de dos décadas de trayectoria internacional, María Priscila Carbaugh ha construido un perfil multidimensional que conecta comunicación estratégica, liderazgo técnico y gestión sostenible. Nacida en Bogotá y formada en universidades de Atlanta y Georgia, su carrera combina excelencia académica —MBA, PMP®, certificaciones en Climate Leadership y Energy Efficiency Practitioner (EEP®)— con una profunda vocación por el aprendizaje continuo.

Desde la Asociación de Ingenieros de Energía (AEE), organización global sin fines de lucro con presencia en más de 120 países y más de 40.000 profesionales certificados, impulsa la profesionalización de quienes lideran la transición energética mundial. Como directora de becas de la Fundación AEE, promueve el acceso educativo para jóvenes que transforman comunidades a través de la innovación energética. Su visión se alinea con el eje de esta edición: sostenibilidad, inversión y alianzas que aceleran el cambio hacia un modelo energético eficiente, inclusivo y resiliente.

¿Qué principios o experiencias clave han guiado su evolución profesional y cómo los aplica hoy en la AEE para generar impacto global en sostenibilidad?

Mi trayectoria profesional, que abarca desde narrativas estratégicas en medios de comunicación hasta liderazgo técnico en eficiencia energética, se ha fundamentado en la convicción de que la sostenibilidad es, en parte, una historia de valor, con muchos sacrificios y un imperativo económico.

Podría decir que la experiencia profesional y los principios técnicos y académicos, combinados con la colaboración de profesionales y expertos, han sido los gestores evolutivos en mi experiencia. La Asociación de Ingenieros de Energía (AEE, por sus siglas en inglés) es una organización profesional sin ánimo de lucro que garantiza la capacitación de líderes en este campo, y que ejerce un factor de amplia colaboración al divulgar y promover conocimientos y experiencias.

En resumidas cuentas, el desarrollo sostenible no es ya un agregado opcional, sino una disciplina de gestión que define el éxito a largo plazo para la región; por eso es vital contar con personal certificado y calificado en la materia.

Factores clave

- ▶ La sostenibilidad como disciplina estratégica, no accesorio.
- ▶ Integración entre conocimiento técnico y comunicación.
- ▶ Formación continua como motor del liderazgo sostenible.

¿Cómo considera que la certificación profesional contribuye a fortalecer la gobernanza, la innovación y la implementación de proyectos sostenibles?

Las certificaciones profesionales como las que AEE ofrece a nivel global son pilares fundamentales que contribuyen directamente al fortalecimiento de la gobernanza, la innovación y la implementación de proyectos relacionados con la transición energética y la sostenibilidad. Los profesionales certificados por AEE son individuos que poseen una alta credibilidad técnica, con experiencia de campo, y que día a día son gestores de liderazgo al imponer y cumplir los estándares de la industria.

Factores clave

- ▶ La certificación como garantía de confianza y gobernanza.
- ▶ Estándares globales que aseguran transparencia técnica.
- ▶ Profesionales certificados como agentes de cambio.

¿Cómo puede la formación académica y profesional acelerar la transición hacia energías limpias y optimizar la resiliencia frente al cambio climático?

La educación es clave en cualquier entorno profesional porque impulsa la innovación bajo pensamiento sistémico que ayuda a la gestación

de proyectos con máximo impacto. En el campo de la eficiencia energética, nuestros profesionales certificados son quienes aseguran que las metodologías sean verificadas siguiendo a cabalidad los estándares de la industria.

Nuestros profesionales son clave en decisiones de inversión, reportes claros y exactos, fomentando la transparencia de proyectos y mitigando los riesgos financieros, operativos y de “greenwashing”, asegurando la confianza de inversores y auditores.

Factores clave

- ▶ Educación técnica + pensamiento sistémico = impacto real.
- ▶ Transparencia y trazabilidad como ejes de inversión sostenible.
- ▶ Prevención de “greenwashing” a través de certificación profesional.

¿Qué impacto ha tenido el programa de becas de la Fundación AEE?

El programa de becas de la Fundación de AEE ha contado con becarios excepcionales que, además de su excelencia académica, marcan la diferencia en sus comunidades.

Por ejemplo, este año hemos otorgado becas a estudiantes de ingeniería que colaboran con organizaciones como Engineers Without Borders (EWB), Salvation Army o la ONU, desarrollando soluciones de eficiencia energética y energías renovables en comunidades marginadas o remotas. Estos becarios son, sin duda, el futuro brillante de la comunidad AEE a nivel global.

Factores clave

- ▶ Educación aplicada con impacto comunitario.
- ▶ Filantropía como acelerador de inclusión y desarrollo.
- ▶ Alianzas con ONG y organismos internacionales.

¿Cómo maneja la diversidad cultural y tecnológica en la red global de AEE?

AEE tiene presencia en más de 120 países y cuenta con más de 40.000 profesionales certificados. La respuesta a esta pregunta está en nuestra misión: “Liderar la comunidad energética global para proporcionar soluciones que garanticen un futuro energético eficiente, asequible, confiable y sostenible.”

Nuestros valores incluyen crear impactos positivos en las vidas de las personas y ofrecer servicios de alta calidad. Respetamos a nuestros profesionales certificados y miembros como parte de una gran familia, guiándonos por profesionalismo, integridad, imparcialidad y ética.

Factores clave

- ▶ Diversidad global como fuente de innovación.
- ▶ Cultura organizacional basada en ética y colaboración.
- ▶ Misión alineada a eficiencia, confiabilidad y equidad energética.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los profesionales de energía y cómo AEE los apoya?

Los desafíos que nuestros profesionales certificados enfrentan usualmente van de la mano con la aceleración tecnológica y la volatilidad regulatoria, combinadas con factores sociopolíticos y económicos.

AEE los apoya con programas de capacitación actualizados sobre nuevas tecnologías y fomenta redes de networking estratégico que impulsan la colaboración global en la industria energética.

Factores clave

- ▶ Adaptación tecnológica y resiliencia regulatoria.
- ▶ Capacitación continua como ventaja competitiva.
- ▶ Redes profesionales para intercambio de conocimiento.

¿Qué modelos de alianza resultan más efectivos para impulsar proyectos sostenibles con impacto medible?

La colaboración ayuda a alinear intereses económicos con objetivos específicos y credibilidad técnica. Un ejemplo clásico es el de las Empresas de Servicios Energéticos (ESCOs), donde entidades gubernamentales o municipales firman contratos de rendimiento garantizado con una ESCO que financia e implementa proyectos de eficiencia energética y recupera la inversión a través de los ahorros obtenidos.

Este modelo transfiere los riesgos financieros y tecnológicos al sector privado y garantiza resultados medibles mediante protocolos estandarizados, como los de nuestra certificación Certificado en Medición y Verificación (CMVP®).

Factores clave

- ▶ Modelos público-privados con métricas verificables.
- ▶ Transferencia de riesgos hacia el sector privado.
- ▶ Protocolos CMVP® como estándar global de medición.

¿Cuáles son las tendencias más transformadoras en energía y sostenibilidad para los próximos años?

En los próximos 5 a 10 años veremos temas relacionados con la digitalización, descentralización, descarbonización y resiliencia.

AEE se prepara ofreciendo programas de capacitación con evolución curricular continua, como el Certified Energy Manager (CEM®), que integra convergencia digital, gestión de demanda, eficiencia energética e inteligencia artificial (IA) para optimizar proyectos.

Factores clave

- ▶ Cuatro ejes del futuro energético: 4D (digitalización, descentralización, descarbonización, resiliencia).
- ▶ Formación técnica avanzada con base en IA.
- ▶ Programas CEM® como estándar internacional.



El liderazgo de María Priscila Carbaugh sintetiza la unión entre conocimiento técnico, ética y compromiso social. Su labor en AEE demuestra que la profesionalización de la energía sostenible no solo impulsa la eficiencia y la innovación, sino que también genera oportunidades educativas que transforman vidas y comunidades. Al promover certificaciones acreditadas, alianzas multisectoriales y una visión global de la energía limpia, AEE se consolida como una plataforma donde el talento técnico se convierte en impacto social. “Certificar para transformar” resume su propósito: garantizar que cada profesional formado bajo los estándares de AEE contribuya a un futuro energético confiable, equitativo y sostenible.

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE



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



DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUI ➡



Bayron Quintero

Cofundador y CEO de IDATA Global Analytics,
Cofundador de IDATA Academy

Datos que transforman
decisiones en impacto sostenible

“La aplicación de la tecnología solo tiene sentido cuando
está alineada con la estrategia del negocio.”

Con más de una década liderando proyectos de analítica avanzada e inteligencia artificial, Bayron Quintero ha impulsado la transformación digital de empresas en diversos sectores y mercados de América. Desde IDATA Global Analytics, promueve un enfoque centrado en la conexión entre datos, propósito y sostenibilidad, demostrando que la tecnología, bien aplicada, no solo mejora la rentabilidad, sino que también amplía las oportunidades humanas. Su visión une innovación, aprendizaje continuo y ética en el uso de la información, pilares fundamentales para un crecimiento responsable y sostenible.

¿Cómo cree que las empresas pueden transformar los datos en un motor de crecimiento sostenible y responsable?

Los datos se han convertido en el activo más importante de las empresas y son el combustible para el desarrollo de soluciones corporativas de inteligencia artificial. Transformar los datos en soluciones como motor de crecimiento sostenible, responsable y rentable es un proceso que debe partir por la alineación estratégica con el negocio y el reconocimiento de sus capacidades técnicas y tecnológicas. Las tecnologías en nube permiten acelerar y eficientizar este proceso, logrando que este tipo de soluciones y proyectos, que antes estaban solo al alcance de las grandes corporaciones, hoy estén al alcance de casi cualquier empresa.

Usted menciona que su propósito está ligado a conectar empresas con sus objetivos y personas con oportunidades. ¿Cómo integra esta visión en proyectos que buscan impacto social y ambiental positivo?

Las nuevas tecnologías habilitan a que las personas puedan hacer más, en menor tiempo, así como a tomar decisiones con mayor y mejor información. Esto aplica para todas las industrias y empresas en todos los mercados. Por tanto, aquellas iniciativas de impacto social y ambiental positivo también están incluidas dentro de este alcance; un ejemplo de ello es la existencia de soluciones que brindan diagnósticos médicos más rápidos y en zonas cada vez más remotas, educación personalizada, mayor mapeo de especies y reducción en tiempos de investigación en áreas como la biología y la medicina, entre muchos otros.



La sostenibilidad requiere decisiones estratégicas basadas en información confiable. ¿Cuál es el papel del análisis de datos avanzado en la toma de decisiones sostenibles dentro de las organizaciones hoy en día?

La sostenibilidad, en su concepto, implica la proyección de un equilibrio en el tiempo. Lo cual implica el ejercicio de analizar el futuro, sus riesgos e impactos. La analítica avanzada y la inteligencia

artificial hoy tienen el poder de plantear escenarios futuros y mejorar la toma de decisiones teniendo en cuenta grandes volúmenes de datos de manera muy rápida; por lo que su papel se está volviendo protagonista, así como el papel de las personas que se apoyan en estas herramientas para accionarlas en decisiones responsables.

Como cofundador de IDATA Academy, ¿qué habilidades considera fundamentales para que los líderes y equipos estén preparados para un entorno corporativo orientado a datos y sostenibilidad?

Hoy la tecnología nos brinda respuesta para cualquier ámbito del conocimiento, por esta razón, es más importante identificar las preguntas que se quieren resolver que encontrar su respuesta. Para ello, los líderes y equipos deben entender mejor el negocio desde los objetivos, fortalecer los procesos de toma de decisión y trabajar en una cultura enfocada en la acción partiendo desde el análisis de los datos. Al mismo tiempo, la evolución tecnológica es acelerada, lo cual implica una alta capacidad de aprendizaje continuo.

En su opinión, ¿cuáles son los principales retos y oportunidades al implementar estrategias basadas en datos en empresas de diferentes tamaños y sectores, especialmente en América Latina?

Los principales retos están relacionados principalmente con dos aspectos. El primero tiene que

ver con que casi todas las empresas quieren trabajar con inteligencia artificial, pero no saben por qué ni para qué, lo cual implica un mayor compromiso desde la visión estratégica y la dirección general de la compañía. El segundo está relacionado con que la mayoría de las empresas quieren tener las soluciones de forma inmediata, y para ello hay que entender que muchas aún no tienen una arquitectura de datos clara, un gobierno de datos responsable y capacidades y cultura organizacional alrededor del uso de los datos y la inteligencia artificial para accionar decisiones. Así que sí se pueden tener impactos rápidos, pero si no se tienen las bases y la cultura, serán impactos de corta duración; aquí radica el por qué se dice que la mayoría de los proyectos empresariales de IA no alcanzan a salir a ambiente productivo.

La tecnología avanza rápidamente y permite nuevas formas de medir impacto y desempeño. ¿Qué tendencias tecnológicas cree que tendrán mayor influencia en la sostenibilidad empresarial en los próximos 3-5 años?

El uso de los agentes de inteligencia artificial sin duda generará un impacto significativo en las empresas. Aún estamos en estadios muy tempranos, pero conforme llegue la madurez en esta tecnología, veremos cada vez más y con mayor profundidad la automatización de multiplicidad de procesos integrados, tanto intra como inter empresarialmente. Por su parte, la seguridad y ciberseguridad deben ir de la mano con esta evolución, ya que, así como evolucionan las soluciones productivas, también





evolucionan las amenazas, tanto en frecuencia como en profundidad de sus impactos.

Su trayectoria combina crecimiento empresarial y desarrollo humano. ¿Cómo logra equilibrar la eficiencia empresarial con el desarrollo del talento y la ética en el uso de datos?

Esto se logra mediante el desarrollo de campañas de concientización hacia una cultura de aprendizaje continuo y colaboración permanente. En IDATA Global buscamos que todo el equipo esté permeado por los cambios tecnológicos de nuestro entorno, tengamos el propósito de nuestros clientes como nuestro propósito de crecimiento, y trabajemos en entornos colaborativos en donde todas las habilidades no las tiene una sola persona, sino que son la combinación efectiva de diferentes profesionales dentro de un mismo equipo.

Finalmente, si pudiera dar un consejo a los líderes que buscan impulsar resultados sostenibles a través de la innovación tecnológica y el análisis de datos, ¿cuál sería su recomendación clave?

La aplicación de la tecnología, en cualquier ámbito, solo tiene sentido cuando está alineada con la estrategia del negocio. Por esto se ha vuelto evidente que las áreas de tecnología en las empresas, que antes eran concebidas como áreas de soporte y mantenimiento de equipos e infraestructura, son hoy áreas estratégicas que impulsan el crecimiento sostenido y diferenciado del negocio.

Factores clave

- ▶ Los datos son el activo más valioso y base de la sostenibilidad corporativa.
- ▶ La inteligencia artificial permite anticipar escenarios y decisiones responsables.
- ▶ La cultura organizacional y la ética son esenciales para el éxito tecnológico.
- ▶ La tecnología solo genera valor cuando está alineada con la estrategia del negocio.

El enfoque de Bayron Quintero redefine el rol de la tecnología como un puente entre propósito, sostenibilidad y competitividad. Desde IDATA Global, impulsa una visión donde la inteligencia artificial y la analítica avanzada se convierten en aliados para la toma de decisiones responsables y de largo plazo. Su liderazgo demuestra que la cultura de datos, la ética y la colaboración son la base del progreso sostenible. “El futuro pertenece a quienes logren traducir la información en impacto y el conocimiento en transformación.”

Doña Altagracia y la nueva narrativa del lujo caribeño en Playa Esmeralda: Secrets & Dreams, dos experiencias Hyatt que celebran la esencia dominicana

En la costa serena de Playa Esmeralda, Miches, Hyatt eleva su apuesta por la hospitalidad de alto nivel con dos propuestas complementarias que redefinen el todo incluido en República Dominicana: Secrets Playa Esmeralda Resort & Spa, un santuario solo para personas adultas, y Dreams Playa Esmeralda Resort & Spa, un refugio vibrante para familias. Dos hoteles distintos, un mismo escenario privilegiado y una visión compartida: convertir cada estancia en una experiencia de sofisticación, bienestar, entretenimiento y conexión cultural.

La gran firma emocional de este destino tiene nombre propio: Doña Altagracia, el restaurante insignia del resort y el primer concepto de especialidad dominicana dentro de la marca Secrets Resorts, concebido para rendir homenaje a la riqueza cultural y culinaria del país. Este espacio no solo destaca dentro de la oferta gastronómica de Secrets, sino que sirve a ambos hoteles, consolidándose como el corazón identitario del complejo. Bajo la dirección del chef ejecutivo Carlos Quijano, Doña Altagracia propone una cocina de autor que integra sabores tradicionales con técnicas contemporáneas, resaltando productos locales y evocando la memoria culinaria dominicana con una ejecución refinada.

La experiencia inicia con platos que dialogan con la historia del Caribe y su herencia ancestral. Un ejemplo emblemático es el Cassava con Mousse de Aguacate, servido sobre crujiente casabe, símbolo vivo del legado taíno y reconocido por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Esta reinterpretación no solo honra una receta transmitida por generaciones, sino que demuestra cómo la alta gastronomía puede convertirse en un puente entre identidad y modernidad. En platos principales como el Risotto de Chivo Guisado, preparado con vino y orégano dominicano, el restaurante reafirma su esencia: sofisticación sin perder autenticidad e innovación sin desprenderse de la tradición.

El diseño del espacio acompaña esta narrativa con detalles elegantes inspirados en el Caribe, logrando un ambiente cálido, refinado y culturalmente evocador. El nombre Doña Altagracia rinde tributo a la Virgen de la Altagracia, protectora espiritual del pueblo dominicano, y fortalece el carácter simbólico del restaurante como lugar de encuentro entre hospitalidad, fe cultural y orgullo nacional.



**Secrets Playa Esmeralda:
sofisticación solo para adultos**



Secrets Playa Esmeralda Resort & Spa se presenta como un escape de lujo frente al mar, diseñado para quienes buscan calma, romance y experiencias personalizadas en un entorno natural de rara belleza. Con 500 suites con terraza o balcón privado y vistas a aguas turquesas, el resort conjuga amplitud, privacidad y diseño contemporáneo. Su propuesta de gastronomía de primera clase se despliega en restaurantes especializados y bares cuidadosamente curados, mientras la experiencia se complementa con una piscina infinita, actividades a medida y entretenimiento nocturno que transforma cada velada en un ritual social elegante y relajado.

Su promesa Unlimited-Luxury® se traduce en libertad y comodidad real: acceso ilimitado a propuestas gourmet a la carta sin necesidad de reservas, licores premium, minibar reabastecido diariamente, servicio a la habitación y concierge 24 horas, atención dedicada en piscina y playa, y una agenda activa de experiencias sin pulseras y con impuestos y propinas incluidos. Para quienes desean

un nivel aún más exclusivo, el Preferred Club suma un servicio de asistencia personalizado que eleva la estadia con check-in privado, detalles diferenciales y privilegios diseñados para el viajero que entiende el lujo como precisión.



Dreams Playa Esmeralda: el todo incluido familiar con ADN de destino



A pocos pasos, Dreams Playa Esmeralda Resort & Spa amplifica el concepto de vacaciones inolvidables para parejas y familias. También con 500 amplias habitaciones y suites, algunas con acceso directo a piscina, ofrece vistas parciales o frontales al mar, jardines y áreas acuáticas diseñadas para disfrutar el Caribe desde múltiples perspectivas. Su propuesta

de hospitalidad combina descanso y emoción con un parque acuático en la propiedad, tres piscinas, clubes para niños y adolescentes, deportes y actividades diurnas que garantizan una experiencia completa para cada edad.

La oferta culinaria de Dreams incluye nueve opciones de gastronomía de primera clase, y se enorgullece de integrar un auténtico restaurante dominicano dentro del viaje gastronómico del huésped. La experiencia se completa con siete bares y lounges, incluyendo opciones de playa y piscina, y un enfoque de servicio que sostiene el estándar Unlimited-Luxury® en clave familiar: sin complicaciones, con variedad y con un ritmo adaptado a los nuevos hábitos del viajero moderno.

El entorno suma valor estratégico. La cercanía a atractivos como Los Haitises, Montaña Redonda y la Bahía de Samaná posiciona a Dreams Playa Esmeralda Resort & Spa no solo como un resort, sino como un punto de partida para explorar una República Dominicana más auténtica, diversa y en plena expansión turística.



Una propuesta Hyatt con visión de largo plazo

La convivencia de Secrets y Dreams en Playa Esmeralda responde a una lógica inteligente de portafolio: dos experiencias diferenciadas que permiten atender al viajero adulto de alto perfil y al turismo familiar premium, bajo un mismo estándar de servicio y un mismo relato de destino. En el centro, Doña Altagracia opera como el emblema cultural que unifica la propuesta: un restaurante que no solo alimenta, sino que cuenta una historia, eleva la identidad dominicana y convierte la gastronomía en un activo de marca.

Para el viajero global que busca más que sol y playa —busca propósito, estética, sabor y pertenencia—, Secrets Playa Esmeralda Resort & Spa y Dreams Playa Esmeralda Resort & Spa representan una nueva categoría de lujo caribeño: uno que celebra el bienestar, el diseño y el entretenimiento, pero que también honra el alma local con orgullo y sofisticación.

Linda Pérez

Senior Marketing Director, Compass One Healthcare

La estrategia detrás de
una marca con propósito

“Una campaña sostenible debe demostrar
que no solo comunica, sino que transforma.”

Con más de 15 años de experiencia en marketing y comunicaciones, Linda Pérez ha liderado estrategias de posicionamiento y transformación para marcas globales en sectores como salud, tecnología y bienes raíces. Desde su rol en Compass One Healthcare, dirige una visión que combina innovación, sostenibilidad y cultura corporativa, impulsando un modelo de comunicación que traduce el propósito en impacto real.

Su liderazgo se ha enfocado en construir marcas coherentes y humanas, integrando métricas de negocio con resultados sociales y ambientales verificables. En esta conversación para la edición #19 de Factor de Éxito Atlanta, dedicada a la sostenibilidad y la gobernanza, comparte cómo el marketing estratégico puede convertirse en un catalizador de cambio sistémico, reforzando la confianza y el valor compartido entre empresas, empleados y comunidades.

¿Cómo integra la sostenibilidad y el propósito en las estrategias de marketing y comunicación para generar valor compartido entre la marca, los pacientes, los colaboradores y las comunidades?

En el proceso de reposicionamiento de la marca que estamos a punto de presentar públicamente, hemos creado una estructura que garantiza que Compass One Healthcare sea una marca con propósito. Nuestra visión es que cada experiencia en el hospital sea más hospitalaria, y eso incluye a todas las personas que están en contacto con nuestros asociados: los pacientes, el personal médico, los familiares y las comunidades donde tenemos presencia.

En los próximos meses estaremos lanzando nuevas campañas y contenido enfocado en nuestra estrategia de sostenibilidad y en lo que hacemos para ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos en esta área. Para los equipos de marketing y comunicaciones es sumamente importante contar las historias de éxito de nuestros clientes, y lo hacemos a través de contenido digital, eventos en vivo y material de ventas.

¿Qué distingue a una comunicación de sostenibilidad auténtica de una meramente reputacional, y cómo logra convertir esos mensajes en acciones tangibles que refuercen la confianza?

Cuando trabajas en el sector salud, la autenticidad es definitiva. Nuestros programas están diseñados para generar cambios reales en los hospitales donde prestamos nuestros servicios. Nuestro equipo de sostenibilidad escucha las peticiones de los clientes y de sus empleados, y toma acciones para satisfacer esas necesidades. Hay hospitales que quieren eliminar completamente el uso de plásticos en las cafeterías o limitar el desperdicio de alimentos, y nuestra marca Morrison Healthcare puede hacer eso y más.

Cuando escuchamos a nuestros clientes y los ayudamos a cumplir sus objetivos, eso genera confianza, y las historias de los resultados hablan por sí mismas.

¿Qué indicadores o metodologías utiliza para evaluar el impacto real de una campaña de marketing sostenible o de responsabilidad corporativa?

Nuestras campañas se basan en datos reales. Nuestros equipos diseñan dashboards específicos alineados con los objetivos de cada cliente, y esa es la información que utilizamos para construir, ajustar y optimizar cada iniciativa. En marketing existen métricas tradicionales como impresiones o interacciones, pero también hay indicadores más profundos que permiten evaluar el impacto real de una campaña, como cambios de comportamiento, percepción de marca y reputación. En últimas, una campaña sostenible debe demostrar que no solo comunica, sino que transforma, y por eso utilizamos metodologías que conectan resultados de comunicación con resultados de negocio y de impacto social o ambiental.

¿Cómo puede la comunicación estratégica construir una cultura organizacional sostenible donde los colaboradores sean embajadores del propósito corporativo?

En el último año hemos hecho un trabajo de creación conjunta de los valores que representan a nuestra organización. Estos valores son el tejido que conecta a los miles de asociados que representan las diferentes marcas bajo el portafolio de Compass One Healthcare. Estos valores se alinean también con los valores de nuestros clientes y garantizan que la experiencia será la misma sin importar la marca que esté prestando el servicio.

A través de una comunicación estratégica y constante, traducimos estos valores en comportamientos, mensajes y prácticas diarias, logrando que nuestros asociados comprendan, vivan y compartan el propósito corporativo. De esta forma, se convierten en embajadores auténticos de la cultura sostenible que estamos construyendo.

¿Cómo debe estructurarse la gobernanza de marketing y comunicación para asegurar coherencia, ética y continuidad en los mensajes de sostenibilidad?

La gobernanza en marketing y comunicaciones debe basarse en alineación estratégica, lineamientos claros y colaboración entre equipos. En Compass One Healthcare contamos con equipos integrados de marca, digital, comunicaciones y sostenibilidad que aseguran coherencia y ética en todos los mensajes. Nuestros valores, la nueva arquitectura de marca y las guías internas funcionan como un marco común que orienta cualquier campaña o contenido. Además, trabajamos con datos verificables a través de nuestro trabajo con los clientes y capacitamos a nuestros equipos para que comuniquen el propósito de manera auténtica, garantizando continuidad y credibilidad a lo largo del tiempo.

¿Podría compartir un caso donde la colaboración intersectorial haya potenciado resultados medibles en reputación o impacto social?

Un gran ejemplo de cómo las alianzas pueden potenciar el impacto es Socktober, una campaña nacional de recolección de medias que Compass One Healthcare inició en 2020. Desde





Es una iniciativa sencilla pero profundamente efectiva: está liderada por nuestros propios asociados, fortalece nuestra reputación como marca con propósito y genera un impacto social tangible en las comunidades a las que servimos.

¿Qué tipo de liderazgo considera necesario dentro del marketing para impulsar transformaciones sostenibles sin perder la competitividad?

El liderazgo en marketing debe ser empático, basado en datos y muy colaborativo. La sostenibilidad requiere equipos que tengan la capacidad de escuchar, interpretar necesidades reales y trabajar de la mano con operaciones y con el cliente para tener un impacto en la experiencia del paciente. Un líder de marketing no solo comunica: traduce la estrategia en historias y comportamientos. En un entorno complejo, ese liderazgo debe equilibrar innovación con responsabilidad, garantizando que cada campaña sea fiel al propósito corporativo y al mismo tiempo genere valor para el negocio.

¿Cómo visualiza el rol del marketing en esta nueva era de empresas que buscan dejar una huella positiva?

En vez de centrarse solo en comunicar, el marketing regenerativo invita a crear soluciones con equipos interdisciplinarios. Por ejemplo, ayudar a promover programas que reduzcan el desperdicio de alimentos o que generen beneficios directos para las comunidades donde operamos. El marketing deja de ser una función de apoyo y se convierte en una función de innovación social.

Factores clave

- ▶ Convertir el marketing en una función de innovación social que genera bienestar tangible.
- ▶ Basar toda estrategia en datos verificables que conecten comunicación, negocio e impacto.
- ▶ Construir una cultura organizacional donde los valores se traduzcan en comportamientos sostenibles.
- ▶ Reforzar la reputación corporativa mediante alianzas que produzcan resultados medibles en la comunidad.

El liderazgo de Linda Pérez demuestra cómo la sostenibilidad puede integrarse al corazón del negocio y de la comunicación. Desde campañas basadas en datos hasta iniciativas sociales como Socktober, su enfoque une métricas, propósito y comunidad, demostrando que el marketing puede ser motor de bienestar colectivo. Su visión de futuro apunta a un horizonte donde las marcas no solo reduzcan impactos, sino que impulsen transformación positiva en los ecosistemas que tocan.

Dos destilerías del área metropolitana de Atlanta ganan a lo grande en la World Spirits Competition

La destilería ASW, con sede en Atlanta, y Minhwa Spirits, con sede en Doraville, recibieron importantes premios a principios de este mes en la Competencia Mundial de Bebidas Espirituosas de The Tasting Alliance en San Francisco. Fundada en 2001, la Competencia Mundial de Bebidas Espirituosas es conocida como los “Oscars del mundo de las bebidas alcohólicas”.

El soju Yong de Minhwa Spirits obtuvo el premio al Mejor de su Clase en la categoría de soju. Es el primer soju en Estados Unidos, así como el primero fuera de Corea, en ganar esta categoría.

Pero este no fue el primer galardón que Minhwa recibió de The Tasting Alliance. El soju Yong ganó dos medallas de oro en la categoría en la Competencia Mundial de Licores de 2024 y 2025, lo que le permitió optar al premio al Mejor de su Clase.

Minhwa Spirits abrió en Doraville el otoño pasado y funciona como destilería (jumak) e incubadora de restaurantes emergentes con cafetería.

La línea Fiddler Encore Finished Bourbon de ASW Distillery obtuvo el premio al Mejor de su Clase en la categoría de bourbon de lote pequeño (6-10 años). Este fue el segundo premio al Mejor de su Clase para ASW Distillery, después de que el primero lo obtuviera Maris Otter Single Malt Whiskey como mejor whisky artesanal en 2020. Además, el Red X Single Malt Whiskey fue uno de los tres finalistas al mejor whisky de malta en 2023.

Fiddler Encore, Fiddler Toasted Rye y Riddler Chin Music Toasted Bourbon de ASW Distillery han ganado anteriormente premios dobles de oro o platino, mientras que Fiddler Toasted Bourbon, Fiddler Soloist Bourbon y Fiddler Georgia Heartwood Bourbon han ganado anteriormente cinco medallas de oro.

La Destilería ASW abrió sus puertas en Armour Drive en 2018 y desde entonces ha añadido salas de degustación en Battery Atlanta, en el condado de Cobb, y en Lee & White, en West End. A principios de



este año, la Destilería ASW abrió Flights & Bites en la Terminal B del Aeropuerto Internacional Hartsfield-Jackson de Atlanta.

La Tasting Alliance y la Competencia Internacional de Vinos de San Francisco fueron fundadas por

Anthony Dias Blue en 1980. La Tasting Alliance también organiza competencias anuales de bebidas espirituosas para Asia, América Latina y Nueva York, así como la Competencia San Francisco Ready to Drink y una competencia de diseño .



Marisol Angelini

Board Director | NACD.DC

Liderar con propósito para
lograr resultados sostenibles

“Pensar en grande... la mayor oportunidad
es mantener el compromiso de inversión a largo plazo.”

Con más de dos décadas liderando negocios globales en la industria de productos de consumo masivo, Marisol Angelini ha gestionado operaciones con P&L superiores a los 7 mil millones de dólares y ocupado posiciones estratégicas en dirección general, mercadeo y transformación organizacional. Su enfoque combina visión de largo plazo, disciplina en la gobernanza corporativa y una convicción profunda de que la sostenibilidad no es solo una obligación moral, sino una ventaja competitiva que diferencia a las compañías que prosperan de las que simplemente sobreviven. En esta conversación para la edición “Resultados sostenibles: Inversión, gobernanza y alianzas”, comparte su visión sobre cómo traducir el propósito en resultados tangibles y cómo la cultura, la innovación y las métricas son la base del liderazgo sostenible.

Desde su experiencia liderando negocios globales, ¿cómo se logra que la sostenibilidad deje de ser una narrativa reputacional y se convierta en un eje tangible de resultados y competitividad?

Los líderes y la empresa en su totalidad necesitan entender profundamente la sostenibilidad como una ventaja competitiva y asimilarla para aplicarla al negocio. Además, el compromiso de implementar esta estrategia tiene que venir de los líderes a través de toda la organización, constante y consistentemente en el tiempo.

En su rol como directora de juntas, ¿qué prácticas de gobernanza considera determinantes para asegurar que los principios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) permeen las decisiones estratégicas y generen valor a largo plazo?

Establecer un comité que se dedique a darle seguimiento a la estrategia, los planes y las métricas clave es lo que he visto que funciona mejor. Esto, complementado por una narrativa del CEO que comunique con un tono convincente y creíble que las estrategias de ESG crean una ventaja competitiva en el negocio, y por ende, es estratégico hacerlo.

¿Cómo percibe la evolución de la inversión sostenible a nivel global y qué factores diferencian a las compañías que logran atraer capital bajo criterios de impacto?



Creo firmemente que es un movimiento que va a continuar. Las empresas que no estaban convencidas del valor agregado de una estrategia de negocio que abrace los elementos clave de ESG abandonaron este compromiso y están menos aptas para atraer capital de inversión. Los que siguen con este convencimiento están creando competencias competitivas que las van a separar significativamente de la competencia.



Los resultados sostenibles requieren una cultura que los sustente. ¿Cómo se construye una organización que combine rentabilidad, propósito y ética en sus operaciones diarias?

Lo estratégico de pensar y actuar con la mirada en el largo plazo es que, si bien en el corto plazo hay ciertos compromisos, en el mediano y largo plazo todas las métricas de rentabilidad y sostenibilidad del negocio se recuperan, y con creces en algunos casos.

En un entorno interconectado, las alianzas entre sector privado, público y sociedad civil son cada vez más relevantes. ¿Qué tipo de colaboraciones considera más efectivas para acelerar los objetivos de sostenibilidad empresarial?

Depende de cada entorno o contexto global donde uno u otro sector sea más influyente o, en un área específica, haga más sentido al negocio y al ecosistema total. Sin embargo, todo negocio debe establecer alianzas y relaciones con estos grupos y también con todas y cada una de las partes interesadas del negocio en sí (empleados, suplidores, clientes, etc.).

Usted ha liderado procesos de transformación digital y comercial. ¿De qué forma la innovación puede convertirse en un motor de sostenibilidad y no solo en una herramienta de eficiencia?

Todo negocio necesita estar en constante transformación para atender las necesidades de sus clientes y consumidores, que siempre están en evolución. La tecnología trae herramientas que hacen esa transformación más ágil, más efectiva y eficiente. Innovar en lo pequeño y en lo grande hace que el negocio esté en constante movimiento explorando nuevos modelos de negocio o maneras de llegar al cliente, al mismo tiempo que hace que los empleados estén más abiertos al cambio, desarrollen capacidades de liderazgo como resiliencia, colaboración y toma de decisiones en contextos ambiguos, lo que hace el negocio sostenible en el largo plazo.

¿Qué métricas considera más valiosas para demostrar los resultados de una estrategia sostenible, tanto desde la perspectiva financiera como desde la reputacional?

Una compañía que genere métricas financieras en el rango de las empresas con éxito dentro de su segmento, que esté considerada entre las mejores empresas para trabajar, que tenga un alto nivel de compromiso con los empleados y suplidores, que tenga marcas valoradas por la gente, que sea un modelo ejemplar en cuanto a temas de huella —cualesquiera que sean—, que sea emulada hasta por la competencia, son medidas que indican que esa compañía ejerce un modelo sostenible de negocio.

¿Cuál considera que es el mayor desafío y la mayor oportunidad para los líderes empresariales de hoy al buscar resultados sostenibles basados en inversión, gobernanza y alianzas?

¡Pensar en grande! Creo que la mayor oportunidad es que los líderes de esas empresas mantengan el compromiso de inversión a largo plazo y que de alguna manera diseñen un plan estratégico para mantener

un flujo de rentabilidad que les permita incorporar en el corto plazo iniciativas relevantes y a gran escala con los aliados. Una gobernanza de altos estándares permitirá que esas inversiones tengan un esquema de vigilancia de riesgo apropiado y efectivo.

Factores clave

- ▶ La sostenibilidad debe asumirse como ventaja competitiva transversal, no como narrativa reputacional.
- ▶ Los comités de gobernanza y liderazgo del CEO son determinantes para integrar los principios ESG.
- ▶ Las empresas que mantienen inversión sostenible a largo plazo atraen capital y diferencian su competitividad.
- ▶ La innovación continua y la cultura del cambio fortalecen la resiliencia y sostenibilidad del negocio.

La visión de Marisol Angelini combina pragmatismo estratégico y liderazgo con propósito. Su aporte destaca la madurez del pensamiento corporativo que vincula sostenibilidad, inversión y gobernanza con resultados tangibles. Desde su experiencia, demuestra que la innovación no solo impulsa la eficiencia, sino que alimenta la resiliencia empresarial y el desarrollo humano dentro de las organizaciones. Su mensaje final resume una convicción poderosa: los líderes que piensan en grande, invierten a largo plazo y construyen alianzas sólidas son quienes realmente transforman el futuro de los negocios sostenibles.



Ana Alvarez Grullón

Managing Director
y Head of ESG, Keensight Capital

Convertir el ESG en
ventaja competitiva global

“La sostenibilidad funciona como un
indicador de madurez estratégica.”

Desde Keensight Capital, uno de los fondos de growth más reconocidos de Europa, Ana Alvarez Grullón lidera una estrategia ESG que atraviesa todo el ciclo de inversión: desde el deal sourcing hasta el exit. Con más de quince años de experiencia internacional, ha conectado el asset management con la sostenibilidad corporativa y la inversión responsable, trabajando en entornos complejos y regulados en Europa, Estados Unidos y América Latina.

Su trayectoria en firmas como EY y Atravía, sumada a su rol actual en Keensight, le ha permitido diseñar marcos robustos de gobernanza, resiliencia climática, gestión de cadenas de suministro y transparencia hacia inversores globales. Reconocida por Private Equity News como Most Influential in ESG en Europa en 2024 y 2025, y activa en foros como Invest Europe y UN PRI, Ana aporta una visión clara: la sostenibilidad no es un apéndice, sino infraestructura de gestión y motor de competitividad. En esta conversación, profundiza en cómo el ESG redefine el riesgo, el retorno y el impacto, y en qué condiciones América Latina —y República Dominicana en particular— puede atraer capital responsable de largo plazo.

Desde su posición al frente de ESG en uno de los fondos de growth más reconocidos de Europa, ¿cómo ha evolucionado su visión de la sostenibilidad en private equity? ¿Hubo alguna decisión de inversión —o de no inversión— que marcara un antes y un después en la forma en que Keensight entiende la creación de valor responsable?

La sostenibilidad en la industria del private equity ha evolucionado de manera decisiva. Lo que antes se percibía como un ejercicio limitado a la gestión de riesgos ahora se entiende como un componente estructural de la calidad empresarial y la resiliencia.

A medida que los mercados se vuelven más exigentes y las cadenas de valor más complejas, la sostenibilidad permite evaluar no solo el presente de una compañía, sino su capacidad real de escalar con orden, atraer talento, responder a regulaciones y consolidar una posición competitiva.

La visión de los profesionales del ESG ha cambiado en la misma medida en que ha cambiado la industria. Hoy, los temas ESG funcionan como una lectura más precisa de la madurez operativa de un negocio. Revelan si la empresa está preparada para crecer a un ritmo acelerado, si puede sostener procesos críticos sin perder control y si tiene la disciplina necesaria para responder a escenarios de presión.

A lo largo de los años, ha habido decisiones que marcaron un punto de inflexión en la forma de entender la creación de valor responsable. Lo más interesante es que estas decisiones no giran necesariamente en torno a un “sí” o un “no” de inversión, sino a lo que revelan sobre la estructura de una organización. En algunos procesos de evaluación surgen elementos que invitan a reflexionar sobre el momento adecuado para impulsar ciertas ambiciones de crecimiento. Más que señalar limitaciones, estas situaciones permiten comprender mejor el punto de partida de la organización y calibrar el tipo de acompañamiento, estructura o ritmo que favorecerá una evolución sostenible.

Esta evolución ha reforzado una idea central: la sostenibilidad funciona como un indicador de madurez estratégica. Las compañías que entienden esto avanzan con más coherencia, se preparan mejor para procesos de expansión y se posicionan de forma más sólida frente a sus stakeholders. Y desde la perspectiva del inversor, esa preparación se traduce en empresas más resilientes, más competitivas y con un valor que se sostiene en el tiempo.

Usted lidera la integración de ESG en todo el ciclo de inversión, desde el deal sourcing hasta el exit. ¿Cuáles son hoy los “no negociables” que Keensight exige en materia ambiental, social y de gobernanza para avanzar en una

transacción, y qué tipo de métricas o evidencias convierten la sostenibilidad en una palanca real de value creation y no solo en un checklist?

En el contexto actual, lo más interesante es identificar empresas que utilizan la sostenibilidad para fortalecer su modelo de negocio y acelerar su competitividad. Las organizaciones más sólidas entienden que el ESG forma parte de su arquitectura de gestión y que influye en su capacidad de crecer, atraer capital y operar con estabilidad.

Un primer elemento determinante es la definición clara de prioridades estratégicas. Cuando una compañía define con precisión los temas que realmente influyen en su desempeño y en su posición competitiva, la sostenibilidad se integra naturalmente en la toma de decisiones. Esto permite orientar esfuerzos, priorizar con criterio y asignar recursos con intención.

La calidad de la gestión interna también es fundamental. Las empresas que incorporan estos temas en su modelo operativo suelen anticipar regulaciones, fortalecer procesos y desarrollar estructuras más sólidas para gestionar riesgos y aprovechar oportunidades.

Otro aspecto relevante es la capacidad de adaptación. Las organizaciones que interpretan tendencias como gobernanza tecnológica, expectativas crecientes de clientes o integración en la cadena de valor y las traducen en acciones concretas avanzan con mayor estabilidad y preparación para escenarios cambiantes.

Finalmente, el liderazgo directivo es un factor decisivo. Cuando los equipos de dirección incorporan la sostenibilidad en su visión de crecimiento, el enfoque se vuelve más estratégico, más orientado a competitividad y menos centrado en reporting.

En conjunto, las empresas que destacan son aquellas capaces de transformar la sostenibilidad en una herramienta de coherencia estratégica, madurez organizativa y preparación real para el futuro. Esa integración es la que convierte el ESG en una fuente tangible de oportunidad.

En la práctica, ¿cómo se traduce este enfoque en la gobernanza de las compañías participadas? ¿Qué cambios ha impulsado en los consejos de administración (comités, perfiles de consejeros, incentivos, reporting, cultura de riesgos) para que el ESG deje de ser un tema accesorio y pase a formar parte del corazón de la estrategia empresarial?

La integración efectiva de la sostenibilidad empieza en el consejo de administración. Los avances más sólidos ocurren cuando el órgano de gobierno incorpora estos temas en su análisis estratégico, en su supervisión de riesgos y en sus decisiones clave. Consultores, informes o políticas pueden aportar valor, pero es el consejo quien marca el tono y la ambición.

En los últimos años hemos visto una evolución muy enriquecedora en la composición y funcionamiento de los consejos. La incorporación de perfiles especializados en riesgos no financieros, tecnología, compliance o innovación sostenible ha elevado significativamente la calidad del debate. Esto aporta diversidad de criterios, fortalece la supervisión y aporta una mirada más completa a los desafíos del crecimiento.

El funcionamiento de los comités también ha ganado profundidad. La transición hacia reuniones basadas en información estructurada y relevante, tendencias regulatorias, incidentes reales y decisiones concretas ha permitido que estos espacios pasen de ser informativos a desempeñar un rol estratégico. Cuando los comités trabajan con datos de calidad, el seguimiento y la toma de decisiones se vuelven más ágiles y coherentes.

Un elemento adicional que impulsa una integración sólida es la estructura de incentivos. Cuando parte del paquete ejecutivo

incorpora aspectos como la ejecución de los 'roadmaps' de sostenibilidad, la organización entera orienta sus esfuerzos hacia una gestión más completa.

En conjunto, estos cambios han contribuido a que el ESG forme parte natural de la conversación estratégica, reforzando la calidad del gobierno corporativo y acompañando mejor el crecimiento de las compañías.

Uno de los retos más complejos es llevar temas como cambio climático, derechos humanos o cadenas de suministro sostenibles a modelos de negocio muy distintos entre sí. ¿Qué enfoques ha desarrollado para que estos temas se vuelvan accionables en empresas de tecnología, salud o servicios B2B, y cuáles son los errores más frecuentes que observa cuando una organización cree que "ya está haciendo ESG" pero en realidad solo está comunicando?

Hacer la sostenibilidad accionable en negocios muy distintos requiere abandonar la idea de una plantilla única. El cambio climático, los derechos humanos o la gestión responsable de la cadena de suministro no se abordan de la misma manera en una empresa de software que en una empresa manufacturera.

En tecnología, por ejemplo, la conversación suele centrarse en ciberseguridad, gobernanza de la inteligencia artificial y eficiencia digital, incorporando iniciativas como green cloud, uso responsable de datos y prácticas de green IT. Son áreas donde las decisiones operativas y tecnológicas tienen un impacto directo tanto en la gestión del riesgo como en la eficiencia.

En una empresa industrial, el foco se orienta más hacia eficiencia en procesos, gestión de residuos, seguridad laboral, estándares ambientales, análisis de ciclo de vida y resiliencia de la cadena de suministro. Es un entorno donde la sostenibilidad se integra a través de operaciones y procesos físicos, con un componente regulatorio más marcado.

Lo que observo en algunos casos es cierta confusión entre comunicación y gestión, especialmente en organizaciones que están dando sus primeros pasos. Publicar informes o actualizar contenidos digitales puede ser útil para dar visibilidad, pero no sustituye los elementos esenciales: un mapa claro de riesgos, integración en la gobernanza, objetivos conectados con la estrategia y mecanismos de seguimiento que permitan evaluar avances.

Una organización resiliente entiende que la sostenibilidad es infraestructura de gestión. Requiere sistemas, datos confiables, procesos definidos, responsables claros, incentivos bien alineados y, sobre todo, coherencia entre lo que se aprueba en el consejo y lo que se implementa en la operación. Es en esa consistencia donde la sostenibilidad deja de ser comunicación y se convierte en una capacidad real del negocio.

El entorno regulatorio europeo (finanzas sostenibles, taxonomía, estándares de reporte) está elevando el nivel de exigencia para gestores e inversionistas. ¿Cómo está transformando este contexto la conversación con sus LPs y con el management de las compañías del portafolio, y qué cambios estructurales anticipa para los próximos cinco años en la manera de medir riesgo, retorno e impacto?

La regulación europea ha impulsado un cambio significativo en la forma en que se aborda la sostenibilidad. Ha introducido mayor rigor técnico y ha ayudado a consolidar un lenguaje común que facilita la evaluación de riesgos y oportunidades. Pero es un marco que aún evoluciona y que requiere mayor claridad para ofrecer a las empresas y a los inversores la certidumbre necesaria para planificar a largo plazo.

Al mismo tiempo, el marco regulatorio sigue en una fase de ajuste. Hay áreas donde todavía se necesita mayor claridad interpretativa, mayor estabilidad en la aplicación práctica y una armonización más consistente entre sectores o entre diferentes legislaciones. Esta madurez regulatoria en evolución es normal en un proceso de transformación de esta escala y abre oportunidades para seguir mejorando la calidad del análisis y la toma de decisiones.

En las empresas, el efecto más visible es el impulso a fortalecer sistemas internos, profesionalizar procesos y anticipar exigencias futuras. La regulación ha actuado como un catalizador para ordenar la gestión, mejorar la calidad de la información y preparar estructuras más sólidas frente a un entorno cada vez más exigente.

Mirando hacia adelante, es probable que la convergencia entre criterios financieros y no financieros se vuelva más estrecha, pero acompañada de una necesidad creciente de certidumbre y simplificación regulatoria. La evolución del marco europeo será clave para equilibrar ambición con claridad, permitiendo que la sostenibilidad se integre con mayor fluidez en la estrategia empresarial y en la toma de decisiones.

Desde su participación en el ESG Committee de Invest Europe y en el grupo de trabajo de derechos humanos de los UN PRI, ¿qué debates considera más críticos hoy para el futuro de la inversión responsable (por ejemplo, greenwashing, calidad de datos, doble materialidad, impacto real vs. declarado) y qué posiciones defiende usted dentro de esas mesas?

La discusión ya no gira en torno a si la inversión responsable es necesaria, sino a qué tipo de inversión responsable queremos construir. Ese matiz es clave porque el mayor riesgo hoy no es la inacción, sino la acción superficial.

Uno de los debates más urgentes es la calidad de los datos. La industria ha avanzado en marcos, taxonomías y estándares, pero todavía opera con información estimada, poco comparable o insuficientemente verificable. Sin una estructura de datos fiable, la toma de decisiones se acerca más a un relato que a una práctica financiera rigurosa.

Otro tema relevante es la doble materialidad, que bien aplicada ayuda a priorizar y a identificar los temas que realmente redefinen el perfil de riesgo u oportunidad de una empresa. Entender qué temas son materialmente determinantes permite dimensionar iniciativas, asignar recursos con inteligencia y establecer objetivos que tengan verdadero sentido estratégico.

También se observa un avance importante en la madurez de temas como los riesgos climáticos y su integración en modelos financieros, el análisis de capital natural y su interdependencia con cadenas de valor complejas, así como la creciente atención a los impactos indirectos en la cadena de suministro.

Pero el giro más interesante de 2025 fue la intersección entre inteligencia artificial y sostenibilidad, que introduce un doble efecto. Por un lado, la IA acelera la sostenibilidad: automatiza análisis complejos, mejora la detección temprana de riesgos y permite integrar métricas ESG en decisiones estratégicas de forma más eficiente. Por otro lado, crea desafíos que exigen una gobernanza sólida: sesgos algorítmicos, trazabilidad en modelos que aprenden solos, privacidad, impactos energéticos y riesgos vinculados a decisiones automatizadas sin supervisión adecuada.

El debate ya no es si incorporar IA a la estrategia ESG, sino cómo hacerlo con control, transparencia y responsabilidad, asegurando que la tecnología aumente la calidad de la sostenibilidad mientras se gestionan sus propios impactos.

Como dominicana liderando ESG en un fondo europeo con estándares muy exigentes, ¿cómo ve el puente entre el capital responsable europeo y las oportunidades en América Latina y el Caribe, especialmente en países como República Dominicana? ¿Qué condiciones mínimas —en gobernanza, transparencia y madurez regulatoria— deben construir los actores locales para atraer ese tipo de capital y no quedarse fuera de esta nueva ola de inversión sostenible?

Europa ha desarrollado un ecosistema de capital responsable que valora entornos donde los riesgos son gestionables, la regulación es predecible y la gobernanza corporativa ofrece claridad. América Latina y el Caribe cuentan con sectores dinámicos, talento y oportunidades relevantes para este tipo de capital. El puente entre ambos mundos existe, y se cruza con confianza, con calidad de información y con instituciones que permitan operar con estabilidad.

Como dominicana, me interesa que ese puente se construya con rigor y sin atajos. Los inversores que analizan oportunidades en mercados emergentes no esperan perfección, pero sí señales consistentes de madurez: datos verificables, marcos regulatorios estables y empresas que entiendan que la sostenibilidad es un pilar de competitividad y acceso a capital institucional.

En países como República Dominicana, el sector privado tiene un rol determinante. Cada empresa que eleva la calidad de su gobernanza, profesionaliza su consejo, consolida procesos de toma de decisiones basados en datos, fortalece controles de riesgo, innova con intención y opera con estándares modernos de transparencia contribuye a transformar la percepción del país en el ámbito internacional. Ese efecto reputacional acumulado es lo que abre espacio para capital responsable con horizonte de largo plazo.

Cuando estos elementos se alinean, la región no solo se vuelve más atractiva para la inversión, sino que puede posicionarse como un espacio donde surjan modelos de negocio que integren sostenibilidad con creatividad, eficiencia y ambición global. La oportunidad está ahí, y su consolidación depende de estructuras capaces de sostenerla en el tiempo.

Ha sido reconocida entre las personalidades más influyentes en ESG en Europa en 2024 y 2025. Mirando su trayectoria desde Moca hasta los grandes foros internacionales, ¿cuáles han sido las claves de liderazgo que le han permitido impulsar transformaciones dentro de organizaciones complejas y, al mismo tiempo, mantenerse fiel a sus valores? ¿Qué mensaje le gustaría dejar a la nueva generación de talento dominicano e iberoamericano que quiere construir carrera en inversión responsable y sostenibilidad corporativa?

Cuando pienso en mi recorrido, desde Moca hasta espacios internacionales donde se discuten las grandes transformaciones de la industria, lo que veo es una mezcla de disciplina, curiosidad y una enorme capacidad de adaptación. Mi trayectoria no se explica por momentos específicos, sino por años de trabajo constante, aprendiendo a moverme en entornos exigentes sin perder mi forma de pensar ni mi manera de relacionarme con los demás.

He tenido la suerte de trabajar con organizaciones complejas en momentos de cambio y eso te obliga a desarrollar una combinación especial de rigor técnico y sensibilidad humana. Los avances reales surgen cuando entiendes a las personas, cuando sabes leer las dinámicas internas y cuando eres capaz de articular una visión que haga sentido para todos los actores clave. La sostenibilidad no se impone, se construye. Y para construirla necesitas credibilidad, pero también paciencia, escucha y una visión estratégica muy clara.

Si hay algo que me ha acompañado siempre es la idea de que no hace falta renunciar a tu origen para operar en escenarios globales. Al contrario, te da perspectiva, te da resiliencia y te recuerda por qué haces lo que haces. Esa raíz dominicana me ha dado una forma muy particular de liderar: directa, cercana y orientada a resultados, pero también consciente de la importancia del progreso colectivo.

A la nueva generación dominicana le diría que este es un campo con espacio para mucho talento. Las oportunidades aparecen cuando hay preparación, criterio y capacidad de trabajar con excelencia. El consejo que siempre doy es que inviertan en profundidad técnica, desarrollen visión internacional y se rodeen de personas que eleven su estándar.

La sostenibilidad corporativa no es un “add-on”. Es un espacio donde se toman decisiones importantes para la economía y donde voces nuevas pueden aportar muchísimo. El talento latinoamericano tiene una ventaja importante: la capacidad de moverse en realidades diversas y de adaptarse rápido. Si esa experiencia se combina con formación técnica sólida y exposición internacional, se convierte en un perfil altamente competitivo. Ese es un camino que abre muchas puertas.

Factores clave

- ▶ La sostenibilidad se ha consolidado como indicador de madurez estratégica y calidad operativa, clave para evaluar resiliencia y capacidad de escalar.
- ▶ Los consejos de administración evolucionan incorporando perfiles especializados, mejor información y esquemas de incentivos ligados a la ejecución de roadmaps de sostenibilidad.
- ▶ La regulación europea actúa como catalizador: obliga a mejorar sistemas, datos y procesos, y acelera la convergencia entre criterios financieros y no financieros.
- ▶ El puente entre capital responsable europeo y América Latina depende de gobernanza sólida, datos verificables, marcos regulatorios estables y un sector privado que eleve sus estándares.

La trayectoria de Ana Alvarez Grullón demuestra cómo el ESG, gestionado con rigor técnico y sensibilidad humana, puede transformar tanto la gobernanza corporativa como el acceso a capital de largo plazo. Su enfoque conecta métricas, regulación, tecnología —incluida la inteligencia artificial— y valor social a través de decisiones concretas sobre riesgos, cadenas de suministro y estructuras de datos que sostienen la credibilidad ante inversores globales. Su historia, desde Moca hasta los principales foros europeos, envía un mensaje claro: la sostenibilidad es un lenguaje estratégico que abre puertas cuando se combina profundidad técnica, coherencia ética y visión internacional. El futuro del private equity responsable pasará por líderes capaces de traducir ese lenguaje en resultados medibles y progreso compartido.

Tech Conferences anuncia noticias emocionantes: FABCON 2026 llega a Atlanta

Entusiastas de la tecnología, innovadores y líderes de la industria, ¡apunten sus calendarios del 16 al 20 de marzo de 2026! La tan esperada tercera edición de la Conferencia de la Comunidad Microsoft Fabric (FABCON) se celebrará en Atlanta, Georgia. FABCON, la conferencia más grande dedicada a Microsoft Fabric, reunirá a expertos y líderes de opinión para explorar el futuro de los datos, la analítica, la inteligencia empresarial y la integración de la IA.

FABCON se ha convertido en un evento imprescindible para quienes trabajan en la industria tecnológica, y el traslado a Atlanta enriquecerá aún más la experiencia. Conocida por su vibrante escena tecnológica y su diversa comunidad, Atlanta es el lugar perfecto para FABCON 2026. Los asistentes





podrán disfrutar de una conferencia dinámica y atractiva, repleta de oportunidades para establecer contactos, sesiones informativas y talleres prácticos.

“Nos complace anunciar que FABCON 2026 se celebrará en Atlanta”, declaró David Wilhelm, presidente de Conferencias Tecnológicas. Esta iniciativa nos permitirá llegar a un público más amplio y ofrecer una experiencia aún mejor a nuestros asistentes. Estamos deseando presentar los últimos avances en Microsoft Fabric y reunir a las mentes más brillantes de la industria para debatir sobre el futuro de la tecnología.

Como ventaja adicional, Microsoft ha anunciado la incorporación de SQLCON como conferencia conjunta con FABCON. Arun Ulag, presidente de Azure Data en Microsoft, declaró: “¡SQLCon llega a Atlanta el próximo marzo! Coubicada con FabCon, ofrece una semana completa de contenido técnico exhaustivo. Desde la búsqueda vectorial hasta la integración con Copilot, SQL está impulsando la era de la IA”.

FABCON 2026 y SQLCON contarán con un elenco de ponentes de primer nivel, entre ellos ejecutivos de Microsoft, líderes de la industria y expertos en tecnología. Más de 7500 asistentes tendrán la oportunidad de conocer las últimas tendencias e innovaciones en Microsoft Fabric, así como de conectar con personas y empresas afines. La conferencia también incluirá una exposición de proveedores, donde los asistentes podrán descubrir los últimos productos y servicios de la industria tecnológica de más de 100 expositores.



Autumn Bailey y Ty Walker anuncian una asociación de producción con Assembly Studios, administrada por Universal Production Services

Las grandes productoras de cine independiente Autumn Bailey Entertainment (ABE) y Braveheart Entertainment de Ty Walker han anunciado una importante asociación de producción con uno de los campus cinematográficos más avanzados y amplios de Atlanta, Assembly Studios, administrado por Universal Production Services.

La colaboración marca un hito importante en el panorama cinematográfico de Georgia, en rápida evolución, al unir a dos productores creativos líderes conocidos por proyectos aclamados como *On a Wing and a Prayer* y *The First Noelle: The Maynard Jackson Documentary* con la infraestructura de vanguardia de Assembly para escalar la producción de cine y televisión independiente en todo el estado.

Juntas, las empresas se proponen construir un modelo sostenible de narración de historias de alta calidad, centrada en los personajes, que combine arte, eficiencia e innovación.

SOBRE LA ASOCIACIÓN: “Nuestras dos compañías siempre se han centrado en historias que se sienten reales”, dijo Autumn Bailey-Ford, fundadora de Autumn Bailey Entertainment. “El cine independiente se basa en la verdad, la emoción y la comunidad: en crear historias que importan y darles espacio para prosperar. Asociarnos con Assembly Studios, propiedad de Gray Media, y Universal Production Services significa crear una base donde esas voces puedan ser nutridas, amplificadas y vistas a nivel global. Juntos, no solo estamos ampliando la capacidad de producción, sino que estamos invirtiendo en el alma creativa de Georgia y en la próxima generación de cineastas visionarios”.

Ty Walker, fundador de Braveheart Entertainment, añadió: «Braveheart se fundó con el compromiso de crear historias audaces y sofisticadas, un trabajo que desafía las convenciones sin perder una esencia profundamente humana. Assembly Studios ofrece no solo la infraestructura, sino también la sinergia creativa para expandir esa visión a mayor escala, sin comprometer jamás la autenticidad que define nuestras películas. Esta colaboración representa una evolución significativa en la forma de contar historias, en la creación de oportunidades para la próxima generación de cineastas y en la continua transformación del movimiento cinematográfico independiente. Nos enorgullece liderar juntos esa transformación».

ASSEMBLY STUDIOS EN LA ALIANZA. “La alianza entre Autumn Bailey Entertainment y Ty Walker, Braveheart Entertainment, con Assembly aprovecha el ecosistema de producción más avanzado del sureste, combinando escenarios de primer nivel, tecnología de vanguardia y una infraestructura integral que respalda todo, desde grandes producciones hasta cineastas independientes”, declaró Dan Biersdorf, vicepresidente de Servicios de Producción Universal en Assembly Studios. “Juntos, estamos creando oportunidades, amplificando nuevas voces y redefiniendo lo que la televisión y el cine pueden lograr en el sur”.

“Los cineastas independientes necesitan espacio para desarrollar grandes ideas, y eso es lo que Assembly ofrece”, añadió Justin Campbell, vicepresidente de operaciones de

estudio de Assembly Atlanta. “La visión de ABE y Braveheart es exactamente lo que estos escenarios se diseñaron para apoyar: empoderar a los equipos creativos con el espacio y los recursos necesarios para desarrollar historias extraordinarias en Georgia y llevarlas al público de todo el mundo”.

UN MOVIMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL FUTURO CINEMATOGRAFICO DE GEORGIA

Ubicado a 30 minutos del Aeropuerto Hartsfield-Jackson y a 15 minutos del centro de Atlanta, Assembly Studios cuenta con 22 escenarios de sonido de clase mundial, lugares de filmación exteriores e iluminación y agarre de escenarios en el lugar, casa de vestuario, taller de letreros, transporte y más, posicionándolo como un destino de primer nivel para producciones de cine, televisión, comerciales, transmisión y eventos especiales.

La asociación optimizará aún más los costos y la logística, permitiendo a los cineastas independientes ofrecer historias cinematográficas con libertad creativa y eficiencia económica.

INICIATIVAS CLAVE EN EL MARCO DE LA ASOCIACIÓN

Lista de producción ampliada: Múltiples proyectos nuevos de cine y televisión cada año.

Innovación en narración inmersiva: integración de tecnología emergente y nuevos métodos de producción.

Canales de talento y capacitación: programas educativos y de tutoría para creativos con sede en Georgia.

Narración expansiva: resaltar una amplia gama de narrativas y puntos de vista.

Con más de 40 años de experiencia combinada, Autumn Bailey Entertainment y Braveheart Entertainment han construido una reputación por producir historias cinematográficas, socialmente conscientes y comercialmente exitosas que unen el arte y el impacto en la audiencia.

Las operaciones bajo la nueva alianza comenzarán oficialmente en Assembly Studios el 1 de enero de 2026, y la producción de la primera edición se lanzará en el segundo trimestre de 2026. La celebración inaugural para presentar la colaboración a la comunidad creativa de Atlanta está programada para diciembre de 2025.





Chile 

LEXADVISOR
By Liderazgo Exponencial®

ENTRENAMIENTO CORPORATIVO MENTOR

Un entorno laboral cada vez más desafiante y dinámico, las organizaciones necesitan algo más que procesos eficientes o tecnología de punta: necesitan personas que inspiren, acompañen y desarrollen a otros.



+1 754 364 6289



marmunoz@liderexponencial.org

PARTICIPA



Programa avalado por la
universidad San Miguel

2026

MENTORIA M.E.T.A.

LA METODOLOGÍA M.E.T.A. ESTABLECE UN MARCO INTEGRAL PARA IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE MENTORÍA CORPORATIVA QUE GENERAN IMPACTO REAL, POTENCIANDO TANTO EL DESARROLLO DEL TALENTO COMO LOS RESULTADOS ORGANIZACIONALES A TRAVÉS DE RELACIONES SIGNIFICATIVAS Y ESTRUCTURADAS

IntelliSystems reconocido con el premio Best of Georgia 2025



IntelliSystems, proveedor líder de soluciones tecnológicas para empresas, ha sido galardonado con el premio Best of Georgia 2025. Este reconocimiento destaca el compromiso de la compañía de ayudar a las empresas locales a aprovechar la tecnología para crecer, optimizar sus operaciones y proteger sus activos digitales.

Con servicios que abarcan desde TI gestionada y ciberseguridad hasta soporte virtual para directores de sistemas y consultoría de IA, IntelliSystems ofrece soluciones prácticas y vanguardistas que mantienen a las empresas competitivas en un entorno en constante evolución. La compañía recibió previamente el Premio Regional Best of Georgia en 2023 y 2024, lo que refuerza su liderazgo en el sector de la tecnología empresarial local.

Lo que distingue a IntelliSystems es su enfoque en la tecnología como un facilitador de negocios, no como un desafío. Sus Servicios de TI Gestionados proactivos ayudan a las empresas a optimizar la infraestructura, proteger los datos e implementar soluciones escalables adaptadas a sus necesidades operativas específicas. Su filosofía de Tecnología Reinventada guía todo, priorizando la claridad, la fiabilidad y los resultados medibles, ya sea mediante formación en ciberseguridad, sistemas telefónicos empresariales, cableado o planes de copias de

seguridad y recuperación ante desastres. La reputación local de la empresa se ve reforzada por su reconocimiento nacional y por haber obtenido el sello





de confianza de ciberseguridad de la GTIA (Asociación Global de la Industria Tecnológica).

IntelliSystems no solo ofrece ciberseguridad como servicio, sino que también cumple o supera todos los estándares globales de excelencia de la industria.

“Recibir el Premio a lo Mejor de Georgia demuestra la dedicación de nuestro equipo para ayudar a las empresas a prosperar a través de la tecnología”, afirma un miembro del equipo. “Creemos que la tecnología debe empoderar a las empresas, no frenarlas, y este reconocimiento nos anima a seguir innovando y ofreciendo soluciones que realmente marquen la diferencia”.

El premio subraya la misión continua de IntelliSystems de convertir la tecnología empresarial en una ventaja competitiva. Ante la creciente complejidad de la infraestructura de TI y la ciberseguridad, las empresas planean ampliar su oferta, manteniendo la confianza local y el enfoque práctico que les valieron esta distinción. Con este reconocimiento, el equipo continúa marcando la pauta en soluciones tecnológicas prácticas, eficaces y centradas en el cliente en todo Georgia.

IntelliSystems presta servicios a empresas en Augusta, Macon y Savannah, Georgia, así como en Greenville y Columbia, Carolina del Sur. Para obtener más información sobre los servicios que ofrecen, visite IntelliSystems.com.





LExADVISOR

By Liderazgo Exponencial®

Chile 



Las 4 cosas que hacemos en Lexadvisors

Transformación de Líderes y Equipos

Impulsamos líderes exponenciales capaces de actuar con claridad, agilidad y perspectiva estratégica en entornos de alta complejidad.

Consultoría Estratégica en AI & Management

Aceleramos la adopción real de IA en organizaciones, conectándola con estrategia, decisiones y productividad ejecutiva.

Gobierno Corporativo, Riesgos y Cumplimiento

Diseñamos frameworks de integridad, modelos de gestión de riesgos y programas de cumplimiento con estándares globales.

Innovación, Cultura Digital y Gestión del Cambio

Acompañamos procesos de transformación cultural y adopción tecnológica con metodologías ágiles centradas en personas.



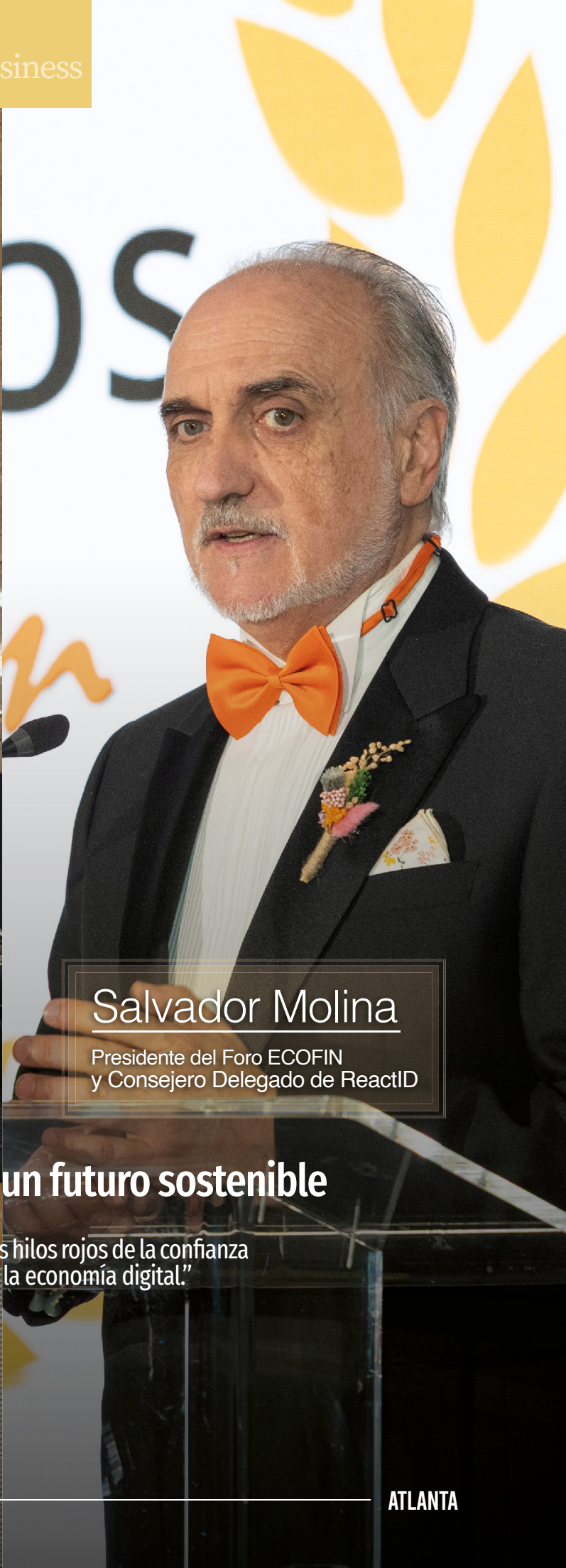
+1 754 364 6289



marmunoz@liderexponencial.org



Alan Archila
Experto mundial en Identidad Digital y Ciberseguridad



Salvador Molina
Presidente del Foro ECOFIN y Consejero Delegado de ReactID

Identidad digital para un futuro sostenible

“La identidad digital facilita los hilos rojos de la confianza en las transacciones de la economía digital.”

Con más de tres décadas liderando ecosistemas de innovación, riesgos financieros y transformación digital, Salvador Molina y Alan Archila representan dos miradas complementarias sobre el futuro de la identidad digital y su impacto en la sostenibilidad. Molina, referente internacional en liderazgo, comunicación económica y gobernanza —y hoy figura clave en ReactID— ha presidido el Foro ECOFIN, dirigido medios de alta dirección y asesorado a gobiernos y organizaciones multilaterales. Archila, por su parte, ha construido ReactID durante 30 años hasta convertirla en una red global de 65 socios tecnológicos, creadora de soluciones avanzadas de autenticación y pionera del primer documento de identidad electrónico en un país americano. En un mundo donde la sostenibilidad integra dimensiones ambientales, económicas, sociales y ahora digitales, ambos plantean una visión clara: sin identidad confiable, no habrá economía digital, trazabilidad ambiental ni mercados sostenibles.

¿Cómo se relacionan sostenibilidad ambiental, social y económica con la nueva dimensión de sostenibilidad digital?

R/Salvador: La sostenibilidad se definió hace muchas décadas en los protocolos de sostenibilidad GRPI (Green Public Procurement) sobre tres vectores para construir un mundo más justo: sostenibilidad ambiental, sostenibilidad económica y sostenibilidad social. Es decir, que si deforestábamos el Amazonas, pues habría que plantar más árboles, dar una salida económica a las comunidades indígenas de la zona y ayudar a los más necesitados ofreciéndoles un puesto de trabajo en las tareas de destrucción y de construcción de la Amazonía. Y todo esto nos puede sonar un poco duro, pero tiene que ver con muchas de las cosas que desde hace medio siglo se han ido regulando y legislando. Por ejemplo, lo de las 3 R: reducir, recuperar y reciclar.

Pero ahora, efectivamente, el mundo está terminando su transformación digital y eso nos lleva a un cuarto elemento: la sostenibilidad del mundo digital. Y esto afecta al hardware (que lleva años con las 3 R), pero también al software: defensa del ciudadano, protección de los datos personales, lucha contra el fraude, el bullying, el mobbing, etc.



¿La sostenibilidad digital depende de proteger la identidad?

R/Salvador: Hay mucho ruido en el ambiente. Todo parece importante. Pero lo realmente esencial es lo que planteas: los cimientos de la economía digital están en la protección, la estandarización y el blindaje de la identidad digital de todos sus sujetos: personas físicas, personas jurídicas y hasta mascotas. Si los ingredientes que componen las relaciones online son fiables y confiables, entonces todo el sistema lo será. La identidad digital, la autenticación, la verificación, las pruebas de vida, la biometría... todo eso es esencial para la sociedad digital que hemos construido como una sociedad global, conectada y única en sus valores, propósito, solidaridad, misión y visión.

¿Cómo evitar el greenwashing en mercados que requieren trazabilidad e información confiable?

R/Alan: ¿Greenwashing? La verdad es que como todo lo que comienza, siempre lo hace con desajustes que se van acondicionando con el paso del tiempo, la voluntad de mejora y la regulación. Pero en todo lo que tiene que ver con la sostenibilidad, el comercio justo, el medioambiente y todo lo demás, la tecnología es la herramienta para garantizar la idoneidad. La tokenización de los productos ha facilitado la



trazabilidad de los mismos. La identidad digital facilita los hilos rojos de la confianza en las transacciones de la economía digital. Todo comienza y acaba en la tecnología. Y en la base de todo, la identidad. Por eso, hay que priorizar en los planes de inversión tecnológica todo lo referente al data, la IA y la ID. Y el



envoltorio de todo es la seguridad digital que facilitan las herramientas de verificación y autenticación, ya sean documental o biométrica.

¿Qué avances se están dando en América Latina y el Caribe hacia una gobernanza digital sostenible?

R/Salvador: Esta visión que propones, ECOFIN y MAD FinTech la han trasladado en distintos foros al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), al Parlatino, a la OEA y a otras organizaciones supranacionales de la región. Ya en 2023, uno de nuestros miembros estuvo haciendo proselitismo de este mensaje a través de la llamada “Estrategia de Ciberseguridad Ciudadana 2023-27” para todos los parlamentos de América Latina y el Caribe, que celebró distintos actos en países de Centroamérica y el Caribe. ECOFIN y MAD FinTech contribuyeron a la redacción y difusión de esta estrategia, pero es solo un documento consultivo. Son los Gobiernos y los Parlamentos regionales los que tienen que coger el toro por los cuernos. Pero el itinerario ya está marcado. Así que desde aquí hacemos una llamada a la acción de todos los Gobiernos.

¿La estandarización global de la identidad digital es viable a corto plazo?

R/Salvador: La estandarización de la identidad digital es un reto identificado hace muchos años en la Unión Europea. Se ha experimentado con distintas contribuciones, alguna de las cuales se originó en un clúster de España. Sin embargo, a nivel mundial es un reto joven. Precisamente, Alan Archila (ReactID) fue invitado a su constitución hace menos de un año. Representantes de empresas, universidades y gobiernos de todo el mundo se han reunido ya en más de media docena de encuentros en varios continentes para contribuir a través de documentos de trabajo en mecanismos de estandarización.

¿Qué rol juegan las administraciones públicas en esta agenda?

R/Salvador: La responsabilidad social empresarial (RSE) camina de la mano de la responsabilidad social de las administraciones públicas. Trabajando en la misma dirección se alcanzan los hitos. Por eso es importante el trabajo de las cumbres de sostenibilidad (COB), que reúne a ambas partes cada año por impulso de la ONU y que buscan acuerdos globales para combatir el cambio climático: cumbres de la Tierra (desde Estocolmo en 1972 y en Río 1992), cumbres climáticas (desde la COP1 en Berlín en 1995), y que



trabajan en los tres vectores: económicos, sociales y medioambientales.

¿Qué aporta ReactID a esta visión de sostenibilidad?

R/Alan: ReactID lleva varios años desarrollando un producto innovador llamado ID Verifier, que es una solución universal para identificar a cualquier persona a través de las herramientas más avanzadas de biometría (huella, rostro, etc.), filtrando fraudes de IA y que se suma a la autenticación documental de cualquier país del mundo: pasaporte, DNI, carnet de conducir, permiso de residencia... ¡más de 16.000 documentos distintos! Y es una solución responsable con las normativas de protección de datos, ya que no extrae documentos ni datos del dispositivo del ciudadano, sino que verifica dentro de su celular y manda el informe de verificación al Gobierno, al Banco, al eCommerce o al control de pasaportes que invoca esa identificación. Es un tercero de confianza que verifica, autentifica y valida cualquier identidad digital.

¿Qué escenario visualizan hacia 2030 en materia de sostenibilidad digital y verificación global?

R/Salvador: El horizonte de 2030 es un escenario futurible, pero cercano a tenor de las innovaciones en marcha ahora y que pronto serán una realidad. En ese escenario 2030, el principal reto de la sostenibilidad

está en el consumo energético, que se ha hecho exponencial con la IA y lo será aún más con la llegada de los superordenadores y la cuántica. En paralelo, desde la tecnología, se aportará una mayor seguridad en la trazabilidad, la identidad, la verificación, la autenticación, la veracidad de la información y el data, etc. Y necesariamente, el antes y el después vendrá desde una estandarización y regulación mundial, como en su momento se hizo con el comercio internacional de productos a través de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Y también desde un liderazgo colateral al estatal y político, que vendrá de innovadores como Alan Archila y su ID Verifier. El futuro es inquietante, innovador y retador. La identidad digital de las personas... ¡ese es el camino!

Factores clave

- ▶ La sostenibilidad moderna integra un cuarto eje crítico: la sostenibilidad digital.
- ▶ La identidad digital es la base para trazabilidad, transparencia y confianza.
- ▶ ReactID opera como tercero de confianza verificando más de 16.000 documentos de identidad globales.
- ▶ La estandarización mundial avanza mediante grupos de trabajo en múltiples continentes, impulsando un marco común hacia 2030.

El aporte de Salvador Molina y Alan Archila trasciende la tecnología: ambos colocan a la identidad digital como motor esencial para construir economías más sostenibles, seguras y transparentes. Su visión integra métricas reales, gobernanza global y protección del ciudadano como eje del desarrollo. ReactID emerge así como un puente entre innovación, responsabilidad y viabilidad económica, fortaleciendo la confianza que necesitan los mercados. De cara al 2030, su mensaje es claro: la sostenibilidad del futuro dependerá tanto de la protección del planeta como de la protección de la identidad. La confianza será el nuevo valor universal.

Liderazgo, propósito e innovación desde el Caribe

Con este evento, desde Factor de Éxito, asumimos con responsabilidad la misión de crear espacios que inspiren y fortalecen la cultura de colaboración entre América Latina y el Caribe. Nuestro norte es claro y no cambia: conectar, crear y transformar.



Isabel Cristina Rolo Figueroa
 Directora ejecutiva de Factor de Éxito

Isabel Mariella Figueroa de Rolo
 Fundadora y directora Editorial Revista Factor de Éxito

Arianna Rolo
 Directora de mercadeo de Factor de Éxito

Factor de Éxito se propuso brindar una experiencia única y transformadora con la ExpoCumbre Factor de Éxito 2025, celebrada en Cap Cana, Ciudad Destino, el pasado 29 y 30 de octubre, donde durante dos jornadas de alto nivel se reunieron líderes empresariales del Caribe y América Latina comprometidos con la sostenibilidad, la innovación y la colaboración intersectorial.

Bajo el lema “Sostenibilidad y convergencia: el futuro de los negocios en el Caribe”, la cumbre integró —por primera vez en un mismo espacio— los cuatro pilares que definen el desarrollo de la región: Real Estate, Turismo, Energías Renovables y MiPymes, demostrando que la verdadera transformación empresarial surge cuando los sectores convergen con propósito, visión y responsabilidad compartida.

Propósito, sostenibilidad y visión compartida



La jornada inaugural fue presentada por **Isabel Cristina Rolo Figueroa**, directora ejecutiva de Factor de Éxito, quien dio la bienvenida con un mensaje que resaltó la esencia colaborativa de la cumbre.

“El progreso se construye colaborando: conectando, creando y transformando juntos.”



A su vez, **Jorge Subero**, presidente ejecutivo de Cap Cana, reafirmó el compromiso de la Ciudad Destino con la sostenibilidad.

“Reafirmamos nuestro compromiso con la sostenibilidad y la innovación, avanzando firmemente como una Ciudad Destino... Nuestro propósito es seguir impulsando un desarrollo responsable y resiliente, que sirva de ejemplo para la República Dominicana y la región.”



La conferencia inaugural estuvo a cargo de **Ramón Fauria (España)**, mentor de alto rendimiento y experto en liderazgo consciente, con la ponencia “**Cómo optimizar tu poder de influencia y liderazgo**”, que invitó a los participantes a liderar con propósito e impacto.



● **El Panel 1: Casos de Éxito – Inversiones que transforman**, moderado por **Saraida de Marchena**, presidenta de Markatel Communications, destacó ejemplos de inversión y desarrollo sostenible con la participación de **Jickson Disla (República**

Dominicana), gerente general de Grupo Inverstar y DominicanRepublic.com, y **Alberto Muñoz (España)**, director de Ventas Internas y Marketing de Larimar City & Resort (España).



● **El Panel 2: Turismo regenerativo – Creando valor a través de experiencias sostenibles**, moderado por **Bacilio Valenzuela (República Dominicana)**, consultor en turismo sostenible, contó con **Mónica Herrera (República Dominicana)**, consultora en Marketing y Comunicación en Barrancolí, **Jessica Ajá,**

vicepresidenta ejecutiva de Hodelpa Hotels & Resorts, y **Miguel Calzada (Ecuador–República Dominicana)**, presidente de CTN y Puro Turismo, quienes dialogaron sobre innovación, cultura y bienestar.



El experto **Marcelo Muñoz** (Chile), consultor Fortune 500 y mentor internacional TEDx, presentó la conferencia “IA Executive: Cómo usar la inteligencia artificial para tomar mejores decisiones”, seguida de **Erik Díaz** (Chile), consultor estratégico y creador del modelo de Innovación Humanista, con la ponencia “Innovación impulsada por el desafío de la longevidad: presente y futuro”.



• **El Panel 3: Liderazgo con propósito – Estrategias para inspirar, impactar e invertir en el futuro**, moderado por **Indhira Báez** (República Dominicana), fundadora de CEO Talks Innovation, reunió a **Jessica Santiago** (Puerto Rico), professional certified

coach, **Catalina Cajías** (Ecuador), directora de WEF Ecuador, y **Ana García-Sotoca** (España-República Dominicana), directora ejecutiva del Clúster Turístico La Romana-Bayahibe, quienes reflexionaron sobre liderazgo femenino y propósito empresarial.



Juan Andrés Romero (España), CEO de CLERHP Estructuras S.A. y promotor de Larimar City & Resort, profundizó en la relación entre sostenibilidad e inversión con su conferencia “Transformación, inversión y futuro en el Caribe”.

El primer día concluyó con el POV “Del discurso a la acción: gobernanza, sostenibilidad y comunicación política como pilares de la inversión responsable”, presentado por Raniero Cassoni (Venezuela), presidente de Strategos Político Consultores, y la conferencia “Liderazgos que cambian el rumbo” a cargo de Marta Alonso Pelegrín (España), directora para América del Sur de Global Energy Services (GES).



Confianza, innovación y liderazgo con propósito

La segunda jornada inició con las palabras de Isabel Mariella Figueroa de Rolo, fundadora y directora Editorial de Factor de Éxito, quien reflexionó sobre la dimensión humana del liderazgo:

“El liderazgo no se trata solo de ocupar espacios, sino de abrirlos para que otros también brillen”.





● **El Panel 4:** Real Estate e inversión estratégica – Nuevos horizontes para el desarrollo inmobiliario, moderado por **Gilsé Echavarría (República Dominicana)**, especialista en Comunicación y Gestión Social, integró a **Marcus Boereau (Haití)**, presidente y CEO del Grupo Perassan, **Robert de la Cruz (República Dominicana)**, CEO de Apartamentos RD, y **Lorena Sevilla (México)**, directora de Ventas y Expansión Internacional de Noval Properties, quienes discutieron sobre innovación y sostenibilidad en el sector inmobiliario caribeño.

● **El Panel 5:** Energía renovable disruptiva, moderado por **Indira Isabel Lorenzo (República Dominicana)**, directora de Sostenibilidad de Fundación Tropigás, reunió a **Antonio Viloria (República Dominicana)**, director de Generación de Cenetur, **Yomaira Martínó (República Dominicana)**, consultora líder en GreEnergy Dominicana, y **Grace Keller (Chile)**, vicepresidenta de la Asociación de Hidrógeno Verde de Chile, quienes destacaron el papel de la energía limpia en la competitividad regional



Thony Da Silva Romero (Venezuela), socio director de PIZZOLANTE, presentó el estudio “**El Poder de la Confianza 2025**”, desarrollado junto a DATOS Group y Factor de Éxito, reafirmando que la coherencia y la confianza son hoy los mayores activos de una organización.



● **El Panel 6:** Sistemas de almacenamiento energético – Tecnologías emergentes, moderado por **Lourdes Peguero (República Dominicana)**, consultora en Comunicación y Sostenibilidad, contó con la participación de **Betty Soto (República Dominicana)**, viceministra de Innovación y Transición Energética del Ministerio de Energía y Minas, **Oscar San Martín (República Dominicana)**, vicepresidente de Nuevos Negocios de InterEnergy Group y Gerente General de CEPM, y **Marta Alonso Pelegrín (España-Chile)**, directora de GES, quienes abordaron los avances en almacenamiento energético y cooperación público-privada.

● **El Panel 7:** Competitividad e innovación en las MiPymes – Claves para crecer en mercados dinámicos, moderado por **Margarita Mejía (República Dominicana)**, directora de Estrategia y Planificación en ForTech, reunió a **Isabel Puig (República Dominicana)**, directora ejecutiva de CODOPYME, **Marcelo Muñoz (Chile)** y **Mario Decormis (Bolivia)**, director de Soluciones Comerciales de VISA.



● **Panel 8:** Negocios del Futuro – Inversión, innovación y nuevos mercados globales Moderado por **Thony Da Silva Romero (Venezuela)**, el panel reunió a **Juan Andrés Romero (España)**, CEO de CLERHP Estructuras S.A. y promotor de Larimar City & Resort; **Henri Hebrard (República Dominicana)**, economista y consultor empresarial; y **Jorge Subero (República Dominicana)**, presidente ejecutivo de Cap Cana. El diálogo se centró en cómo la inversión inteligente, la colaboración y la sostenibilidad se convierten en los motores de una nueva década de desarrollo empresarial para el Caribe.





El dominicano **Carlos Barranco**, gerente general de Crecer Lab, presentó su POV “La innovación como factor de éxito sostenible.”



José Miguel Sánchez (España), psicólogo organizacional y deportivo, coach ejecutivo y profesor, inspiró a los asistentes a liderar con empatía y visión transformadora, con la conferencia “El viaje del líder: Liderar para inspirar en entornos cambiantes”.



Finalmente, **Diego Ledesma** (Argentina), consultor y creador del modelo HumanWare, cerró con la conferencia “Del algoritmo al propósito”, invitando a las empresas a equilibrar humanidad y tecnología.



El evento culminó con las palabras de Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo de Factor de Éxito:

“La verdadera fuerza de la región está en la unión, en la confianza y en la capacidad de innovar desde nuestras raíces”.





TOMA DE DECISIONES CORPORATIVAS Y SUSTENTABLES: GOBERNANZA A TRAVÉS DE 4 PILARES

Alvaro "Cuco" de Venegas

International Change Guide
| Business & People Transformation

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

Como gestores de empresa se nos pide viabilidad en el largo plazo. Sin embargo, cuando se trata de explotar recursos naturales o ingobernables, colocar en el activo de un balance de cuentas una venta hecha en un mercado importantísimo, pero para lo que no somos capaces de cumplir porque por la crecida de un río, nuestro producto no es capaz de llegar a puerto o al aeropuerto de salida; porque por la cantidad de nieve los transportes no pueden desplazarse; por el exceso de calor o humedad el producto no resiste ni la producción ni el transporte; entonces estamos ante una variable que pese a no poderla controlar, pudimos hacer algo desde nuestra gobernanza corporativa.

Apoyar leyes y medidas desde nuestra industria, la región que nos interesa potenciar, desde el ámbito político incluso, pero desde luego desde el laboral, puede ser un primer paso: tomar la iniciativa. La gestión corporativa sustentable se ha convertido en un pilar fundamental, marcada por la creciente conciencia sobre los desafíos ambientales, por las continuas evidencias de la degradación y sus efectos en la salud del planeta. Y que no nos confunda que los únicos que contaminan son quienes usan combustibles fósiles, la generación de polución, el metano del ganado o los microplásticos.

4 pilares fundamentales de la gobernanza sostenible:

1.Participación ciudadana

Esencial para la toma de decisiones sostenibles. Involucrar a la comunidad en la planificación y ejecución de proyectos garantiza que las voces de todos sean escuchadas y que las soluciones sean más equitativas y relevantes para las necesidades reales de la población y el entorno.

2.Transparencia y cuentas claras

El propósito es promover la confianza y evitar prácticas corruptas que podrían socavar la integridad

del proceso de toma de decisiones. Implican la apertura y accesibilidad de la información relacionada con las decisiones y los procesos detrás de ellas, permitiendo a la ciudadanía entender cómo y por qué se toman ciertas decisiones, lo que a su vez les da la capacidad de evaluar la calidad de esas decisiones.

3.Conciencia ambiental

Evaluar y mitigar los impactos ambientales de las decisiones tomadas en un mundo donde los recursos naturales son limitados y los efectos climáticos son cada vez más evidentes, es fundamental que las políticas y acciones gubernamentales estén arraigadas en principios de sostenibilidad y conciencia ambiental, corporativa y social.

4.Equilibrio económico y social

Una gobernanza sostenible busca la equidad en todas las áreas, desde la distribución de recursos hasta las oportunidades económicas y se esfuerza por reducir las brechas sociales y económicas.

La gobernanza sostenible va más allá de la gestión eficiente de recursos y busca transformar una sociedad más justa y equitativa, pretendiendo desarrollar un fundamento sólido para un futuro en el que todas las personas tengan oportunidades a su alcance.

Estos pilares se ponen en marcha a través de cinco pasos que se enumeran como:

- Evaluación del estado del arte
- Definición de objetivos
- Involucramiento de las partes
- Diseño de estrategias
- Y la implementación

El desarrollo de estos pasos y otras buenas prácticas los desarrollaremos en el siguiente número, aunque siempre pueden preguntar al autor del artículo o a la edición de la revista si no quieren esperar tanto.



“EL TURISMO QUE REDEFINE A AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE”

Jeannina Valenzuela

Especialista en sostenibilidad y reputación

En las islas flotantes de los Uros, en el lago Titicaca, una familia aymara recibe a visitantes de distintas partes del mundo. Les enseñan a tejer la tatora y comparten con orgullo sus costumbres. “Antes venían solo en temporada alta; ahora llegan todo el año”, comenta el patriarca mientras observa el lago. El turismo les ha permitido mejorar su vivienda, educar a sus hijos y mantener viva una tradición que, sin esas visitas, quizá se habría perdido.

Esa escena refleja un cambio positivo que se repite en toda América Latina y el Caribe: comunidades que encuentran en el turismo una fuente de desarrollo local, intercambio cultural y orgullo identitario. El desafío ahora no es atraer más visitantes, sino crecer con equilibrio, sin comprometer los valores y recursos que hacen de la región un destino excepcional.

Un motor económico con propósito

El turismo se ha consolidado como uno de los sectores más dinámicos del hemisferio. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID Invest), representa alrededor del 8 % del PIB regional y genera más de 18 millones de empleos directos e indirectos. En varios países del Caribe supera el 18 % del producto interno bruto y sostiene uno de cada cinco puestos de trabajo.

La recuperación pospandemia ha sido ejemplar. En 2024, Perú recibió más de tres millones de visitantes internacionales, un 32 % más que el año anterior, mientras el turismo interno movilizó 19 millones de personas. La tendencia se repite en toda la región: destinos que antes dependían de temporadas cortas hoy reciben viajeros todo el año, impulsados por nuevas rutas aéreas, plataformas digitales y una demanda creciente de experiencias auténticas.

El Foro Económico Mundial prevé que la industria global de viajes y turismo alcanzará los 16 billones de dólares hacia 2034. América Latina y el Caribe, con su diversidad natural y cultural, tienen la oportunidad de liderar esta nueva etapa de crecimiento sostenible si logran alinear políticas públicas, inversión privada y educación turística de calidad.

Puno, un espejo de lo posible

En el altiplano peruano, la región de Puno se ha convertido en un referente silencioso del turismo comunitario. Más de 1 200 familias participan hoy en redes de hospedaje rural, gastronomía local y actividades culturales que conectan al visitante con la vida cotidiana del lago Titicaca.

Aún hay retos en infraestructura y gestión ambiental, pero los avances son evidentes: circuitos mejor organizados, horarios regulados y mayor conciencia sobre la necesidad de proteger el ecosistema. Lo que antes era un turismo de paso se ha transformado en un espacio de aprendizaje y encuentro.

El caso de Puno demuestra que la sostenibilidad no frena el desarrollo; lo orienta y lo hace duradero.

De la intención a la acción

El turismo sostenible requiere planificación y coherencia. Gobiernos, empresas y comunidades deben compartir una visión común: atraer visitantes sin perder identidad. El BID Invest y el Foro Económico Mundial coinciden en tres prioridades: gobernanza clara, formación local y diversificación de destinos.

La clave está en fortalecer a las pequeñas y medianas empresas turísticas, que generan la mayor parte del empleo, e integrar la sostenibilidad como valor económico y no solo ambiental. Invertir en infraestructura verde, movilidad baja en carbono y tecnología para medir impacto no es un gasto: es una inversión en competitividad.

Una oportunidad para liderar

El turismo puede ser el gran laboratorio del desarrollo inclusivo en América Latina y el Caribe. En un continente que busca modelos de crecimiento equitativo, esta industria ofrece una vía real para generar empleo, proteger ecosistemas y fortalecer la identidad cultural.

Cuando se gestiona con propósito, el turismo deja de ser una presión y se convierte en una alianza: entre visitantes y anfitriones, entre economía y naturaleza, entre tradición y futuro.

En el Titicaca, el anfitrión lo resume con sencillez: “Queremos que la gente venga, que aprenda de nosotros y que vuelva”.

Esa frase sintetiza el desafío y la esperanza de toda una región: hacer del turismo no solo un negocio, sino una forma de progreso compartido.



Revitalizing
SERUM

📷 jannet skincare



¡Devuélvele el brillo a tu piel!
*Rejuvenece con nuestro Sérum Revitalizante: Hidratación
Profunda y Antioxidantes para una piel radiante.*
¡Transfórmala hoy y luce tu mejor versión!

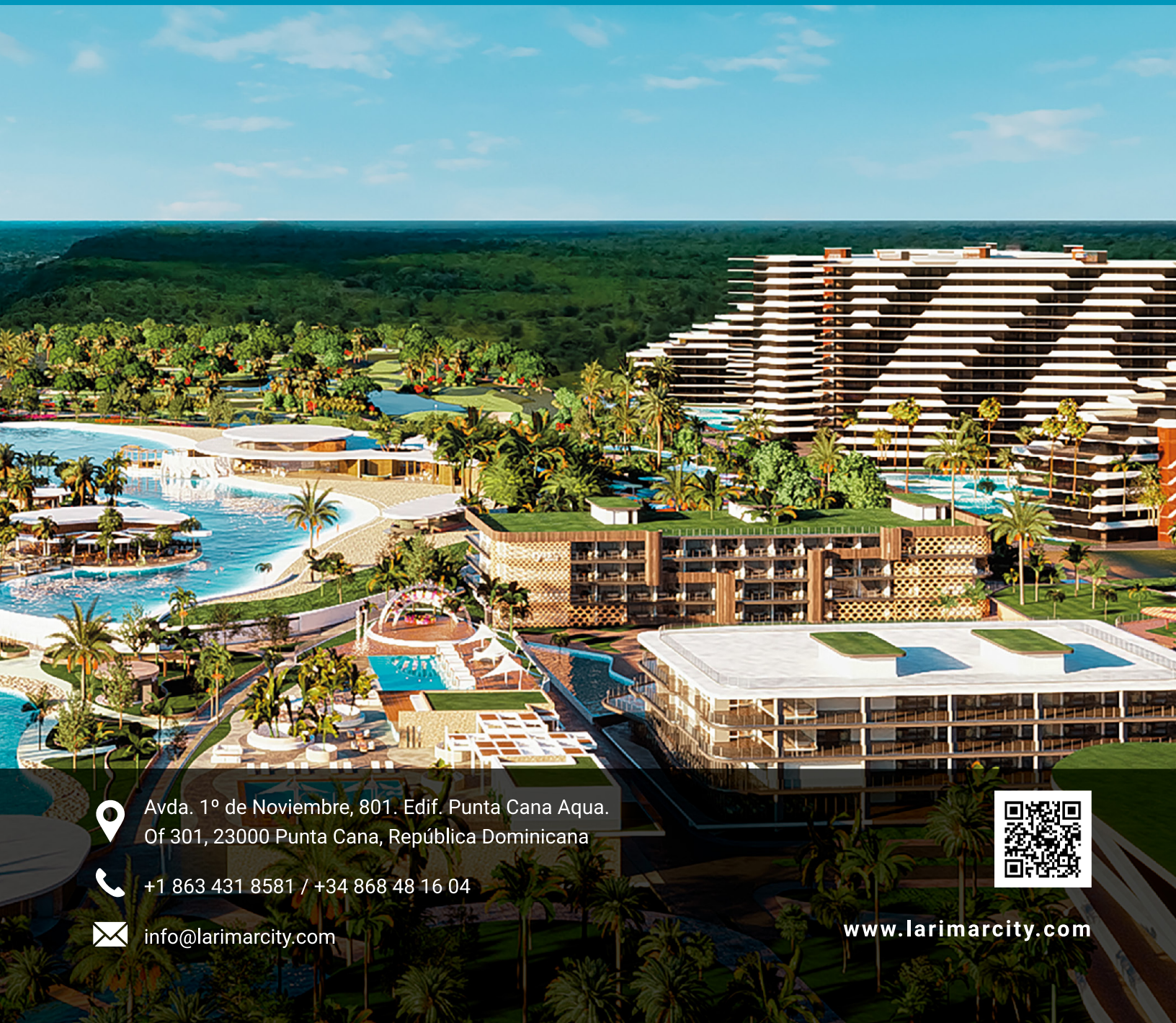
www.jannet skincare.com



CLERHP Estructuras desarrolla y promueve
la primera SMART CITY en República Dominicana



LA INVERSIÓN INMOBILIARIA MÁS SEGURA Y RENTABLE DE PUNTA CANA



Avda. 1º de Noviembre, 801. Edif. Punta Cana Aqua.
Of 301, 23000 Punta Cana, República Dominicana



+1 863 431 8581 / +34 868 48 16 04



info@larimarcity.com



www.larimarcity.com