



CONECTANDO EMPRESARIOS Y ACORTANDO FRONTERAS

COLOMBIA

Sede 2do CONGRESO IBEROAMERICANO
DE TURISMO 2025

SOSTENIBLE • INCLUSIVO • JUSTO

1er CONGRESO IBEROAMERICANO
DE TURISMO 2024

SOSTENIBLE • INCLUSIVO • JUSTO

CANCÚN - MÉXICO

SANTA MARTA 500 AÑOS

MAYO 30 2024 NÚMERO 13 VOLUMEN 3

WWW.MASIBEROAMERICA.COM

ÍNDICE

ÍNDICE

ÍNDICE

PÁGINA 04

EDITORIAL

- + Editorial Artículo conjunto de Matías y Narciso.

PÁGINA 07

TURISMO

- + El fenómeno de los nómadas digitales en la región. Antonio Magraner.
- + Introducción al tema turismo: una nueva línea de trabajo de CEIB y FIJE.
- + Líneas de acción Mesas ágiles DEL Congreso de Turismo.
- + Aportaciones de autoridades e instituciones:
 - + Mara Lezama, impulsora del turismo con prosperidad y sostenibilidad.
 - + Ana Paty Peralta; liderando la transformación del turismo en Quintana Roo.
 - + El camino hacia un turismo sustentable en el Caribe Mexicano.
 - + Juan Pablo de Zulueta; Congreso de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo; Un compromiso con el futuro resiliente.
- + Congreso de turismo en titulares.
- + Tendencias y retos en el turismo de eventos: deportivo de macro festivales en busca de sostenibilidad.
- + Colombia, sede del 2º Congreso de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo.
- + Presentación de Colombia como destino de turismo sostenible.
- + La evolución del turismo de negocios.
- + Educación en turismo, la base para el futuro del sector.
- + Camilo Olarte.

ÍNDICE

ÍNDICE

ÍNDICE

PÁGINA 87

LIDERAZGO-ECONOMÍA

- + Impulsando el desarrollo empresarial en Iberoamérica y México.
- + Mexshoring: México, epicentro de la relocalización - Fadlala Akabani.
- + Colaboración hacia el futuro: oportunidades y desafíos del nearshoring en México – Karen Scarpetta.
- + Impulsando la reubicación en México: el papel de la innovación y tecnología – Eric Rossati .
- + México en el foro global de St Gallen en Suiza – Karla Huerta Valdez .
- + Carmen Abondano de Dávila - Grupo Daabon.
- + Sha Wellness Clinic: nueva apertura, Sha México (lo he incluido aquí por ser México).
- + G20 YEA SUMMIT: A oportunidad para o emprendedorismo de América Latina.
- + El club privado de moda en España, puente de unión entre Europa e Iberoamérica.

STAFF

DIRECCIÓN

CEIB
FIJE

COORDINACIÓN

ANA DEL CAMPO
FRIDA ROSAS

REDACCIÓN

MAIRYN CORREA
LUCIA HERNANDEZ

MAQUETACIÓN

FUNNELES

EXECUTIVE EDITOR

ZOILA DEVOZ YANCE

PÁGINA 113

INSTITUCIONES

- + De cara a las próximas elecciones del parlamento Europeo: CEAJE presenta un decálogo para fortalecer el futuro de la juventud.
- + EIT: La estrategia de la UCCI para la transformación del futuro en las ciudades iberoamericanas.

PÁGINA 120

MARÍA CELESTE ARMAS

- + Conecta Learning.

PÁGINA 121

RED FIJE

- + Ronald Gonzales, nuevo presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Paraguay.

PÁGINA 123

OCIO, CULTURA, Y EMPRESA

- + La catarsis de una visión.
- + Cine, deportes y educación en valores: la apuesta estratégica del Foro Nueva Iberoamérica.
- + Jajoan, la revolución del traje a medida de calidad accesible a todos da el salto a Iberoamérica.
- + Mano a Mano con Caritos Páez “Más allá de la Sociedad de la Nieve”

EDITORIAL



Turismo en clave iberoamericana: sostenible, inclusivo y justo

NARCISO CASADO Y MATÍAS FERNÁNDEZ

Apostamos por un turismo en clave Iberoamericana, como actividad empresarial generadora de riqueza y empleo de calidad e impulsora de formación y de nuevas oportunidades laborales.

Las organizaciones empresariales de Iberoamérica reunidas recientemente en Cancún con los representantes de instituciones públicas y de gobiernos, apostamos por un turismo en clave Iberoamericana, como actividad empresarial generadora de riqueza y empleo de calidad e impulsora de formación y de nuevas oportunidades laborales.

Y para ello hemos consensuado lo que hemos denominado Inventario de Prioridades del Turismo para el Espacio Iberoamericano. Un documento que recoge las principales conclusiones a las que han llegado el sector público y privado de 22 países de Iberoamérica, hecho público durante la sesión de clausura del I Congreso de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo de Cancún, y que conforma la hoja de ruta para el sector y sus principales actores. El Congreso ha reunido a más de 300 empresarios y 60 representantes de organizaciones empresariales y de los gobiernos de Iberoamérica.

Bajo tres ejes temáticos, desarrollo del talento y empleabilidad justa e inclusiva, destinos resilientes y estrategias para mitigar impactos no deseados del turismo, y la gobernanza local y la creación de alianzas público-privadas, hemos sido capaces, desde el diálogo y el consenso, de analizar y diseñar lo que será nuestra propuesta y compromiso con esta nueva línea de trabajo en el espacio empresarial de nuestra región.

Ha quedado patente la necesidad de abordar la transformación inminente de la fuerza laboral del turismo, a través de un enfoque de formación y capacitación que sea accesible para todos los segmentos sociales, escalable a toda la cadena de valor del turismo, adaptable a las nuevas tendencias tecnológicas, ágil de cara a las necesidades del mercado y coherente con los desafíos de sostenibilidad que enfrenta el sector.

Abogamos por Identificar y enfocar esfuerzos en las comunidades vulnerables, avanzando hacia un nuevo paradigma de oportunidad en el que puedan ser actores clave de la cadena de valor del turismo, facilitando su acceso a la formación, a oportunidades de empleo digno y decente, y a mecanismos que promuevan la equidad y la inclusión laboral. Y nos comprometemos a impulsar políticas públicas

que sitúen el desarrollo social como corazón de la competitividad de los destinos, que faciliten incentivos, estímulos y canalicen la cooperación para que el sector sea un promotor del talento donde sea que este se encuentre.

El documento pone también de manifiesto la importancia de promover y facilitar la inspección, vigilancia y control como mecanismos para la formalización adecuada de todos los actores de la cadena de servicios turísticos y como una estrategia para garantizar que las problemáticas e impactos negativos ambientales y sociales del sector se aborden a todos los niveles. También se considera fundamental impulsar una planificación turística del territorio que responda a una visión sostenible y que sea el resultado de la participación de todos los actores sociales involucrados: comunidades locales, empresarios, turistas, instituciones públicas y voces expertas.

Se apuesta por Implementar una gobernanza para la resiliencia, con un enfoque integral de la seguridad turística que abarque la seguridad ambiental y promueva ecosistemas sanos, la seguridad económica e impulse la competitividad de los actores empresariales, así como el empleo de calidad y buenas condiciones laborales para los trabajadores, la seguridad social de cara a las comunidades locales previniendo impactos negativos como el desplazamiento, el aumento del costo de vida, la restricción de acceso a servicios básicos y la gentrificación, entre otros, y la seguridad personal, que de una parte sirva para combatir la delincuencia, la trata de personas y el narcotráfico, y de otra, proteja al turista como consumidor.

Sector público y privado coincidimos también en la necesidad de estimular el compromiso e implicación del turista en la transformación estructural del sector hacia la sostenibilidad, promoviendo que sea parte de la preservación de entornos naturales de los destinos, de la protección del patrimonio cultural y del desarrollo social a través del consumo y experiencia de servicios turísticos.

Por último, se ha hecho hincapié en la importancia de fomentar la transferencia de buenas prácticas a todos los niveles de la cadena de valor, el diálogo público-privado constante y la comunicación de los destinos del espacio iberoamericano, promoviendo un nuevo enfoque de competitividad, basado en la sostenibilidad, la resiliencia y el humanismo.

Esta primera edición del Congreso ha dejado también mensajes de calado que son ya parte de nuestro ideario: “Iberoamérica, el turismo te hace grande”. “el sector más humano de todos” o “la materia prima de grandes transformaciones”.

Cancún, de la mano de sus instituciones, el

Gobierno del Estado de Quintana Roo, la Alcaldía de Benito Juárez, la Secretaría Municipal de Turismo, las organizaciones empresariales, el CCE – Consejo Coordinador Empresarial y COPARMEX, y con la colaboración de ONU Turismo, CAF – Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe, UCCI – Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas y la OIE – Organización Internacional de Empleadores, ha sido el mejor escenario de esta nueva visión del turismo.

México cede el testigo a Colombia. Será en 2025, así lo anunció la presidente de ProColombia, Carmen Caballero. De esta manera “el País de la Belleza” acogerá la segunda edición del Congreso de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo.

Tenemos deberes y compromisos alcanzados en esta importante Primera Edición del Congreso a los que dar seguimiento. Cancún ha supuesto el mejor de los comienzos para un nuevo “viaje” en el Espacio Empresarial Iberoamericano. Seguimos trabajando con ese compromiso de Mas y Mejor Iberoamérica, justa, inclusiva y sostenible que nos hace tan diferentemente iguales.



1^{ER} CONGRESO IBEROAMERICANO
DE TURISMO 2024

SOSTENIBLE · INCLUSIVO · JUSTO

IBEROAMÉRICA,
EL TURISMO TE HACE
GRANDE.

CANCÚN, MÉXICO

ANTONIO MAGRANER

Presidente ATA Madrid
Secretario General Fije



EL FENÓMENO DE LOS NÓMADAS DIGITALES EN LA REGIÓN

Iberoamérica como Destino de Innovación y Conectividad Global



En los últimos años, hemos presenciado un cambio significativo en la forma en que trabajamos y vivimos, impulsado por la rápida evolución de la tecnología y las comunicaciones. Este cambio ha dado lugar al fenómeno de los nómadas digitales, una nueva generación de trotamundos conectados que está redefiniendo el concepto tradicional de empleo y residencia.

Los nómadas digitales son profesionales que, gracias a la conectividad global, pueden trabajar desde cualquier lugar del mundo. Equipados con sus portátiles, smartphones y una buena conexión a internet, estos individuos han abrazado un estilo de vida que les permite viajar y explorar nuevas culturas mientras mantienen su productividad laboral.

Este fenómeno no solo ha captado la imaginación de muchos jóvenes profesionales, sino que también ha comenzado a transformar la economía y el tejido social de las regiones que acogen a estos trotamundos modernos.

Impacto Económico y Social

La llegada de nómadas digitales a distintas regiones ha traído consigo una serie de beneficios económicos. Estos profesionales suelen gastar en alojamiento, alimentación, transporte y entretenimiento, lo que dinamiza las economías locales. Además, muchos nómadas digitales prefieren asentarse en destinos que ofrecen un coste de vida más bajo que en sus países de origen, lo cual les permite estirar su presupuesto y, al mismo tiempo, aportar a la economía local.

Desafíos y Oportunidades

Sin embargo, el fenómeno de los nómadas digitales también presenta desafíos que deben ser abordados para maximizar sus beneficios y minimizar posibles impactos negativos. Entre estos desafíos se encuentran la integración de los nómadas digitales en las comunidades locales y la garantía de que su presencia no inflacione el coste de vida ni exacerbe las desigualdades sociales.

Para enfrentar estos desafíos, es crucial que las regiones que desean atraer a nómadas digitales implementen políticas inclusivas y sostenibles. Esto puede incluir la creación de visas especiales para nómadas digitales, la promoción de espacios de coworking y la inversión en infraestructura digital. Además, es importante fomentar el diálogo entre los nómadas digitales y las comunidades locales para asegurar una convivencia armoniosa y mutuamente beneficiosa.

El Papel de Iberoamérica

Iberoamérica tiene un enorme potencial para convertirse en un destino preferido para los nómadas digitales. La región ofrece una rica diversidad cultural, paisajes impresionantes y una cálida hospitalidad que la hacen atractiva para aquellos que buscan una experiencia única mientras trabajan de forma remota. Además, muchas ciudades en Iberoamérica ya están desarrollando ecosistemas tecnológicos vibrantes y comunidades de startups, lo que puede atraer a más nómadas digitales en busca de oportunidades de networking y colaboración.

En este contexto, las organizaciones como la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios (FIJE) y asociaciones empresariales locales, como ATAMadrid, pueden desempeñar un papel crucial en la promoción de la región como un destino ideal para nómadas digitales. Esto puede lograrse a través de la colaboración con gobiernos, la creación de programas de apoyo y la promoción de eventos que destaquen las ventajas de vivir y trabajar en Iberoamérica.

El fenómeno de los nómadas digitales representa una oportunidad emocionante para las regiones que estén dispuestas a adaptarse y aprovechar sus beneficios. Con políticas inclusivas y una infraestructura adecuada, podemos convertir a Iberoamérica en un destino de referencia para esta nueva generación de trotamundos conectados. Al hacerlo, no solo dinamizaremos nuestras economías locales, sino que también enriqueceremos nuestras sociedades con nuevas ideas y perspectivas, construyendo un futuro más inclusivo y próspero para todos.

“CONECTADOS
GLOBALMENTE.”

1ER CONGRESO IBEROAMERICANO DE TURISMO 2024

SOSTENIBLE · INCLUSIVO · JUSTO

IBEROAMÉRICA, EL TURISMO TE HACE GRANDE.

CANCÚN, MÉXICO



CEIB

CONSEJO DE EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS
CONSELHO DE EMPRESÁRIOS IBERO-AMERICANOS



UNA NUEVA LÍNEA DE TRABAJO DE CEIB Y FIJE

DEDICAMOS UNA PARTE IMPORTANTE DE ESTE NÚMERO A UNA NUEVA LÍNEA DE TRABAJO QUE HEMOS ABIERTO DESDE CEIB Y FIJE

El 1 Congreso de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo, celebrado en Cancún el pasado mes de marzo; y que teniendo en cuenta el gran éxito cosechado en esta primera edición se le dará seguimiento y continuidad en la próxima edición en Colombia en 2025.

Se constituye como un espacio de diálogo enriquecedor público-privado, que congrega a autoridades de gobiernos y a los máximos responsables de las organizaciones empresariales -miembros del Consejo de Empresarios Iberoamericanos-CEIB y de la Organización Internacional de Empleadores (OIE), y de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios miembros de FIJE- de los 22 países de Iberoamérica, con el fin de promover un sector más resiliente, proponer un modelo más sostenible y de defender una visión cada vez más humanista.

Concretamente han participado destacados

destacados representantes de instituciones de gran relevancia para la región como es el caso de ONU Turismo, CAF-Banco de Desarrollo de América Latina; la Secretaría General Iberoamericana-SEGIB o la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas-UCCI; así como los máximos responsables de organizaciones empresariales miembros de CEIB-OIE, como CEOE (España), COPARMEX (México), CACIF (Guatemala), ANDI (Colombia), CEOB (Bolivia), COHEP (Honduras), CONEP (Panamá), CPC (Chile), CONFIEP (Perú), ANEP (El Salvador) y FEDEPRICAP (Centroamérica); de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios (AJES) miembros de FIJE, como UNAJE (Argentina), CONAJE (Brasil), AJE Ecuador, CEAJE (España), COPAMEX Jóvenes, CCEM Jóvenes de México; y AJE Venezuela; y de importantes empresas de Iberoamérica.

Formato innovador

Mediante un formato innovador de mesas ágiles, se tratan cuestiones de interés para la región en el ámbito del turismo, tales como los destinos resilientes y estrategias para mitigar impactos no deseados; el desarrollo del talento y la empleabilidad justa e inclusiva; y el reto de la gobernanza local y la creación de alianzas público-privadas para el impacto.

En el transcurso de tres paneles, centrados en la importancia de las alianzas público-privadas; los destinos resilientes, y el desarrollo del talento y la empleabilidad, participan altos funcionarios responsables de políticas relacionadas con el turismo, los máximos líderes de las organizaciones empresariales iberoamericanas, investigadores, académicos, representantes de organismos multilaterales y expertos de toda la región.

Turismo de presente y de futuro

El concepto de turismo como actividad empresarial generadora de riqueza y empleo de calidad, e impulsora de formación y de nuevas oportunidades laborales para los jóvenes, es enriquecedor para el presente y el futuro del espacio empresarial iberoamericano.

Articular mecanismos y prácticas que ayuden a garantizar acciones climáticas, proteger el medioambiente, defender y promover la inclusión de todas las personas, siendo justos en los procesos productivos y en la distribución de los beneficios, es condición indispensable para asegurar el desarrollo, crecimiento y bienestar de toda Iberoamérica.





**1^{ER} CONGRESO IBEROAMERICANO
DE TURISMO 2024**
SOSTENIBLE · INCLUSIVO · JUSTO

**UN INVENTARIO DE
PRIORIDADES PARA EL
TURISMO IBEROAMERICANO.**

¿QUÉ ES ESTE DOCUMENTO?

A través del **1er Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo**, el **Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB)** y la **Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios (FIJE)** se han propuesto crear una **línea de trabajo** cuya principal aspiración es ofrecer conocimiento aplicable a las diversas realidades que enfrenta el sector turístico y por eso ha dise-

ñado una jornada de **mesas ágiles** de trabajo donde la participación de voces expertas supone una oportunidad para priorizar retos comunes, trazar estrategias para abordarlos y proponer soluciones innovadoras. Este documento recoge elementos clave de esas conversaciones.

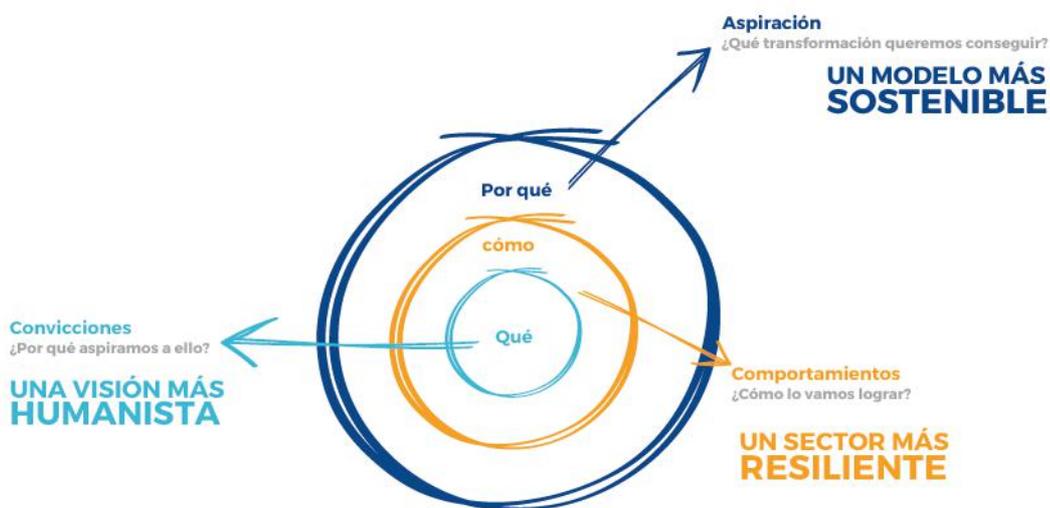


Fig 1. El modelo del Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo

LAS MESAS DE TRABAJO

Para estas mesas ágiles de trabajo se ha desarrollado una **metodología RAS (Retos, Abordaje y Soluciones)**. Se trata de sesiones a través de las que representantes del sector privado, público y voces expertas de organismos cooperación y la academia participan en un diálogo en el que **1.** Se identifican desafíos comunes **2.** Se analiza el contexto, causas y elementos que han impedido que se resuelvan, así como las herramientas existentes para implementar soluciones y **3.** Se identifican soluciones, sintetizando lo más posible.

Las sesiones cuentan con un facilitador, y se apoyan en un equipo técnico y en herramientas de IA para el registro de las intervenciones.



Fig 2. Mesas de trabajo del 1er Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo desarrollado en Cancún, México el 20 de marzo de 2024 con más de 60 participantes.

UN PUNTO DE PARTIDA

Los participantes en las mesas ágiles del 1er Congreso realizaron diversas aportaciones a través de una encuesta y sesiones de diálogo en las que compartieron sus perspectivas de cara a los tres ejes temáticos propuestos para 2024:

1. Desarrollo de talento y empleabilidad justa e inclusiva, **2.** Destinos resilientes y estrategias para mitigar impactos no deseados del turismo y **3.** La gobernanza local y la creación de alianzas público-privadas para el impacto.

Los retos planteados por los participantes en materia pueden agruparse de la siguiente manera:



PROPONER UN MODELO MÁS SOSTENIBLE

- **Colaboración:** Involucramiento de políticas públicas, acuerdo entre sector público y privado, cooperación academia-empresa, compartir experiencias de éxito.
- **Planificación territorial:** Involucrar a todos los actores y generar estudios para evitar gentrificación e inseguridad.

PROMOVER UN SECTOR MÁS RESILIENTE

- **Profesionalización del sector:** nuevas carreras, formación en competencias y habilidades tecnológicas, nuevos perfiles que requiere.
- **Innovación:** apuesta por la calidad de los servicios turísticos, avance en la digitalización, implementación de nuevas tecnologías, desarrollo de conocimiento e investigación.
- **Inspección, vigilancia y control:** Combatir impactos negativos en lo ambiental, social y cultural a través de mecanismos que garanticen el cumplimiento de las normas locales por parte de los prestadores de servicios turísticos.
- **Emprendimiento:** Búsqueda y capacitación de nuevos emprendimientos, creación y fomento de empresas, incentivos fiscales.

Y DEFENDER UNA VISION MÁS HUMANISTA

- **Capital Humano:** sobre la necesidad de profesionalización, capacitación, inclusión, talento, formación, escuelas de hostelería, cultura de servicio, empoderamiento de las comunidades locales y la necesidad de apostar por la formalización laboral.
- **Desarrollo Social:** Crecimiento con justicia social, prosperidad compartida, sostenibilidad ambiental de los destinos, políticas públicas sostenibles, impulso de la transición a la economía formal y protección del medio ambiente.
- **Inclusión:** Perspectiva de género, foco en los jóvenes, inclusión de poblaciones vulnerables, desarrollo y derrame económico en la comunidad local.
- **Empleo Digno:** Necesidad de impulsar salarios justos, condiciones de trabajo decentes, inclusión laboral, conciliación laboral y combate a la precariedad.

UN INVENTARIO DE PRIORIDADES DEL TURISMO PARA EL ESPACIO IBEROAMERICANO.

Condensar las perspectivas de más de sesenta participantes provenientes de más de veinte países es un desafío. Por eso mismo, las mesas ágiles de trabajo culminan con la creación de un inventario de prioridades compartidas que sirva como punto de partida para la nueva línea de trabajo que el Consejo de Empresarios Iberoamericanos y la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios proponen de cara al sector turístico. Estas prioridades servirán para el desarrollo de iniciativas concretas, nuevos espacios de diálogo y futuros encuentros. La consistencia, el seguimiento, el rigor y la profundización son elementos distintivos del trabajo que se aspira realizar en adelante.

Abordar la transformación inminente de la fuerza laboral del turismo, a través de un enfoque de formación y capacitación que sea accesible para todos los segmentos sociales, escalable a toda la cadena de valor del turismo, adaptable a las nuevas tendencias tecnológicas, ágil de cara a las necesidades del mercado y coherente con los desafíos de sostenibilidad que enfrenta el sector.



Identificar y enfocar esfuerzos en las comunidades vulnerables, avanzando hacia un nuevo paradigma de oportunidad en el que puedan ser actores clave de la cadena de valor del turismo, facilitando su acceso a la formación, a oportunidades de empleo digno y decente, a mecanismos que promuevan la equidad y la inclusión laboral.

Impulsar políticas públicas que sitúen el desarrollo social como corazón el de la competitividad de los destinos, que faciliten incentivos, estímulos y canalicen la cooperación para que el sector sea un promotor del talento donde sea que este se encuentre.



Promover y facilitar la inspección, vigilancia y control aplicables como mecanismos para la formalización adecuada de todos los actores de la cadena de servicios turísticos y como una estrategia para garantizar que las problemáticas e impactos negativos ambientales y sociales del sector se aborden a todos los niveles.

Impulsar una planificación turística del territorio que responda a una visión sostenible y que sea el resultado de la participación de todos los actores sociales involucrados: comunidades locales, empresarios, turistas, instituciones públicas y voces expertas.



Implementar una gobernanza para la resiliencia, con un enfoque integral de la seguridad turística que abarque la seguridad ambiental y promueva ecosistemas sanos, la seguridad económica e impulse la competitividad de los actores empresariales, así como el empleo de calidad y buenas condiciones laborales para los trabajadores, la seguridad social de cara a las comunidades locales previniendo impactos negativos como el desplazamiento, el aumento del costo de vida, la restricción de acceso a servicios básicos y la gentrificación, entre otros, y la seguridad personal, que de una parte sirva para combatir la delincuencia, la trata de personas y el narcotráfico, y de otra, proteja al turista como consumidor.



Estimular el compromiso e involucramiento del turista en la transformación estructural del sector hacia la sostenibilidad, promoviendo que sea parte de la preservación de entornos naturales de los destinos, de la protección del patrimonio cultural y del desarrollo social a través del consumo de servicios turísticos.

Apostar por la transferencia de buenas prácticas a todos los niveles de la cadena de valor, el diálogo público-privado constante y la comunicación de los destinos del espacio iberoamericano, promoviendo un nuevo enfoque de competitividad, basado en la sostenibilidad, la resiliencia y el humanismo.

QUE ESTA SEA LA
MATERIA PRIMA
DE GRANDES
TRANSFORMACIONES.

IBEROAMÉRICA,
EL TURISMO TE HACE
GRANDE.

CEIB
CONSEJO DE EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS
CONSELHO DE EMPRESÁRIOS IBERO-AMERICANOS





APORTACIONES DE AUTORIDADES E INSTITUCIONES

CONGRESO DE TURISMO



Mara Lezama

IMPULSORA DEL TURISMO CON PROSPERIDAD SOSTENIBILIDAD

Con cifras récord en diferentes rubros del sector, números excepcionales de visitantes en sus 12 destinos, múltiples premios, galardones y reconocimientos a nivel mundial, Quintana Roo se mantiene en el top ten turístico.

El liderazgo y la visión de la gobernadora Mara Lezama Espinosa ha sido clave para conseguir éxito tras éxito en materia turística y no sólo ellos, sino que su conducción se enfoca en un nuevo modelo que está dando resultados generando un beneficio

El nuevo esquema o camino a seguir en materia turística quedó de manifiesto en marzo pasado, en Cancún, con el “1er. Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo”, que se realizó con el apoyo del gobierno estatal y municipal, y la participación en conjunto de la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios (FIJE), el Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB) y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE).

Cancún. - Quintana Roo continúa siendo la joya del turismo a nivel internacional



Este foro permitió el intercambio de ideas entre destinos de diferentes continentes para la aplicación de la inclusión, la perspectiva de sustentabilidad y la importancia de colocar en el centro a los turistas, las comunidades receptoras y el sector empresarial.

Otro ejemplo de éxito, en el reciente Foro Internacional de ONU Turismo, efectuado en abril pasado en la Riviera Maya, Quintana Roo reafirmó su posicionamiento y liderazgo turístico.

En la previa a la entrega de los prestigiosos Premios Platino a lo mejor del cine en hispanoamérica, el Secretario General de la ONU Turismo, Zurab Pololikashvili, no sólo destacó a Quintana Roo como potencial escenario para producciones fílmicas sino que reconoció al estado por su diversificación económica y turística en esta Nueva Era del Turismo con prosperidad compartida.

Y es que no sólo Quintana Roo ofrece escenarios naturales increíbles para producciones fílmicas con sus playas paradisíacas, zonas arqueológicas mayas, cenotes, selva exuberante y ciudades cosmopolitas, sino que es un estado único en el país con cuatro aeropuertos internacionales certificados, conexiones directas desde Cancún con más de 124 ciudades en el mundo y líder en recepción de cruceros a través de Cozumel y Mahahual.

En la Nueva Era del Turismo la diversificación es importante para Quintana Roo, por ello la gobernadora Mara Lezama orientó su visión hacia un nuevo modelo que signifique prosperidad y bienestar de las comunidades y sus familias.

La Nueva Era del Turismo en Quintana Roo se enmarca también en nueva infraestructura, nuevos hoteles, nuevos recintos de negocios, nuevos aeropuertos, una nueva entrada a Cancún con el bulevar Colosio, así como un tren único en el mundo como es el Tren Maya.

El Sector turismo impulsa nuevos espacios con experiencias auténticas, únicas e increíbles.

10 puntos que hacen diferente a Quintana Roo

- 1** **Accesibilidad Excepcional:** 4 aeropuertos internacionales (Cancún, Cozumel, Chetumal y Tulum).
- 2** **Conectividad Aérea:** Más de 124 ciudades globales.
- 3** **Innovación en Transporte:** Tren en desarrollo.
- 4** **Epicentro Cultural:** fusión de tradiciones mayas, mexicanas y caribeñas.
- 5** **Paraiso diversificado:** 11 municipios y 12 destinos.
- 6** **Oferta Hotelera:** Más de 130 mil habitaciones.
- 7** **Todos los gustos y segmentos.**
- 8** **Constante Renovación:** Nuevos productos, experiencias y emociones.
- 9** **Destino de Cruceros Premier:** más de 1500 cruceros y 6 millones de cruceristas.
- 10** **Economía Impulsada por el Turismo:** derrama económica 21 mil mdd.



ANA PATY PERALTA

Liderando la Transformación del Turismo en Quintana Roo

Por: Presidencia Municipal de Benito Juárez Cancún

Cancún, Quintana Roo, México - marzo de 2024 - "Estoy convencida de que el turismo tiene el potencial de ser una fuerza poderosa para el desarrollo sostenible, la inclusión y la justicia. En Cancún, estamos trabajando arduamente para transformar nuestro sector turístico y convertirlo en un modelo ejemplar para el mundo. Invito a todos los actores involucrados en el turismo a unirse a este esfuerzo y juntos construir un futuro más próspero para todos" palabra de Ana Paty Peralta en la inauguración del 1er. Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo.

Bajo la batuta de la presidenta municipal Ana Paty Peralta, Cancún se encuentra en plena transformación hacia un modelo turístico más sostenible, inclusivo y justo.

Con una visión innovadora y un compromiso inquebrantable con el desarrollo sustentable, la alcaldesa Ana Paty, está redefiniendo el panorama turístico, posicionando a Cancún como un referente internacional en materia de turismo responsable.

Cifras récord y reconocimientos internacionales

El liderazgo de Ana Paty Peralta y el trabajo intenso de la industria turística se refleja en los resultados obtenidos por Cancún en los últimos años.

La ciudad ha experimentado un crecimiento turístico sin precedentes, con cifras récord de visitantes y un aumento significativo en la derrama económica.

Este auge se ha visto acompañado de numerosos reconocimientos internacionales, posicionando a Cancún como uno de los destinos turísticos más atractivos del mundo.

Un nuevo modelo turístico para un futuro próspero

Consciente de que el turismo tradicional ha tenido un impacto ambiental y social considerable, Ana Paty Peralta está apostado por un nuevo modelo turístico que prioriza la sostenibilidad, la inclusión y la justicia.

Este enfoque innovador se materializó en la organización del "1er. Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo", celebrado en Cancún del 19 al 22 de marzo de este año.

EL 1ER. CONGRESO IBEROAMERICANO DE TURISMO SOSTENIBLE, INCLUSIVO Y JUSTO: UN HITO EN LA REGIÓN

Este evento histórico reunió a más de 500 expertos, representantes de gobiernos, empresas, organizaciones civiles y académicos de toda Iberoamérica para discutir y analizar los retos y oportunidades del turismo sostenible en la región.

Durante el Congreso se compartieron

experiencias exitosas, se debatieron buenas prácticas y se definieron estrategias para avanzar hacia un modelo turístico más responsable y equitativo.

La inclusión como pilar fundamental

Uno de los ejes centrales del modelo turístico impulsado por Ana Paty Peralta es la inclusión. La presidenta municipal ha trabajado incansablemente para garantizar que todos los sectores de la sociedad se beneficien del turismo, promoviendo la accesibilidad universal, el respeto a la diversidad cultural y el desarrollo de las comunidades locales, promoviendo lo que llama prosperidad compartida, que la derrama económica llegue a los hogares de las familias cancenenses que menos tienen.

Un compromiso con la justicia social

El turismo sostenible, inclusivo y justo también implica un compromiso con la justicia social. Ana Paty Peralta ha luchado por garantizar que los trabajadores del sector turístico reciban salarios dignos y prestaciones justas, fomentando el trabajo bien remunerado y un entorno laboral equitativo.

Un legado para las futuras generaciones

Así en Cancún se está sentando las bases para un futuro más próspero y sostenible, que beneficie a las generaciones presentes y futuras, además de preservarlo para sus visitantes.



EL CAMINO HACIA UN TURISMO SUSTENTABLE EN EL CARIBE MEXICANO

Por Bernardo Cueto, Secretario
de Turismo de Quintana Roo

Como Secretario de Turismo de Quintana Roo, tengo el placer de compartir los avances y proyectos que, desde el Gobierno del Estado, estamos liderando para transformar y enriquecer nuestro sector turístico, enfocándonos en la sustentabilidad y la inclusión.

Declaratoria de Maya Ka'an y Proyectos de Desarrollo Turístico Comunitario

La Declaratoria de Maya Ka'an como Zona Rural Comunitaria con Potencial Turístico es un claro reflejo de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible. Esta región, que abarca más de 909 mil hectáreas e integra 76 localidades originarias de la zona maya, es un tesoro de biodiversidad y cultura. Además, a través de la implementación de la "Ruta Turística más allá del Sol" en el Municipio de Lázaro Cárdenas, estamos estableciendo un modelo de turismo que promueve la participación activa de las comunidades locales, asegurando que el turismo sea un vector de bienestar comunitario y de preservación cultural.

Actualización de la Ley de Turismo de Quintana Roo

Con la reciente actualización de la Ley de Turismo del Estado, efectiva desde marzo de 2024, hemos dado pasos decisivos para fortalecer la competitividad de nuestro destino. Esta reforma legislativa profundiza nuestro enfoque en la sustentabilidad, la diversificación y la seguridad en el turismo. Introducimos aspectos fundamentales como las Zonas Prioritarias de Gestión Turística Sustentable y la Mesa de Seguridad Turística. Además, esta ley aborda de manera integral la prevención de la trata de personas y la explotación sexual, protegiendo así a los más vulnerables y asegurando una experiencia segura y respetuosa para todos los visitantes.

Compromiso con la Sustentabilidad y la Inclusión Social

Estas iniciativas son parte de un enfoque más amplio que busca no solo impulsar la economía a través del turismo, sino hacerlo de una manera que respete nuestro entorno y beneficie equitativamente a todos los quintanarroenses. Es nuestra responsabilidad como custodios de uno de los destinos más bellos y visitados del mundo asegurar que el turismo crezca, pero crezca bien, con un profundo respeto por nuestra rica herencia natural y cultural.

El camino hacia un turismo verdaderamente sustentable e inclusivo es continuo, y en

Quintana Roo estamos comprometidos a liderar con el ejemplo, mostrando que es posible alcanzar un equilibrio entre el desarrollo y la conservación. Invito a todos a unirse a nosotros en este esfuerzo vital, porque cada paso que damos hacia un turismo más consciente y respetuoso es un paso hacia un futuro más próspero y sostenible para todos. Juntos, podemos tejer un destino donde la belleza natural y la riqueza cultural se preserven para las generaciones venideras, mientras cosechamos los frutos de un turismo que, más allá de ser rentable, sea también una fuente de orgullo y bienestar para nuestra comunidad.



A man in a white embroidered shirt is speaking at a clear podium. Behind him are several flags, including the flag of Chile. A large screen in the background displays the text 'CONGRESO IBEROAMERICANO DE TURISMO 2024' and 'SOSTENIBLE · INCLUSIVO · JUSTO'. The screen also features a portrait of a man and the text 'IBEROAMÉRICA, TURISMO TE HACE GRANDE' and '20 Y 21 DE...'.

CONGRESO DE TURISMO SOSTENIBLE, INCLUSIVO Y JUSTO:

UN COMPROMISO CON EL
FUTURO RESILIENTE

Juan Pablo de Zulueta

El Primer Congreso de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo se ha llevado a cabo en Cancún, México, con un rotundo éxito que contó con la participación de más de 400 personas, entre ellas autoridades gubernamentales, representantes de organizaciones empresariales iberoamericanas, organismos multilaterales, académicos e investigadores de toda la región. Organizado por el Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB) y la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios (FIJE), este evento marca un hito en el avance hacia un turismo más consciente y responsable en Iberoamérica.

Durante las sesiones a puerta cerrada, líderes del sector público y privado discutieron estrategias esenciales para el futuro del turismo en la región. Los debates se centraron en fortalecer la gobernanza local, establecer alianzas público-privadas para el desarrollo sostenible y promover destinos más resilientes. Asimismo, se subrayó la importancia del desarrollo del talento y de la empleabilidad inclusiva en el sector turístico, destacando el papel del turismo como motor de crecimiento económico y social.

En la jornada abierta al público, se presentaron las conclusiones y recomendaciones del congreso, con un enfoque en la colaboración público-privada y el fortalecimiento de las redes de valor en el turismo. Se enfatizó la importancia de la cooperación internacional y se propuso establecer una red de colaboración continua entre los países iberoamericanos para avanzar en la agenda de turismo sostenible e inclusivo.

El Congreso de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo sentó las bases para un cambio

transformador en la industria turística de Iberoamérica. Con el compromiso de todos los actores involucrados, se espera que estas iniciativas conduzcan a un futuro en el que el turismo sea una fuerza positiva para el desarrollo sostenible, la inclusión social y la preservación del patrimonio cultural y natural de la región.

Hacia un Turismo Sostenible e Inclusivo en Iberoamérica

El Congreso de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo concluyó con un llamado a la acción: transformar el turismo en Iberoamérica hacia un modelo más sostenible e inclusivo. Con la participación de autoridades gubernamentales, líderes empresariales, organizaciones internacionales y sociedad civil, se estableció un precedente clave para un turismo que sea no solo rentable, sino también respetuoso con el medio ambiente, inclusivo y justo para todas las comunidades. Este evento histórico marca el inicio de un nuevo capítulo en la evolución del turismo en la región. Con un compromiso renovado y una visión clara, Iberoamérica se posiciona para liderar el camino hacia un futuro donde el turismo sea un motor de desarrollo sostenible y bienestar para todos. El reto es significativo, pero también lo son las oportunidades. Con una colaboración continua y un enfoque centrado en la sostenibilidad y la inclusión, podemos construir un futuro en el que el turismo sea más que una actividad económica: que se convierta en un catalizador para el progreso social y la conservación del patrimonio cultural y natural de la región. Juntos, podemos hacer realidad esta visión y crear un turismo que beneficie a todos, hoy y para las generaciones futuras.

EL CONGRESO DE TURISMO EN TITULARES:



Francisco Jarrín-Presidente FNCIE/CEIB:

“El 67% de los profesionales del turismo indican que las perspectivas son mejores o mucho mejores para el 2024 que lo que fue el 2023. Es muy valioso enriquecernos con el debate, fundamental para todos los países, sobre esta actividad poco explotada e incluso desatendida”.



Matías Fernández-Presidente de FIJE:

“Al unir fuerzas en mesas de trabajo ágiles, se están forjando ideas globales para aplicarlas localmente en cada país, impulsando así la continuidad de la agenda iberoamericana y fortaleciendo la colaboración entre sectores y naciones”.



Juan Pablo de Zulueta-Secretario de Turismo de Benito Juárez-Cancún:

“A través de la colaboración y el intercambio de conocimientos seguiremos avanzando hacia un futuro en el que el turismo no solo sea una fuente de disfrute y descubrimiento, sino también un vehículo para la sostenibilidad, la inclusión y la justicia social”.



Antonio Garamendi-Presidente de GEOE:

“El turismo genera redes de valor que implican a otros sectores, ayudándolos a crecer y a desarrollarse. En el caso de España, este sector es un referente en el exterior, especialmente si hablamos de Iberoamérica”.



Roberto Suárez-Secretario General de la OIE:

“Es importante promover prácticas innovadoras en el ámbito del turismo y apostar por una gestión medioambiental mucho más responsable. Debemos hacer un llamamiento a la colaboración público-privada, trabajando en partenariados eficaces, dejando atrás enfoques de confrontación”.



Narciso Casado-Secretario Permanente de CEIB:

“Desde el espacio empresarial iberoamericano, pretendemos que esta nueva línea de trabajo sea parte importante y fundamental de nuestra hoja de ruta y, sobre todo, seña de identidad de nuestra región. Un derecho y una necesidad para todos, que forma parte de un espacio de riqueza, crecimiento, bienestar y empleo”.



**Raúl Félix-Díaz Valencia-
Asesor de la Presidencia de
CCE:**

“Frente a los principales desafíos medioambientales y de seguridad, coincidimos en la necesidad de mantener un diálogo permanente y apostar por mecanismos de cooperación internacional, alianzas público-privadas y por la adopción de todas las herramientas tecnológicas que se tengan al alcance”.



**Fernando Treviño-
Vicepresidente Primero de
COPARMEX:**

“La competitividad del sector turístico de México depende de la capacidad que exista para fortalecer e impulsar la promoción turística doméstica y sustentable, así como para hacer que cada día nazcan y permanezcan más negocios turísticos sustentables en el territorio nacional”.



**Carolina Cortés-Directora de
Turismo Sostenible de CAF:**

“En CAF ayudamos a que los países puedan cumplir sus metas basadas en los objetivos de desarrollo sostenible. Por un lado, tenemos todo el tema de inversión en infraestructura, pero también todo un sistema de fortalecimiento de capacidades para que esas comunidades puedan desarrollarse”.



**José Andrés Duarte-
Presidente de la Asociación
Hotelera y Turística de
Colombia (COTELCO):**

“Hay que tener una asignación presupuestal clara y contundente para lograr que el turismo sea un motor de desarrollo en nuestros países. Y ahí es que la alianza público-privada se puede estimular, impactando de una manera contundente en el desarrollo territorial”.



**Romina Nardi-Especialista
Senior del Departamento
Regional para las Américas
de ONU Turismo:**

“El turismo es el sector productivo que más empleos genera y donde más mujeres trabajan. Todavía hay muchos pueblos que viven del turismo; por tanto, habría que hacer un esfuerzo por valorar el turismo como una actividad generadora de empleo. Y es que nuestro trabajo es ese: generar empleo desde el sector público y el privado”.



**María Pilar García Plorutti,
Cooperación Internacional y
Redes en UCCI:**

“Los gobiernos locales coinciden en la necesidad de seguir trabajando en la apropiación ambiental, profundizando en iniciativas como mapas de calidad ambiental, medidas sanitarias al visitar destinos turísticos, y acciones de economía circular y las cadenas productivas sostenibles”.

**Leticia Lauffer-Innovation Advisory Board
Green6Human:**

“En las universidades, se han generado modelos de inteligencia artificial que están diseñados para crear modelos predictivos, mejorar las experiencias de usuario. La tecnología es fundamental para mejorar el turismo, sin ella muchas de las mejoras que se han planteado en este foro no serían viables”.



**Fausto Martín Brighenti-Presidente del G20
Young Entrepreneurs Alliance**

“Estamos en un mundo de jóvenes empresarios con conciencia diferente, en un mundo diferente. Entonces, la premisa es pensar en usar los recursos de hoy para dejárselos de la mejor manera posible a nuestros hijos y a nuestros nietos. Es importante identificar qué se hizo bien anteriormente y potencializarlo”.

**Andrés de Jesús Ehrler-Vicepresidente de la
Cámara Nacional de Turismo de Honduras,
CANATUR (COHEP):**

“La oportunidad del turismo es enorme. Y eso tiene que venir, sí o sí, de los procesos de adaptación y transformación de la mente del empresario. Buscar estrategias de acercamiento para educar al empresario y cómo tiene que hacer cambios graduales para lograr un turismo resiliente es imprescindible”.



**Temístocles Rosas-Presidente del Consejo
Nacional de la Empresa Privada-CONEP**

“El sector empresarial debe estar convencido de que ser sostenible, inclusivo y justo, es posible. Hay muchas prácticas que tenemos que realizar de manera conjunta, y ahí es donde el concepto de gobernanza se llena de sentido, la acción entre Gobierno y sector privado tiene que ir de la mano y eso debe reflejarse en las cadenas de valor”

Nicole Chalita-Hidratate Sanamente-EcoWa:

“Si no cambiamos nuestra conciencia o enfoque con el cliente, con el turista, de si hay seguridad alimentaria y seguridad del producto, no va a haber un cambio sustancial de conciencia y, por ende, no lograremos esa percepción de seguridad en toda la cadena suministro”.



María Gálvez del Castillo-Smart Blue Lab:

El sector turístico necesita un ecosistema sano, necesitamos trabajadores del sector turístico que gocen de buenas condiciones laborales y sociales, porque si no va a ser imposible captar y retener talento. Tenemos que adaptarnos y sobre todo incrementar y mejorar la resiliencia para mejorar el sector turístico en Iberoamérica”.

Héctor de Castro-CEO de Lush:

“Soy más optimista que pesimista. Creo que realmente hay más generaciones jóvenes y de futuro que tienen una visión mucho más holística, mucho más global, de integración e inclusión. Por tanto, será cuestión de tiempo que todas estas medidas que ahora se están proponiendo se adopten”.



Marina Colunga-Directora comercial para América Latina de Iberia&British Airways:

“De verdad estamos haciendo un trabajo sumamente detallado para asegurarnos que, sin perder el objetivo que es descarbonizar nuestra industria al máximo para el 2050, no perdamos de vista el impacto en nuestra economía. El cielo no es el límite y estamos dispuestos a conseguirlo”.



Lorenzo Amor-Vicepresidente de CEOE y presidente de la Asociación de Trabajadores Autónomos-ATA:

“Para que haya talento, para que el turismo sea sostenible, inclusivo y justo, hay que poner a las personas en el centro. Por eso, las políticas públicas deben estar orientadas a favor de las personas. Debe haber seguridad para el turista, pero también para el que se la juega, para el emprendedor y el empresario”.

Gabriel Molina-Gerente de Empresas Sostenibles de COHEP/FEDEPRICAP:

“Hay que capacitar y generar competencias y habilidades que permitan la inserción laboral. El mundo del trabajo es hoy más dinámico y digital. Por ello, debería haber una formación acorde a lo que demanda, lo que implica la inclusión de personas cualificadas en el mercado laboral y mejor calidad del empleo”.



Carlos Gómez-Director General EGEDA México:

“En el caso de los centros turísticos más desarrollados tiene mucho sentido crear una alianza con la industria audiovisual. Hay un estudio reciente de ONU Turismo con Netflix de cómo hoy el público elige su destino turístico a partir de lo que ve en pantalla, Esto puede generar un efecto de promoción y de fortalecimiento de la cultura local”.

David Zannoni-Delegado de la Cámara Nacional de la Industria de la Cinematografía:

“El turismo de pantalla o cinematográfico adquiere cada vez mayor relevancia. Ahora bien, estas producciones requieren un alto nivel de formalidad y también de formación. Hay que solucionar este tema para convertir a los destinos turísticos en un hub de producción audiovisual”.





Senador Rogelio Márquez Valdivia:

“Cuando hablamos de turismo hablamos de personas, tanto de quienes brindan el servicio como de quienes realizan las actividades para que se preste una excelente atención a los visitantes. Cuando hablamos de una visión más humanista, esto implica precisamente este respeto a la dignidad de la persona”.

Héctor Dada-Director Subregional para México, el Caribe y Centroamérica de SEGIB:

“Esta jornada ha puesto en perspectiva la visión colectiva y consensuada por los 22 países miembros de Iberoamérica, y ha sido plasmada en un documento con líneas estratégicas de acción para tener una mirada hacia el futuro. Consumo responsable, digitalización de nuevos modelos de negocios o conectividad son algunas de ellas”.



Antonio Magraner-Secretario General de FIJE:

“Apostemos por la colaboración público-privada y por fomentar la formación y retener y gestionar el talento que muchas veces se escapa de la región. Unamos fuerzas y rememos todos en la misma dirección para crear un sector turístico más resiliente, sostenible y humano”.



TENDENCIAS Y RETOS EN EL TURISMO DE EVENTOS:

*deportivos y
macrofestivales en busca
de sostenibilidad*

Redacción CEIB-
Miguel Ángel de Jesús

El turismo de masas favorecido por el impulso que conoció la globalización en el siglo XX ha incrementado sobremedida la oferta y la demanda en el sector. Al turismo de sol y playa hay que sumar, entre otras tendencias, el turismo que generan eventos culturales y deportivos, estos acontecimientos atraen cada vez a un mayor número de turistas y plantean una serie de retos y desafíos a un sector que atraviesa un periodo de transformación hacia un modelo más humanista y sostenible.

Los eventos deportivos de gran envergadura, como los Juegos Olímpicos o los campeonatos de fútbol o rugby, han adquirido una relevancia turística notable, contribuyendo de manera muy positiva a la percepción del destino anfitrión en el ámbito turístico.

La organización de un evento de la magnitud de un campeonato mundial de fútbol supone una gran inversión inicial en infraestructura, y a posteriori un gran impacto en el sector del turismo, al atraer grandes flujos de visitantes. Construcción y optimización de la infraestructura ya existente, creación de empleo y mejora reputacional que se ve reflejada en un impulso de la marca país son algunos de los beneficios que trae consigo la organización de un mundial. Sin embargo, una vez se conocen los vencedores del torneo y los turistas vuelven a sus respectivos países, cabe reflexionar sobre el devenir de las infraestructuras construidas para albergar el torneo deportivo.

Resulta paradigmático en el caso de algunos países con escasa tradición futbolística y desprovistos de la infraestructura y experiencia

necesaria para la organización de eventos de índole similar; y que sorprenden con la organización campeonatos y mundiales para los que son capaces de construir estadios de dimensiones faraónicas. No todos los estadios construidos enfrentan el mismo destino una vez finalizados los eventos. Algunos son considerados lo que en el sector inmobiliario se conoce como elefante blanco, es decir, una construcción ostentosa, disonante con el resto de las edificaciones del área, costosa de mantener y sin beneficios tangibles para la comunidad local que justifiquen la inversión inicial.

Por mencionar algún ejemplo positivo, para los 2 próximos mundiales está previsto avanzar en sostenibilidad. El mundial de 2026 se celebrará en México, EE. UU. y Canadá. La ciudad mexicana de Guadalajara cuenta con todo un referente para la región en sostenibilidad, el estadio Akron. Se trata pues, de un recinto donde el empleo del agua está optimizado. A su vez, el estadio está dotado de la capacidad de detectar de manera automática las partículas de CO₂ e inyectar aire natural para neutralizarlas. Este mecanismo evita la emisión de una tonelada métrica de CO₂ al año. El estadio mexicano está equipado además con multitud de zonas verdes y sistemas de riego inteligentes, la iluminación del terreno de juego es eficiente y el aire acondicionado no es necesario gracias a sus sistemas de ventilación cruzada.

Por su parte, España, Portugal, Argentina y Paraguay albergarán junto a Marruecos el mundial de 2030 y tendrán que hacer frente a retos similares. La RFEF llevó a cabo más de 100 acciones de Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad en 2022, incluyendo la promoción de hábitos saludables en la Ciudad del Fútbol, la medición de la huella de carbono en la final de la Copa del Rey y la inclusión de personas con discapacidad. La Real federación trabajó con cerca de 20 organizaciones sociales y públicas, y formaron un equipo de

voluntarios con discapacidad para los partidos en Málaga y Sevilla.

Con todo, la inversión en infraestructura sostenible, así como ciertas medidas en favor de la inclusión, no son suficientes para neutralizar las externalidades negativas en el medioambiente que representa el turismo relacionado con este tipo de eventos.

Las emisiones generadas por el desplazamiento de los aficionados y la obsolescencia de las infraestructuras construidas específicamente para estos acontecimientos deportivos son algunos de los obstáculos con los que se encuentra la implementación de la sostenibilidad en este tipo de turismo. No existe una fórmula mágica para transformar el actual modelo, sin embargo, sí que están surgiendo propuestas innovadoras para reducir estos desequilibrios. Éstas van desde organizar los eventos deportivos en sedes fijas -es el caso de la fórmula 1, cuyo calendario de carreras presenta pocas variaciones en cuanto a la sede-, para reducir el número de traslados a la construcción de infraestructuras polivalentes con capacidad de reconversión inmediata y que permitan celebrar todo tipo de eventos. Este tipo de infraestructura da pie a reducir la estacionalidad que caracteriza la celebración de eventos deportivos, garantizando así un flujo estable de turistas que asegura la sostenibilidad del sector.

Por otra parte, está el turismo asociado a los macrofestivales, los cuales tienen un impacto significativo en el turismo de las regiones donde se celebran. Esta actividad atrae a una gran cantidad de visitantes, tanto nacionales como internacionales, lo que genera una serie de efectos económicos, sociales y culturales en las áreas anfitrionas.

Los macrofestivales son un gran reclamo para los turistas internacionales, solo el carnaval de Brasil recibió a más de 200.000 turistas internacionales en 2024. La celebración de



eventos de renombre mundial puede aumentar drásticamente el número de visitantes a una ciudad o región durante el período del festival. Esto puede incluir turistas que viajan específicamente para asistir al evento, así como aquellos que aprovechan la oportunidad para explorar la región anfitriona.

Ahora bien, la celebración de macrofestivales ha sido cuestionada debido a lo poco sostenible que es el modelo: producción ingente de residuos plásticos; sistemas de saneamiento insuficientes, contaminación del territorio; estacionalidad; y debilitamiento de la escena artística local entre otros. Hay que tener en cuenta que las cifras de visitantes que atraen estas jornadas superan con creces a las del número de habitantes de las grandes ciudades, pero, a diferencia de estas, las áreas donde se celebran no están equipadas ni con sistemas de saneamiento ni de recogida y reciclaje de residuos, ni cuentan con los efectivos de seguridad que tendría una ciudad de dimensiones similares.

En ese sentido, Brasil ha acordado con la

OMT la creación de un índice de Sostenibilidad Turística, cuyo fin es generar datos sobre el impacto del Carnaval de Río en la ciudad. Recoger estos datos contribuirá a que empresas y autoridades puedan tomar mejores decisiones. Otra cuestión en la que se ha trabajado ha sido la reducción de los residuos plásticos. Según los datos del Diagnóstico de Manejo de Residuos Sólidos Urbanos de Brasil, la celebración del carnaval en Brasil generó 3.500 toneladas en 5 capitales. Para reducir la producción de residuos se ha limitado la cantidad de plástico con la que se puede acceder al recinto.

Otro caso de referencia es el del festival En visión en Costa Rica, que a través del proyecto Somos el Cambio fomenta la conservación del medioambiente, la restauración de los ecosistemas y el empoderamiento de las comunidades locales. En el marco de este programa el festival ha plantado 17.000 nuevos árboles y colaborado con la plantación de otros 80.000, además de contribuir con 17.000 dólares para financiar mejoras en el sistema local de saneamiento.



EN RESUMEN

Los actores que participan del mundo del turismo deben abordar los desafíos de sostenibilidad asociados al turismo masivo y los acontecimientos deportivos de gran envergadura. Si bien estos eventos pueden generar beneficios económicos y promover la imagen de los destinos anfitriones, también plantean preocupaciones significativas en términos de impacto ambiental, gestión de residuos y derechos laborales. Es fundamental que tanto los organizadores de eventos como las autoridades locales adopten medidas concretas para promover la sostenibilidad, como la inversión en infraestructuras sostenibles, la promoción de prácticas ambientales responsables y la colaboración con las comunidades locales. Solo a través de un enfoque integral y colaborativo se podrá garantizar que el turismo asociado a estos eventos contribuya de manera positiva al desarrollo sostenible de las regiones anfitrionas.

- **Claves para un Turismo de Eventos Masivos Sostenible:**
"Para un turismo de eventos masivos sostenible, se necesita inversión en infraestructuras ecológicas, prácticas responsables y colaboración local."

OFERTA SOSTENIBLE EN **COLOMBIA**

COLOMBIA, SEDE DEL II CONGRESO IBEROAMERICANO DE TURISMO SOSTENIBLE, INCLUSIVO Y JUSTO

Colombia será la próxima sede en 2025 del II Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo. La presidenta de ProColombia, Carmen Caballero, así lo anunció durante la primera edición celebrada el pasado mes de marzo en Cancún y lo ha vuelto a mencionar recientemente durante una su intervención en la Semana de la Sostenibilidad de Naciones Unidas, concretamente en el Evento Temático de Alto Nivel sobre Turismo en la Asamblea General de la ONU.

Se ha puesto de relieve la importancia del turismo como generador de empleo, ingresos y oportunidades, especialmente en países en desarrollo y pequeños estados insulares. Además, se ha planteado el tema de cómo medir la sostenibilidad del turismo y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

“En un mundo donde la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente son imperativos, Colombia se destaca como líder regional y un ejemplo a seguir en la integración de prácticas sostenibles en la industria turística”, asegura Carmen Caballero.

El compromiso de Colombia con la sostenibilidad se refleja en su política de turismo, que prioriza la preservación ambiental, el bienestar socioeconómico de las comunidades locales y la promoción de experiencias significativas para viajeros responsables. Este enfoque estratégico, liderado por el Ministerio de Comercio, Industria, y Turismo, ha llevado al país a un crecimiento histórico en el sector turístico, con más de 5.8 millones de visitantes internacionales en 2023.

Colombia también se enorgullece de ser uno de los pocos países en el mundo con una política de turismo sostenible, un compromiso que va más allá de las fronteras nacionales y abarca la responsabilidad global de preservar la biodiversidad y proteger el medio ambiente.

“Desde ProColombia,

reiteramos nuestro compromiso de seguir liderando el camino hacia un futuro más sostenible en el turismo, invitando a todos a unirse a nuestra causa y redescubrir la inmensa biodiversidad y el enorme potencial de Colombia, El País de la Belleza”, afirma la presidenta de ProColombia.



Hay empresas que, por ejemplo, demuestran cómo el turismo sostenible impulsa el crecimiento económico y social en Colombia al tiempo que protege su entorno natural y cultural. Una de ellas, ubicada en la región Amazónica-Orinoquía, se destaca por reintegrar excombatientes a la sociedad mediante el ecoturismo comunitario; y otra, en el Pacífico colombiano, promueve la cultura afrocolombiana mientras colabora con comunidades locales, generando beneficios económicos y preservando el patrimonio cultural para 15 organizaciones, beneficiando 64 hogares. Estas iniciativas ejemplifican el potencial transformador del turismo sostenible en Colombia.

“Del escritorio al territorio, del territorio al mundo, y del mundo a conocer el País de la Belleza. Les esperamos en el II Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo en 2025 en Colombia”, sentencia Caballero.

2ª edición del Congreso: un turismo de presente y de futuro

En la próxima edición del Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo, ProColombia será coorganizadora del evento, dando así seguimiento a la nueva línea de trabajo que se ha emprendido desde CEIB y FIJE, en colaboración a instituciones afines a la región, como la Organización Internacional de Empleadores-OIE; la Organización Mundial del Turismo-OMT; el banco de desarrollo de América Latina y el Caribe-CAF o la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas-UCCI, entre otras.

El objetivo, es promover de nuevo un entorno enriquecedor de colaboración público-privada real, en el que los máximos representantes de Gobierno y de las organizaciones del espacio empresarial iberoamericano miembros de CEIB y de FIJE debatirán cuestiones prioritarias relativas al turismo.

Mediante un formato de mesas ágiles y una segunda jornada abierta al público con expertos de toda la región, el objetivo es fomentar un modelo más sostenible, potenciar un sector más resiliente con una visión más humanista. Abordaremos una vez más temas apremiantes para el sector, con objeto de dar continuidad a la primera edición, tales como el reto de la gobernanza local; la construcción de alianzas público-privadas; destinos resilientes; desarrollo del talento; o empleabilidad justa e inclusiva.



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



Ministerio de
**Comercio, Industria
y Turismo**

COLOMBIA

Desarrollo Sostenible:
el turismo como un medio



“El turismo sostenible no es una tendencia, es un requerimiento.”

90% de los consumidores buscan opciones de viaje más sostenibles

3 de cada 5 viajeros optan por alternativas de transporte y alojamiento ambientalmente amigables

7 de cada 10 viajeros han descartado un destino por temor a que sus prácticas sostenibles no sean reales

1 de cada 2 viajeros estaría dispuesto a pagar más en alojamientos, alimentación o transporte que consideren prácticas sostenibles

74% de los consumidores elegirían opciones de alojamiento y transporte que apoyen a las comunidades locales.

Principales ODS relacionados con el turismo sostenible

- ODS 1: Fin de la pobreza
- ODS 2: Hambre cero
- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico
- ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles
- ODS 13: Acción por el clima
- ODS 14: Vida submarina
- ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres

Ambientalmente respetuoso:

- Biodiversidad.
- Recursos naturales.
- Flora y fauna.

Socialmente justo:

- Respeto de la comunidad.
- Autenticidad sociocultural.

Económicamente viable:

- Impactos en la equidad.
- Reducción de pobreza.
- Beneficios económicos.

Fuente: Lalangui, J., Espinoza Carrión, C. R., & Pérez Espinoza, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad* [seriada en línea], 9 (1), pp. 148-153.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



“En 2023, Colombia ocupó el segundo lugar, superando los niveles de llegadas de turistas internacionales de 2019 en un 5%. Esto marca un regreso al crecimiento y un desempeño considerablemente superior en comparación con sus destinos similares en América del Sur. Este crecimiento se atribuye a la mejora de la reputación del país en cuanto a seguridad turística, junto con una relativa alta asequibilidad y mejoras sustanciales en la conectividad.”

Recovery of top-tier destinations* by international tourist arrivals, 2023 vs 2019

| Ranking 2023 | Top-tier Destinations* | 2023 vs 2019 |
|--------------|------------------------|--------------|
| 1 | Dominican Republic | +14% |
| 2 | Colombia | +5% |
| 3 | Mexico | +5% |
| 4 | Greece | +3% |
| 5 | Saudi Arabia | =0% |
| 6 | Portugal | -1% |
| 7 | Argentina | -3% |
| 8 | United Arab Emirates | -7% |
| 9 | Turkiye | -9% |
| 10 | Egypt | -10% |

Fuente: Global Travel Trends, Forwardkeys (2023)

Índice de Viajes Sostenibles de Euromonitor 2022

• **Colombia:** posición 62 de 99 países en el mundo.

• **Posición 11** de países latinoamericanos:

1. Uruguay (18)
2. Bolivia (20)
3. Panamá (35)
4. Perú (41)
5. Ecuador (47)
6. Argentina (49)
7. Brasil (51)
8. México (54)
9. Chile (56)
10. Guatemala (60)
11. Colombia (62)

Nota: Este pilar aborda el panorama general de un país en términos del medio ambiente, la biodiversidad y los recursos naturales amenazados por la emergencia climática.

Pillar 1 - Environmental Sustainability

| | Rank 2022 | Rank Change 2021/2022 | Rank Change 2017/2022 |
|-----------------------|-----------|-----------------------|-----------------------|
| Top Performers | | | |
| Mozambique | 1 | ↑ 1 | ↑ 1 |
| Croatia | 2 | ↓ -1 | ↓ -1 |
| Cameroon | 3 | ⇒ 0 | ↑ 1 |
| Tanzania | 4 | ⇒ 0 | ↑ 2 |
| Colombia | 5 | ↑ 1 | ↑ 5 |
| Cambodia | 6 | ↓ -1 | ↓ -3 |
| Peru | 7 | ↑ 5 | ↑ 7 |
| Costa Rica | 8 | ↓ -1 | ⇒ 0 |
| Panama | 9 | ↓ -1 | ↑ 4 |
| Ecuador | 10 | ↑ 4 | ↑ 5 |
| Latvia | 11 | ↑ 5 | ↓ -4 |
| Brazil | 12 | ↑ 1 | ↑ 12 |
| Bolivia | 13 | ↓ -4 | ↑ 4 |
| Jamaica | 14 | ↑ 3 | ↑ 8 |
| Dominican Republic | 15 | ↑ 5 | ↑ 4 |



Fuente: Sustainable Travel Index, Euromonitor International (2022).

REGIONES TURÍSTICAS



GRAN CARIBE COLOMBIANO

MUCHO MÁS QUE CARIBE



ANDES OCCIDENTALES COLOMBIANOS

MONTAÑAS DE CAFÉ Y FLORES



MACIZO COLOMBIANO

ORÍGENES ANCESTRALES



PACÍFICO COLOMBIANO

SABOR A SELVA Y MAR



ANDES ORIENTALES COLOMBIANOS

PÁRAMOS Y VALLES LEGENDARIOS



AMAZONÍA-ORINOQUÍA COLOMBIANA

SELVAS Y LLANOS SAGRADOS



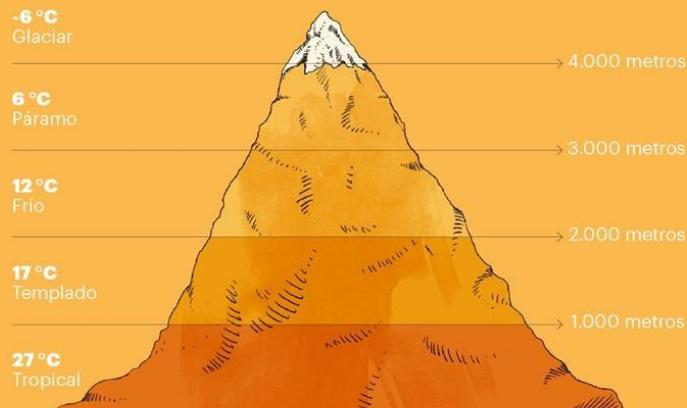
NUESTRA BIODIVERSIDAD

PUEDES TENER EL PLACER DE CONOCER ESPECIES ÚNICAS EN EL MUNDO Y ESCOGER EL CLIMA QUE QUIERAS EN CUALQUIER MOMENTO DEL AÑO.

¡ESTA ES TU CASA Y TÚ DISEÑAS TU VIAJE SOÑADO!



6 PISOS TÉRMICOS



¿SABÍAS QUE? Somos el 1er país más biodiverso por metro cuadrado en el mundo.

NUESTRA GENTE



WAYÚ
CARIBE - LA GUAJIRA
WAYUUNAIKI



CITADINOS
TODO EL PAÍS
ESPAÑOL



ARHUACO
CARIBE - MAGDALENA Y CESAR
ARHAUCO



RAIZALES
INSULAR - SAN ANDRÉS Y PROVIDENCIA
CREOLE, ESPAÑOL E INGLÉS



AFROCOLOMBIANOS
PACÍFICO Y CARIBE
ESPAÑOL

OTROS PUEBLOS PRESENTES EN COLOMBIA

Emberá, Kankuamo, Kogi, Macuna,
Misak, Tikuna, Witoto, Nukak, Wiwa, Palenqueros
y Rrom.

¿SABÍAS QUE?

En Colombia existen 12 familias lingüísticas,
10 idiomas aislados y 2 lenguas criollas de
origen africano.

La riqueza natural y cultural de Colombia



Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo.



Tiene 314 tipos de ecosistemas.



Es el único país de América del Sur que tiene acceso a dos océanos y hace parte de los 21 países del mundo con esta condición.



Ocupa el sexto puesto en el ranking de países con más fuentes hídricas.



Está entre los 15 países con mayor área de cobertura forestal.



Es el primer país con mayor diversidad de aves, orquídeas y mariposas; el segundo país con mayor riqueza de anfibios y plantas; el tercer país con mayor diversidad de reptiles y palmas; y el sexto país con mayor diversidad de mamíferos.



Tenemos un Sistema Nacional de Áreas Protegidas con cerca de 1,327 áreas, que equivalen al 15,2% del territorio nacional.



57 comunidades indígenas y 3 comunidades afrodescendientes.



9 declaraciones de la UNESCO de Patrimonio Material e Inmaterial de la Humanidad.

Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza

1. Aumentar **la información disponible y pertinente para orientar la toma de decisiones** para el desarrollo sostenible del turismo.
2. Fortalecer **la incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental en los procesos de planificación y gestión turística**, así como en la articulación del sector turismo y las autoridades ambientales.
3. Fortalecer las **condiciones e incentivos para la innovación y el aprovechamiento del capital natural** en la propuesta de valor agregado de la actividad turística.
4. Estimular **la implementación de prácticas de mitigación, control y compensación de los impactos ambientales negativos** por parte de los empresarios y actores asociados a la cadena de valor.
5. Promover el **comportamiento y el consumo responsable** por parte de los viajeros.
6. Fortalecer el **posicionamiento de Colombia en los mercados estratégicos** de turismo sostenible.



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Marco normativo en Colombia

En la búsqueda de un turismo sostenible

Público objetivo

Instituciones y gobiernos locales: Fortalecer la disponibilidad de información y la gobernanza en los procesos de ordenamiento, planificación, regulación y coordinación interinstitucional para la gestión sostenible del turismo.

Emprendedores y empresarios: Incentivar la adopción de buenas prácticas de planeación, operación, consumo y producción responsable en la prestación de servicios, el desarrollo de actividades y la oferta.

Viajeros y consumidores: Promover el comportamiento responsable y el consumo sostenible.

Comunidades locales y residentes: Estimular la apropiación del capital natural por parte de las comunidades locales.

Objetivo General

Promoción turística

Promover el posicionamiento de Colombia como destino turístico internacional de alta calidad y sostenibilidad a través de sus productos regionales, haciendo de la industria uno de los principales generadores de divisas y empleo para el país.



Posicionar a Colombia como destino #1 en sostenibilidad en la región.

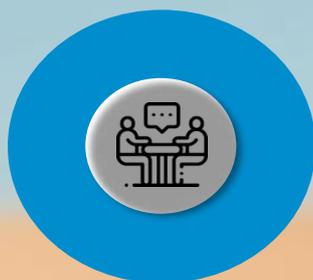
Estrategia de Turismo Sostenible



FORMACIÓN

Empresarios y funcionarios

- Consultorías y capacitaciones para la implementación de prácticas sostenibles.
- Misiones de Aprendizaje.
- Identificación y promoción de certificados y estándares de sostenibilidad.



HERRAMIENTAS

Fortalecimiento y promoción

- Mapeo de la oferta turística sostenible exportable.
- Indicadores de medición del turismo sostenible.
- Eventos carbono neutro.



COMUNICACIÓN

- Premios y reconocimientos de sostenibilidad.
- Participación en actividades de promoción internacional.
- Viajes de familiarización y de prensa con foco en sostenibilidad.

ALIADOS





South America´s Leading Green Destination 2023

2024 United Nations Biodiversity Conference



1º Cumbre Latinoamericana del Consejo Mundial de Turismo Sostenible (GSTC)



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



Ministerio de
**Comercio, Industria
y Turismo**

OFERTA SOSTENIBLE EN
COLOMBIA 

Jaguarundi Travel

DMC Colombiano



Con **más de 1.920 especies de aves**, Colombia posee **cerca del 20% de la diversidad aviar mundial** a través de nuestras cordilleras, valles interandinos, selvas, desiertos, manglares, páramos, ciénagas, ecosistemas costeros y otros. Jaguarundi comparte el conocimiento de los recursos naturales y culturales de Colombia, junto con socios y comunidades locales. Su objetivo es **fomentar las economías locales y alentar la investigación y el orgullo por el país.**



BLUE APPLE BEACH

Islas del Rosario, Gran Caribe Colombiano

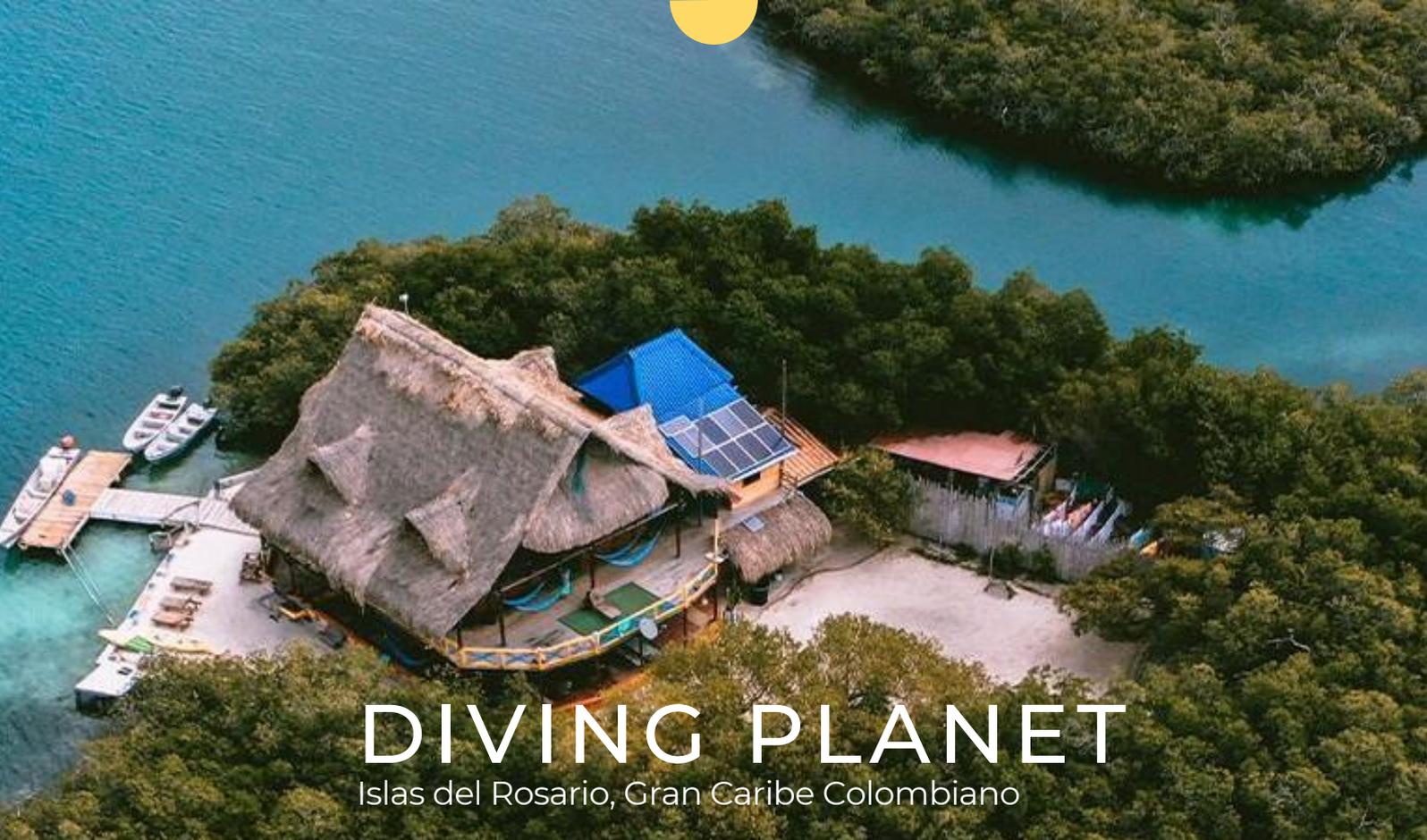
Convencidos de la importancia de la energía solar para sus operaciones, Blue Apple Beach House, un hotel boutique en la isla de Tierra Bomba, busca migrar de la electricidad producida por un generador. Buscan tener un turismo sostenible reutilizando las aguas grises para el riego y también restringiendo los plásticos de un solo uso. Además, reciclan el 70% de sus residuos. A través de su organización independiente, Green Apple Foundation, buscan apoyar a las empresas del sector hotelero para que sean responsables en la disposición de sus residuos.



PARADIS DE COLORS

San Andrés, Gran Caribe Colombiano

Paradis de Colors cuenta con experiencias que, además de mostrar la biodiversidad de los ecosistemas marinos a través del buceo, involucran sesiones de recuperación y restauración de los arrecifes de coral. Con esta estrategia se están implementando experiencias turísticas de conservación ambiental y cultural que involucran a proveedores turísticos de toda la zona, generando así oportunidades económicas a actores de toda la isla comprometidos con la visión del turismo sostenible.

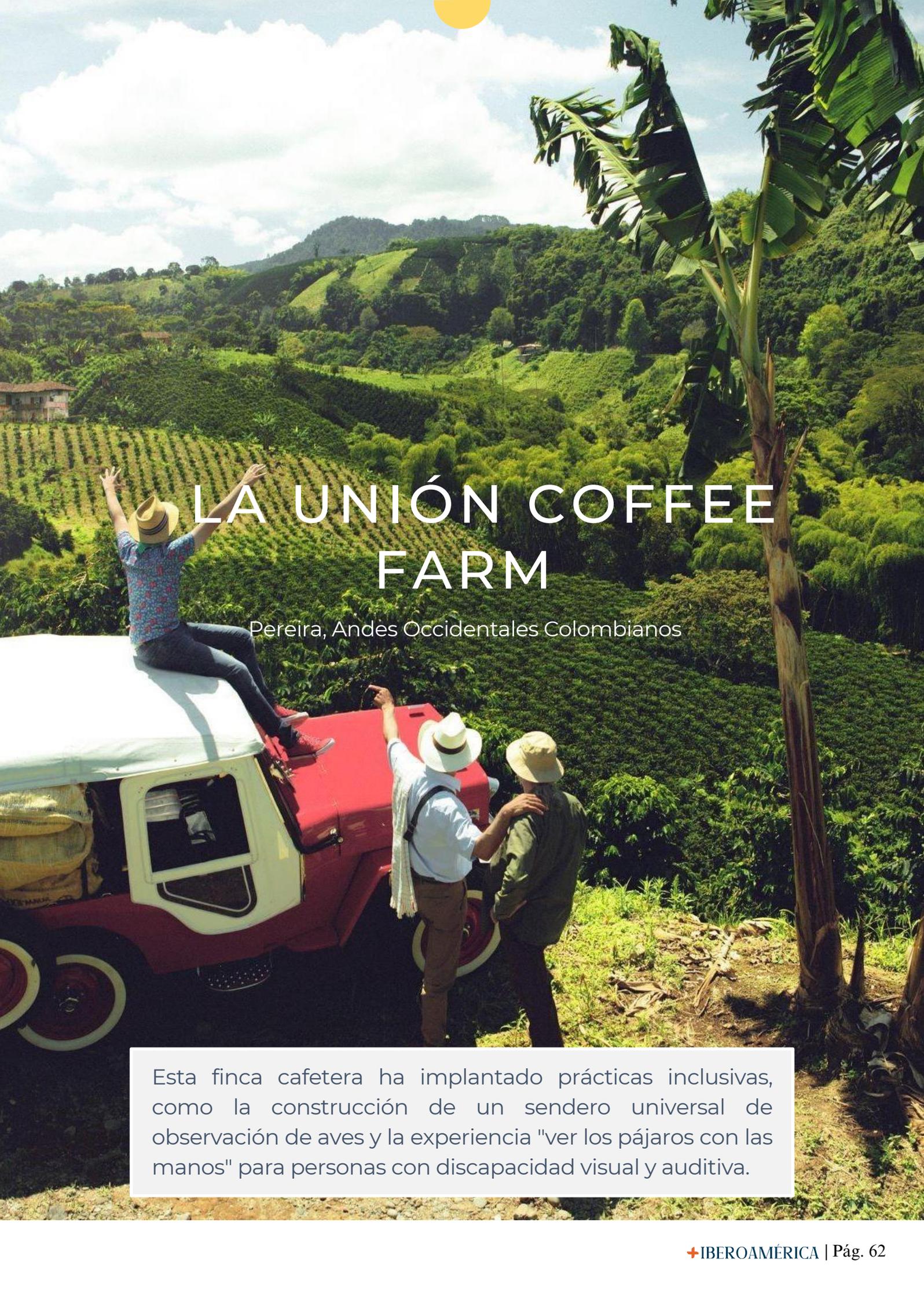


DIVING PLANET

Islas del Rosario, Gran Caribe Colombiano

Diving Planet es un centro de buceo especializado en atender personas en condición de discapacidad bajo la iniciativa “Diving without barriers”, que involucra a la comunidad local. También, apoyan su oferta sostenible preparando pescadores y jóvenes locales como eco-guías de naturaleza, desarrollando cursos para nativos de las islas como pilotos de embarcaciones responsables con el medio ambiente, con su programa de capacitación de “GUARDIANES DEL ARRECIFE”.





LA UNIÓN COFFEE FARM

Pereira, Andes Occidentales Colombianos

Esta finca cafetera ha implantado prácticas inclusivas, como la construcción de un sendero universal de observación de aves y la experiencia "ver los pájaros con las manos" para personas con discapacidad visual y auditiva.

PARQUE ARVÍ

Por medio de su política de sostenibilidad, la Corporación Parque Arví en Santa Elena, mediante su Parque Ecoturístico y la Agencia de Viajes, buscan promover que todos los actores que intervienen en la prestación de servicios turísticos minimicen los impactos ambientales. Se destacan por la sensibilización ambiental sobre la importancia del cuidado de los recursos naturales, así como también, la concientización en el manejo de residuos sólidos a quienes visitan los diferentes senderos con los que cuenta el parque.



NIDO DEL CÓNDOR

Desarrollan buenas prácticas como: utilización de materiales naturales con bajo consumo energético, consumo de alimentos en el alojamiento, y proveedores locales. Lideraron una investigación del cóndor andino que anida en uno de los laterales de la meseta en la que se ubican, con el propósito de educación de nuestros visitantes, los pobladores cercanos, procurando con esto una conciencia de pertenencia y apropiación de nuestro territorio y nuestra cultura y de generar insumos científicos para la conservación del ave nacional.



Caguán Expeditions

San Vicente del Caguán, Amazonía-Orinoquía Colombiana



El compromiso de los exguerrilleros con la reincorporación y la paz en Colombia, unido al entusiasmo y conocimiento de los líderes locales y sociales, identifican en el rafting y el ecoturismo comunitario opciones sostenibles con el territorio, las comunidades, la memoria y la naturaleza. Pasando de las armas a los remos; de las marchas a las expediciones y el senderismo; de la vigilancia del enemigo a los cinco sentidos para el avistamiento de flora y fauna.



CALANOA

Leticia, Amazonía-Orinoquía Colombiana

La Fundación Calanoa ha contribuido a la conservación de la diversidad biológica y cultural de la Amazonia colombiana en los territorios indígenas cercanos a la reserva. Trabajan a través de proyectos de educación ambiental, prácticas económicas sostenibles, preservación y recuperación de conocimientos ancestrales y tradiciones culturales.

An aerial photograph of a riverbed in the Serranía de la Macarena. The rocks are dark and jagged, with vibrant mineral deposits in shades of purple, pink, orange, and yellow. A waterfall cascades over the rocks, creating white foam. The surrounding area is lush with green vegetation.

MANIGUA LODGE

Serranía de la Macarena, Amazonía-Orinoquía Colombiana

La Manigua Lodge implementa energías renovables y construcciones sustentables en donde prioriza el bajo impacto en el bosque circundante, aprovechando los árboles como protección a fuertes vientos, así como a los rayos solares, y como mecanismo de convivencia con diferentes especies de animales. Con los aportes de cada visita invierte en la creación de un vivero de plantas nativas cuyo principal objetivo es ayudar a recuperar la estructura vegetal de la Serranía de la Macarena.

EL ENCANTO DE GUANAPALO

San Luis de Palenque, Amazonía-Orinoquía Colombiana

La Reserva Natural El Encanto de Guanapalo invita a sus visitantes a vivir experiencias increíbles con un enfoque de sostenibilidad; preservando, respetando y admirando la naturaleza y tradición llanera del Casanare presente en los hatos, legado que busca proteger. Su propósito es transmitir sostenibilidad, tanto a la comunidad de San Luis de Palenque, como a cada uno de los viajeros que buscan turismo de naturaleza a través de su experiencia bandera, el Safari Llanero.



MARIMBEA

Pacífico Colombiano

Crean múltiples tipos de experiencias para que cualquiera pueda experimentar la riqueza cultural de las comunidades afro del Pacífico colombiano, al tiempo que dejan una contribución para sus músicos, cocineros, bailarines y otros conocedores de la tradición. Actualmente trabajan con 15 organizaciones locales y han llevado beneficios a por lo menos 64 hogares de comunidades afro del Pacífico Sur.



EL ALMEJAL

Bahía Solano, Pacífico Colombiano

El Almejal es una reserva natural privada que conserva y restaura el ecosistema para proteger las fuentes de agua. Cada año se plantan cientos de árboles maderables y plantas del sotobosque para restaurar la selva tropical. También limita el consumo de productos desechables y fomenta la reutilización, el reciclaje, el compostaje y la gestión adecuada de los residuos. El Almejal ha convertido a varios empleados en microempresarios locales del ecoturismo, consiguiendo vínculos económicos y mejores ingresos para ellos y sus familias.

PLAYAS BANDERA AZUL



La OMT y el PNUMA han liderado el Programa “Banderas Azules” (Blue Flag, en inglés) que otorga una ecoetiqueta anualmente a las playas y marinas que cumplan con cuatro requisitos: alta calidad de las aguas; educación ambiental; plan de gestión ambiental; infraestructura adecuada e inclusiva. Tres playas del país cuentan con este reconocimiento: Johnny Cay (San Andrés), Playa Azul (Cartagena) y Bello Horizonte (Santa Marta).



AEROPUERTO EL DORADO

Mejor aeropuerto de Suramérica 2023

Con el objetivo de reducir sus emisiones en un 57% para 2028: Dispone de una planta solar con cerca de 11.000 paneles que contribuyen a producir el 20% de la energía consumida por la terminal. Tiene sus propias plantas de tratamiento de aguas pluviales y residuales. Apoya a las 3 comunidades que rodean al aeropuerto, especialmente a los jóvenes. El Dorado se asoció con la organización Hidden Disabilities y su Programa Girasol. Sistema de calificación Leed: Categoría Platino desde 2021.

AEROLÍNEAS

LATAM Airlines Colombia y Bio-D, empresa líder en la búsqueda de soluciones energéticas sostenibles en Colombia, han formado una alianza para avanzar y promover el desarrollo de proyectos de combustible de aviación sostenible (SAF) en el país. Avianca fue reconocida por el Carbon Disclosure Project como una de las mejores aerolíneas de América Latina por su gestión del cambio climático. Entre las iniciativas de la compañía; están sus esfuerzos por reducir su huella ambiental a través de la inversión en nuevas tecnologías, infraestructura y operaciones eficientes, así como la implementación de estrategias de compensación de emisiones. Air France-KLM, son otro de los grupos de empresas que presentan programas innovadores para desempeñar un papel activo en los viajes sostenibles. En 2011, estuvieron entre las primeras en operar vuelos comerciales con combustibles sostenibles, demostrando una posible alternativa a los combustibles fósiles.

EVENTOS



El Centro de Convenciones Ágora Bogotá, desde su concepción fue pensada como una edificación sostenible, con prácticas que van desde la disposición de basuras con un proceso de despulpado de los desperdicios húmedos reduciendo así los residuos a transportar, hasta el aprovechamiento intensivo de la iluminación natural con el fin de disminuir el uso de luz artificial, además de un sistema de ventilación natural reduciendo los apoyos mecánicos, la reutilización del agua y el consumo de energía controlado.

Plaza Mayor, un centro de convenciones y exposiciones ubicado en Medellín, le apuesta a la sostenibilidad desde diferentes ejes, entre ellos, la restricción tanto de la distribución como de la utilización de los plásticos de un solo uso, uso de energía solar fotovoltaica, y otros.

COLOMBIA

Desarrollo Sostenible:
el turismo como un medio



TURISMO

 **IBEROAMÉRICA**



LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS.

ROGELIO MÁRQUEZ
VALDIVIA

El fomento de la inversión extranjera en México promueve la generación de empleo, el crecimiento económico, el desarrollo, la transferencia de conocimientos y tecnología, así como la diversificación de la oferta turística.

Esta es una estrategia que implica subcontratar servicios o actividades a países cercanos, en lugar de optar por ubicaciones más distantes.

Desde el 2022 los viajes de negocios a México han aumentado el 21% en el tráfico aéreo.

El impacto del nearshoring en el Turismo de Negocios

El nearshoring aplicado al turismo puede impulsar el desarrollo de infraestructuras locales, como carreteras, aeropuertos, puertos y servicios públicos, lo que mejora la accesibilidad de la región y su capacidad para atraer turistas, lo que a su vez estimula el crecimiento económico de las comunidades.

La relocalización de empresas tiene la capacidad de detonar el crecimiento económico en nuestro país

La inversión extranjera directa asociada a

l nearshoring, implementado en el sector turístico, tiene la capacidad de impulsar el crecimiento económico en una región, ya que genera empleos y estimula a los sectores económicos, como la hotelería, restaurantes, el transporte y el comercio.

Por ello, exhortar a todos los actores Empresariales y de Seguridad a realizar acciones que permitan fortalecer el establecimiento del nearshoring en México, con la participación activa del sector Público y Privado.

Su implementación en el turismo puede tener un impacto positivo en la calidad de los servicios, la flexibilidad operativa, los costos, la economía local y la colaboración entre empresas internacionales.

El impacto del nearshoring en el Turismo de Negocios se hace evidente al observar las cifras de llegadas de viajeros extranjeros con fines comerciales en México.

Según la Unidad de Política Migratoria de la Secretaría de Gobernación, entre enero y noviembre de 2022, se registró un aumento del 107%, con 463,508 visitantes de negocios llegando al país.

Las ciudades que destacaron en este repunte fueron Ciudad de México, Monterrey,

Cancún, Querétaro y Guadalajara.

Esta tendencia siguió en aumento durante todo el año 2023 y se prevé que continuará en ascendencia. De hecho, durante el primer trimestre de 2023 se pudo observar un aumento en cuanto al cierre de productos y servicios relacionados con el Turismo de Negocios.

Lo anterior quedó demostrado cuando en el Tianguis Turístico realizado en 2023 en la Ciudad de México el Turismo de Negocios regresó a la lista de productos más ofertados, representando un 31%, tras haber estado ausente en años pasados debido a diversos factores, el más importante: las secuelas del impacto de la pandemia en el mundo.

Sobre el nearshoring y su impacto en la industria aérea

La consolidación del país como destino favorito para la reubicación de operaciones cercanas a Estados Unidos ha convertido a la industria aérea en el segundo sector más beneficiado por el nearshoring, después del mercado inmobiliario industrial.

Este aumento en vuelos entrantes se atribuye a varios factores, como el Tratado México-Estados Unidos-Canadá T-MEC, Alianza Pacífico que fomenta la conectividad en el continente Americano, y la Red de Tratados de Libre Comercio de México, otorgando acceso preferencial a 50 naciones.

Tomando en cuenta las tendencias actuales y cómo se mueve el mercado, es crucial estar al tanto de temas como el crecimiento del Turismo de Negocios, el impacto del nearshoring y las tendencias en la industria turística para ofrecer servicios más efectivos y personalizados a visitantes extranjeros.

Aquí hay algunas razones clave:

- Adaptación a las preferencias del mercado. Si el turismo de negocios está experimentando un auge, puede ajustar su oferta para incluir paquetes y servicios que atiendan a este segmento en crecimiento.
- Oferta de experiencias personalizadas. puede ofrecer servicios específicos, como la organización de eventos corporativos o conferencias en los mejores lugares disponibles.
- Captación de nuevos segmentos de mercado. Puede diseñar estrategias para atraer a empresas que están expandiendo sus operaciones a destinos cercanos y ofrecer servicios especializados que satisfagan sus necesidades.

Mantenerse informados sobre las tendencias y dinámicas del mercado, lo que nos permite anticiparnos a las necesidades y deseos de nuestros clientes extranjeros. Esto contribuye a mejorar la calidad de nuestro servicio, generando experiencias para nuestros visitantes.

El nearshoring puede representar para el sector turístico inversiones en nuevos hoteles y más visitas de extranjeros.

Consideramos que el gobierno de México debe sentar las bases sobre inversiones en nearshoring, para que las autoridades den el seguimiento y concreten proyectos ya que faltan promociones de mayor impacto, por lo que la relocalización de empresas puede abrir oportunidades de inversiones en el sector hotelero.

SEGURIDAD PARA LAS INVERSIONES EXTRANJERAS EN MÉXICO

Por todo lo anteriormente expuesto, es importante dimensionar el gran beneficio y oportunidad que el Turismo de Negocios evolucionado al término de NEARSHORING pueden generar un gran desarrollo económico y social para el país, por lo que es vital generar las condiciones para ser atractivos para que otros países puedan considerar invertir en México. El elemento indispensable que debemos considerar para que esto se consolide es generar una PERCEPCIÓN en materia de SEGURIDAD y CERTEZA JURÍDICA además de políticas públicas y líneas de acción para poder promover y gestionar la inversión en nuestro País. Facilitar la tramitología, y la veracidad de la información de propiedades, sean terrenos edificios y cualquier inmueble, así como pasivos de los presuntos negociantes interesados en cualquier inversión, implementando la Mejora Regulatoria que consiste en la generación de normas claras,

de trámites y servicios simplificados, así de trámites y servicios simplificados, así como de instituciones eficaces para su creación y aplicación, que se orienten a obtener el mayor valor posible de los recursos disponibles y del óptimo funcionamiento de las actividades comerciales, industriales, productivas, de servicios y de desarrollo humano de la sociedad en su conjunto, procurando los mayores beneficios para la sociedad con los menores costos posibles, mediante la formulación normativa de reglas e incentivos que estimulen la innovación, la confianza en la economía, la productividad y la eficiencia a favor del crecimiento y bienestar general de la sociedad.

Para lograr el objetivo de blindar las inversiones, cuidar y promover el turismo en México y lograr una percepción de paz y armonía, tenemos una estrategia que presentaremos ante la Candidata, Doctora Claudia Sheinbaum Pardo y al Candidato Omar García Harfuch quien estará a cargo de la seguridad del país, el día 16 de mayo del presente, donde estamos seguros que incluirán esta estrategia nacional de seguridad turística en su plan de gobierno.



EDUCACIÓN EN TURISMO

LA BASE PARA EL
FUTURO DEL SECTOR



NATALIA BAYONA

Directora Ejecutiva de ONU Turismo

Hay una frase que digo con cierta frecuencia y que quienes me conocen me escuchan repetir a menudo: el turismo es el sector económico más humano de todos. Esta afirmación, tan contundente como sencilla, alberga, en tan solo unas pocas palabras, infinidad de matices. El primero, que el turismo es un sector tan vibrante como lo somos los seres humanos, precisamente porque somos nosotros, las personas, quienes lo conformamos. El segundo que, quizá por esa naturaleza, es también un sector en constante evolución. Y el tercero, que se trata de un área en el que la cadena de valor está compuesta por las personas de principio a fin: desde los trabajadores a los viajeros.

Teniendo eso en mente y, ahora que el sector ha vuelto a alcanzar la velocidad de crucero en cuanto a las visitas internacionales, es importante comenzar a prepararse para los retos que ya se vislumbran en el horizonte y en los que tenemos que trabajar todos a una. El primero de esos retos es la necesidad de seguir construyendo un sector con un empleo de valor, que otorgue capacidad de progresión y con modelos con vocación continuista. Nos va el futuro en ello, porque el turismo es el principal empleador de los jóvenes: más del 50% de sus trabajadores tienen 25 años o menos[1]. Hay que tener en cuenta además que el 16% de la población mundial está compuesta por la juventud, pero al comienzo de esta década más de 1 de cada 5 de ellos no estudiaban, no trabajaban ni recibían formación[2].

Además, la informalidad se suma a esos retos a superar, máxime si quienes formamos parte de él queremos aprovechar las oportunidades que brinda este apasionante sector.

En la región de América Latina, la proporción de trabajadores informales es del 25% para los hoteles y sube hasta 61% para los restaurantes[1]. Por ello urge diversificar e invertir en educación para seguir revertiendo el paradigma. Los datos así lo indican, puesto que incluso en mercados turísticos maduros como el europeo, donde hasta el 25% de los trabajadores del turismo en la Unión Europea han mostrado cualificaciones bajas[2], encontramos la necesidad de apoyarse en la formación para evolucionar hacia un sector más resiliente.

Por fortuna, las oportunidades no dejan de aparecer. Y estamos a tiempo de aprovecharlas, puesto que se calcula que, de aquí a 2030, alrededor de 882.000 puestos de trabajo en el sector turístico al año requerirán formación profesional[3]. La cifra no es nada desdeñable, aunque hay que ser conscientes de que para formar parte de esa fuerza laboral se requerirá del uso de una herramienta capaz de transformar no solo el sector, también las vidas de quienes lo componen y esa no es otra que la educación.

INVERTIR EN LAS PERSONAS, EL PLANETA Y LA PROSPERIDAD

Durante el pasado día Mundial del Turismo vimos clara la necesidad de comenzar a cambiar el enfoque para transformar el sector y comenzamos a hablar de un nuevo marco de inversiones en turismo que está más ajustado a las perspectivas y necesidades del presente y el futuro. Así apostamos por invertir en las personas, el planeta y la prosperidad. Esto es, enfocarse en la educación de quienes forman parte

del sector, abogar por prácticas sostenibles, y apostar por seguir avanzando y generando oportunidades contando con la innovación como catalizador.

Así pues, una vez más, la educación se plantea como clave para alcanzar los nuevos horizontes, incluida la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible planteados por Naciones Unidas. Su importancia es tal que, de hecho, el número 4 de esos objetivos está directamente referido a ello: a garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos. Porque solo a través del acceso a la educación de toda la población se puede garantizar un crecimiento económico y social sostenible.

En este sentido, América Latina ha sabido reconocer la importancia de las iniciativas destinadas a la formación técnica y la educación en todos los niveles. Primero, en países como mi Colombia natal, incluyendo el turismo como asignatura en el currículo de la educación secundaria. Y después escuchando a todos los actores del sector, desde las agencias gubernamentales a las propias instituciones educativas y potenciando un crecimiento turístico que avance, que innove y que preserve el patrimonio cultural y proteja los recursos naturales.

En esa apuesta por la educación, en ONU Turismo abogamos por la inclusión del turismo en el currículo escolar. Lo hacemos con nuestro Education Toolkit, un paquete de medidas para ayudar a los estados miembro a sumarlo en sus programas educativos. De este modo, los futuros integrantes de la fuerza laboral verán desde edades tempranas las distintas vías que existen y esto les dará alas para crear y desarrollarán todo su potencial.

[1] 1. ILO (2013 United Nations (s.f.), OECD (2023)

[2] ILO (2022)

[3] OECD (2021), ILO (2019, 2020)

[4] Comisión Europea (julio 2022).

[5] ILO (2022)

En nuestra defensa de la formación educativa, apostamos también por una educación superior diversa, en la que siguen teniendo cabida los modelos tradicionales, pero a la que se han sumado nuevas opciones. Porque ante nuevas casuísticas tienen que presentarse también nuevas formas de gestionarlas. Por eso, en ONU Turismo nos hemos involucrado, por primera vez, en la formación superior, mediante el Bachelor of Science in International Sustainable Tourism, un grado universitario desarrollado por la prestigiosa universidad suiza de Ciencias y Artes aplicadas de Lucerna (HSLU), que tendrá su primera promoción este otoño y que centra su currículo en un enfoque holístico del sector y preparar a las nuevas generaciones para los desafíos del futuro.

EL TURISMO COMO POLÍTICA DE ESTADO

Además de poner el foco en que este, el nuestro, es el sector más humano de todos, hay otro asunto en el que suelo incidir: en que el turismo debe ser una política de estado. Su transversalidad hace necesario que sea tratado como tal, puesto que está en contacto y afecta a otros sectores. Y, además, tiene que estar fundamentado en tres pilares que no son otros que la generación de confianza, las inversiones en el sector y la educación de su fuerza laboral.

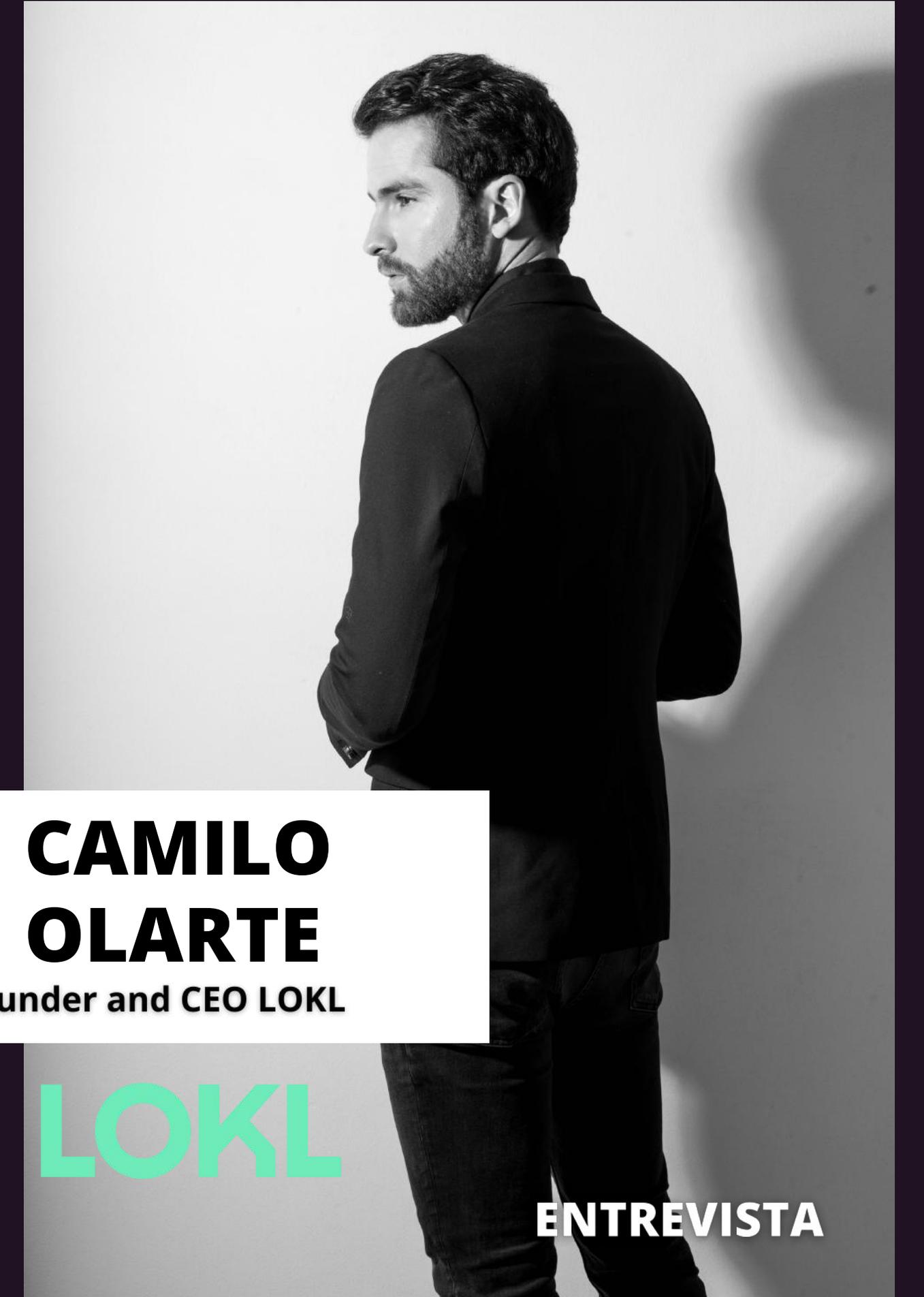
Como ven, volvemos una y otra vez a encontrarnos con la educación como punta de lanza para transformar el sector. También por eso, desde ONU Turismo, como organismo de Naciones Unidas, estamos trabajando para que ese objetivo de desarrollo sostenible se cumpla y potenciar el acceso a la educación de calidad. Lo hacemos mediante proyectos como la Tourism Online Academy, una plataforma

educativa especializada en el sector que alberga cursos gratuitos y elaborados por instituciones educativas de prestigio como la Universidad de Externado de Colombia, la Pontificia Universidad Católica de Chile, el IE o la Politécnica de Hong Kong. En la actualidad, la plataforma cuenta con casi 27.000 estudiantes, una cifra que va en aumento.

Para fomentar y acompañar a quienes apuestan por la formación y quieren hacerlo en la plataforma online, hace tan solo unos días hicimos entrega de 960 becas para estudiantes de América Latina y el Caribe. Fue durante la Comisión Regional para las Américas, celebrada en Cuba, en la que la educación hizo parte de las conversaciones de alto nivel junto a la innovación. Sin duda, ambas son el camino para el desarrollo del turismo. El presente y el futuro de la región está en los jóvenes y en las inversiones que podamos hacer en ellos.

Se atribuye a Aristóteles haber dicho en algún momento que “la sabiduría es un adorno en la prosperidad y un refugio en la adversidad”. Tomemos esta frase como inspiración para impulsar a los más jóvenes a creer en la fuerza transformadora de la educación, para que les ayude a aprovechar al máximo las oportunidades que este increíble sector puede brindar.





**CAMILO
OLARTE**

Founder and CEO LOKL

LOKL

ENTREVISTA



En esta entrevista, Camilo Olarte, CEO de LOKL, nos comparte insights sobre la plataforma de inversión inmobiliaria y su enfoque en la sostenibilidad, la tecnología y el impacto social. Nos habla sobre el retorno de inversión esperado, la evaluación de proyectos, las medidas de seguridad y los planes futuros de la empresa.

¿Qué tipo de retorno de inversión promedio pueden esperar los inversores en los proyectos de LOKL?

-Los inversores pueden esperar un retorno del 12 al 15% entre valorización y rentas. En LOKL, nos enfocamos en ir más allá del retorno, generando beneficios, comunidad e impacto positivo para que todos nuestros inversionistas disfruten de sus proyectos.

¿Cómo están midiendo el impacto social y ambiental de sus proyectos inmobiliarios?

-Medimos el impacto a través de tres pilares de sostenibilidad: ambiental (ahorro de materiales y reducción de huella de carbono, con proyectos certificados como Indie y Nido), social (generación de empleo para poblaciones locales), y económico (inversión en la zona y beneficio económico para negocios turísticos).

¿Cómo seleccionan y evalúan los proyectos inmobiliarios que presentan en su plataforma?

-Realizamos una evaluación técnica y financiera para entender la viabilidad del proyecto, enfocándonos en el modelo de negocio, el equipo de trabajo y el impacto positivo. Contamos con un comité de expertos inmobiliarios que determina qué proyectos son viables.

¿Qué medidas de seguridad utilizan para proteger las inversiones de sus usuarios?

-Creamos vehículos de inversión con garantías reales sobre los inmuebles y ejecutamos todo el recurso a través de un esquema fiduciario. Además, los contratos de mandato, que son la garantía del inversionista, delimitan totalmente el uso de los recursos.

¿Cómo están utilizando la tecnología para innovar y mejorar la experiencia del usuario en su plataforma?

-La tecnología es la base de nuestra experiencia y escalabilidad. Manejamos microinversiones asegurando agilidad en procesos de inversión, manejo de portafolio y reporting a nuestra comunidad a través de la plataforma.

¿Cuáles son sus planes para el futuro en cuanto al desarrollo tecnológico de su plataforma?

-Nos enfocamos en integrar el desarrollo, comercialización y operación de activos comerciales para transformar el desarrollo urbano. Imaginamos un futuro donde, con la comunidad de LOKL, podamos crear planes de desarrollo y transformación de barrios y ciudades completas, generando rentabilidad para todos.

¿Qué oportunidades ofrecen a los inversores interesados en participar en rondas de financiación o coinversión en proyectos?

-Los inversionistas pueden participar en proyectos en lanzamiento o activos a través del mercado principal de LOKL, donde vendemos la participación directamente, o el mercado secundario, donde gestionamos la compra de participación de otros inversionistas.

¿Cómo pueden los emprendedores inmobiliarios y proptech asociarse con LOKL para presentar sus proyectos y captar inversores?

-Los desarrolladores pueden contactarnos a través de Instagram o WhatsApp para postular sus proyectos. Evaluamos y contactamos a los interesados desde nuestro departamento de proyectos. Somos más que una plataforma de inversión; integramos toda la cadena de valor del desarrollo de proyectos.

¿Qué características diferencian a LOKL de otras plataformas de inversión inmobiliaria?

-LOKL se compromete no solo con el resultado constructivo del proyecto, sino también con su operación a largo plazo. Ofrecemos a nuestros inversionistas la oportunidad de participar en diferentes momentos del proyecto y nos enfocamos en generar valor más allá del retorno financiero, con beneficios únicos y políticas de impacto para las comunidades locales.

¿Qué papel esperan jugar en el desarrollo de ciudades más sostenibles e inclusivas en la región?

-Queremos ser el hub de innovación para el desarrollo de nuevos productos y proyectos inmobiliarios que transformen nuestras ciudades, todo desde un mecanismo de economía colaborativa donde todos pueden participar.

¿Cómo están preparando a LOKL para los desafíos y oportunidades que presenta el futuro del sector inmobiliario?

-Nos enfocamos en encontrar oportunidades únicas de desarrollo, basándonos en datos del mercado y adaptándonos a los cambios y desafíos del sector inmobiliario para asegurar un enfoque a largo plazo en cada proyecto.

¿Qué mensaje quieren transmitir a los inversores y emprendedores que buscan nuevas oportunidades en Latinoamérica?

-Latinoamérica es la verdadera tierra de las oportunidades. Tenemos todos los ingredientes para ser una potencia imparable, pero debemos enfocarnos en el desarrollo económico, social y ambiental de manera equilibrada. Nuestro mensaje es de unidad y enfoque para sacar la región adelante.

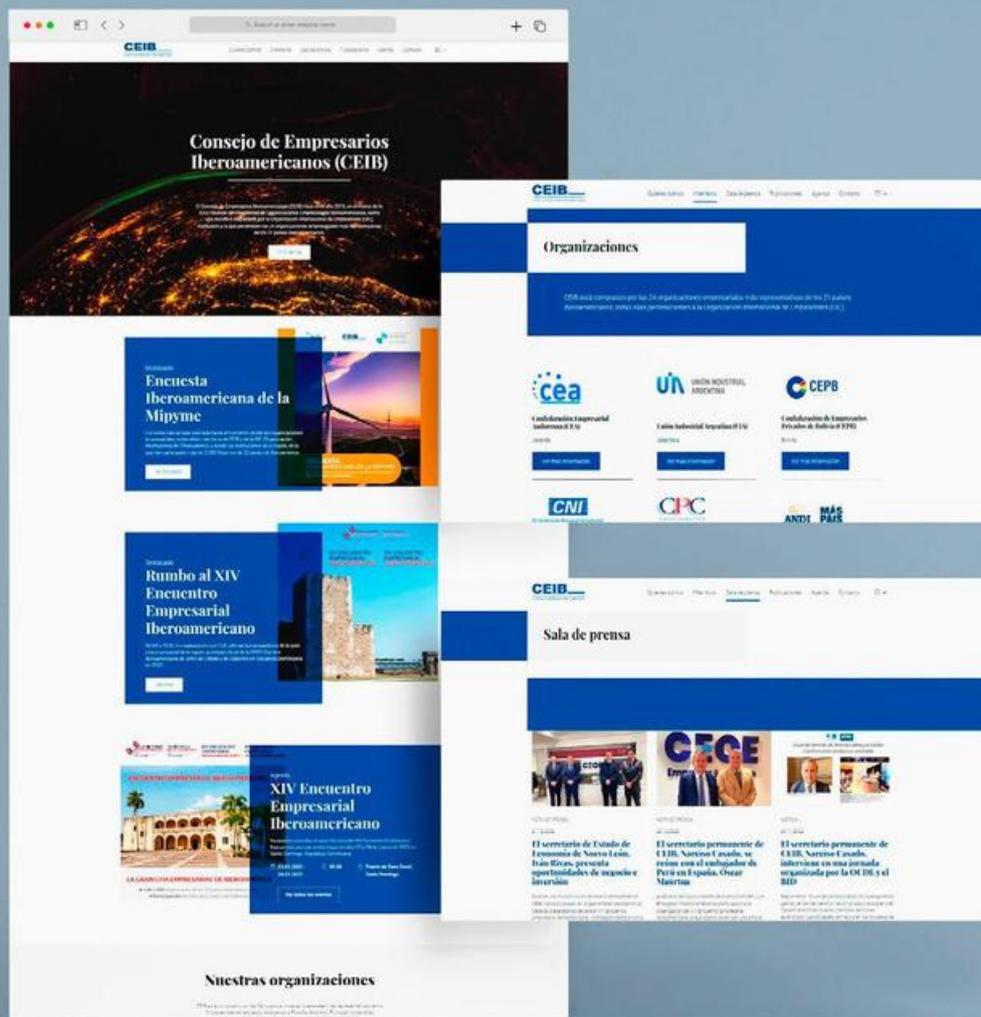
LOKL



CEIB

CONSEJO DE EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS
CONSELHO DE EMPRESÁRIOS IBERO-AMERICANOS

¡Recuerda visitar nuestra web!



www.ceib.info

Cumbres Iberoamericanas - Publicaciones e Informes - Agenda de eventos
Foros y Seminarios - Actualidad de nuestra organización



LIDERAZGO

ECONOMÍA

IMPULSANDO EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN IBEROAMÉRICA Y MÉXICO



Por Matías Fernández, Presidente de la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios - FIJE

Como Presidente de la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios - FIJE, mi convicción es clara: la excelencia empresarial no es solo un logro, es una misión. Se trata de crear oportunidades, empleos y soluciones innovadoras que expandan los horizontes de cada individuo hacia su máximo potencial. No se trata simplemente de recibir, sino de crear con visión y esfuerzo conjunto.



El pasado 19 de abril, tuvimos el honor de orquestar un evento trascendental en el Senado de la República Mexicana, con la colaboración del visionario **Senador Israel Zamora** y el influyente **Secretario de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, Fadlala Akabani**. El propósito fue claro: catalizar la relocalización (Offshoring y Nearshoring) de las MiPyMEs. México, como epicentro de esta iniciativa, se encuentra en una posición privilegiada para liderar este movimiento.

Quiero resaltar el vasto potencial de LATAM en el panorama empresarial global. Nuestra región rebosa talento, creatividad y oportunidades sin límites. Juntos, podemos forjar un futuro próspero y sostenible para todos.

El evento **"Innovación y Oportunidad: Impulsando la Relocalización Empresarial en México"**, congregó a más de 180 mentes ávidas de progreso, creando un escenario dinámico de intercambio y aprendizaje.

Exploramos el poder transformador de la innovación en la relocalización empresarial en México. Desde estrategias de inversión hasta políticas gubernamentales, cada tema abordado resonó con la promesa de un futuro empresarial más vibrante y competitivo.

Inauguración por las Autoridades: "Representante del Secretario de Desarrollo Económico de la Ciudad de México **Fadlala Akabani**, Representante del Senador **Israel Zamora**, Presidente de la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios, **Matías Fernández**, Presidente del Consejo Coordinador Empresarial del Estado de México **Germán Jalil Hernández**, Vicepresidenta Institucional de FIJE **Anabel Martínez**, Presidente del CCEM **Jóven Heberto Cano**."

Objetivo: El evento estuvo diseñado para explorar y discutir las oportunidades y

desafíos asociados con la relocalización empresarial en México, con un enfoque especial en cómo la innovación puede ser un motor clave para impulsar este proceso. La relocalización empresarial es un tema de creciente importancia en el panorama económico mundial, y México se encuentra en una posición única para capitalizar esta tendencia. La intención del evento es que expertos en economía, negocios y políticas públicas compartan sus conocimientos y experiencias sobre cómo las empresas pueden aprovechar las oportunidades de relocalización en México, así como los beneficios que esto puede traer para la economía del país. Además, exploraremos cómo la innovación en tecnología, procesos y modelos de negocio puede jugar un papel fundamental en este proceso. Desde la digitalización hasta la sostenibilidad, la innovación puede ser un catalizador para mejorar la competitividad de las empresas mexicanas y atraer inversiones extranjeras.

Participación Estelar de Líderes Destacados: **Karen Scarpetta**, CEO de WeWork LATAM; el Senador **Rogelio Márquez** por Quintana Roo; **Anna Cristina Baez Leyva**, del equipo de **Alehira Orozco** de Mercado Libre; **Eric Rossati**, ex VP de Docusign; **Anabel Martínez**, Vicepresidenta Institucional de FIJE; **Luis Tulio Perasollo**, Fundador de GeoDot y Director de IT Bee Works, entre otros grandes empresarios destacados de México. Sus contribuciones fueron verdaderamente inspiradoras y reflejan el espíritu de colaboración que impulsa nuestra comunidad empresarial.

Y cerramos con la Firma de Punto de acuerdo para Emprendedores de Universidades KESCUL

Agradecemos profundamente a todos los participantes por convertir este evento en un crisol de inspiración y colaboración. Sigamos impulsando la innovación juntos, creando oportunidades para un México próspero y competitivo. ¡El futuro nos espera, y juntos lo construiremos con determinación y visión!

MEXSHORING: México, EPICENTRO DE LA RELOCALIZACIÓN

**POR FADLALA AKABANI,
SECRETARIO DE DESARROLLO
ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE
México**

La economía mundial atraviesa por una profunda reestructuración. Las empresas globales están explorando territorios para instalar líneas de producción lo más cerca posible de sus mercados de consumo. Buscan acortar la cadena de suministro y minimizar interrupciones, sobre todo a partir de las experiencias de la pandemia y los conflictos geopolíticos recientes.

Para tomar una decisión de ubicación, las empresas consideran tres factores: 1) Costos competitivos (en mano de obra, arrendamiento y servicios); 2) Ventajas comerciales (tratados e incentivos), y 3) Proximidad geográfica (a consumidores y proveedores). México es privilegiado al ofrecer los tres, por lo que cada vez son más las empresas que lo reconocen y lo eligen como destino de su inversión. Es así como estamos atestiguando el surgimiento del fenómeno del Mexshoring.

Con mayor frecuencia he escuchado este término en reuniones empresariales, en conferencias y en medios de comunicación. El Mexshoring pone en el centro de la reconfiguración de las cadenas globales de valor a México y su singular coyuntura económica. El término hace referencia a la relocalización de empresas en México a partir de tres tendencias económicas: el nearshoring (la llegada de activos productivos de empresas, sobre todo asiáticas a Norteamérica), el reshoring (el regreso de activos productivos de empresas occidentales a Norteamérica), y el offshoring (la salida de operaciones de manufactura ubicadas en EU. Cada uno de estos conceptos está transformando el panorama empresarial internacional, se diferencian por el origen de la relocalización, pero tienen en común que México es el país de destino.

El Mexshoring es impulsado por razones geopolíticas. La guerra en Europa y en Oriente Medio, al igual que las tensiones comerciales entre EU y China juegan un papel importante en la reconfiguración del comercio global. También factores como el aumento en el costo de la mano de obra en China, la renegociación del TLC, y la pandemia de covid-19 han influido en las decisiones de inversión de las empresas. De forma complementaria, la economía mexicana está más estable que nunca, brindando confianza y certidumbre a las empresas en un mundo plagado de inestabilidad económica, política y social.

consumo. Algunos indicadores que dan cuenta de la estabilidad macroeconómica de México en 2023 incluyen: un crecimiento económico superior a 3% a nivel nacional y más de 4% en la Ciudad de México; un índice de inversión fija bruta récord en 122 unidades; exportaciones en máximos históricos con más de 500 mil millones de

dólares y ya somos el socio comercial #1 de EU; la mayor cifra de IED captada en una década con más de 36 mil mdd el año pasado; la tasa de desempleo a 2.6%, su nivel más bajo en 18 años; la reducción de la pobreza multidimensional de 42% a 36% de la población; monto récord de utilidades de los bancos y de crédito para empresas y personas; y 13% de apreciación del tipo de cambio del peso frente al dólar.

Este contexto favorable para la inversión en México presenta oportunidades únicas para el desarrollo económico del país. Así lo reconoció la Asociación de Bancos de México en su última Convención Bancaria, donde destacó que la relocalización podría representar anualmente 10 mil millones de dólares adicionales de IED y hasta 35 mil mdd adicionales en exportaciones, con lo que el PIB de México podría crecer 1.7% en los próximos cuatro años. De hecho, el Mexshoring ya es una realidad, pues sólo en los primeros cuatro meses de este año la Secretaría de Economía ha identificado al menos 93 anuncios de inversión por 36 mil 153 mdd, cifra que superaría el monto de IED de todo el año pasado. Estas inversiones representan una generación de casi 50 mil nuevos empleos en sectores como el automotriz, bebidas, acero y electrónicos en todo el territorio nacional.

Finalmente, para la CDMX, el Mexshoring representa la oportunidad de consolidar su posición como el destino más atractivo para la inversión por parte de empresas que requieren de talento, infraestructura, conectividad, y proveedores competitivos. La ciudad se erige como la puerta de entrada al país y la principal sede para oficinas corporativas, centros de innovación y de distribución. Por ejemplo, desde 2019, la zona industrial de Vallejo ha captado más de 20 mil millones de pesos de inversión en centros logísticos y de investigación y desarrollo. Pero el alcance de la Ciudad de México puede ser no sólo nacional, sino continental, ya que está siendo considerada por empresas globales asiáticas y europeas como el puente natural para hacer negocios entre América del Norte, América Central y América del Sur. Tenemos la oportunidad de consolidarnos como un hub logístico, de diseño y operaciones corporativas para todas las Américas.



COLABORANDO HACIA EL FUTURO: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS DEL NEARSHORING EN MÉXICO

Por Karen Scarpetta, CEO
WeWork Hispanoamérica

Un tema de creciente importancia en el panorama económico mundial es el de las oportunidades y los desafíos asociados con la relocalización empresarial. Hoy en día, no hay en el mundo país con mejor oportunidad para aprovechar del nearshoring que México; prueba de ello, es que durante los primeros nueve meses del 2023, los sectores relacionados con relocalización recibieron 47% más de inversión extranjera directa que lo observado en el mismo periodo al 2022, mostrando un mejor desempeño que el resto de los sectores económicos.

Si bien, esto es una excelente noticia, según la Asociación de Empresarios Mexicanos, la relocalización de las empresas es un fenómeno que ocurrirá con el tiempo, ante esta perspectiva, surge una pregunta fundamental: ¿qué se requiere para estar preparados si queremos aprovechar de la mejor manera este suceso?

Entre otras variables políticas y sociales, la respuesta implica en primera instancia una planeación estratégica basada en las necesidades de una economía moderna, así como la inversión en sectores estratégicos para alcanzar un mercado energético más eficiente, elementos sin los cuales la integración regional se volverá un objetivo difícil de lograr.

Por otro lado, hay que hablar de la atención a la demanda de espacios industriales, que, según la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, aumentó 42% en 2022 con respecto al 2021. Aunque existen parques industriales suficientes en México, la elección del más adecuado dependerá de las necesidades y preferencias de cada empresa.

También, es importante considerar que los estímulos fiscales que impulsa el gobierno federal para atraer empresas por el nearshoring podrían generar inversiones sumamente relevantes para el país, que, en conjunto con la agilización de procesos resultan fundamentales. Hoy una empresa puede tardar más de 8 meses en ubicarse en el país, por ello, debemos contar con procesos que agilicen su estancia y brindar soluciones a la medida.

DIGITALIZACIÓN DE LAS PYMES, PROCESOS E IA

A nivel local es crucial considerar el valor que las Pymes pueden generar con el nearshoring, garantizando procesos para que puedan beneficiarse del fenómeno.

El primer factor para el éxito de las Pymes en el nearshoring, será la digitalización de procesos. La inversión en tecnología y la adopción de prácticas digitales mejoran la eficiencia operativa y permiten a las empresas mexicanas competir en un entorno global. En este sentido, la adopción de la tecnología es clave y, aunque durante el 2022 las empresas nacionales incrementaron su desarrollo digital en 7% con respecto al año previo, todavía hay obstáculos en el camino.

Recientemente WeWork, en colaboración con PageGroup, realizamos el estudio 'Retos y perspectivas del trabajo', donde se revelan las tendencias emergentes en los modelos laborales en México y Latinoamérica. En 2023, la tendencia más discutida fue el uso de la Inteligencia Artificial. En México 48% de los encuestados afirmaron que ya utilizan IA en su vida diaria, 28% no lo hace por falta de conocimiento y 24% afirma que no lo considera necesario.

La Inteligencia artificial para pymes será fundamental en tecnologías basadas en la recolección, tratamiento y aprendizaje a partir de datos, para después, tener una toma de decisiones de forma autónoma. Los cambios que la industria ha experimentado en respuesta a estas nuevas dinámicas laborales son impactantes, se están redefiniendo estas nuevas perspectivas.

De la misma manera, el financiamiento y políticas públicas son factores requeridos para atraer las inversiones a México pues garantizan la disminución de costos logísticos y de producción, acompañados de una certeza jurídica y facilidades financieras. México es el país mejor posicionado de América Latina para capitalizar el nearshoring, sin embargo, el ecosistema empresarial del país no está del todo preparado, sobre todo las micro, pequeñas y medianas empresas.

Los avances tecnológicos y el deseo de las nuevas generaciones han impulsado el surgimiento de formatos que fomentan la interacción social; factor clave en la evolución de la industria respecto a las nuevas dinámicas laborales. Por otro lado, en un mundo donde las prioridades laborales constantemente se transforman, resulta esencial que las empresas no solo reconozcan estos cambios, sino que también se distingan de su competencia.

The logo for WeWork, featuring the word "wework" in a lowercase, white, sans-serif font. The letters are bold and closely spaced, with a slight shadow effect against the dark background.



ESPACIOS FLEXIBLES DE TRABAJO, UN ALIADO PARA LAS EMPRESAS QUE BUSCAN TENER UN MAYOR PROVECHO ANTE EL NEARSHORING

¿Cómo estos espacios pueden garantizar el ingreso de estos nuevos negocios en el mercado? Los espacios de trabajo flexibles son una opción atractiva para los profesionales que buscan una solución económica que se adapte a sus necesidades en comparación con las oficinas tradicionales.

Las propiedades comerciales son el activo menos líquido de cualquier empresa, por lo que el cambio de modelo económico está obligando a una adopción rápida de nuevas estrategias de competitividad, y dichos cambios se han llevado a cabo en un tiempo relativamente corto.

Es aquí donde entra en escena **una opción innovadora** como WeWork, para abordar los innumerables problemas que una empresa puede enfrentar en periodos de crecimiento sin precedentes o épocas de incertidumbre. En materia de desarrollo e internacionalización de las PyMes, este fenómeno beneficiaría a las empresas mexicanas, siempre y cuando se les ayude a que transiten con **capacitación e inversión**.

Por otro lado, el estudio antes citado, nos da una perspectiva muy valiosa acerca de las **grandes tendencias en México para los próximos años** y la importancia de los colaborativos de trabajo, donde destaca el crecimiento de los denominados "nómadas digitales" así como el desarrollo de líderes en esquemas híbridos, en el que el 79% de los encuestados dice ser más productivos.

Además, **el 60% de los mexicanos han desplazado sus prioridades**, buscando un equilibrio más holístico y valorando más el bienestar y la calidad de vida. La flexibilidad y autonomía a los empleados para decidir cómo, dónde y cuándo llevar a cabo su trabajo, no sólo beneficia a las personas, también puede mejorar la productividad general en las empresas.

Este cambio debe ser gestionado mediante un trabajo en conjunto entre la iniciativa privada, el gobierno y las grandes empresas; acelerar la capacidad de adaptación de esas empresas y que puedan convertirse en proveedores de los tier 1 y de los fabricantes de equipo original. Aliados como la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios, gobernación y nosotros como empresas líderes en el sector, debemos unir esfuerzos para poder agilizar su preparación.

Es así como observamos que el nearshoring traerá consigo una serie de beneficios financieros y de desarrollo humano en el país, y al mismo tiempo, será un factor importante en la transformación de la forma en que nos relacionamos con el trabajo, sus formatos y sus impactos en el entorno

En WeWork estamos comprometidos a seguir siendo un catalizador para el cambio positivo en el mundo laboral. Nuestra visión de crear espacios inspiradores donde las personas puedan reunirse para hacer el mejor trabajo posible sigue guiando cada una de nuestras acciones.



ACERCA DE WEWORK

WeWork es el líder mundial en espacios flexibles que brinda a las empresas de todos los tamaños el espacio, la comunidad y los servicios que necesitan para administrar y hacer crecer su negocio. Con más de 800 ubicaciones, en 151 ciudades y 38 países de todo el mundo, WeWork ofrece soluciones de espacio flexible a sus 490.000 miembros en todo el mundo.

ACERCA DE WEWORK MÉXICO

Como pionero y líder en espacios de trabajo flexibles, WeWork contribuye significativamente a la transformación del entorno laboral en el país. WeWork ha estado presente en México desde 2016 y, a partir de 2021, forma parte de WeWork Latam, una entidad operada independiente de WeWork Global. La empresa cuenta con 25 edificios distribuidos en 3 ciudades estratégicas: 15 en la Ciudad de México, 6 en Monterrey y 4 en Guadalajara, con más de 32,500 miembros con membresías activas.

Impulsando la Reubicación Empresarial en México:

EL PAPEL DE LA INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

ERIC ROSSATI

Introducción:

Concepto de reubicación empresarial y su importancia para la economía mexicana. Soy brasileño y vivo en México desde hace seis años, acercándome al séptimo. He trabajado en tres compañías multinacionales con posiciones regionales que abarcan desde México hasta Latinoamérica y puedo afirmar que México tiene un gran potencial debido a varios aspectos. La reubicación de empresas es más que simplemente decidir dónde colocar la oficina o el head quarter de LATAM, basándose en costos o preferencias personales; hoy en día, representa una estrategia que ofrece ventajas competitivas. En México, además de la estratégica posición geográfica como frontera con los EE.UU., el mayor mercado del mundo, también contamos con beneficios fiscales, infraestructura de primer mundo, un tratado de libre comercio con EE.UU. y Canadá, y una fuerza laboral muy diversificada y cualificada

formada en algunas de las mejores escuelas y universidades del mundo como ITSM, Tec de Monterrey, Anahuac y UNAM.

Como extranjero, percibo una significativa atracción por talentos internacionales, muchos líderes de empresas aquí son extranjeros, y personalmente no experimento discriminación en el mercado laboral, tanto en factores cuantitativos como cualitativos.

El evento al que asistí el último día 19 de abril amplió mi reflexión sobre el papel de la innovación y tecnología y cómo debemos aprovechar estos elementos. Veo con optimismo el potencial de México para liderar el bloque latinoamericano e impulsar la revolución para que Latinoamérica sea reconocida como un bloque fuerte a través de la innovación.

La Necesidad de Innovación y Tecnología en México y Latinoamérica:

La tecnología ha trascendido el nicho de gerentes de TI, CIOs o técnicos. Actualmente, es fundamental en todas las áreas de negocios. Los stakeholders, como directores de ventas, de supply chain, de marketing, HR y CFOs, dependen de la tecnología para aumentar la eficiencia, incrementar las ventas y maximizar los beneficios. La clave es ver la tecnología como una aliada y maximizar su potencial mediante la automatización, haciendo las operaciones más eficientes. En México, tenemos ejemplos notables de empresas que utilizan la tecnología para mejorar la personalización de la experiencia del cliente. El español, siendo el cuarto idioma más hablado del mundo, con más de 450 millones de hablantes nativos y sumando más de 120 millones de hablantes de segunda lengua, es un recurso valioso que México puede y debe aprovechar para la reubicación de empresas, concentrando startups estadounidenses y atrayendo PYMEs y startups latinoamericanas a México, dado que es un mercado enorme, siendo el segundo país en PIB de Latinoamérica, solo superado por Brasil que no trae la ventaja geográfica y tampoco hablan español nativo.



La Inteligencia Artificial me dejará sin trabajo?

Muchos hemos escuchado que la inteligencia artificial reemplazará los trabajos humanos. Leí un artículo hace algunos meses que narraba la experiencia de una persona que trabajó en Ford en EE.UU. durante los años 70 y 80 y fue reemplazada por una computadora después de 20 años de servicio. Esto puede parecer similar a la historia de la IA, pero ¿qué sucedió realmente? Los empleos no desaparecieron con la llegada de los computadores personales y la automatización de procesos que antes eran completamente manuales. La gente tuvo que adaptarse, aprender a usar el computador no como desarrolladores, sino como usuarios de aplicaciones que hoy regulan el día a día de las organizaciones y de profesionales independientes. La IA, ya una gran aliada, debe ayudarnos a ser más eficientes, rápidos y menos propensos a errores. La nueva generación debe entender y capacitarse desde ahora para usar inteligentemente los prompts de inteligencia artificial, preparándose para un mercado laboral que no desaparecerá, pero que requerirá nuevas habilidades.

Beneficios Económicos y Estratégicos de la Reubicación en México:



- **Acceso a Incentivos Fiscales y Gubernamentales:** México ofrece una variedad de incentivos para empresas que se reubican, incluyendo reducciones fiscales, subsidios para entrenamiento de empleados y facilidades en procesos de importación y exportación, reduciendo significativamente los costos operacionales y mejorando la rentabilidad.
- **Proximidad con Mercados Clave:** Reubicar operaciones en México puede posicionar a las empresas más cerca de EE.UU. y Canadá, facilitando el acceso a estos mercados debido a acuerdos comerciales como el USMCA, que reducen tarifas y barreras comerciales.
- **Costos de Producción Competitivos:** México ofrece costos de mano de obra más bajos comparados con muchos países desarrollados, sin sacrificar la calidad, lo cual es particularmente atractivo para industrias intensivas en mano de obra como la manufactura y montaje.
- **Cadenas de Suministros Robustas y Diversificadas:** El país cuenta con una cadena de suministros bien desarrollada en varios sectores, permitiendo que las empresas reduzcan el tiempo y coste de producción y logística.

Ejemplos de Éxito:

- **Industria Automotriz:** Empresas como BMW y Toyota recientemente han invertido miles de millones en la apertura de nuevas plantas de producción en México, movimientos motivados por la reducción de costos debido a la mano de obra más barata y la ubicación geográfica privilegiada que facilitó la logística, proporcionando más velocidad y reducción de costos.
- **Tecnología y Electrónicos:** Intel anunció recientemente inversiones para expandir su operación de desarrollo de hardware en México, generando más empleos y demanda por profesionales cualificados.
- **Aeroespacial:** Bombardier Aerospace expandió sus operaciones en México, estableciendo una fábrica en Querétaro. La región ofrece un clúster aeroespacial con acceso a proveedores locales cualificados y proximidad a importantes mercados aeroespaciales en Estados Unidos.
- **Sector de Servicios y TI:** IBM y Accenture son ejemplos de empresas que han expandido significativamente sus centros de servicios compartidos y de TI en México, beneficiándose de costos operacionales reducidos y acceso a un gran grupo de talentos técnicos fluidos en inglés y español.

Capacitación y Desarrollo Profesional:

Sin duda, tendremos muchos más casos y empresas aumentando sus operaciones en tierras mexicanas, lo cual aumentará la demanda por mano de obra cualificada. La oportunidad está aquí y lo que tenemos que hacer es estar preparados. Preparar a esta generación que está entrando al mercado laboral, capacitándola en herramientas y tecnologías que serán el motor del crecimiento de México, ayudará a la economía del país y también a evitar la salida de estos jóvenes a otros países, como ha sucedido con nuestros mejores talentos que están trabajando en países vecinos como EE.UU.

Sin duda, México está en una posición muy privilegiada y, aliado a la tecnología que ya tenemos, podemos estar mucho más adelante de lo que estamos hoy, siendo motores de esta innovación y liderando este bloque latinoamericano en la carrera global. La tecnología no va a reemplazar al ser humano; la IA será nuestra gran aliada. Digitalizar los procesos de las empresas de todos los tamaños es la manera de ser eficientes, rápidos y personalizar cada vez más la experiencia del usuario de tecnología.

¿Qué piensan ustedes? ¿Cómo ven la IA para el futuro? ¿Tienen miedo de ella? ¿Creen que realmente puede robar su trabajo o será nuestro aliado y una de las principales herramientas? Envíen sus comentarios y transformemos este artículo en algo vivo y enriquecedor, trayendo nuestras experiencias.

México en el foro Global de ST GALLEN en Suiza

Por Karla Huerta Valdez

Recientemente tuve el privilegio de representar a México en el prestigioso y visionario foro para jóvenes empresarios, celebrado en la Universidad de St. Gallen, Suiza. Este evento anual, que reúne a mentes brillantes y líderes empresariales de renombre mundial, como Caspar Coppetti, cofundador de la marca ON, y figuras globales como Jonas Kjellberg, Matthias Tauber y Alexandra Wudel, sirve como un crisol de ideas, innovación y oportunidades para el futuro de los negocios en un contexto globalizado.

La participación en este foro trascendental no solo constituye un honor personal, sino que también representa un compromiso firme con el desarrollo y la proyección internacional de México en el ámbito empresarial. Durante mi estancia en St. Gallen, tuve la oportunidad de sumergirme en un ambiente de aprendizaje colaborativo, donde la diversidad de perspectivas y experiencias enriqueció profundamente mi visión como empresaria mexicana.

Uno de los aspectos más impactantes de mi participación fue la capacidad de establecer conexiones significativas con líderes y emprendedores de diversos países y sectores industriales. Estas interacciones no solo ampliaron mi red de contactos profesionales, sino que también me brindaron una perspectiva más amplia sobre las tendencias emergentes y las mejores prácticas en el panorama empresarial global.

Además, el foro proporcionó una plataforma invaluable para compartir experiencias y desafíos con otros empresarios mexicanos y extranjeros. Este intercambio de



conocimientos y vivencias no solo fortaleció mi sentido de comunidad dentro de la red empresarial mexicana, sino que también generó un ambiente propicio para la colaboración y la co-creación de soluciones innovadoras para los desafíos comunes que enfrentamos en nuestros respectivos mercados.

Como representante de México en este foro de alcance mundial, asumo con orgullo la responsabilidad de ser una voz que promueva la excelencia y el espíritu emprendedor de nuestro país. Mi objetivo es inspirar a más empresarios mexicanos a buscar oportunidades similares de desarrollo y crecimiento en el ámbito internacional, reconociendo el valor estratégico de la colaboración y el intercambio de conocimientos en la era de la globalización.



Es fundamental reconocer que la participación en eventos como el foro de St. Gallen no solo beneficia a los individuos que asisten, sino que también tiene un impacto significativo en el posicionamiento y la reputación de México en la escena empresarial global. Cada empresario mexicano que se embarca en esta experiencia contribuye no solo a su propio crecimiento profesional, sino también al avance colectivo de nuestra nación en la economía mundial.

En este sentido, invito a todos los empresarios mexicanos comprometidos con la excelencia y la innovación a considerar la posibilidad de representar a nuestro país en futuras ediciones de eventos internacionales de esta índole. Si estás interesado en ser parte de esta experiencia transformadora y deseas explorar la posibilidad de convertirte en un delegado mexicano en futuros foros globales, te animo a que envíes tu currículum vitae a khuerta@apb.mx. Juntos, podemos contribuir al fortalecimiento y la proyección de México como un actor clave en el escenario empresarial global.

CARMEN ABONDANO DE DÁVILA

FORJANDO UN LEGADO DE ÉXITO Y
COMPROMISO EN EL CARIBE COLOMBIANO

GRUPO DAABON

En el panorama empresarial de Colombia, donde la resiliencia y la innovación son esenciales, emerge Carmen Abondano de Dávila como una figura emblemática. Su influencia en el sector agroindustrial y su compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo social la han catapultado hacia el reconocimiento y la admiración de muchos. Nacida en Santa Marta, en la costa norte de Colombia, Carmen Abondano de Dávila ha sido una fuerza impulsora detrás del crecimiento y la diversificación del Grupo Daabon, uno de los conglomerados agroindustriales más destacados del país. Junto a su difunto esposo, Alberto Dávila Díaz Granados, fundó Daabon en los años 80, estableciendo una empresa que hoy lidera la producción mundial de ingredientes orgánicos.

El Grupo Daabon, cuyo nombre honra las iniciales de la familia Dávila Abondano, ha expandido su influencia globalmente, operando en cuatro continentes y 30 países. Desde los cultivos de palma orgánica en Magdalena, la empresa produce glicerina, utilizada en productos tan reconocidos como el jabón Buckingham. Bajo su liderazgo, Daabon se ha integrado verticalmente, asegurando la calidad de sus productos desde el cultivo hasta el consumidor final.

INNOVACIÓN Y COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

El compromiso de Carmen Abondano con la sostenibilidad se refleja en la firma de Daabon del "The Climate Pledge" en 2020, una iniciativa global para alcanzar emisiones netas de carbono cero para 2040. Este compromiso sitúa a Daabon a la vanguardia de la agricultura limpia, una tendencia esencial en el consumo mundial actual.

Tras la prematura muerte de Alberto Dávila en 2015, Carmen asumió la presidencia de la junta directiva del Grupo Daabon, guiando a la empresa junto a sus hijos: Rosa Paulina, Alberto Pío, Manuel Julián, Alfonso y Juan Carlos, quienes ocupan posiciones clave en la organización. Su liderazgo ha sido fundamental en la expansión de la empresa hacia nuevos mercados y productos, incluyendo la miel, el aguacate hass y una planta de margarinas.

Carmen también ha dejado una huella significativa en el ámbito educativo y cultural. Es cofundadora y Presidenta del Consejo Superior del Colegio Bilingüe de Santa Marta, miembro del Consejo Superior de la Universidad Sergio Arboleda en Santa Marta y Barranquilla, y parte de la Junta del Museo Bolivariano de Santa Marta. Recientemente, se convirtió en la primera mujer en presidir la Junta Directiva del Club Santa Marta en sus 108 años de historia, un testimonio de su liderazgo pionero.

Más allá de su éxito empresarial, Carmen Abondano es una madre de cinco hijos, abuela de 18 nietos y bisabuela de 10 bisnietos, demostrando un equilibrio admirable entre su vida personal y profesional. Su compromiso con la comunidad es evidente en su papel como Presidenta de Gestión Social del Grupo Daabon, impulsando diversas iniciativas sociales.

El reconocimiento de Carmen Abondano de Dávila no solo celebra sus logros, sino que también resalta su influencia en la región Caribe y su capacidad para inspirar a futuras generaciones de mujeres líderes. Su trayectoria es un testimonio del poder del trabajo duro, la visión y el compromiso con el bien común.

En su continua búsqueda por compartir conocimientos y experiencias, Carmen Abondano participará próximamente como speaker en el Congreso CEAPI 2024. Este evento, que se llevará a cabo del 17 al 19 de junio en Cartagena de Indias, Colombia, siendo uno de los más importantes encuentros empresariales de la región iberoamericana. Allí se reúnen los principales líderes institucionales y presidentes de compañías, familias empresarias, inversores y family offices de España y Latinoamérica.



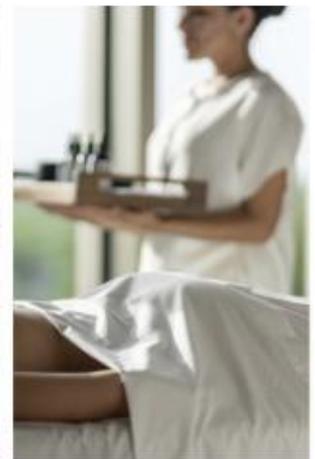


Nueva apertura: SHA México

La marca pionera de bienestar inaugura su primer centro en el Caribe mexicano, en lo que supone el primer paso en su ambicioso plan de contar con un SHA en cada continente

31 enero 2024 - Como parte de la primera fase de sus planes de expansión mundial, la marca pionera de bienestar SHA ha inaugurado su muy esperado centro en México. Tomando como referencia el éxito de su clásica insignia en España, esta expansión pretende satisfacer la necesidad de los clientes de priorizar la salud y el bienestar en todos los ámbitos de su vida, tanto profesional como personal. SHA México se encuentra en el estado de Quintana Roo, en la región oriental de la península de Yucatán. En 2026, SHA preve abrir un nuevo centro en Emiratos Árabes.

SHA Wellness Clinic inicia el año como ganador del premio "Vive tu mejor vida" de los Conde Nast Traveller Spa and Wellness Awards 2024. La victoria de SHA Wellness Clinic subraya su dedicación a fomentar experiencias de bienestar transformadoras que permitan a las personas vivir más y mejor. El innovador enfoque de la salud de SHA, que combina métodos holísticos e integrales, ha sido desarrollado y supervisado por expertos de renombre mundial y es lo que les distingue como líderes del sector mundial del bienestar.



El centro y el diseño

SHA México encarna los compromisos de la marca con la salud y el bienestar en un imponente edificio, inspirado en el genoma humano, que se eleva sobre la selva maya. El insigne estudio de arquitectura mexicano Sordo Madaleno y el prestigioso diseñador de interiores Alejandro Escudero diseñaron el centro, en el que interior y exterior se fusionan de forma orgánica, sostenible y contemporánea. El impacto medioambiental del centro será mínimo gracias a la cuidadosa selección de materiales naturales, como cerámica mexicana, mimbre, materiales textiles autóctonos y mármol, además del uso de energías renovables. Maat Handasa diseñó los frondosos jardines tropicales de la clínica, respetando las especies autóctonas. SHA México dispone de playa privada de arena blanca y se encuentra frente al mayor arrecife de coral del hemisferio norte, un ecosistema marino poblado de especies protegidas. El complejo albergará 35 residencias y 100 habitaciones y suites Oceanfront, con terrazas privadas que ofrecen unas vistas panorámicas a las aguas turquesas del mar Caribe e incluyen lujosos baños equipados con duchas con efecto lluvia.

El concepto

Cada programa de salud se diseñara para satisfacer las necesidades y los objetivos de los huéspedes a través de nueve disciplinas clave: nutrición saludable, medicina preventiva y wellageing, medicina holística, estimulación cognitiva, diagnóstico preventivo avanzado, bienestar y equilibrio interior, rendimiento físico y Healthy Living Academy. Todas estas disciplinas se combinan para conformar el que se conoce como “Me todo SHA”.

Los huéspedes podrán elegir entre cinco programas de salud personalizados, similares a los que se ofrecen en el centro de SHA España y cuya duración se prolongara entre cuatro y 21 días. Como no podía ser de otra forma, reconocidos

profesionales y expertos dirigirán estos programas en ámbitos específicos que repercuten en la salud y el bienestar: Rebalance & Energise, Detox & Optimal Weight, Intensive Detox & Optimal Weight, Well-Ageing & Prevention y Leader’s Performance.

“Me entusiasma ser testigo de la realización de nuestra visión con la apertura de SHA Wellness Clinic en México, que abre un nuevo capítulo en la salud integrativa y el bienestar. Nuestro compromiso con las experiencias de salud transformadoras y un servicio de hostelería excelente se extiende ahora al corazón de México, desde donde invitamos a que las personas emprendan un viaje de autodescubrimiento y salud plena. No se trata tan solo de una inauguración: es una celebración de una armoniosa combinación de naturaleza, ciencia y lujo con la creación de un santuario donde el equilibrio no solo se alcanza, sino que también se acoge”, sentencio Alejandro Bataller, vicepresidente y director de marketing de AB Living, el grupo que posee y opera SHA.

La expansión

El Grupo AB Living ha sido el encargado de desarrollar este meticuloso programa de expansión. La decisión de trasladarse a México se adoptó tras un análisis exhaustivo de distintas ubicaciones, así como su clima y entorno circundante, junto con la conectividad y el acceso a recursos clínicos. En esta nueva aventura, SHA Wellness Clinic proseguirá con la promoción de su galardonado concepto, redefiniendo el bienestar integrado y transformador en todo el mundo.

Para más información

contacte con:

mlobete@shawellness.com



SHA Wellness Clinic

Es una clínica de bienestar pionera en España, México (apertura en 2024) y EAU (apertura en 2026) cuya misión es ayudar a las personas a vivir más y mejor a través de un enfoque holístico e integral de la salud. El Me todo SHA, desarrollado y supervisado por expertos de renombre mundial, integra los tratamientos más vanguardistas de la medicina científica —especialmente en los campos preventivo, genético y antienvjecimiento— con las terapias naturales más eficaces, centrándose especialmente en la nutricio n altamente terapéutica. Para satisfacer las necesidades y objetivos de bienestar de cada persona, SHA ofrece diferentes programas de salud personalizados y cuidadosamente adaptados a cada huésped a su llegada, siempre tras evaluaciones médicas y terapéuticas de manos de expertos. SHA es una experiencia vital que marca un antes y un después, donde la salud se entiende no solo como la ausencia de enfermedad, sino como un estado óptimo de completo bienestar físico, mental y espiritual en armonía con el entorno, su peso ideal y una gran vitalidad. SHA Wellness ha recibido docenas de premios internacionales y se ha ganado una merecida reputación como líder mundial en salud y bienestar. AB Living AB Living es un grupo empresarial especializado en Health & Wellbeing, Luxury Hospitality y Premium Properties priorizando la excelencia, el diseño y la sostenibilidad en cada uno de sus proyectos.

AB Living

Presta sus servicios a través de tres divisiones: AB Wellbeing con innovadores centros de bienestar que logran producir un cambio positivo en la salud de las personas; AB Hospitality, que desarrolla propiedades icónicas en plena naturaleza, creadas en colaboración con prestigiosas marcas hoteleras para hacer que su tiempo libre sea relevante, y AB Properties, especializada en conjuntos residenciales integrados en entornos privilegiados con un cuidado exquisito de cada detalle.

G20 YEA SUMMIT

A OPORTUNIDADE PARA O EMPREENDEDORISMO DA AMÉRICA LATINA

A CÚPULA G20 PARA A AMÉRICA LATINA

Este ano, a América Latina preside pela terceira vez o encontro internacional das 20 maiores potências mundiais, o G20. Tendo presidido as Cúpulas de 2012, no México, e 2018, na Argentina, a América Latina agora é representada como sede pelo Brasil, neste ano de 2024.

Dada a sua natureza global e a representatividade restrita de países latino-americanos, cada ocasião para hospedar esses encontros é de suma importância e deve ser plenamente aproveitada. Este cenário oferece à América Latina uma oportunidade ímpar para consolidar sua

influência como um ator global proeminente, enquanto fortalece seus laços diplomáticos e reforça seu papel na resolução de desafios de alcance mundial. Mais do que isso, proporciona uma plataforma para deliberar e promover soluções conjuntas para os problemas mais prementes que afetam o cenário internacional, abrangendo desde questões econômicas e comerciais até mudanças climáticas e direitos humanos.

Ao assumir o papel de anfitrião da Cúpula deste ano, o Brasil se encontra em posição privilegiada para destacar não apenas suas próprias realizações, recursos naturais e viabilidade econômica, mas também para projetar os êxitos e potencialidades de toda a região latino-americana. Essa oportunidade não só atrairá investimentos e parcerias estratégicas que impulsionam o progresso regional, mas também reforçará o papel protagonista da América Latina, contribuindo assim para a estabilidade e o desenvolvimento sustentável em nível mundial.

O G20 YEA

Enquanto as reuniões da Cúpula do G20 são reservadas aos mais altos representantes governamentais, outras iniciativas visam ampliar a participação da sociedade civil. Uma dessas iniciativas é a Aliança de Jovens Empresários do G20, conhecida como G20 YEA. Esta iniciativa reúne cerca de 500 mil jovens empresários dos países do G20 para explorar oportunidades e discutir os principais desafios enfrentados pelo empreendedorismo das 20 maiores economias.

Seu evento anual, o G20 YEA Summit, é um encontro que antecede a Cúpula do G20, oferecendo uma plataforma para o intercâmbio de ideias e a construção de redes de colaboração entre os líderes empresariais do futuro. Durante o summit, são discutidos temas sensíveis e de relevância para os jovens empresários das nações do G20 para oferecer soluções e alternativas aos líderes do B20 e do G20, a fim de impulsionar mudanças de alcance global. Nesse contexto, utilizam o empreendedorismo jovem como mecanismo capaz de promover a renovação econômica, a geração de empregos, a inovação e o impacto social.

Em 2023, a liderança foi assumida pela Young Indians (Yi), movimento representativo de jovens empresários indianos e parte integrante da Confederação das Indústrias Indianas (CII). Neste ano, a Confederação Nacional de Jovens Empresários (Conaje) lidera o G20 YEA Summit, representando os empresários brasileiros tanto no G20 YEA quanto na Federação Ibero-Americana de Jovens Empresários.

O G20 YEA SUMMIT 2024

O G20 YEA Summit 2024 promete ser um marco no cenário empreendedor internacional. Com o tema "Conectando culturas, promovendo negócios: Construindo um mundo justo e um planeta sustentável", o evento reunirá aproximadamente 600 empresários de renome nacional e internacional.

Agendado para ocorrer de 12 a 14 de junho, no Centro de Convenções de Goiânia, estado de Goiás, localizado na região Centro-Oeste do Brasil, o summit oferecerá uma experiência enriquecedora e diversificada. Além das palestras proferidas por renomados líderes do empreendedorismo global, como Fahad bin Mansour, príncipe da Arábia Saudita, e Alexandre Baldy, Special Advisor da BYD no Brasil, o evento incluirá uma variedade de atividades, desde rodadas de negócios até pitching competition, visitas técnicas e uma sala de networking exclusiva.

Para elevar ainda mais o padrão deste ano, o summit estabeleceu uma colaboração estratégica com a Ciano Investimentos, organizadora do evento Five Ciano, o principal encontro de empreendedorismo no Brasil. Essa parceria promete abrir novas perspectivas e oportunidades para todos os participantes, consolidando o G20 YEA Summit como um catalisador do empreendedorismo global e da inovação sustentável.

CONCLUSÃO

A presidência brasileira no G20 é uma oportunidade valiosa para a América Latina ampliar sua conexão com as principais potências econômicas do mundo. Este é um momento de destaque, onde o centro das discussões internacionais convergem em nossa direção, trazendo consigo líderes globais, a mídia internacional e um interesse renovado de todos os cantos do globo para uma região muitas vezes negligenciada nos debates mundiais. A juventude latino-americana deve abraçar esta oportunidade e demonstrar ao mundo a riqueza e a vitalidade de nossa região. Somos lar de empresários visionários, empenhados em gerar prosperidade e criar oportunidades de trabalho por meio de produtos e serviços inovadores, sustentáveis e que promovem o desenvolvimento e o bem-estar de nossa população. Este é o momento de nos apresentarmos ao mundo, de compartilharmos nossos valores, nossas ambições e nossas conquistas. É hora de assumir o protagonismo e mostrar ao mundo o que a América Latina tem a oferecer

RAHEEM GL, EL CLUB PRIVADO DE NEGOCIOS DE MODA EN ESPAÑA, NUEVA SEDE PARA EUROPA DE FIJE

José Tapias, es economista, fundador y CEO de Raheem GL, el club privado que ha revolucionado las relaciones y los negocios internacionales en Madrid.



Raheem GL, club financiero y de negocios, es referente en España entre empresarios, emprendedores, altos directivos y diplomáticos. Háblenos de la evolución del Club desde su nacimiento hasta hoy en día.

Creé Raheem con la intención de albergar un ecosistema donde nazcan y se reproduzcan las sinergias entre buena gente que se dedica a los negocios. Para ayudar a desarrollar negocio y relaciones de alto valor a españoles y a personas que aterrizan en Madrid desde cuatro continentes buscando nuevos retos; en un entorno cultural, gastronómico y social que les permita ir disfrutando del camino mientras consiguen sus objetivos. También dotarles de despachos para reuniones, con asistente de dirección, servicio de cafetería; todo incluido en una membresía, que les permite reducir al mínimo sus costes de estructura.

En definitiva, las tres principales propuestas de valor del Club son la conexión por afinidad profesional entre nuestros asociados para que desarrollen negocio a nivel global, el apoyo logístico para que dispongan de despachos para sus reuniones en el centro económico y financiero de Madrid sin necesidad de soportar altos costes de estructura al renting oficina propia, y la celebración de eventos culturales, gastronómicos, intelectuales, para que en este ambiente lúdico puedan los socios relacionarse entre ellos.

La sede se encuentra en pleno barrio de Salamanca de Madrid. ¿Por qué esta ubicación? ¿Qué implicaciones tiene para los socios el poder compartir un espacio como este en pleno corazón de la ciudad?

Ocupamos toda la fachada de la última planta del 18 de la calle Goya (esquina con Velázquez). Seis balcones con pequeña terraza para fumadores nos permiten unas lindas vistas a la Plaza de Colón. Para ofrecer un servicio premium a personas y empresas que lo demandan siempre tuve claro lo que dicen los americanos que es imprescindible para un negocio: "location, location, location". Estamos a 100 metros de Jorge Juan, en pleno centro económico y financiero. A 5 minutos en taxi de la estación de Atocha, a 20 del aeropuerto y con el mayor parking del barrio de Salamanca a 15 metros. Es crucial esta ubicación, máxime cuando tenemos entre nuestra masa social un grupo importante de empresarios latinoamericanos afincados en Jorge Juan y Retiro, a los que ayudamos a su aterrizaje -personal y empresarial- en España desde el primer día.

Meses atrás el Club firmó un acuerdo con el secretario general de FIJE. Cuéntenos el papel que desarrolla Raheem GL como vector de desarrollo de negocio internacional, especialmente con Latinoamérica. ¿A qué tipo de empresarios, organizaciones e instituciones internacionales da cabida?

Estamos orgullosos de convertirnos en la sede para Europa de la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios. Pondremos todos nuestros recursos a disposición de todos los empresarios de vuestra organización que quieran instalarse y crecer en España y Europa.

Hemos construido un puente con nuestra tierra hermana de Latinoamérica. Trabajamos también con acuerdos con embajadas para facilitar la llegada de sus ciudadanos a España. En lo personal, les ayudamos a encontrar casa, colegios...En lo profesional le aceleramos su integración y el desarrollo de sus negocios a través de nuestro lobby y red de contactos. Les contactamos con partners locales de confianza para aportar valor y velocidad a su crecimiento.

Cuentan con partners de la talla de Félix Ramiro, Sanitas, Bollinger y Maserati entre otros. ¿En qué se basa este tipo de relación y cuáles son los beneficios para los socios?

También Aston Martin, Chopard, y múltiples compañías que nos ayudan a proporcionar valor a nuestros asociados proveyéndoles de bienes y servicios en condiciones preferenciales tanto empresariales como de lifestyle. Me gusta contar que los propios socios han ido más allá aprobando en silencio una norma que no han escrito: para sus necesidades personales o profesionales se buscan entre ellos o preguntan por proveedores dentro de Raheem. Esto retroalimenta la economía de

nuestra masa social y nos hace más fuertes y más visibles. Así atraemos más socios y seguimos creciendo de manera orgánica, sin carteles ni publicidad. Entre todos hemos construido un lobby internacional de una calidad y dimensión ajenos a mis mejores sueños.

¿Qué diría que puede sentir un empresario o un alto directivo cuando acude a alguno de sus eventos y se relaciona con iguales?

Que en Raheem tienen su segunda vivienda, donde hacen crecer sus negocios, amplían sus relaciones de alto valor, pueden vestirse en nuestra sastrería de Félix Ramiro, gozan de la cultura, de la gastronomía, del arte, en definitiva, disfrutan de su estilo de vida. Todos ellos saben que compartir éxito y felicidad es el estado al que deseamos acompañarles.

Cómo resumiría las diferencias que hacen único a Raheem GL entre el resto de los clubes financieros, de negocios y sociales que hay en España enfocados a empresarios y altos directivos. ¿Dónde ve el Club dentro de diez años?

Aunque hemos sido los últimos en llegar, tenemos la fortuna y el reconocimiento de formar parte del mapa de los clubes privados en España. Fui obsesivo en tratar de diferenciarnos de los ya existentes en Madrid -es público y notorio que existen dos históricos-, de lo contrario corta hubiera sido nuestra vida. Intenté evolucionar el concepto tradicional de club privado dando a Raheem un intenso matiz financiero y de negocios. Quería que fuera un club boutique por las personas y para las personas. Aquí todo el mundo se conoce, sobre todo si existe afinidad profesional mutua; provocamos que ocurran cosas entre los socios. También me resultaba prioritario establecer un fuerte vínculo con LATAM y los empresarios que desde allí vienen a Madrid para iniciar una nueva vida. Ellos llenan las calles, los inmuebles y los negocios que rodean nuestra sede y en Raheem les ofrecemos su casa en España desde que aterrizan. Por otro lado, la atracción de inversión y la internacionalización de empresas españolas son retos que desde el principio incluí como tareas prioritarias. Todo ello sin renunciar a lo cultural, social, gastronómico que cualquier club privado que se precie debe cultivar.



La **Universidad de las Américas Puebla**
ofrece a los socios activos para
licenciaturas o posgrados



40%

de beca

**Escuela de Ingeniería
y Ciencias**

30%

de beca

**Escuela de Artes y
Humanidades, Ciencias
Sociales, Negocios
y Economía**

Oficina de Admisiones

Edificio CE - Oficina 107

Tel.: 222 229 21 12 · 222 229 23 13

ingreso.posgrados@udlap.mx · informes.nuevoingreso@udlap.mx

Beneficiarios:

**Empleados y familiares en primer grado de
consanguinidad de línea recta descendente**



INSTITUCIONES



De Cara a la Próxima Legislatura del Parlamento Europeo



CEAJE PRESENTA UN DECÁLOGO PARA FORTALECER EL FUTURO DE LA JUVENTUD.

La Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE) ha protagonizado una importante serie de encuentros en Bruselas, capital de la Unión Europea, con el propósito de presentar un decálogo de medidas destinadas a abordar las necesidades y preocupaciones de la juventud empresarial española de cara a la próxima legislatura 2024-2029 en Europa.

Durante esta visita, la delegación de CEAJE tuvo el privilegio de sostener reuniones con representantes españoles en las instituciones europeas, así como con Marcos Alonso, Embajador de la Representación Permanente de España en la UE (REPER). Además, se llevaron a cabo encuentros con las principales patronales en

Bruselas, entre ellas CEOE Bruselas y Business Europe, así como con la consultora Llorente y Cuenca (LLYC), especializada en el lobby empresarial en la capital europea.

Uno de los puntos destacados de la agenda fue la serie de reuniones con eurodiputados de los partidos mayoritarios en España, como Isabel Benjumea, Pablo Arias, Leopoldo López, Ana Collado y Javier Zarzalejos del Grupo Popular, así como con Jonás Fernández, representante del Partido Socialista. Estos encuentros sirvieron como plataforma para discutir estrategias y propuestas dirigidas a respaldar a los jóvenes emprendedores en Europa, basadas en el decálogo de medidas presentado por CEAJE.

El presidente de CEAJE, Fermín Albaladejo, resaltó la importancia de estas reuniones, afirmando que su objetivo es "buscar el apoyo y colaboración en la implementación de políticas que promuevan la mejora de las condiciones de la juventud empresaria dentro y fuera de España". Albaladejo subrayó que "el 80% de las leyes que afectan a las empresas salen de Europa", destacando la relevancia de mostrar la realidad de las empresas españolas ante los organismos europeos.

Las propuestas contenidas en el decálogo abordan aspectos cruciales como el acceso a la financiación, el fomento del emprendimiento juvenil, la reducción de la burocracia administrativa, el impulso a la formación y la innovación, así como la promoción del comercio internacional para las empresas lideradas por jóvenes.

Estas medidas tienen como objetivo combatir el desempleo, potenciando y protegiendo el emprendimiento, así como fomentar la armonización fiscal a la baja. CEAJE reafirma su compromiso de trabajar en colaboración con las instituciones europeas y nacionales para crear un entorno propicio para el crecimiento y la prosperidad de la juventud empresaria en Europa.





EIT:

LA ESTRATEGIA DE LA UCCI PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL FUTURO EN LAS CIUDADES IBEROAMERICANAS

Iberoamérica se presenta como un mosaico de vivencias singulares, enraizadas en su diversidad cultural, geográfica y lingüística. Somos la cuna de esa pluralidad llena de experiencias únicas que se refleja en una paleta rica y variada de destinos turísticos sin igual a un lado y otro de ambos continentes. Con más de 675 millones de habitantes, la población iberoamericana, sus tradiciones, su patrimonio histórico, su biodiversidad y ese particular afán de vivir la vida con alegría constituyen el corazón de nuestras ciudades que, a su vez, son las joyas que atesoramos y que queremos compartir y disfrutar con el mundo.

En este escenario, la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI) que reúne a 29 ciudades capitales y grandes metrópolis como miembros, engloba a

más de 76 millones de personas, reconocida por más de cuarenta años de labor continua en materia de integración, cooperación y desarrollo. En estos términos y a favor del crecimiento de las ciudades iberoamericanas, la UCCI apoya e impulsa las políticas públicas locales enfocadas en la puesta en valor del patrimonio, los recursos naturales, las historias comunes, el talento, las tradiciones, la hospitalidad, la gastronomía, la música, las artesanías y tantas otras características distintivas que hacen a la identidad turística de Iberoamérica, única en su diversidad y riqueza.

Con este espíritu y misión, el Turismo ha sido uno de los sectores de trabajo priorizados por la UCCI en los últimos cuatro años y en el contexto de postpandemia, decidimos en alianza con ONU Turismo, elaborar la Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro (EIT), un documento pionero e inspirador para toda Iberoamérica que refleja nuestro compromiso hacia un desarrollo turístico sostenible y que presentamos el pasado mes de enero en la Feria Internacional de Turismo FITUR.

El Turismo es un sector que se encuentra inmerso en un contexto de cambios que abarcan transformaciones en el entorno económico global, modificaciones demográficas, alteraciones medioambientales y avances tecnológicos. Estas dinámicas no solo presentan diversos desafíos, sino que también brindan oportunidades de desarrollo significativas.

La EIT es precisamente una respuesta a este contexto, que se erige con la misión de servir de guía integral para el desarrollo turístico de las ciudades, donde nos proponemos ayudar a que los diferentes territorios

puedan incorporar estas recomendaciones de política pública para así, transformar el turismo en un impulsor del crecimiento, generación de empleo, integración e inclusión, promoviendo en paralelo el respeto por el entorno, la cultura y las comunidades locales.

Esta herramienta y las recomendaciones estratégicas puestas a disposición de las ciudades y otros actores clave del sector turístico (acceder [en español](#) y [portugués](#) de manera online a través de nuestra página web www.ciudadesiberoamericanas.org) han sido trabajadas conjuntamente con las ciudades de Andorra la Vella, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, São Paulo, Rio de Janeiro y Madrid y con nuestros socios estratégicos de la Unión Internacional de Transporte Público (UITP) y la Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU).

Bajo las orientaciones de ONU Turismo, las pautas sobre las que se construye este documento son los pilares que sustentan a los Destinos Turísticos Inteligentes: Gobernanza, Sostenibilidad, Innovación, Accesibilidad, Tecnología y Seguridad.

De esta manera, la EIT aporta recomendaciones muy concretas que pasan por diferentes necesidades y prioridades de los gobiernos locales en estas materias. Se establecen como requisitos imperativos, la creación de Planes de Acción anuales cuyas acciones estén perfectamente planificadas, presupuestadas y con resultados monitorizados; la puesta en marcha de líneas de apoyo al empresariado turístico; mesas en las que se pueda debatir y comentar la política pública sobre el tipo de turismo que queramos implementar, así como la creación de nuevos modelos de gobernanza de las

ciudades en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Este tipo de metodología no puede considerarse sin la puesta en marcha de un plan de acción de formación para los funcionarios de gobiernos locales que garantice una capacitación para cumplir con los objetivos marcados. También, es fundamental el control y la conservación medioambiental, los instrumentos de política de turismo responsable y sostenible a través de mapas de calidad medioambiental y la puesta en marcha de acciones que favorezcan la economía circular. Las acciones que impliquen al turista en la sostenibilidad del destino, o las medidas que eviten la gentrificación, son motivo de análisis también en esta estrategia.

El pilar de la accesibilidad parte de máximas como la de que todos los destinos deben aspirar a tener niveles de accesibilidad universal a través de un Plan de Turismo Accesible, así como un plan de formación que sostenga la sensibilización en la materia. La creación y continua actualización de una ordenanza de accesibilidad, así como la inclusión del turista en el consumo de información sobre accesibilidad, son otros de los puntos clave de la EIT.

En cuanto a las recomendaciones en materia de tecnología, innovación y seguridad, todas ellas comparten un punto en común y es la apuesta clara por la digitalización del modelo turístico. En este sentido, estamos convencidos de la necesidad de promover entornos de innovación abierta; estrategias de fomento del multidestino para diversificar y poner en valor la enorme variedad territorial de la región, abriremos a nuevas inversiones y a la creación de observatorios de Seguridad Turística. La estrategia también prevé la elaboración de planes de contingencia que mitiguen daños, desastres naturales, incendios y/o inundaciones e impulsen y/o fortalezcan cuerpos especializados como “la

Policía del Turismo”, y potencie espacios como una Smart Office del Destino Turístico Inteligente que coordine, y dé seguimiento a una estrategia concreta, como la que tenemos en Madrid, que por cierto ya está trabajando en la próxima hoja de ruta que nos ocupará los próximos años.

Turismo con visión de Futuro

Con este espíritu de redefinición del modelo turístico de las ciudades, desde [UCCI](#) participamos en el [I Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo](#), organizado por la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios (FIJE), el Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB) y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), celebrado el pasado 20 y 21 de marzo en Cancún, México.

Este escenario fue perfecto para socializar esta estrategia múltiples actores del ámbito urbano, empresarial e internacional, remarcando el rol de las alianzas público-privadas en la gestión de modelos, políticas e iniciativas de turismo sostenible y con visión de futuro.

Considerando todo lo descrito y teniendo en cuenta el carácter transversal de esta estrategia además de su aplicabilidad a nivel global, en la UCCI ya estamos trabajando en una segunda fase de la EIT donde los destinos turísticos gastronómicos en las ciudades iberoamericanas se convertirán en protagonistas. Y es que este sector ofrece una oportunidad única para implicar a los diversos agentes de la cadena de valor de la gastronomía y el turismo, promoviendo el desarrollo económico, de tradiciones, cultural y social, que existe entre el campo y la mesa.

Tendremos una EIT renovada que seguirá siendo una hoja de ruta sostenible, inclusiva y donde visualicemos un futuro más humano y transformador para una Iberoamérica próspera.

Almudena Maíllo
Secretaria General de la UCCI

IBEROAMÉRICA

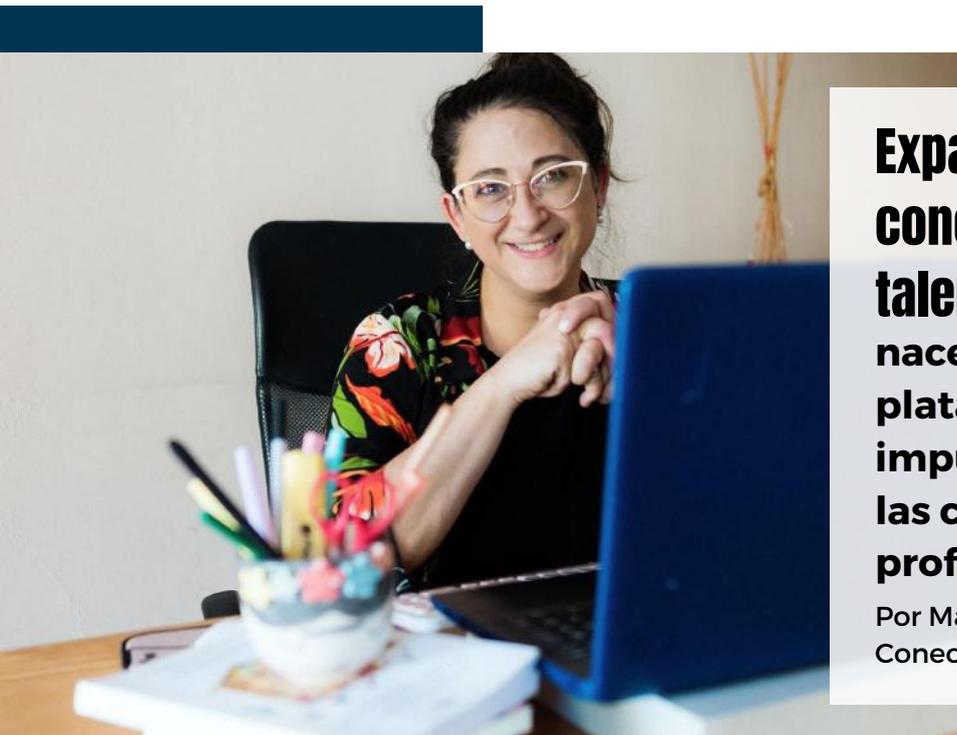
CONECTANDO EMPRESARIOS Y ACORTANDO FRONTERAS



La Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios - FIJE y
el Consejo de Empresarios Iberoamericanos - CEIB,

**JUNTOS POR EL FUTURO
DE LAS EMPRESAS
DE IBEROAMÉRICA**

www.masiberoamerica.com



Expandiendo el conocimiento del mejor talento iberoamericano: nace Conecta Learning, la plataforma educativa para impulsar la empleabilidad y las competencias profesionales en la región.

Por María Celeste Armas, Directora de Conecta Learning

Conecta Learning es la propuesta educativa de Conecta Iberoamérica, la organización que conecta al mejor talento de la región con proyectos, alianzas y oportunidades. Decidida a apostar por la plena empleabilidad, el acceso a educación de calidad y a potenciar el talento iberoamericano, esta red ha decidido lanzar una plataforma formativa propia con cursos, workshops y cápsulas temáticas orientada a los más diversos campos profesionales.

La intención es crear una comunidad educativa, que aporte a la competitividad de los profesionales de la región, promoviendo contenido de calidad con un enfoque práctico y en materias que fomenten la empleabilidad.

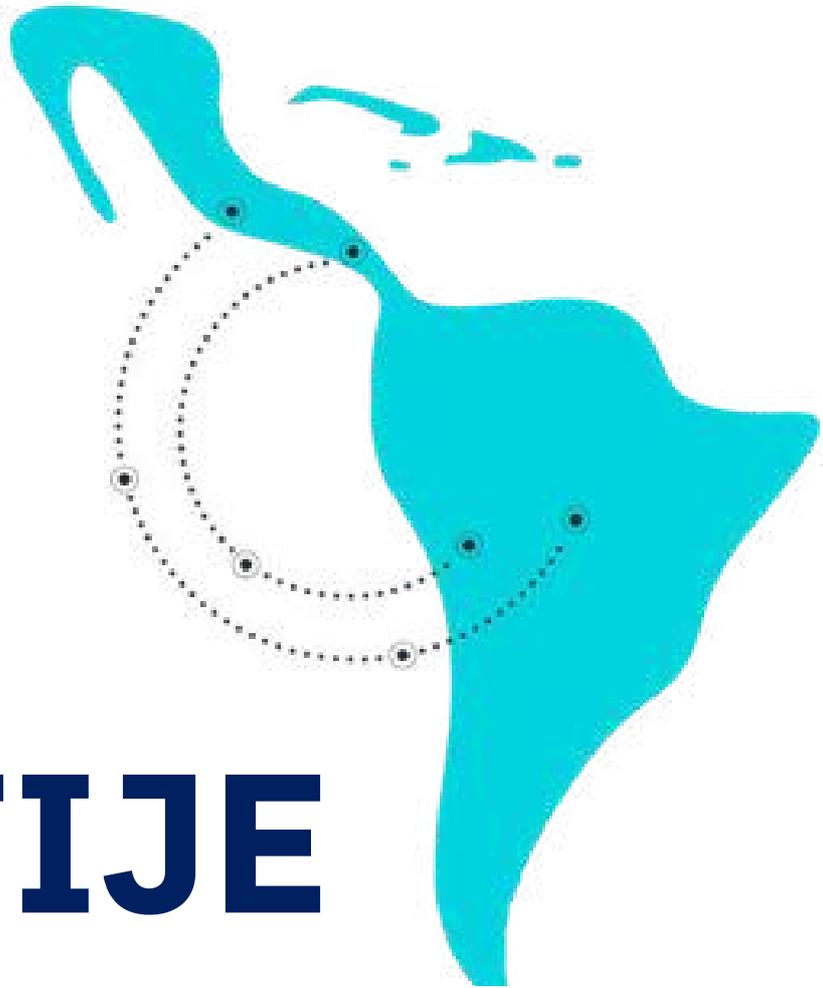
En un contexto marcado por la profunda transformación de los mercados laborales, el desempleo juvenil y el gap existente entre la oferta educativa y la demanda de los empleadores, resulta urgente una nueva mirada hacia la formación profesional.

Es conocida la diversidad de perfiles profesionales que forman parte de Conecta Iberoamérica, esto hace de Learning una verdadera propuesta de valor, ya que las formaciones son lideradas por expertas y expertos de más de 20 sectores en 15 países. Algunas de las temáticas con las que inaugura este espacio son: Soft Skills, Gestión de proyectos, Inteligencia Artificial aplicada a la educación y las finanzas, Liderazgo para equipos de alto rendimiento, evaluación de

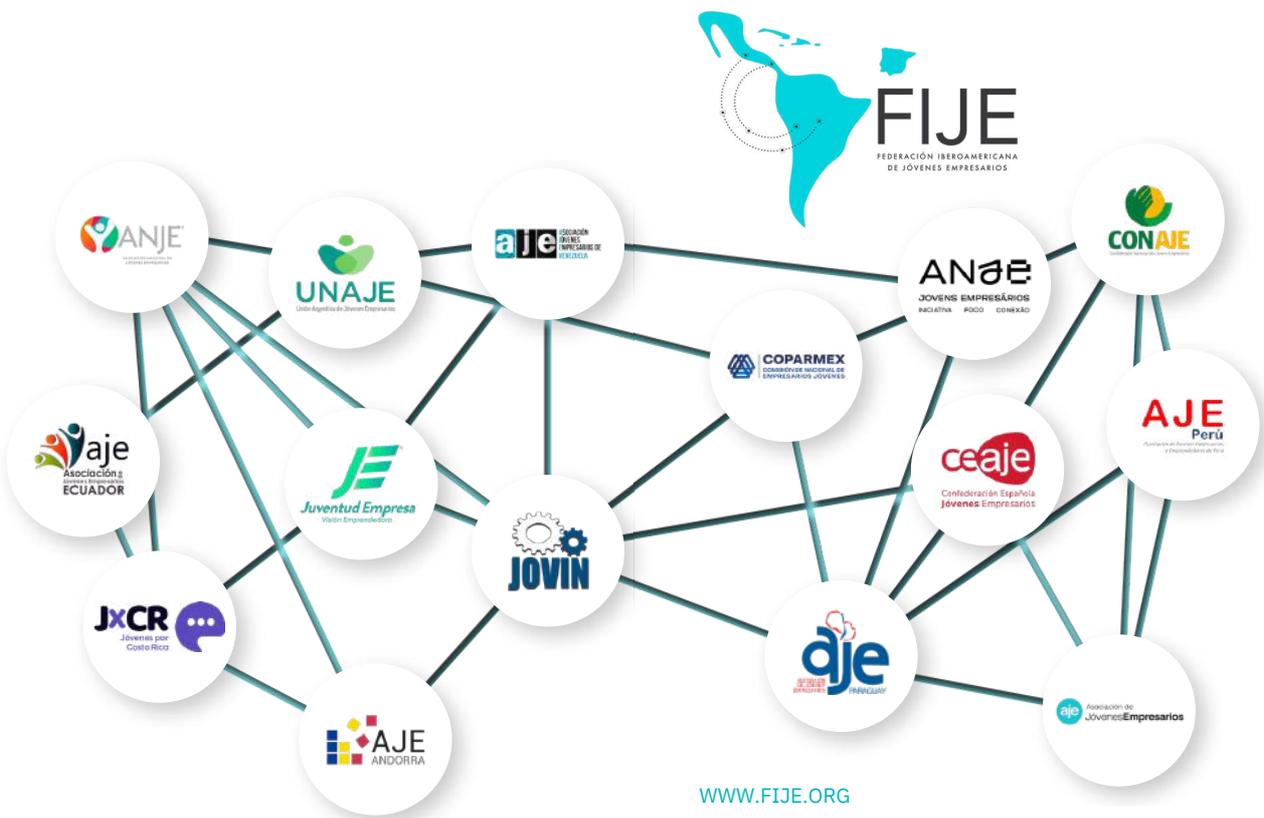
impacto entre otras. La dinámica de esta plataforma, que desde hoy se pone a disposición de la comunidad iberoamericana, es que el estudiante cuente con contenido novedoso cada mes y en diversos formatos.

En palabras de la directora de Conecta Iberoamérica, Yohania de Armas, “con una red de +1300 profesionales de alta cualificación de 22 países, Conecta Iberoamérica se ha posicionado como una comunidad que concentra al mejor talento iberoamericano. Hemos apostado por compartir nuestro expertise y conocimiento, creando una propuesta educativa enfocada en la formación en habilidades y competencias, sobre todo en un contexto complejo y desafiante como el que estamos viviendo”.

La idea de apostar al campo de la formación está presente desde el inicio de Conecta Iberoamérica, luego de mucho trabajo y proyección se ha logrado dar inicio en estos primeros pasos. Diversas investigaciones dejan evidencia que la educación formal aún se enfrenta al desafío de garantizar plena accesibilidad, equidad e inclusión al sistema educativo. Aunque algunos expertos (Scott, 2015) afirman que ya no bastará solo con la educación formal para enfrentar este problema, sino también el compromiso de instituciones públicas y corporativas. Es una problemática que siempre hemos tenido en nuestro radar y desde Conecta Learning, ya estamos formando parte de la solución.



RED FIJE





Ronald Gonzales

NUEVO PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE JÓVENES
EMPRESARIOS DE PARAGUAY

El 6 de marzo pasado, en el Hotel Sheraton de Asunción, la Asociación de Jóvenes Empresarios de Paraguay celebró su Asamblea General, en la que se destacaron los logros y desafíos de la directiva saliente durante el año 2023. En este evento de gran relevancia, se anunció la elección del nuevo presidente, Ronald Gonzales, un ingeniero industrial de 33 años con una destacada trayectoria en el ámbito empresarial.

La gestión saliente alcanzó notables éxitos a pesar de los desafíos enfrentados, desde la implementación de programas de capacitación hasta la formación de alianzas estratégicas y diálogos cruciales con la Dra. Verónica López, Viceministra del Trabajo, evidenciando así el firme compromiso de la asociación con el desarrollo de las MIPYMES y la formalización de empresas en el país. Durante la Asamblea, se eligió una nueva directiva liderada por Ronald Gonzales, cofundador de Mamut Paraguay, una empresa dedicada a la valorización de residuos locales para la fabricación de materiales de construcción, con un impacto social y ambiental notable.

Ronald Gonzales, miembro destacado de AJE Paraguay, fue elegido presidente en la Asamblea General. Su experiencia internacional, que incluye una beca en México y programas de emprendimiento en París, lo ha preparado para liderar la asociación. Además, su papel como cofundador de Mamut en Paraguay refleja su compromiso con la innovación y el desarrollo sostenible. Este líder valora la

diversidad de experiencias y busca aprender constantemente de otros líderes expertos en distintas áreas. Mamut se destaca por fabricar productos sostenibles, como baldosas amortiguantes y reductores de velocidad, a partir de caucho reciclado de neumáticos en desuso. Este compromiso con el desarrollo sostenible es el pilar sobre el cual Gonzales espera guiar a la asociación durante su mandato.

Más allá de los retos empresariales y las actividades cotidianas, Gonzales subraya la importancia de inculcar una "Cultura de Trabajo" y un compromiso social. En un llamado a la acción, insta a los jóvenes a recordar los valores fundamentales del sacrificio y el trabajo duro para alcanzar el éxito. Su gestión se centrará en fortalecer institucionalmente la asociación para ampliar su influencia en políticas públicas y relaciones interinstitucionales.

Desde el 6 de marzo de 2024, Ronald Gonzales asume la presidencia acompañado por un equipo de jóvenes que no solo sueñan con un futuro mejor para Paraguay, sino que están actuando para hacerlo realidad. Con su historial de éxito, su liderazgo promete impulsar el progreso y el desarrollo en la comunidad empresarial paraguaya. La visión de Gonzales es clara: invertir en los emprendedores y fortalecer competencias es el camino hacia un futuro empresarial más prometedor y sostenible para todo Paraguay.

OCIO, CULTURA Y EMPRESA





LA CATARSIS DE UNA VISIÓN

CUCO DE FRUTOS, COFUNDADOR DE
CUCO DE FRUTOS FINE ART
PHOTOGRAPHY LLC.

ENTREVISTA



Influencias y Estilo

- Tus fotografías son conocidas por su estilo distintivo al capturar la luz mediante el uso poco convencional de los reflejos. ¿Cuáles son algunas de tus influencias artísticas y cómo has desarrollado este estilo único a lo largo de los años?

Creo que en mi caso primero fue desarrollar un estilo diferente que se ha ido enriqueciendo a lo largo de los años tras conocer a diferentes artistas como Albert Watson, David Yarrow o Raphael Mazzucco. Siempre he sido un gran observador de la belleza estética que nos rodea y, al contemplar el mundo tras mi máscara, (mi cámara), es cuando creo arte.

Viajes y Perspectivas Globales

- Has pasado más de tres décadas capturando paisajes y personas en tus extensos viajes por todo el mundo. ¿Cómo han influido tus experiencias de viaje en tu obra y cómo eliges los destinos que fotografías?

Cada vez que viajo, por motivos personales o profesionales, tenía la necesidad de traerme algo de ese país o localización, y la fotografía era la mejor manera de capturar mis experiencias, momentos, lugares o personas que me llamaban la atención.

Viajo por trabajo, por necesidad, por desconexión o por descubrir; y en cada expedición descubro nuevas formas de arte y de cultura pobladas de diferentes tipos.

Exposiciones y Obras

- Has participado en numerosas exposiciones en lugares como Nueva York, Madrid, Altea, Sotogrande y Benidorm. ¿Cómo seleccionas el tema de tus exposiciones y qué intentas transmitir a través de ellas?

Cada exposición es como un libro que contiene varios capítulos, cada uno de ellos es un relato independiente que forma parte de una historia visual. La cámara es una herramienta que forma parte de mí y me acompaña allí donde esté. Voy escribiendo cuentos visuales y cuando creo que es momento de lanzar ese libro, le damos forma y lo compartimos con el mundo en forma de exposición

Proceso Creativo

- ¿Puedes compartir con nosotros tu proceso creativo al capturar una imagen? ¿Hay algún ritual o enfoque particular que utilices para lograr esa perspectiva única en tus fotografías?

El hecho de estar constantemente observando el mundo que nos rodea a través un objetivo, me hace ver cosas diferentes que capturo con la cámara. Después, en el estudio con mi equipo, analizamos las fotografías y decidimos el formato, el soporte, el lugar de impresión y si es propuesta para intervenirla con técnicas mixtas, decidimos cuales.

Si se trata de un encargo de un cliente, el proceso es un nuevo desafío marcado por unas directrices no exentas de creatividad y aporte personal.

Nuevos Proyectos y Creaciones

- Actualmente, estás trabajando y exponiendo en tu nuevo Studio & Showroom en Sotogrande. ¿Qué nuevos proyectos o creaciones estás desarrollando y cómo ha evolucionado tu arte en los últimos años?

Actualmente estoy en una nueva etapa creativa de intervención de mis fotografías con diferentes técnicas como son la pintura, el uso de materiales orgánicos y las resinas de cristal. Digamos que la foto es un traje y la intervención lo provee de complementos para rematar el perfecto estilismo, creando obras únicas.

Antes de verano tendrá lugar mi primera exposición exclusivamente de fotografías intervenidas Mix Media.

Conexión con el Espectador

- Tus fotografías han sido adquiridas por coleccionistas privados y corporativos en todo el mundo. ¿Qué esperas que los espectadores experimenten o sientan al interactuar con tus obras?

Como dice Patricia, mi esposa, socia, jefa y compañera de vida (no siempre en ese orden...) ;), las reacciones de las personas cuando se enfrentan a una de mis obras, es algo que le transmite una alegría cómplice. Me encanta cuando interpretan, analizan o descubren el significado de cada fotografía; es en ese momento cuando se crea un indescriptible vínculo entre obra y espectador.

Reflexiones sobre tu Carrera

- Después de más de tres décadas en la fotografía fine art, ¿cómo describirías la evolución de tu carrera y qué consejos darías a los artistas emergentes que buscan seguir tus pasos?

La evolución profesional, al igual que la personal, consta de un continuo enriquecimiento y evolución a lo largo de los años. De hecho, creo que 30 años después, sigo buscando mi propio estilo. Esa continua búsqueda de uno mismo, esa pasión por lo que haces, esa evolución personal y profesional, es lo nunca debes perder para seguir creciendo sobre tus propios pasos.

Relación con la Luz y los Reflejos

- El uso poco convencional de los reflejos es una característica distintiva en tu obra. ¿Qué te atrajo inicialmente a experimentar con la luz de esta manera y cómo crees que afecta la narrativa visual de tus fotografías?

En mi primer viaje a New York, miraba cómo las personas se quedaban ensimismadas observando los escaparates de las tiendas, mientras yo, contemplaba la ciudad a través de ellos. Charcos, ventanas, miradas... me otorgan la posibilidad de ver el mundo desde un ángulo diferente que pasa desapercibido para los demás. Desde ese momento, decidí mirar con otros ojos y descubrir una realidad mucho más interesante y atractiva; de esa etapa nació la exposición "REFLECTIONS".

Balance entre España y Estados Unidos

- Con una presencia activa en España y Estados Unidos, ¿cómo encuentras el equilibrio entre estas dos influencias culturales en tu trabajo? ¿Tienes alguna preferencia o conexión especial con alguno de estos lugares?

Hemos conseguido el equilibrio de vivir entre el país de los sueños y el país soñado. Nueva York es la ciudad donde tenemos residencia, estudio de impresión y muchos clientes y contactos. En el sur de España, donde residimos actualmente, tenemos nuestro Showroom, nuestro refugio de paz y creatividad, y esa calidad de vida que se busca a las puertas de los 50...

Significado detrás de las Exposiciones

- Algunas de tus exposiciones tienen títulos intrigantes como "La mirada buena del chico malo" y "Tiempo de Cámara". ¿Puedes compartir el significado detrás de algunos de estos títulos y cómo se relacionan con la esencia de tus obras?

"La mirada buena del chico malo", fue mi primera exposición en Madrid y el nombre se lo otorgó el propio comisario de la muestra al querer mostrar al público esa diferente visión del joven rebelde de aquella época.

"Tiempo de Cámara" fue concebida en el confinamiento de la pandemia de 2021. La mayoría de los espacios estaban cerrados y decidimos crear una exposición en un local donde maduraban carne en cámaras donde el tiempo se detenía; algo uno de los fundamentos de la fotografía: Detener el tiempo con la cámara

CINE, DEPORTES Y EDUCACIÓN EN VALORES



CRISTINA BENZAL MEDINA
DIRECTORA REGIONAL MADCUP-F1 IN SCHOOLS



LAURA GALGUERA
VICEPRESIDENTA ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE LA COMUNICACIÓN

LA APUESTA ESTRATÉGICA DEL FORO NUEVA IBEROAMÉRICA

Los valores son principios que orientan la vida personal y colectiva. Estos pueden incluir conceptos como la honestidad, la integridad, la lealtad, la justicia, la libertad o el respeto. Los valores guían el comportamiento y las decisiones de personas y grupos sociales, sirviendo como marco de referencia para discernir entre lo que está bien y lo que está mal, aquello que es bello, deseable o indeseable, justo o injusto, así como para establecer prioridades en la vida. Los valores organizan las conductas, estando influenciados por la cultura, la educación, las experiencias personales y otros factores. Son, por tanto, componentes fundamentales de la identidad de una persona y de la sociedad en general. Se transmiten de generación en generación a través de la educación, la socialización, las tradiciones y las instituciones sociales como la familia, la escuela, la religión y los medios de comunicación. Los valores juegan un papel importante en la conformación de las normas sociales, las leyes, las políticas públicas y la cultura de una sociedad en su conjunto.

EDUCAR EN VALORES

Los valores son por todo ello cruciales desde un punto de vista educativo. Así como todo proceso educativo implica la educación en valores, cuando explícitamente nos referimos a «educar en valores» lo que realmente queremos decir es que entendemos a la educación al servicio de la promoción del desarrollo integral de las personas desde la infancia, y no solo en términos de conocimientos académicos, sino en cuanto a la formación de su carácter,

su ética y su capacidad para convivir de manera responsable y respetuosa en la sociedad. La educación en valores es un proceso integral que busca promover el desarrollo moral y ético de los individuos, así como su capacidad para contribuir positivamente a la sociedad de su tiempo. Se puede promover a través de diversas estrategias que integren los valores en el currículo educativo, fomenten la reflexión crítica y ética, y promuevan la participación activa de los estudiantes en su comunidad.



La educación en valores proporciona a los individuos las herramientas y habilidades necesarias para enfrentar los desafíos de la vida de manera ética y efectiva. Promover una educación en valores es importante porque contribuye al desarrollo integral de los individuos, fortalece el tejido social, previene conflictos y violencia, y prepara a las personas para una vida en sociedad ética y responsable. Por ello, la educación en valores no se agota en el ámbito de la enseñanza reglada. Los valores pueden ser enseñados en instancias de educación no formales e informales, aprovechando las oportunidades y sinergias que ofrecen otros escenarios básicos de socialización como los ámbitos del deporte y la cultura.

DEPORTE Y VALORES

El deporte no se reduce a la realización de una actividad física. Es también una herramienta poderosa para promover y enseñar valores que son fundamentales tanto en el ámbito deportivo como en la vida cotidiana. El deporte está estrechamente relacionado con los valores en varios aspectos. Muchos deportes requieren colaboración y cooperación entre compañeros de equipo para lograr un objetivo común. A través del deporte, las personas aprenden a trabajar juntas, a apoyarse mutuamente y a confiar en sus compañeros. La práctica deportiva implica también compromiso, dedicación y autodisciplina. Los deportistas aprenden a establecer metas, a seguir un plan de entrenamiento y a superar obstáculos con determinación y perseverancia. Así, el deporte ofrece oportunidades para desafiarse a uno mismo, mejorar habilidades y alcanzar nuevos niveles de rendimiento.

La participación en prácticas deportivas puede colaborar a que se desarrollen habilidades de liderazgo, como la capacidad de inspirar y motivar a otros, tomar decisiones bajo presión y asumir responsabilidades dentro y fuera del campo de juego. Los deportistas aprenden además a enfrentar la adversidad, a gestionar la presión y a mantener la motivación incluso ante la derrota. Por esta vía, el deporte igualmente fomenta el respeto hacia uno mismo, hacia los compañeros de equipo, hacia los oponentes, hacia los árbitros y hacia las reglas del juego. Los valores de honestidad, integridad y juego limpio son fundamentales en la ética deportiva. Los deportistas son alentados a competir de manera justa, a respetar las reglas y a aceptar tanto la victoria como la derrota con dignidad. El deporte puede ser un vehículo para promover la inclusión social y la igualdad de oportunidades, permitiendo que personas de diferentes orígenes, géneros, edades y habilidades participen y se sientan

valoradas. El deporte genera condiciones adecuadas para aprender a respetar la diversidad de habilidades, opiniones y culturas.

CINE Y VALORES

El cine, al igual que otras formas de arte, puede influir significativamente en la percepción y comprensión de los valores tanto a nivel individual como colectivo. Las películas suelen reflejar los valores, normas y creencias de la sociedad en la que fueron creadas. A través de las historias que cuentan, el cine puede explorar y cuestionar temas relacionados con la moralidad, la ética y las diferencias culturales. Puede ser una poderosa herramienta para explorar, cuestionar y promover una amplia gama de valores, influyendo en la forma en que las personas piensan, sienten y actúan en el mundo. Las películas transmiten mensajes explícitos o implícitos sobre una amplia gama de valores, como el amor, la amistad, la lealtad, la justicia, la libertad, el sacrificio, entre otros. Estos mensajes pueden influir en la forma en que las personas perciben y valoran ciertos aspectos de la vida.

Así, por ejemplo, los personajes y las acciones representadas en el cine pueden servir como modelos de comportamiento, tanto positivos como negativos. Las películas pueden inspirar a las personas a emular las virtudes de ciertos personajes o a rechazar los comportamientos inapropiados, o bien ayudar a desarrollar la empatía al permitir que el público experimente las vidas y experiencias de personas diferentes a ellos mismos. Esto puede fomentar la comprensión y el respeto hacia la diversidad de valores y perspectivas. El cine también permite que se exploren dilemas éticos y morales complejos, presentando situaciones difíciles en las que los personajes deben tomar decisiones difíciles. Estas historias pueden generar reflexión en el público sobre



CINE Y VALORES

sus propios valores y creencias. A su vez, algunas películas desafían las normas sociales establecidas y cuestionan los valores predominantes en la sociedad. Estas

obras pueden provocar debates y generar cambios en la percepción de ciertos valores y prácticas culturales.

FORO NUEVA IBEROAMÉRICA

Los países de Iberoamérica tienen hoy tanto la imperiosa necesidad como la oportunidad de consolidar los avances logrados en los últimos años en materia de cooperación y enfrentar los desafíos pendientes en el plano de la economía, la sociedad, la educación y la cultura. Resulta por tanto el reconocimiento de la identidad común del proyecto iberoamericano cimentado en la educación, la cultura y la ciencia y en el reconocimiento de los desafíos comunes para el desarrollo y la prosperidad de los países.

El Foro Nueva Iberoamérica (FNI) se presenta entonces como un espacio permanente de diálogo, debate y propuestas educativas que tiene la intención de transformarse en un ámbito de referencia regional con el objetivo de generar contenidos que pongan de relevancia que el cine y el deporte son formidables herramientas que en la educación pueden cumplir con un rol fundamental en la transmisión de los valores necesarios para la formación integral de personas que sepan actuar como ciudadanos responsables y comprometidos con la sociedad y con el tiempo que les toca vivir.

La agenda de la Nueva Iberoamérica demanda políticas públicas comprometidas que hagan frente al hiriente abismo de la desigualdad, contribuyan a fortalecer las instituciones democráticas y fomenten un tipo de desarrollo económico sostenible en términos ambientales, inclusivo y cimentado en la justicia social.

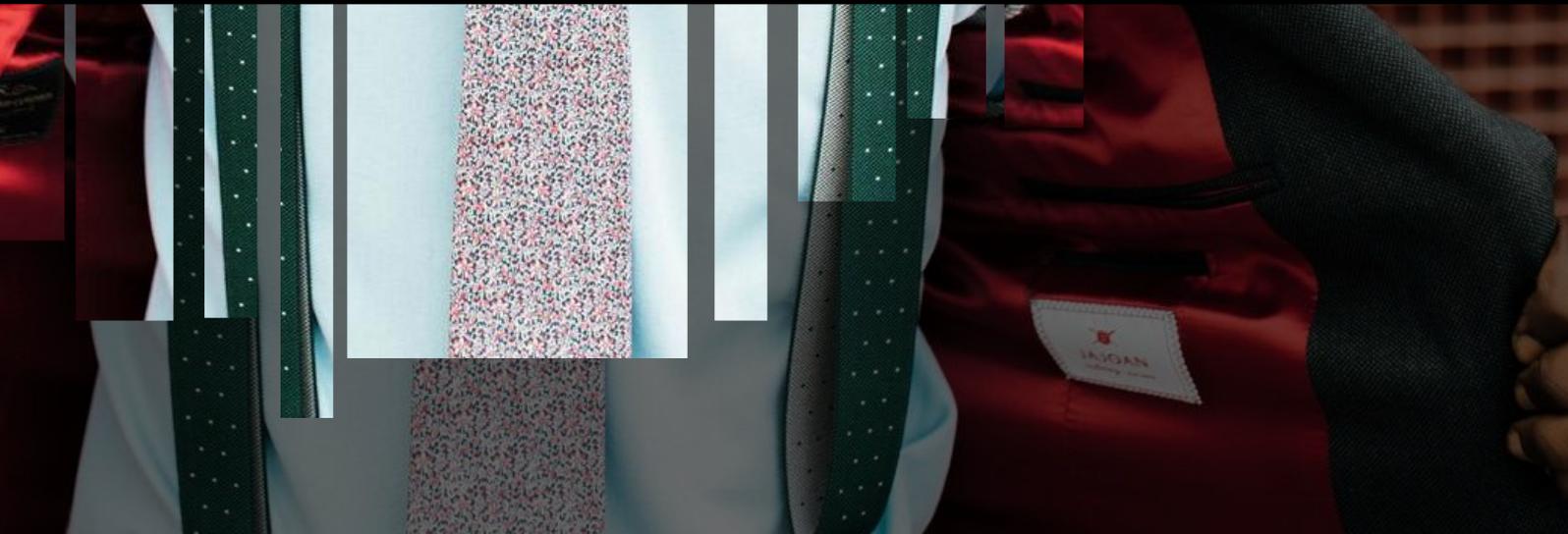
El futuro de las nuevas generaciones de iberoamericanos depende de que seamos capaces de construir sociedades más equilibradas y justas y, por tanto, resulta crucial que pensemos en nuevas estrategias para recuperar una senda de desarrollo endógeno, dentro de un marco de cooperación regional, que contrarreste la profunda desigualdad económica y social. En este marco, el desarrollo sostenible con inclusión social también depende de que revaloricemos el papel fundamental de la educación para la autonomía, el pensamiento crítico y el impulso de una ética ciudadana cosmopolita y plural. El Foro Nueva Iberoamérica tiene como finalidad contribuir a la cooperación e integración regional, al desarrollo de la educación de los estudiantes de primaria, secundaria y bachillerato, y a la puesta en valor del gran potencial educativo del cine y el deporte en la adquisición de valores sociales fundamentales.

#EGEDA #PLATINOEDUCA #ASICOM



JAJOAN

*la revolución del traje a medida de calidad
accesible a todos da el salto a Iberoamérica*





Alejandro García Rodríguez

Es, posiblemente, uno de los sastres más conocidos en España. Este madrileño es la cara más visible de Jajoan, una sastrería masculina que arrancó a finales de los años 50 como un modesto negocio de barrio y que ha evolucionado de forma meteórica hasta convertirse en la sastrería de referencia para hombres en España, como tercera generación. Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao son algunas de las ciudades donde la firma española ofrece a sus miles de clientes la experiencia de hacerse un traje a medida a un precio asequible y una calidad que sorprende. Además, Jajoan tailoring es de esas marcas que ha sabido entender a la perfección la estrategia de los mercados, posicionándose en un mercado muy atractivo para su target: el mundo de los deportes. El Villarreal CF de LaLiga española o iconos del baloncesto europeo como son el Valencia Basket, el Bilbao Basket o el Movistar Estudiantes, son algunos de los equipos que visten de forma oficial los trajes de la marca española.

Charlamos con su fundador y CEO, Alejandro García, para conocer de cerca los secretos del éxito de Jajoan y descubrir los planes próximos de la firma española en suelo iberoamericano.

¿Cómo es la evolución de una sastrería de ámbito local a convertirse en toda una referencia nacional?

La evolución ha sido un viaje apasionante. Iniciamos como un pequeño establecimiento en Madrid y, con el paso de los años, fuimos ganando notoriedad gracias a nuestra dedicación y a la calidad de nuestros trajes. La clave ha sido mantener una constante evolución en técnicas de sastrería, mientras honramos la tradición artesanal. Así, hemos logrado expandirnos a varias ciudades importantes del país, manteniendo siempre un estándar de calidad que nos diferencia.

¿Qué tienen de diferente los trajes de Jajoan frente a otras marcas?

Nuestros trajes se distinguen por la personalización y la atención meticulosa al detalle. Cada traje es único y está confeccionado para adaptarse no solo a las medidas del cliente, sino también a sus preferencias y estilo de vida. Utilizamos materiales de primera calidad y cada pieza es trabajada por sastres con amplia experiencia, lo que garantiza un ajuste perfecto y un acabado impecable.

Ante un mercado cada vez más competitivo en el que clientes y marcas anteponen los bajos precios a la calidad y cuidado de los detalles, ¿cómo lograrías seguir siendo líderes en ventas?

La clave está en no comprometer nunca la calidad. A pesar de la tendencia a reducir costos, en Jajoan nos hemos centrado en educar a nuestros clientes sobre la importancia de un buen traje. Mostramos cómo un traje a medida no solo es más duradero, sino que también realza la presencia del individuo. Esto, junto con un servicio al cliente excepcional, nos permite mantener la lealtad de nuestros clientes y atraer a nuevos.

Centrados en la experiencia de compra, ¿qué tiene de especial hacerse un traje a medida en las sastrerías Jajoan?

Hacerse un traje a medida en Jajoan es vivir una experiencia completamente personalizada. Desde la elección del tejido hasta el último ajuste, el cliente está involucrado en cada paso. Además, ofrecemos asesoramiento experto para asegurar que el resultado final no solo sea estéticamente agradable, sino también perfectamente adaptado a las necesidades y deseos del cliente.

¿Qué se va a encontrar un cliente cuando llega por vez primera a una de vuestras sastrerías?

Un ambiente acogedor y un equipo altamente profesional dispuesto a guiarle a través del proceso. Nuestros asesores están entrenados para entender y ejecutar la visión del cliente, asegurando que cada visita sea productiva y placentera. Desde el momento en que entran, los clientes se sienten valorados y saben que están en manos de expertos.

¿Cuáles son las tendencias actuales de estilo en la sastrería masculina europea? ¿Difieren mucho de las que encontramos en América?

En Europa, la tendencia es hacia cortes más ajustados y un estilo más sofisticado, mientras que en América se observa una preferencia por lo clásico y cómodo. Sin embargo, lo interesante de la moda actual es que hay una gran intersección de estilos, y cada vez más, las tendencias son globales gracias a la influencia de las redes sociales y la moda en línea.



¿Es cierto que todo vale en la sastrería masculina? ¿Cuáles son las red flags si es que existen?

No todo vale. Las red flags incluyen mal ajuste, tejidos de baja calidad y costuras poco precisas. Un buen traje debe sentirse como una segunda piel, por lo tanto, cualquier cosa que comprometa la comodidad o la apariencia del traje debe ser considerada un error.

Una referencia de lo que es un buen traje a medida para ti.

Un buen traje a medida es aquel que resalta lo mejor del cliente, ajustándose no solo a su cuerpo, sino también a su estilo personal y necesidades. Debe ser funcional, cómodo y estéticamente agradable, utilizando siempre materiales de la más alta calidad.

Ahora, una referencia de lo que sería un atentado contra el arte del traje a medida. Un traje mal ajustado, hecho con tejidos de baja calidad y cortes incorrectos, sería un verdadero atentado contra el arte del traje a medida. La esencia de la sastrería está en la perfección y el detalle, cualquier desviación de esto desmerece todo el proceso.

¿Existe un beneficio real de vestir un traje a medida frente a un traje de confección?

Absolutamente. Un traje a medida se adapta perfectamente a la forma de cada individuo, ofreciendo mayor comodidad y mejor apariencia. Además, permite personalizar detalles que reflejen la personalidad y preferencias del cliente, algo que un traje de confección no puede ofrecer.

¿Cuáles son los próximos planes de Jajoan? ¿Cuán inminente es su llegada a este lado del charco?

Estamos en proceso de expansión y planeamos abrir tiendas en varias ciudades importantes de América. Este movimiento es parte de nuestro plan para llevar nuestra filosofía de sastrería de alta calidad y a medida a un público más amplio.

Por último, ¿qué van a encontrar de novedoso nuestros lectores en vuestras sastrerías?

Los lectores encontrarán una fusión de tradición y modernidad. Estamos constantemente innovando en nuestros diseños y técnicas para ofrecer trajes que no solo estén a la moda, sino que también sean atemporales y exclusivos. Además, incorporamos tecnología en nuestro proceso de sastrería para mejorar la experiencia del cliente y la calidad del producto final.



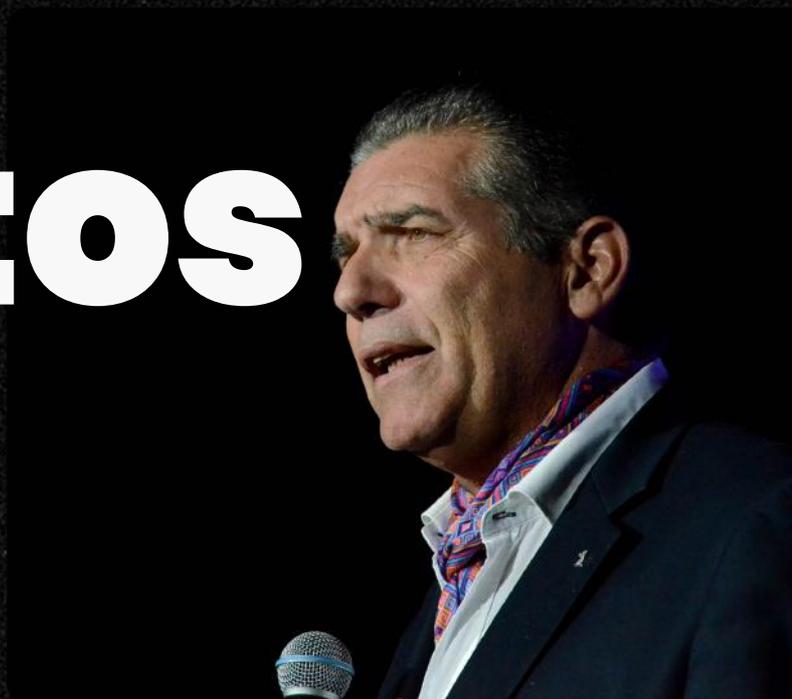
Mano a Mano con
Caritos Páez "Más allá
de la Sociedad de la
Nieve"

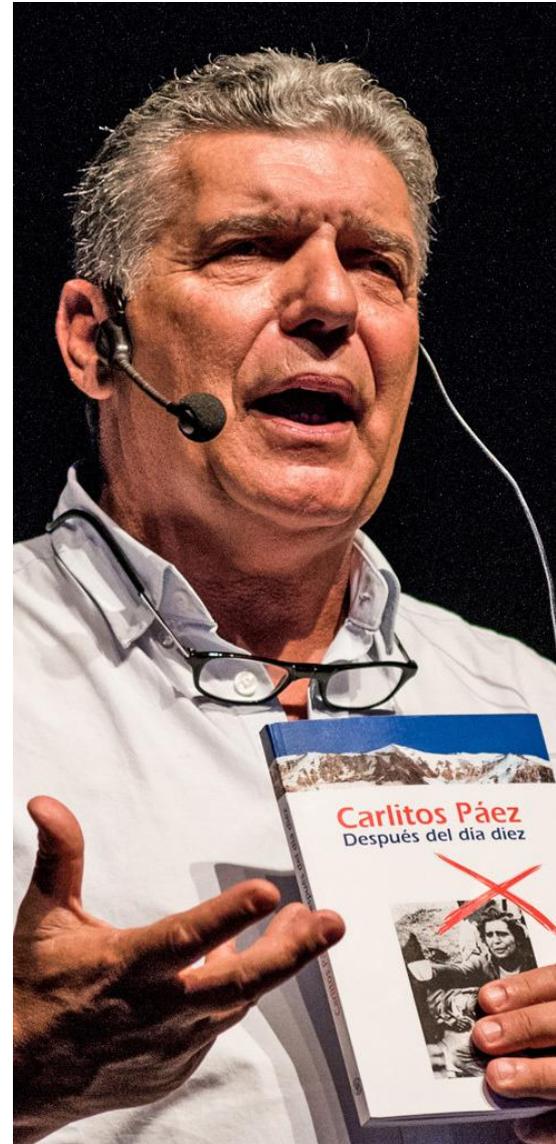


Entrevista con

Carlitos Páez

Sobreviviente de la
tragedia de los Andes,
realizada por Matías
Fernández, Presidente
de FIJE.





Hace casi 52 años, un joven uruguayo de 18 años, Carlitos Páez, hijo del renombrado pintor Carlos Páez Vilaró y Madelón Rodríguez Gómez, se embarcó en un viaje que cambiaría su vida para siempre. El 13 de octubre de 1972, Carlitos viajaba con su equipo de rugby y otros pasajeros a bordo de un avión Fairchild FH-227D de la Fuerza Aérea Uruguaya, con destino a Chile. Lo que sucedió aquel día es conocido mundialmente: el avión se estrelló en los Andes, dejando solo 16 sobrevivientes que fueron rescatados el 22 de diciembre, tras 72 días en la montaña y 62 días después de que las búsquedas oficiales se suspendieran.

Carlitos, quien se define a sí mismo en esta entrevista como "un chico malcriado, consentido, un caprichoso" de 18 años en ese entonces, es hoy un exitoso publicista y conferencista que inspira a empresarios en todo el mundo. Aún se emociona al recordar a sus padres y compañeros, miembros de esa "Sociedad de la Nieve", título de la película dirigida por Juan Antonio Bayona y producida por Netflix.

En esta entrevista, titulada "Más allá de la Sociedad de la Nieve", exploramos cómo la experiencia de Carlitos y su historia de supervivencia pueden ofrecer valiosas lecciones a los empresarios de Iberoamérica. Hablaremos de cómo su odisea en los Andes puede enseñar sobre trabajo en equipo, unión, optimismo, liderazgo y resiliencia, cualidades esenciales para ser mejores empresarios y líderes. Prepárense para un relato conmovedor y lleno de enseñanzas profundas que resonarán en el corazón de todo aquel que aspire a dejar una huella en el mundo empresarial.

MF - Transformación y resiliencia: ¿Cómo integraste las lecciones de resiliencia que aprendiste en los Andes en tu desarrollo personal y en tu carrera como empresario y publicista?

CP - "Bueno, naturalmente, después de los Andes experimenté una transformación profunda y una evolución personal. Antes del accidente, yo era un chico malcriado, consentido y caprichoso, que no servía para nada. Tenía todos los lujos, como desayunar en la cama y hasta una niñera. De repente, me encontré a 4200 metros de altura sin ningún tipo de recursos. En ese momento, tuve que recurrir a capacidades y fuerzas que desconocía tener.

Recuerdo que un periodista peruano me preguntó una vez: **'¿Cuándo naciste realmente? ¿El 13 de octubre, cuando el avión se cayó, o el 22 de diciembre, cuando los rescataron?'** Le respondí que el 13 de octubre, porque fue el día en que comencé a descubrir mis verdaderos recursos y capacidades.

Desde entonces, he aplicado constantemente esta referencia en mi vida diaria y profesional. Por ejemplo, cuando enfrento problemas menores, como una goma pinchada o un apagón, me recuerdo que, aunque tengo derecho a quejarme, comparado con mi experiencia en los Andes, estos problemas son insignificantes.

Esta perspectiva me ha ayudado enormemente en mi carrera. En ocasiones, empresas me han llamado para asesorar en situaciones difíciles, como despidos. Utilizo mi historia para darles la fuerza necesaria para afrontar el cambio, porque la incertidumbre y el cambio constante fueron claves en nuestra supervivencia en los Andes. Así, la resiliencia se convierte en una herramienta poderosa para enfrentar y superar desafíos en el mundo empresarial."

MF - Liderazgo visionario y trabajo en equipo: ¿Qué aspectos del liderazgo y del trabajo en equipo que surgieron en los Andes te han ayudado a guiar equipos en tus proyectos actuales?

CP - Lo más importante de todo fue el grupo. Para mí, nuestra historia es netamente grupal, no pudo haber sido individual. En general, trato de juntarme con gente y soy muy abierto en eso, absolutamente abierto. Algunas personas me dicen que no debería ser tan abierto porque a veces te perjudica. Sí, bueno, pero la apertura es lo que te da la posibilidad de encontrar gente que sea más inteligente que tú. Siempre busco a alguien que pueda ayudarme, alguien más inteligente, contrariamente a lo que los políticos uruguayos han hecho toda la vida, buscando siempre a tipos más secundones. La colaboración y la apertura que aprendí en los Andes han sido fundamentales para guiar mis equipos en mis proyectos actuales.

MF - Claro, a veces uno siente un temor natural: si tengo gente a mi alrededor, ¿serán mejores que yo y me superarán? Entonces, sí, la idea es que es beneficioso rodearte de personas talentosas. Si tienes el mejor equipo a tu lado, podrás alcanzar alturas aún mayores.

CP - EXACTAMENTE. MUCHO MÁS ARRIBA, SÍ. SIN DUDA, YO FUNCIONO ASÍ.

MF - Excelente. Decisiones estratégicas: ¿Podrías compartir cómo el proceso de toma de decisiones en situaciones extremas ha moldeado tu estrategia empresarial?

CP - Mirá, nosotros tuvimos que tomar decisiones, muchas de ellas muy duras, como fue la decisión sobre la alimentación. Fue un proceso que vivimos intensamente. A mí me fascina la frase de San Francisco que dice: "Empieza por hacer lo necesario, luego lo que es posible y te encontrarás haciendo lo imposible", que no es otra cosa que vivir el proceso. Entonces, el proceso me parece fundamental vivirlo. Y eso te lleva a tomar decisiones muchas veces quizás equivocadas.

¿Pero sabes qué pasa cuando es grupal? Fíjate que nosotros salimos para el lugar equivocado. Nosotros salimos para el lado chileno, pero porque lo decidimos por mayoría. Y en realidad tenía razón Canessa (Roberto) que decía que había que salir para el otro lado, pero los otros 15 dijimos que era para el lado chileno y entonces, con ilusión, con pasión, con actitud, aún equivocados, llegamos igual. De eso se trata. No se trata de historias perfectas, se trata de historias con pasión, con actitud, con visión.

MF - Esta reflexión es muy valiosa, ¿verdad? Porque uno podría pensar inicialmente de una manera, y luego preguntarse qué habría pasado si hubiéramos seguido el consejo del otro. Al final, lo importante es aprender de estas experiencias y seguir adelante.

CP - Quedó la discusión de por vida. Es más, una vez volvimos 11 de los sobrevivientes a la tumba, al lugar, y Nando (Fernando Parrado) no fue, pero nos dejó una carta para leer. Ahí estaba su madre y su hermana enterradas. Lo importante no era el contenido de la carta, lo importante era la posdata. Decía chicos, y se llegan a perder las salidas para otro lado. (risas)

MF - El humor siempre ha sido clave en ustedes, hablemos de la gestión eficiente de recursos: ¿Qué lecciones sobre la gestión de recursos limitados aprendidas en los Andes aplicas en tu gestión actual?

CP - Los recursos son fundamentales, pero a menudo debes hacer de tripas corazón, como dice el viejo dicho. En nuestra situación en los Andes, estábamos prácticamente sin recursos, lo que sería equivalente a cero para una empresa. Sin embargo, debíamos seguir adelante. Personalmente, siempre he sentido una inclinación hacia la producción, disfruto ideando estrategias para optimizar recursos y lograr objetivos. Constantemente busco cómo mover recursos de un lugar a otro de manera eficiente, aunque más por el placer de resolver problemas que por la necesidad de eficiencia pura. En los Andes, aprendimos a ser eficientes a pesar de no tener prácticamente nada.

MF - Es decir, en ese escenario, uno realmente carecía de recursos, o incluso menos que eso. ¿Cómo lograr administrar la nada misma?

CP - La nada, la administración de la nada, implica enfrentar la escasez de recursos con ingenio y determinación, así como mantenerse activo frente a la adversidad. En situaciones extremas, como la que vivimos en los Andes, aprendimos que incluso cuando parece que no tenemos nada, podemos administrar nuestra situación mediante la planificación proactiva y la acción constante. Este enfoque se reflejó en nuestra experiencia con el libro que escribimos "Viven", que bien podría haberse llamado "Mañana", ya que cada día invertíamos esfuerzos para construir un futuro mejor. Este principio se asemeja a cómo muchas empresas me llamaron durante la pandemia para manejar la incertidumbre, pues era el desafío que enfrentábamos en ese momento: la incertidumbre.

MF - Es cierto, especialmente en el caso de los jóvenes empresarios, y aún más en las nuevas generaciones como los Centennials, se percibe una ansiedad por la inmediatez, la necesidad de tenerlo todo ahora mismo. ¿Cómo crees que esta mentalidad afecta el proceso de toma de decisiones y la gestión empresarial?

CP - Por eso te digo que vuelvo a la frase de San Francisco, estamos en el mundo de la inmediatez, el mundo de WhatsApp, el mundo de las cosas "ya" y los procesos no te lo pueden saltar. Es una de las cosas que aprendí.

MF - Entiendo. Mantener una visión a largo plazo es crucial, especialmente en momentos de incertidumbre. ¿Cómo te ha ayudado esa habilidad durante la planificación y ejecución de proyectos posteriores a tu experiencia en los Andes?

CP - Bueno, sí, obvio. Nosotros, la visión nuestra no era Hollywood, no eran películas, no eran fama, no era que vos me estés entrevistando hoy aquí. Nuestra visión era volver a casa con mi mamá, con mi papá y con mi perro. Esa era la visión que teníamos todos. Es más, teníamos un deadline que era la Navidad que se nos venía. Y estos aparecieron el 22 de diciembre. O sea que la Navidad era para nosotros crucial.

MF - Entiendo. Mantener una visión a largo plazo es crucial, especialmente en momentos de incertidumbre. ¿Cómo te ha ayudado esa habilidad durante la planificación y ejecución de proyectos posteriores a tu experiencia en los Andes?

CP - Bueno, sí, obvio. Nosotros, la visión nuestra no era Hollywood, no eran películas, no eran fama, no era que vos me estés entrevistando hoy aquí. Nuestra visión era volver a casa con mi mamá, con mi papá y con mi perro. Esa era la visión que teníamos todos. Es más, teníamos un deadline que era la Navidad que se nos venía. Y estos aparecieron el 22 de diciembre. O sea que la Navidad era para nosotros crucial. Nunca pensamos que iba a tener la repercusión que tuvo esta historia. Fíjate que han pasado más de 51 años y es una historia que sigue tan vigente. Es una locura esta historia. Pero la lucha era por cosas simples, porque la escala de valores cambia. Entonces le empezás a dar valor a las cosas que en la vida cotidiana no le das. Y creo que tiene que ver con el despojo, con el hecho de que incluso quise comprar un cigarrillo por \$70, que era todo mi capital en ese momento, y no me lo vendieron. Esto ejemplifica la importancia de valorar las pequeñas cosas en la vida cotidiana, que antes podrían haberse pasado por alto.



CY cuando compartís la alegría, la alegría es más alegría. Y bueno, muchas veces yo me caí, muchas veces tuve que yo levantara a otro. Yo era un poco como aquel personaje de la vida es bella, de la película aquella que en el medio del campo de concentración los hacía ver una visión diferente, que fue quizás lo que yo más aporté en toda esta historia en el plano personal, además de mi propia evolución en lo material, pero toda esa parte inconsciente y graciosa. Y es más, andan unos tiktoks por ahí muy divertidos cuando cuando le digo canisa, tenés mala onda, no te voy a invitar a un asado que voy a hacer.

MF - Parece que has experimentado mucho con eso. ¿Cómo abor das los desafíos actuales, inspirado por tu experiencia de supervivencia? ¿Qué estrategias utilizas para enfrentarte a los desafíos que se presentan hoy en día? Y, considerando todo lo que has pasado, ¿Qué importancia le das a esos desafíos?

CP - Bueno, siempre a mí me preguntaron hace poco cuándo fue la última vez que tuve miedo? Yo le digo hace 15 min. Antes de entrar a la conferencia. Pero el miedo, yo di una charla TED sobre el miedo motor. El miedo es el que te motoriza, el miedo es el que te mueve. Hay que hacerse amigo del miedo. Para mí el miedo, mi problema es el día que no tenga miedo, ese es mi problema. Lo que te paraliza es el pánico. Entonces para mí el miedo es un motor. A mí yo siempre le digo a todos, vos reza por mí los primeros 5 min, después olvidate porque yo ya ahí manejo yo la cosa. Pero hay que meterse, hay que para mí el miedo es muy importante.

MF - Y hablando del miedo, ese sentimiento que nos mantiene alerta y activos

CP - Te mantiene activo si estás aplastado. Siempre le meto mucha pasión. Por ejemplo, este año di 102 conferencias, ¡imagínate! Recuerdo especialmente las 28 que di para el banco latú en Chile. Después de la número 28, pensé: "La verdad, soy un monstruo". Mantener la pasión en 28 eventos es todo un desafío.

Perosabes, la clave está en la historia que cuento. Siempre me emociona ver cómo la gente se conecta con ella, más allá de mi presencia. Si alguna vez me veo perdiendo esa pasión, me iré. Recuerdo una conferencia que hiciste junto a Pablito en Colonia, que atrajo a 500 personas de todo el país. Incluso alguien vino desde Paysandú solo para escucharme. ¡Increíble! Esto demuestra lo apasionante que puede ser la historia del ser humano, y va mucho más allá del cuento de los Andes.

MF - Por supuesto. ¿Cómo fomentas una mentalidad de crecimiento y aprendizaje continuo en tu entorno? Me parece fascinante cómo mencionas que tu crecimiento se dio en los Andes. ¿Podrías compartir cómo esta experiencia te llevó a desarrollar una mentalidad de crecimiento y adaptación constante? Además, ¿cómo aplicas esta mentalidad en tu vida y en tu trabajo diario?

CP - Bueno, el crecimiento a mí se me dio, se me dio en los Andes. Yo fui un tipo que, como te lo dije, nací un 13 de octubre, de ser un chico de desayuno en la cama, con niñera, que no servía para nada, donde mi padre me resolvía la vida, mi madre me resolvía las cosas y todo eso, empecé a encontrar recursos justamente a fuerza de la realidad. Digo, fíjate que me tocó a mí, mi primer título oficial lo tuve en los Andes, que era tapeador oficial, porque yo tenía una habilidad manual para tapear el avión para que no entrara viento. Entonces el tapeador oficial tiene que hacer esto. Y fuimos muy respetuosos de los roles. Después me tocó sacar la nieve de la avalancha con ocho muertos. Digo, fueron experiencias que marcaron mi vida, por eso te lo menciono, la evolución, lo que tiene interesante la historia nuestra es que fue una historia larga, porque vos ves Titanic o las Torres Gemelas, que son historias impresionantes, pero que duraron una noche u horas. Acá ves la evolución de la transformación del ser humano. Y eso es importante. Volvemos otra vez al proceso.

MF - Interesante trayectoria, Carlitos. Considerando tu experiencia, ¿cómo has construido redes de apoyo en tu vida profesional? Me impresiona cómo comenzaste a dar conferencias hace más de 20 años después de perder tu trabajo en publicidad durante la crisis del 2002. ¿Podrías compartir cómo estableciste esas primeras conexiones y cómo has cultivado tus redes de apoyo a lo largo del tiempo?

CP - Si. la verdad que yo empecé profesionalmente hace 20 años a dar conferencias más o menos, justamente a raíz de que había perdido mi trabajo. Trabajaba en publicidad y vino la crisis del 2002, y bueno, dije tengo 49 años, en qué puedo trabajar? La publicidad se había reventado. La otra cosa era heredar, esperar para heredar, que me hubiera ido bastante mal, porque papá vivió bastante. Y entonces armé la página web de los sobrevivientes que no teníamos página web, que se cumplían 30 años en el 2002, y me puse como conferencista sin saber lo que era una conferencia. Me llamaron de México para dar tres conferencias, no sabía ni lo que cobrar, para Avantel, que era una telefónica. Y cuando di la primera conferencia en Monterrey, que era para 1400 personas, fue tal el éxito que después di Guadalajara, México, y ahí me llamó Grupo Modelo y no paré nunca más. O sea que yo venía a México y me quedaba de repente una conferencia Directv el 1 de marzo, y otra para Blockbuster el 31 de marzo. Me quedaba el mes entero. Y ese tiempo lo utilizaba haciendo contactos, naturalmente.



MF - Interesante perspectiva, Carlitos. Considerando tu experiencia en los Andes y tu trabajo actual como conferencista, ¿cómo aplicas las enseñanzas sobre adaptabilidad de los Andes en el cambiante mundo empresarial actual? Es fascinante cómo mencionas que la historia de los Andes proporciona lecciones valiosas para la toma de decisiones, la tolerancia a la frustración, la adaptación al cambio y la gestión de la incertidumbre. ¿Podrías compartir cómo integras estas lecciones en tu trabajo y cómo las transmites durante tus conferencias a empresas como JP Morgan, Procter Gamble y otras grandes corporaciones?

CP - Y tengo desafíos. ¿Pero sabés qué pasa? Que la historia de los Andes es tan grande que tiene todo lo que precisa una empresa, todo. Toma de decisiones, tolerancia a la frustración, adaptación al cambio, encontrar recursos desconocidos, lucha contra la incertidumbre. O sea que tiene todos los elementos. Digo yo no soy un empresario de verdad, soy una pyme en mí mismo. Pero digo, todos los elementos, cuando me llaman, porque aparte todas las empresas te llaman siempre para tener una conversación previa y te explican lo que es la empresa. Mirá, a mí no me expliques nada porque no voy a meterme en tu empresa, yo me puedo meter en lo que yo viví. Prefiero ser un buen sobreviviente que un mal coach, digo,

porque esa es la verdad. ¿Cómo hicimos nosotros? Y de ahí saquen ustedes el mensaje que ustedes quieran. Y me ha tocado dar conferencias, bueno, ahora tengo JP Morgan, P&G, las grandes empresas, General Motors, todas, de las más grandes a las más chicas.

MF - Justamente el comportamiento y todo lo que vivieron implica todo lo que hace una empresa como tal, como bien lo decís. Si hablamos de motivación y pasión. ¿Qué te motiva diariamente y cómo inculcás esa motivación hacia las conferencias, hacia el tema?

CP - A mí lo que más me motiva es cuando estoy en acción. Te diría que en la previa de una conferencia y después que di la conferencia, es como yo digo, es cuando te sacas los zapatos apretados. Yo calzo 42, bueno, me pongo zapatos 41 hasta que doy la conferencia. Ahí me saco el zapato y es como que me habla. Pero en el antes, me motiva. Por eso ese miedo, no sé llamarle miedo o mariposas en el estómago, todo eso es lo que me motiva, es lo que me apasiona. Es a quien me voy a enfrentar.

Por ejemplo, antes de ayer di una conferencia que me complicaba la vida porque era una empresa alemana y tenían grupos de turcos, coreanos, alemanes. Eran todas mesas de

tipos diferentes. Y acá, qué quilombo, porque digo, tengo que manejarme con todo. Y fue un desafío que me encantó. La verdad, salí, disfruté de poder manejar gente de distintas culturas. Los coreanos aplaudían de pie, yo no lo podía creer. Corea, que es una cultura totalmente diferente a la nuestra, no sabes lo que era. Los coreanos me pedían que les firmara el libro, todo eso. Bueno, eso es lo que me motiva, el desafío constante.

MF - Considerando la importancia del riesgo en tus actividades, ¿Cómo percibes y gestionas los desafíos que surgen en tu día a día? ¿Qué estrategias empleas para lidiar con la incertidumbre y asegurar que tus proyectos se desarrollen sin contratiempos?

CP - Muchas veces me planteo: "¿Qué va a pasar ahora que tengo esta conferencia?" Pero sabes que dentro de 1 h 15 ya habrá pasado. Siempre digo eso, ya dentro de ese tiempo estará terminado. Siempre hay complicaciones. Además, los productores suelen equivocarse, ponen el video equivocado o no apagan las luces a tiempo. Ayer, por ejemplo, pasaban el video y no apagaban las luces. Pero, hermano, yo que trabajé en cine y publicidad, sé que cuando pones un aviso, todo lo demás tiene que estar apagado. Estoy constantemente atento a esos detalles. Realizo una verificación constante, incluso de cosas simples como tener mi silla o un vaso de agua, pero que estén listos. Estos son los desafíos que enfrento en mi día a día empresarial.

Y Después, también enfrentas el desafío de convencer. ¿Por qué? Porque muchas empresas piensan que después de la conferencia darán los números de la empresa. No, no, estás equivocado, hermano. Después

de esta conferencia no hay espacio para más nada. Nada. Esta conferencia es para tu empresa, pero la llevas contigo a casa. Me pasó en la primera conferencia en Avantel, éramos 1400 personas. El organizador dijo que después de mi charla daría los números. Cuando comenzó con los números, la gente empezó a irse. Es lógico, te afecta, te llega al corazón.

MF - Es realmente conmovedor, despierta tantos sentimientos desde diferentes ángulos.

CP - Y bueno, sí, y a veces tenés que convencer y lidiar. Ayer tuve una lucha bárbara para convencerlos. Al final salió más o menos como yo quería.

MF - Utilizando tu historia, que abarca elementos que van más allá de lo convencional, ¿Cómo empleas esos aspectos para motivar a otros a enfrentar desafíos en tus conferencias? A menudo, uno queda conmovido por tu historia. ¿Cómo logras esta conexión y motivación?

CP - Bueno, yo soy bastante atrevido en cosas que no son políticamente correctas. Yo hablo de la simbología de repente, que la gente no se anima a hablar. O hablo de que yo salí de la avalancha para saludar a mi padre porque era su cumpleaños. Ese tipo de cosas, de elementos que yo utilizo que son diferentes a los de los demás. No hay nada que me aburra más que un conferencista. Nada. Yo me acuerdo cuando yo era chico y veía, te daban un cartel para entrar que decía conferencias, decía qué, qué aburrido. No hay cosas más aburridas que el conferencista. Y que sea arrogante, además, que te dicte cátedra. Yo no soy motivador. Lo que motiva acá es la historia. La historia la que manda. Por eso yo no quiero que me presenten. Acá en México son muy formales y a

veces te presentan con temas de que estuviste en la escuela como agrónomo, como tal, cosa. Yo no, a mí no. Esta es una historia extraordinaria protagonizada por gente común. Ese es el titular.

MF - Entiendo. ¿Cómo influye la experiencia de humildad y perseverancia que compartes en tus conferencias en la forma en que te relacionas con tus colegas y clientes hoy en día? ¿Cómo esa experiencia de lucha constante contra la adversidad y la arrogancia impacta en tu enfoque hacia el trabajo en equipo y la empatía en tus tratos profesionales?

CP - Justamente, sabes qué pasa? Que hay dos maneras de presentar esta historia. O vas por el lado del coach, que no somos ni yo ni ninguno, nosotros no somos coaches de nadie. O vas por el lado de la realidad, el chico que no servía para nada, un malcriado, un consentido, un caprichoso, con niñera de desayuno en la cama. Eso genera una cosa que porque es una historia que la pudo haber vido cualquiera del auditorio, hay que trabajar en equipo porque nosotros trabajamos en equipo porque no teníamos más remedio que trabajar en equipo. Porque el ser humano está diseñado para trabajar en equipo. Lo que rompe los equipos es la arrogancia. Y como nuestra lucha fue permanentemente para el lado de la humildad, que yo digo que es la otra gran palabra que tiene esta historia, Dios nos enseñó que lo nuestro fue una lucha contra el no permanente, todo el tiempo. El accidente, recibir la noticia que no te buscan más, tomar la decisión de alimentarte de tus compañeros muertos, la avalancha. Cuando vino la avalancha no podíamos creer lo que estamos viendo, que Dios nos mandaba una avalancha, después encontrar la cola y no poder hacer posicionar la radio. O sea que siempre fue el no. Y sabiendo además de que el mundo entero te había abandonado. Porque somos tan arrogantes que nos creemos que cuando nos pasa algo, el mundo se detiene. ¿Y sabes qué pasa? El mundo sigue andando. Yo no entendía de que los astronautas llegaban a la luna, de que el 8 de diciembre se festejaba el día de las playas a 34 grados de temperatura, y nosotros perdidos en los Andes. Porque a diferencia de la historia con los mineros, que la compararon mucho, que si bien las dos historias fueron en Chile, las dos historias duraron lo mismo, 72 días. Ellos aparecieron el 13 de octubre, que fue el día que nosotros nos caímos. En el día 14 todos nos enteramos de que los mineros estaban con vida abajo. En cambio nosotros, en el día 10, nos enteramos todos, como digo yo, el mundo entero nos había abandonado.



MF - Claro, la situación continuó avanzando y llegó un momento en el que el mundo dijo: "Acá ya no fue posible encontrarlos" y se detuvieron las búsquedas.

CP - Pasó nada!, no estamos liquidados, dijimos. Solo nos liberó de un peso, del dolor de las familias y ahí nos dimos cuenta. Para mí fue el día trascendental. De hecho tengo un libro que se llama "Después del día 10", que justamente marca el parteaguas, como dicen acá en México, de la historia. El dejar de esperar para empezar a actuar. Porque hasta ese momento estábamos esperando que nos vinieran a buscar, pero de ahí en adelante la historia fue nuestra historia.

Por eso yo aprendí de que no hay que dejar que las cosas pasen, sino que hay que hacer que las cosas sucedan. Un poco una frase que tenía el presidente Kennedy, sin ánimo de meterme en política, pero él decía no preguntes lo que el país puede hacer por vos, preguntate lo que tú puedes hacer por el país. Y es un poco lo que nosotros decimos, a los helicópteros hay que irlos a buscar, no hay que esperar a que vengan.



MF - Considerando tu experiencia personal y cómo has evolucionado, ¿cómo crees que tu transformación ha influido en tu estilo de liderazgo actual? Es evidente que el liderazgo está estrechamente ligado al trabajo en equipo y al aporte individual. ¿Cómo has visto que tu participación activa en el grupo ha fortalecido tu capacidad de liderazgo a lo largo del tiempo?

CP - Comprendí que el liderazgo auténtico solo surge del trabajo arduo. Al principio, mi voz apenas tenía peso, ya que era considerado un joven mimado y consentido. Sin embargo, a medida que comencé a contribuir al grupo con acciones tangibles, mi influencia se fortaleció. Desde quitar la nieve hasta reparar el avión o confeccionar un saco de dormir, acciones que ahora valoro

enormemente. Incluso hay un TikTok que circula, donde narro la historia de cómo, junto a Fernando Parrado, Antonio Vizintín y Roberto Canessa, confeccioné mi saco de dormir. Esta experiencia ha resonado profundamente en las redes sociales, mostrando el valor humano que atribuyo a cada acción realizada durante aquellos días en la montaña.

MF - ¿Cuáles técnicas de resolución de conflictos consideras más efectivas, basadas en tus experiencias extremas? ¿Cómo el diálogo, como elemento fundamental, contribuyó a superar las dificultades en la cordillera, donde enfrentaron momentos difíciles y peleas, pero al final se abrazaban y lloraban, con el objetivo común de regresar a casa con la familia?

CP - Y el diálogo, fundamentalmente el diálogo. Nosotros por supuesto que en la cordillera tuvimos momentos muy difíciles, tuvimos momentos de peleas y todo, pero al final terminaba como teníamos un objetivo que era volver a casa con la familia, digo, al final terminabas abrazado, llorando. Esa es la verdad. Y creo que el diálogo es lo fundamental para poder salir adelante. Siempre el diálogo.

MF - Coincido completamente, el diálogo y la humildad son fundamentales. El diálogo permite encontrar soluciones y superar diferencias, mientras que la humildad nos enseña a aceptar y comprender las opiniones y perspectivas de los demás, incluso cuando no estamos de acuerdo

CP - Sí, exactamente.

MF - ¿Cómo definirías el esfuerzo y la dedicación, y cómo crees que estos valores te han llevado al éxito que disfrutas hoy en día? En tu experiencia, ¿qué papel ha desempeñado la perseverancia en tu trayectoria?

CP - La perseverancia, viejo, la perseverancia. Tengo 70 años, y cuando cumplí esa edad, me sorprendió sentir la necesidad de levantarme a las 3:00 a.m. por cuestiones prostáticas. Es increíble pensar en tener 70 años, un largo trecho. Pero soy perseverante. Llevo 22 días acá en México, trabajando sin descanso. Todavía me quedan cuatro o cinco días más, y quién sabe si aún enfrentaré nuevos desafíos. Siempre digo que sí a todo. Esa es otra enseñanza de mi padre. Él solía decir que los obstáculos eran su mayor estímulo. Y creo que es una frase

maravillosa. Una vida sin obstáculos carece de sentido.

MF - Exacto. Si todo fuese fácil, ¿Dónde estaría el desafío, verdad? Es como esos juegos que pierden su emoción si sabes que vas a ganar siempre. Los obstáculos, en cierto modo, le dan sabor a la vida, ¿no crees? Son como las especias en una comida: necesarios para apreciar plenamente el resultado final.

CP - Bueno, y la cordillera fue una lucha constante contra los obstáculos y las negativas.

MF - Sí, sin dudas esa es la definición máxima de obstáculos que uno puede tener en la vida, por eso es una hitorisa tan poderosa y motivadora.

CP - Pero como te decía, papá era un tipo que le encantaba el proceso, yo no lo entendía. Decía que tenía que pintar la mesa, por ejemplo, y empezaba por la parte de abajo, la que no se ve, yo hubiera pintado la parte de arriba, digo, era un tipo que le encantaba el durante, soportar el durante y eso me enseñó mucho a la hora de afrontar los obstáculos.

MF - ¿Cómo logras equilibrar tu optimismo innato con una perspectiva realista?

CP - Es difícil esa, porque yo soy más optimista que realista, digo, pero bueno, siempre hay alguien que te baja a tierra. Pero siempre el optimismo es lo que oprima, digo, ver el lado brillante. De hecho, en la portada de mi libro hay una cruz roja que yo puse adelante, que puede ser vista como una cruz, algo que tacha, algo que elimina, sinónimo de muerte. O puede ser vista como las

aspas del helicóptero, que es como la veo yo, como un símbolo de libertad. Supongo que me lo voy a tatuar, porque no tengo ningún tatuaje, pero me voy a tatuar la cruz esa de mi libro.

MF - Me ha encantado! el significado es fascinante y poderoso, ya que esa cruz representa el aspa de un helicóptero, transformándose así en un símbolo de vida

En esa situación, el optimismo fue crucial. Si hubieras sido realista, podrías haber quedado estancado ahí mismo, ¿verdad?

CP - Es que sí! había algunos realistas que entendían que era la muerte el siguiente paso y que en realidad nosotros los sacamos de ahí, a los realistas. Bueno, yo el optimismo quizás lo heredo de mi padre. Se vivían dos cosas diferentes. En mi casa quedó todo tal cual yo lo había dejado, mi ropa colgada, todo, todo, me estaban esperando y había otros que no los estaban esperando. ¿Realismo, no? Y bueno, pero por eso yo siempre lucho por mirar el lado brillante de la cosa. "The bright side of the moon".

MF - ¿Qué consejos compartirías con los jóvenes empresarios para mantenerse enfocados y perseverar frente a las adversidades, especialmente en un entorno empresarial donde los desafíos son recurrentes y pueden surgir crisis inesperadas?

CP - Vuelta otra vez. Yo creo que la perseverancia, seguir teniendo un objetivo claro. Yo hoy justo le decía a mi hijo, mi hijo está en una edad, primero que es un malcriado como era yo y todo eso, y está buscando 1000



alternativas. Quieres ser actor de cine, vender, ser inmobiliario, vender cualquier cosa. El enfocarse, el enfoque es lo que te tenés que soportar, el durante, porque en el enfoque te vas a encontrar con muchos garrones, porque te cambia. Bajó la bolsa ayer, por ejemplo, y mucha gente se quiso matar, hoy subió, pero te quiero decir que, que son cosas que pasan, pero vos si estás enfocado, al final la perseverancia es importante.

MF - Como en el año 2002 en Uruguay, que hubo ese quiebre, esa bomba. Y bueno, como vos le decías tuviste que adaptarte una vez más.

CP – Tal cual fue mi día 10, se me cayó el avión a mí como empresario y ahí tuve que remontar y remonté y ahí me y pasé por arriba de tenerle miedo de ir a hablar con un gerente, a pasar a que el gerente tenga miedo de ir a hablar conmigo.

MF - Teniendo en cuenta tu enfoque previamente mencionado, donde destacas que no te identificas como un coach motivacional, ¿cómo incorporas tu experiencia vital en las conferencias que impartes, subrayando la autenticidad y el valor de tu propia historia?

CP – Yo me acuerdo que Miguel Ángel Cornejo, que era el motivador número uno de México, supongo que lo habrás conocido, pero me decía Carlitos, tenemos que dar una conferencia juntos. Yo digo sí, qué vivo que sos vos te tenés que inventar la historia, yo la tengo. Miguel, era un genio como motivador. Yo no soy motivador, ni quiero ser, ni camino por arriba del escenario, ni les grito “se puede”, no me interesa. Nuestra historia es una lucha por la vida, eso fue la gran motivación.

De hecho hoy somos más de los que salimos en aquel avión, gracias a que yo estoy vivo, hay ocho más, tengo dos hijos, seis nietos, entonces eso es lo que le da continuidad. Por eso, no la puedo ver como una tragedia, tampoco la puedo ver como un milagro, creo que es una historia de vida, de lucha por la vida, porque es muy atractivo morir en esa circunstancia. El otro día escuché a uno de los sobrevivientes que envidiaba a los muertos, porque era que se terminara el sufrimiento. 70 días es una enormidad de tiempo. Como digo yo, da para ponerse de novio, casarse y divorciarse en 70 días. Es mucho, mucho tiempo.

MF - ¿Es fascinante lo que mencionas sobre la complejidad de la situación y cómo algunos podrían ver la muerte como una salida fácil para eliminar el sufrimiento y la esperanza. ¿Cómo defines tú ese camino fácil en situaciones extremadamente desafiantes, como la que enfrentaron en los Andes? ¿Cómo influye la actitud y la determinación en la elección entre el camino del atajo y la perseverancia frente a la adversidad?

CP - El camino del atajo. Por eso digo que cuando Roberto Canessa y Fernando Parrado suben hasta la montaña durante tres días, y miran hacia el otro lado, y si al otro lado era peor, y toman la decisión de, en vez de volver al fuselaje donde más o menos estaban con vida, asumen, quizás porque todo el trabajo de todos nosotros pesaba sobre sus hombros, o más que en sus hombros, en su corazón. Eso es lo que yo llamo actitud. Ellos siguieron adelante hacia la nada. Lo único que tenían era montañas, y más montañas, y más montañas.

Y se arriesgaron un poco, porque todo el grupo en realidad no caminaba solo. Era el fruto del trabajo de los 16.

MF - Era la fuerza de todos, lo tenían ahí empujando, combatiendo el no cada vez que pensaban en dar la vuelta, supongo que pensaban, volemos para atrás o le seguimos? Era esa fuerza de todos ustedes los que también los empujaban a seguir adelante.

CP - Y no te quepa la menor duda.

MF - ¿Cómo describirías la mentalidad de aquellos que se quedaron, considerando el refuerzo de su esperanza en medio del temor a la Navidad y los desafíos causados por el deshielo repentino en la montaña?

CP - Bueno, con la esperanza reforzada, con el miedo a la Navidad, el miedo a que se nos viniera la Navidad. Y teníamos otro problema, que era un problema grave, cuando la nieve se empieza a derretir, los objetos empiezan a aparecer como pedestales, porque se derrite la nieve de afuera, pero lo de abajo no se derrite. Entonces el mismo fuselaje estaba quedando levantado. O sea, durante toda la historia nosotros bajábamos al fuselaje, pero ahí en los últimos días, ya con el deshielo, teníamos que subir. Y teníamos miedo de que toso cayera rodando y llegaban las 5:00 a.m. y salíamos para afuera porque teníamos miedo.

MF - Basándome en lo que acabas de compartir, ¿cómo integras experiencias personales tan íntimas, en tu narrativa general para impartir enseñanzas profundas y significativas? ¿Y cómo crees que estas narrativas personales influyen en el verdadero sentido de la vida que buscas transmitir?

CP - Mira Mati, la lección más valiosa que yo tuve en la historia de los Andes, que la cuento poco, es mi vínculo con mi madre a través de la luna, que era el único vínculo que teníamos no había Internet, obviamente yo era un obseso por mirar la luna porque sabía que mi madre la estaba mirando. Y cuando llegué a Montevideo, mamá me decía yo miraba la luna porque sabía que tú la estabas mirando. O sea que eso para mí es la esencia de la historia. Es la esencia, la esencia del hombre común. ¿Pero digo, pero quién se anima a contar de que vos tenés un vínculo con la luna, con tu

mamá? Parece de nene chico. Totalmente. El anti coach, digo, de nada que ver con la empresa, pero sin embargo son las pequeñas grandes cosas que son las que le dan el verdadero sentido de la vida.

MF - Sí, a veces uno lo ve precisamente así, o podrías pensar que para alguien común podría ser algo inocente, pero en ese momento era lo más poderoso que existía. Era poderoso porque representaba un vínculo profundo. Estabas conectado con ella de una manera única y especial.

CP - Exactamente. Y los vínculos son poderosos, fijate que mi padre, que era famoso naturalmente, le encantó la historia y escribió el libro entre mi hijo y yo, la luna. Pero mi vínculo no era con papá, era con mamá. Es raro vivir con vínculo con mi padre a través de la luna, pero con mi madre sí.

MF - Sí, porque hay otra conexión.

CP - Hay otra conexión, hay otra energía.

MF - Y a veces, ¿no crees que, aunque no se enfoque directamente en la empresa, sí tiene relevancia? Porque al final, en las empresas, como en la vida, se forman vínculos significativos entre las personas.

CP - Es que hay vínculos permanentemente, eso es lo que me parece que hay que estimular a veces. Está el vínculo con tu familia, el vínculo con tus hijos, el vínculo con la gente, el vínculo con tus compañeros. Eso es lo que nosotros más rescatamos de la historia nuestra, es la solidaridad, la amistad, el amor que hubo entre nosotros en aquel momento. Después cada cual siguió por su camino, nos juntamos todos los 22 de diciembre, tenemos un chat en común. Es otra historia la del después.

MF - Definitivamente. ¿Cómo visualizas esta nueva etapa en los próximos años? Claro, la película ha inyectado una gran dosis de energía y adrenalina, pero vivimos en un mundo donde las inyecciones de novedad son constantes y fugaces. ¿Cuáles son tus expectativas? ¿Hacia dónde te diriges en el futuro?



CP - Voy a seguir con la misma línea, aprovechando la situación actual que amplía el mercado, especialmente para las grandes empresas. Esta historia ha sacudido al mundo, resaltando la importancia de la unidad al dar voz a los fallecidos, una voz que siempre fue tan vital como la de los sobrevivientes. En un mundo marcado por conflictos como Ucrania contra Rusia o Palestina contra Israel, el tema de la unidad es especialmente relevante. Me parece fascinante cómo el estreno de nuestra película logró reunir a sobrevivientes, familiares de sobrevivientes y de los fallecidos, cerrando una brecha que existía entre ellos. Por eso, destaco la importancia de la unidad.

MF - Es fascinante lo que comentas. En un mundo tan fracturado y complejo como el actual, con conflictos como los de Rusia y Ucrania, Israel y Hamas, y la división política en diferentes regiones, ¿cómo ves la importancia de la unidad y el trabajo en equipo, especialmente en comparación con la situación que describiste en la historia de los Andes?

CP - ¿Oye, a mí Nelson Castro, periodista argentino de TN, me dice Carlitos, cómo ves la Argentina comparado con la historia? ¿Mirá, sabes el problema que tiene la Argentina? Que iban en un avión de línea y sin piloto. O sea, un avión donde cada cual chinchaba para su lado, y además no tenían piloto. En cambio en el caso nuestro, íbamos todos más o menos conocidos con el mismo objetivo. Y fue lo que nos sacó adelante, esa unidad de grupo. Es una de las historias más notables de trabajo en equipo.

MF - Exacto, por eso creo que es un gran motivador para la sociedad y para las empresas.

CP - Y fijate que el equipo se forma a raíz también de una mala noticia. Cuando vino la avalancha, nosotros éramos cinco amigos inseparables que andábamos todos juntos. Quedábamos tres, otros eran cuatro, quedaron dos, otros eran tres, quedó uno. Y

de la avalancha en adelante, no hubo más remedio que fusionarnos en un solo grupo. Y ahí nos empezamos a transformar en una especie de máquina para vivir. Pero todo es un tema grupal. En la película, "Viven", está el chico Ethan Hawke. Muy gringo es eso. Pero acá en esta película, en esta película se traduce la esencia del ser humano.

MF - Sí, ahí justamente se observa esa unión como un logro, como decías, ser una máquina de vida. La unión de todos era una máquina para hacer que las cosas sucedan.

CP - Exactamente.

MF - Para concluir, ¿crees que es necesario enfrentarse a una crisis o situación compleja para valorar y activar el trabajo en equipo y la humildad, o deberíamos fomentar estos valores de manera constante, incluso en tiempos de calma?

CP - No, no debería ser necesario, a nosotros nos tocó así, y así lo cuento pero, no debería ser así. Yo me acuerdo que para P&G di una conferencia sobre trabajo en equipo, que fueron tres días de trabajo en equipo y yo daba la conferencia última. Ustedes perdieron el tiempo tres días. Ustedes debieron haber hecho una conferencia de humildad, porque la única manera de mantener un equipo es con humildad. Lo que rompe los equipos es la arrogancia. Y se lo dije a Procter & Gamble, que es la empresa muy arrogante.



Muchas gracias Carlitos por tu tiempo y tus palabras, hemos recibido un mensaje poderoso y motivador que podemos aplicar en el ámbito empresarial. Nos has mostrado la importancia del liderazgo, la unión, el trabajo en equipo, el optimismo, la perseverancia, la actitud positiva, la superación de obstáculos y la humildad.

Para conocer más sobre las conferencias y libros de Carlitos, puedes visitar su sitio web en <https://carlitospaez.com/>

CEIB: LA VOZ DE LOS EMPRESARIOS DE LA REGIÓN

El Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB) nace en el año 2015, en el marco de la XXVI Reunión de Presidentes de Organizaciones Empresariales Iberoamericanas, como una iniciativa respaldada por la Organización Internacional de Empleadores (OIE), institución a la que pertenecen las 24 organizaciones empresariales más representativas de los 21 países iberoamericanos.

El objetivo del Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB) es poner en valor los factores de competitividad comunes a los empresarios y contribuir al mejor desarrollo económico y social de los países de Iberoamérica. Su finalidad es trabajar en el desarrollo de estrategias e iniciativas en el espacio iberoamericano, defendiendo los intereses empresariales y manteniendo abierta una línea permanente de diálogo con las instituciones públicas y privadas y los gobiernos de la región.

En 2016, CEIB firmó un Convenio de Colaboración con la Secretaría General Iberoamericana-SEGIB en Madrid,

consolidado su prestigio y reconocimiento, tanto en España, como en la región iberoamericana.

En 2019, el Consejo de Empresarios Iberoamericanos firmó un Memorando de Entendimiento con la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios (FIJE) para fomentar la cooperación bilateral en áreas de interés común. FIJE es el mayor órgano de representación de los jóvenes empresarios en Iberoamérica, que congrega a más de 80.000 jóvenes empresarios.

Ese mismo año, CEIB suscribe un acuerdo con el Centro Iberoamericano de Arbitraje (CIAR) que hace posible la consolidación de una herramienta específica y adecuada a las necesidades de las empresas iberoamericanas.

El Consejo de Empresarios Iberoamericanos es la voz de las empresas de la región y representa sus intereses en el resto de instituciones internacionales (OCDE, ONU), bancos multilaterales (BID, CAF), e instrumentos de integración regionales



(Alianza Pacífico, Mercosur, SICA).

CEIB integra a las organizaciones empresariales privadas más importantes de Iberoamérica en representación y defensa de los intereses de las empresas micro, pequeñas, medianas y grandes; Profesionales y autónomos, configurando la mayor red empresarial de la Región. Todas sus organizaciones son miembros de la Organización Internacional de Empleadores (OIE), que aglutina a más de 150 organizaciones de empresarios de más de 150 países.

La alianza con la Secretaría General Iberoamericana – SEGIB ha hecho posible que CEIB se constituya como referente empresarial para Iberoamérica, especialmente en el seno de la mejor herramienta de integración regional que existe; las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno. Junto con la SEGIB, es la institución encargada de organizar, desarrollar y dar seguimiento a los Encuentros Empresariales que se celebran en el marco de estas Cumbres,

formando parte de su programa oficial.

Esta alianza persigue un objetivo: hacer que los Encuentros Empresariales iberoamericanos se conviertan en el mejor de los escenarios de la realidad empresarial de Iberoamérica desde el país anfitrión; asegurando una mayor participación y diversidad en el empresariado iberoamericano, que ha seguido creciendo hasta el último Encuentro celebrado en Andorra.

En la actualidad, CEIB y SEGIB están inmersas en la preparación del XIV Encuentro Empresarial, que se celebrará en República Dominicana.

CEIB

CONSEJO DE EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS
CONSELHO DE EMPRESÁRIOS IBERO-AMERICANOS

TWITTER:
@CEIBEMPRESARIOS

LINKEDIN:
CEIB - CONSEJO DE EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS



FIJE

Fije nació hace 11 años cuando 17 diferentes asociaciones de jóvenes empresarios y emprendedores tuvieron la idea de unirse para conformar una red de cooperación entre los jóvenes empresarios de Iberoamérica. Es así que junto con el apoyo de la Secretaría General Iberoamericana Organización Iberoamericana de Juventud – OIJ se materializó su creación.

Hoy en día FIJE ha logrado agrupar a más de 80.000 jóvenes que forman parte de 15 Asociaciones de Jóvenes Empresarios (AJEs) de diferentes países de Iberoamérica, entre ellos: Argentina, Uruguay, Paraguay, Ecuador, Bolivia, Perú, Brasil, Venezuela, Rep. Dominicana, Costa Rica, Honduras, México, España, Andorra y Portugal y se han firmado alrededor de 17 alianzas con organizaciones extranjeras en pro del desarrollo de la región y de los jóvenes empresarios. Estamos convencidos que en esta nueva era de globalización y la cuarta revolución industrial, contar con un ecosistema y una red fuerte será la principal herramienta que debe tener un joven empresario, ya sea para obtener mejores resultados, compartir experiencias y

aprendizajes continuos como para promover políticas públicas e influenciar en el entorno donde quieran desarrollar sus empresas.

DESAFÍOS

En un mundo que se reinventa día tras día, los jóvenes buscan simplificar el trabajo a través de lo digital para generar impacto positivo. Generar valor social a través de una mejora en la filosofía empresarial. Acelerar el trabajo en red, la colaboración y la generación de espacios de confianza para fomentar mayores oportunidades y riqueza para la región.

PREOCUPACIONES

Que el sistema educativo no esté al mismo ritmo de innovación que el mundo y no prepare al talento que se va a necesitar para atender las nuevas y cambiantes necesidades. La regulación de nuestros países para adaptarse a los nuevos modelos de negocios que generen oportunidad de desarrollo. Regulamos siempre tarde, porque el sistema de generación de normas también debe cuestionarse. La desconfianza que existe en la sociedad respecto a los jóvenes empresarios.

TWITTER:
@FIJEMPRESARIOS

INSTAGRAM:
@FIJEMPRESARIOS

FACEBOOK:
FIJE-FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE JÓVENES EMPRESARIOS

LINKEDIN:
FIJE-FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE JÓVENES EMPRESARIOS





www.masiberoamerica.com