



# IBEROAMÉRICA

CONECTANDO EMPRESARIOS Y ACORTANDO FRONTERAS

SANTIAGO DE CHILE

ABRIL 2022 · NÚMERO 03 · VOLUMEN 01

[WWW.MASIBEROAMERICA.COM](http://WWW.MASIBEROAMERICA.COM)



*“Cuando todo parece ir en tu contra, recuerda que el avión despegó con viento en contra, no a favor” Henry Ford*

# ÍNDICE



EDITORIAL	002	+
FIJE	004	+
CEIB	006	+
MARZO, MES DE LA MUJER	008	+
ANJE	012	+
MUJERES AL ESPEJO - AJE PARAGUAY	014	+
CLUB DE CAPITANAS - AJE CANARIAS	018	+
ANDI	020	+
CEOE	022	+
POWER SKILLS FOR POWER WOMEN	024	+
JUVENTUD EMPRESA	030	+
UNAJE	032	+
METAVERSO	034	+
LIDERAZGOS Y COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA	038	+
MADRID PLATFORM	042	+
LA GUERRA DE UCRANIA	046	+
IBEROAMÉRICA EN UN PLATO	048	+
NATALIA BAYONA	050	+
TURISMO SOSTENIBLE, ACCESIBLE E INCLUSIVO	054	+
MANUEL RODRÍGUEZ	058	+
SÉ PARTE DE FIJE	062	+



## STAFF

**Dirección**  
FIJE y CEIB

**Coordinación**  
Lucía Hernández

**Maquetación**  
Uebos Comunicación

**Redacción**  
Ana del Campo  
Mairym Correa

Carolina Gonzales  
Alejandra Sejas



## MÁS IBEROAMÉRICA, la voz de los empresarios de la Región

Tiene en sus manos el tercer número de nuestra revista MÁS IBEROAMÉRICA, la voz de los empresarios de la Región y de sus organizaciones representativas aglutinadas en la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios-FIJE y en el Consejo de Empresarios Iberoamericanos-CEIB.

Continuamos con nuestra apuesta decidida de brindar algo tan valioso en estos difíciles momentos que atraviesan nuestras empresas, nuestras sociedades y nuestros ciudadanos, como es la información.

En este número hemos querido destacar temas de actualidad, seguimiento de las que son nuestras principales líneas de actuación y de trabajo, como la igualdad de género; el fomento del comercio y la inversión (Madrid Platform); la invasión de Rusia a Ucrania, y cuáles son algunas

de las consecuencias en materia de contratos; la importancia de los liderazgos y de la colaboración público-privada; el turismo accesible, inclusivo y sostenible; la importancia de la educación en Latinoamérica; o la revolución del metaverso en estos tiempos tan convulsos; entre otras cuestiones.

Además, hemos dado especial relevancia, en el marco del día de la mujer, a iniciativas que desde nuestras organizaciones se están llevando a cabo para su empoderamiento.

Una publicación en la que tiene cabida también el análisis de las cuestiones económicas más relevantes, y también de nuestra cultura común.

El equipo que hace posible esta publicación, está orgulloso de poner en sus manos esta nueva edición que esperamos sea de su interés.



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

# **JUNTOS POR EL FUTURO DE LAS EMPRESA DE IBEROAMÉRICA**



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



# 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 4ta 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





# 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



# MARZO, mes de la mujer

**Con motivo de la celebración del Día Internacional de las Mujeres, 8 de marzo, en FIJE, hemos considerado oportuno dedicarles esta edición de la Revista “Más Iberoamérica”.**

En 1975 la Organización de las Naciones Unidas (ONU), estableció el 8 de marzo como “Día Internacional de la Mujer”. No existe consenso sobre los orígenes exactos de la fecha. La versión más conocida es la de la muerte de más de cien obreras en una fábrica textil en Nueva York, Estados Unidos, en 1908. Las obreras realizaban una huelga para exigir mejoras en sus salarios y una disminución de las jornadas de trabajo. Ante esto, los dueños de la fábrica provocaron el incendio de las instalaciones con las obreras adentro, por lo que muchas de ellas perdieron la vida.

## **EMPRESARIAS EN IBEROAMÉRICA:**

Cada una tiene una historia de vida distinta, marcadas por su contexto familiar, social, económico, político, y cultural.

Hay empresarias mayores, jóvenes, en un matrimonio, solteras, madres, sin hijos, migrantes, con discapacidad, etc.

En FIJE estamos comprometidos con cada una de ellas y en compañía de una reconocida empresaria y amiga de la casa, Gina Diez Barroso, a través de su programa ADN de Dalia Empower, hemos diseñado una alianza estratégica, con los siguientes objetivos:

- Reconocer sus fortalezas y aprender a utilizarlas a su favor.
- Desarrollar habilidades de gestión y liderazgo.
- Identificar las nuevas tendencias y diseñar soluciones creativas, aprender a negociar buscando resultados de ganar-ganar.
- Lograr un balance emocional y elevar su desempeño

Hoy podemos decir que estamos listos, para iniciar este programa en el mes de Mayo donde abriremos históricamente la primer generación de mujeres de 17 países de Iberoamérica.



## Rasgos que define a la mujer empresaria en Iberoamérica:

La capacidad de empatizar es una de las principales cualidades que destaca en nuestras empresarias. Desarrollan una predisposición a ayudar los compañeros con el objetivo de aportar siempre la mejor solución desde el liderazgo.

Otra cualidad que identifican a la mujer emprendedora, es el caso de la inteligencia emocional para liderar con empatía, escuchar a tu interlocutor y pensar desde su perspectiva; la organización laboral, para separar las tareas urgentes de las que no lo son y las aptitudes necesarias para entablar un proceso de negociación.

En Iberoamérica, una empresaria de éxito trabaja por objetivos. Si no los consigue en el tiempo planteado, analiza: ¿Qué está fallando? ¿Qué podemos hacer para mejorar? ¿Qué hay que modificar? Es decir, desarrolla una mentalidad flexible, adaptándose a las circunstancias.

Ellas manejan a la perfección su campo de trabajo y saben desarrollar su labor de forma positiva. Custodiar un negocio no es solo saber hacer una actividad, mantener un producto o desarrollar un proyecto a medida; también es optimismo, ilusión, confianza y habilidades sociales, tal y como asegura la revista especializada en liderazgo femenino, "Woman Leader".

Por ello en FIJE podemos estar orgullosos de haber visto pasar desde su Fundación en 2008 grandes Liderazgos Femeninos y hoy contar con el 50% de la Junta Directiva de Jóvenes Empresarias referentes de 7 países de Iberoamérica.

Un Saludo Especial a: Rocío Aguiar, Gina Macias, Liliana Hernández, Sol Disla, María Carolina González, Julieta Luz Porta, Mairym Correa y Lucía Hernández, a quienes admiro profundamente y que son una inspiración y ejemplo a seguir, para mí y para todos los Empresarios de Iberoamérica.



## Transformemos juntos nuestra *sociedad*

Nuestra experiencia en 5G y soluciones digitales nos convierte en un gran aliado para lograr una sociedad más inclusiva, justa y sostenible.



Entra en nuestro metaverso y descúbrelo.



Dilia Leticia Jorge, Anyarlene Berges, Luis Manuel Pellerano y Sol Disla



Crystal Fiallo, Dilia leticia Jorge, Yulianna Ramón y Jaime Senior



## ANJE celebra encuentro sobre liderazgo empresarial femenino

Como parte de su agenda para desarrollar ideas que promuevan soluciones e incentivos para fomentar el liderazgo empresarial femenino, desde la perspectiva de sus socias y personalidades del ámbito público y privado, la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) realizó el encuentro “Liderazgo Empresarial Femenino”, en el marco del Mes de la Mujer.

Encabezado por su presidente, Luis Manuel Pellerano, el evento contó con la participación de socias de ANJE, líderes en los respectivos sectores en los que se desenvuelven, además de mujeres líderes en el sector público y privado dominicano cuya experiencia resultó enriquecedora para todos los participantes.

El primer panel de los celebrados en el encuentro

fue “Vision Talk Public Leadership” en el que participaron Crystal Fiallo, subdirectora de la Dirección General de Compras y Contrataciones Públicas; Yulianna Ramón, directora ProUsuario; Dilia Jorge, viceministra de Innovación, Transparencia y Atención Ciudadana del Ministerio Administrativo de la Presidencia; y moderado por Jaime Senior miembro de la junta directiva de ANJE. En este se resaltó que, en la actualidad, la mujer juega un rol vital en la administración del Estado, representando un 64.3% de la totalidad de servidores públicos, pero aún se mantiene rezagada en posiciones de mandos altos, en donde solamente 2 de los 23 ministerios son liderados por mujeres. Estas cifras nos invitan a reflexionar sobre cómo desarrollar un modelo de gestión pública con una estructura organizacional en igualdad de género.



Claudia Pellerano y Sol Disla



Guily Shemer, Sonia Read, Claudia Finke y Kisha Rodríguez Then



Alba López, Maricela Suárez, Claudia Adames y Yermys Peña

El segundo panel, moderado por Amalia Vega, co-coordinadora de la Comisión de Desarrollo Sostenible, abarcó temas de sostenibilidad, recursos humanos, construcción y moda, con la participación de las socias Claudia Adames, consultora medioambiental; Maricela Suárez, directora de recursos humanos de LATAM; Yermys Peña, CEO de Construger, y Alba López, CEO de Zynk Sportwear.

La dinámica desarrollada incluyó la participación de Claudia Pellerano, presidente del Consejo de Administración de Zona Franca las Américas y primera vicepresidenta de ADOZONA, en el “Vision Talk Business Woman”, quien resaltó su perspectiva sobre la complejidad de balancear la vida personal con la profesional, los retos que tiene la mujer para crecer a lo interno de las

organizaciones, y la importancia que tiene resaltar las habilidades de cada miembro de la familia en la empresa. Este fue moderado por Sol Disla, directora ejecutiva de ANJE.

Mientras que el último panel, moderado por Karina Mancebo, co-coordinadora de la Comisión de Desarrollo Sostenible, contó con la participación de las socias Guily Shemer, directora de Santroni Parsons; Sonia Read, directora administrativa de Grupo Read; Claudia Finke, gerente corporativo senior de Banco Popular, y Kisha Rodríguez Then, gerente general de Caralinda Agroindustrial.

Cabe destacar que durante el encuentro “Liderazgo Empresarial Femenino” se resaltó el dato de que, durante los últimos 10 años, dos de cada tres egresados de carreras universitarias son mujeres.



# MUJERES AL ESPEJO





En el evento denominado “MUJERES AL ESPEJO”, se realizó en el marco del mes internacional de la mujer y congreso a mujeres y hombres jóvenes empresarios con el objeto de conocer grandes personalidades, Mujeres que inspiran hablaron sobre sus experiencias personales, profesionales y trayectorias de vida, con testimonios para inspirar al público presente y con consejos para la mujer de hoy.

Conto con las siguientes panelistas:

- Fiorella Forestieri, concejal de la Municipalidad de Asunción.
- Adela Mercado, periodista, conductora de TV y radio.
- Gladys Ruiz de Pecci, viceministra de Defensa Nacional.
- Ada Lisa Chase Vaccaro, directora de El Álamo SA.
- Dayana Urunaga, actriz, cantante, periodista, escritora, directora de Dandres SA.

Al culminar se procedió a realizar un After entre los participantes; con un catering variado de bocaditos salados con frutos de mar y acompañado con champagne Brut y Rosé para acompañar el networking entre los participantes.

La noche cerro con obsequios, intercambio de contactos y ganas de mas encuentros.

El Presidente, comentó que se estará realizando más espacios como este a lo largo del año, para el beneficio de todos los asociados.

El evento fue auspiciado por: El ALAMO, QUIERO TAPAS, CONSULTORA EXECUTIVE, GP PRODUCCIONES, DISTRIBUIDORA GLORIA, MAJUL EVENTOS y apoyado por la Escuela de Etiqueta de Paraguay.





## NUEVO BMW SERIE 2 ACTIVE TOURER IMPULSA TU NEGOCIO CON BMW EMPRESAS

Contacta con nosotros en [venta.empresas@bmw.es](mailto:venta.empresas@bmw.es)

Consumo promedio de combustible en l/100 km: 4,8-6,8  
Emisiones promedio de CO<sub>2</sub> en g/km: 125-155

# Club de Capitanas



Canarias  
Jóvenes Empresarios



El Ayuntamiento de Candelaria (Tenerife - España), junto a las Asociaciones de Jóvenes Empresarios de Canarias (AJE Canarias), organizaron en el Espacio Cultural Cine Viejo, el Club de Capitanas, un evento que reunió a empresarias pioneras en el panorama nacional y regional para debatir sobre economía, emprendimiento e innovación en el tejido empresarial.

La alcaldesa de Candelaria, **Mari Brito**, señaló la importancia de las referentes en cualquier ámbito profesional. "La juventud necesita conocer el nombre de estas mujeres y de muchas más que ocupan puestos de responsabilidad en las empresas, visibilizando las trayectorias de las capitanas, **Ágatha Ruiz de la Prada, Sandra García-**

**Sanjuán, Carmen García, María Victoria López, Rosset Achi, Sheila Trujillo y María Delgado**, que conforman el club este 2021.

**Ágatha: "La Palma es una isla que me chifla. Me enamoré de su seda"**

Contribuimos al progreso y, además, reuniendo a estas profesionales, se recogerán ideas y propuestas de mejora y cambio partiendo de las potentes experiencias de cada una de ellas. Candelaria continúa sembrando Igualdad y el Club de Capitanas es uno de los proyectos que refuerza el trabajo

transversal que se hace desde el Consistorio”, apuntó Brito. Además, recordó que se cumplen 90 años del sufragio universal en España con el derecho de la mujer a votar.

El presidente de **AJE Canarias, Agoney Melián**, en la rueda de prensa anterior al evento, celebrada en el CtCan, señaló que “el componente más interesante de esta jornada no es solo que ejemplos femeninos charlen sobre el mundo de la empresa, sino más bien que personas talentosas debatan sobre el presente económico, que aporten propuestas innovadoras que sirvan de ejemplo a los empresarios y empresarias de Canarias y que permitan continuar creciendo al tejido empresarial de nuestras Islas”. Asimismo, Melián se definió “feminista”.

La diseñadora Ágatha Ruiz de la Prada se mostró encantada de estar en Canarias y “rodeada de alcaldesas y concejalas, lo que afortunadamente ya es algo normal en este país igualitario. Me interesa muchísimo lo que se va a contar en el Club de Capitanas”, afirmó. La empresaria Sandra García-Sanjuán (presidenta del grupo y la gala Starlite) destacó el orgullo de celebrar el encuentro en su isla natal, una actividad que calificó de “necesaria para motivar, incentivar y apoyar en un momento tras la pandemia clave para dinamizar la economía”. Por su parte, Sheila Trujillo, presidenta de AJE Tenerife, puso en valor la importancia del apoyo a iniciativas como el Club de Capitanas, resaltando el cariz inspirador del encuentro.



Vestida muy Ágatha Ruiz de la Prada, con el color chicle sobresaliendo sobre sus inconfundibles lunares, con calcetines largos y tenis, la reconocida aristócrata y diseñadora se mostró encantada de regresar a Canarias. “Este mes tengo tres viajes a las Islas”, pese a que dejó claro que “lo del volcán de La Palma, una isla que me chifla, es una cabronada”, recordando que hace dos años la conoció por primera vez, cuando se enamoró de la seda de El Paso.

Ágatha dijo sentirse encantada de “contribuir con este encuentro al emprendimiento de las mujeres empresarias, junto a mi buena amiga Sandra García-Sanjuán”. Asimismo, indicó que

le debe mucho a Canarias, porque “gracias a Lanzarote y a César Manrique, que llegó a lucir mis primeros diseños, mi familia salió de la quiebra”, cuando su padre, el arquitecto Juan Manuel Ruiz de la Prada Sanchiz (falleció en 2015 con 88 años), impulsó construcciones como La Santa, en Lanzarote, y otras edificaciones en el sur de Gran Canaria, islas en donde la hoy reconocida diseñadora pasó parte de su niñez. “Mi padre siempre dijo que Canarias le salvó la vida”, manifestó.

Haz clic para ver el evento completo





“Se debe actuar más decididamente y en conjunto para eliminar la brecha de género”

## **ANDI en resultados de la Encuesta de Equidad de Género 2022**

El 8 de marzo se conmemoró el Día Internacional de la Mujer. Desde la ANDI y durante todo el mes, se adelantaron distintas acciones relacionadas con el impulso de políticas de equidad de género dentro de las organizaciones, así como de los avances de la estrategia específica que llevamos a cabo desde la Asociación. Esta estrategia se divide en tres pilares: medir para actuar, conocer para aplicar y sumar para transformar.

En el primer eje se destacaron los resultados de la tercera Encuesta de Equidad de Género de la ANDI, los cuales evidenciaron que el porcentaje de mujeres que integran juntas directivas, consejos directivos u órganos equivalentes en el país disminuyó este año en comparación con 2021, pues pasó del 27,2 % al 22,9 %. Además, dicho comportamiento fue similar a lo sucedido en los cargos de primer nivel, en los que se pasó de un 31,4 % en 2021 a un 30,5 % en 2022.

En contraste con lo anterior, de acuerdo con el estudio, en los cargos de segundo nivel se registró un aumento significativo de presencia de mujeres, ya que en 2021 la participación fue del 40,2 % y en 2022 es del 48,5 %.

Por otro lado, promovimos la participación de las empresas asociadas en el Ranking PAR de Aequales, el cual evalúa las condiciones de equidad de género de las organizaciones en Latinoamérica con una metodología estandarizada, lo que les permite plantear diferentes planes de acción en pro de la equidad. El pasado 10 de marzo, dicha entidad hizo un reconocimiento especial a las empresas ANDI que obtuvieron los mejores puntajes en la medición de 2021. Las siguientes fueron las empresas destacadas clasificadas por región:

- Bogotá, Cundinamarca y Boyacá: Bavaria - Cenit Transporte y Logística de Hidrocarburos - Diageo Colombia - Johnson & Johnson - Pepsico Alimentos Colombia.
- Valle del Cauca: Bristol Myers Squibb - Colombina - Eficacia - Ingredion - Reckitt Benckiser.
- Antioquia: Bancolombia - Celsia Colombia - Cementos Argos - Compañía Nacional de Chocolates - Servicios Nutresa.
- Santander: Ecodiesel Colombia - Harinera Pardo - K2 Ingeniería.



En cuanto a nuestro segundo pilar, conocer para aplicar, contamos con la cartilla Cerrando brechas. Este año realizaremos el primer taller con las empresas afiliadas a través de un curso práctico para aquellas que aún están iniciando su ruta para implementar políticas de equidad de género.

Para detallar el tercer pilar, sumar para transformar, destacamos la participación de las mujeres en el programa del CESA sobre el liderazgo de mujeres en juntas directivas. Esta alianza, en asocio con el Cesa, Aequales, Deloitte, el Club del 30 %, Women in Connection, Page Executive, IFC, el Instituto de Gobierno Corporativo y la ANDI, ya cuenta con un banco de hojas de vida de más de 250 mujeres al cual todas las empresas puedan acceder en sus procesos de conformación.

También debemos resaltar el trabajo de la mano de Gender Lab para poder consolidar todo alrededor de las políticas de acoso laboral y sexual.

Lo anterior se puede observar, por ejemplo, en que el 77 % de los encuestados manifestaron que han creado políticas de prevención y atención del acoso sexual en el lugar de trabajo, cifra que en 2021 era del 68,7 %.

No obstante, los resultados también muestran que la discusión sobre la equidad de género y la implementación de herramientas que promuevan condiciones igualitarias y seguras tanto para hombres como mujeres está tomando cada vez más relevancia en el sector empresarial.

Por último, queremos destacar que la ANDI fue reconocida por la Vicepresidencia de la República y la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer en la categoría gremial “Colombia sin techos de cristal”.

### **LANZAMIENTO DE LA ALIANZA POR LA EQUIDAD DE GÉNERO EN BOYACÁ**

El pasado 16 de diciembre, en Paipa (Boyacá), la Seccional Bogotá Cundinamarca Boyacá de la ANDI lanzó la Alianza por la Equidad de Género para el departamento de Boyacá. El evento contó con la presencia de la vicepresidenta de la República, Martha Lucía Ramírez; la consejera para la Equidad de la Mujer, Gheidy Gallo; el gobernador de Boyacá, Ramiro Barragán; la vicepresidenta Ejecutiva de la ANDI, Paola Buendía, y un sinnúmero de mujeres gerentes que trabajan día a día en sus empresas para eliminar las brechas de género.

La ANDI, como líder, con el Consejo Intergremial de Boyacá, la Alianza Cimienta, la Gobernación de Boyacá y las empresas de la región, se comprometieron a trabajar juntos en cuatro objetivos: aportar a la reactivación económica y a la productividad de Boyacá; consolidar políticas de equidad de género al interior de las empresas y entidades del sector público; generar estrategias de clima organizacional para el talento humano; y promover la participación de mujeres en cargos tradicionalmente masculinizados.



## CEOE destaca el papel de las empresas en el impulso de la igualdad entre hombres y mujeres

CEOE reivindicó el pasado martes 8 de marzo el papel de las empresas en el impulso de la igualdad entre hombres y mujeres, en una jornada celebrada con motivo del Día Internacional de la Mujer bajo el título “El presente tiene nombre de mujer” y organizada junto a Cepyme, ATA y CEAJE. En ella, una decena de empresarias y emprendedoras reflexionaron sobre las barreras, las posibilidades y los retos a los que se enfrentan las mujeres en la sociedad actual.

El presidente de CEOE, Antonio Garamendi subrayó el papel clave de las empresas en favor de la igualdad, recordando el trabajo desarrollado

por la organización para llegar a acuerdos en temas fundamentales para avanzar en este sentido, como son la dependencia, el teletrabajo o la modernización del mercado laboral.

Son numerosas las acciones que las empresas españolas estamos llevando a cabo para mejorar la paridad e incrementar, consecuentemente, la presencia de mujeres en puestos de alta responsabilidad, el impulso de mujeres empresarias o la igualdad dentro de la empresa. Entre ellas: garantizar el acceso equitativo a las oportunidades de desarrollo laboral; permitir un trabajo flexible; crear una cultura inclusiva; revisar

métodos de contratación; formación específica; programas de mentoring y coaching; establecer objetivos para el equilibrio de género; ofrecer cursos de sesgos inconscientes; o medidas que impulsen la corresponsabilidad.

“Nos queda todavía mucho camino por recorrer a fin de poder alcanzar un verdadero liderazgo compartido entre hombres y mujeres”, declaró Garamendi. Las dificultades por alcanzar una efectiva igualdad, en su opinión, provienen de la cultura y la sociedad. Por ello, es preciso impulsar un cambio cultural, una disrupción fuerte; cambio cultural en el que la educación ejerce un papel esencial, toda vez que la educación de hoy es la igualdad del mañana.

Es necesario trabajar por acabar con la segmentación dentro del mercado laboral, tanto horizontal como verticalmente: horizontalmente, para que dejen de existir trabajos tradicionalmente atribuidos a hombres o a mujeres, acabar con este estigma social; y verticalmente, con el objeto de aumentar la presencia de la mujer en puestos de responsabilidad.

## Qué hemos hecho dentro de CEOE para fomentar la igualdad:

- Paridad en la plantilla: en los puestos directivos de CEOE 50-50% de hombres y mujeres; más del 60% de la plantilla de CEOE está formado por mujeres; aumento entre los puestos directivos de CEOE: de 0 a 6 directoras de departamento; órganos institucionales: creación de nuevas vicepresidencias ocupadas por mujeres; se ha pasado de 0 vicepresidencias regentadas por mujeres a 3; en el Comité Ejecutivo se han incorporado 4 mujeres; además, estamos impulsando una serie de programas para impulsar el desarrollo de muchas mujeres.
- El Programa “Chicas Imparables” junto a 50&50 GL, dirigido a chicas adolescentes, con el objetivo fundamental de afianzar en chicas de 16-17 años los roles de liderazgo. Orientado al desarrollo de la pasión por la innovación y al descubrimiento

de habilidades propias de las jóvenes y de nuevas competencias, así como a la creación de un sólido networking entre alumnas. Ya estamos a punto de comenzar la tercera edición. Un programa promovido por 50&50 GL y CEOE Campus, con Dirección académica de IE University, el impulso de Merck, Iberia, CaixaBank e Iberdrola.

- El Proyecto Progresía, dirigido a mujeres pre-directivas (líderes emergentes) con el objetivo de impulsar sus carreras profesionales, de modo similar a Promociona; proyecto que surgió por petición expresa de las empresas participantes en Promociona. Por Progresía ya han pasado 230 participantes de más de 100 empresas durante las 3 ediciones que hemos llevado a cabo de la mano de la escuela de negocios Esade.
- El Proyecto Promociona surge en 2013 ante la preocupación de CEOE y del Ministerio de Igualdad por la escasa representación de mujeres en puestos de alta dirección empresarial, con un doble objetivo: por un lado, con el objetivo de sensibilizar a las empresas acerca del liderazgo femenino: dando a conocer al tejido empresarial los beneficios que supone contar con mujeres en posiciones de alta dirección; e impulsando a las empresas a que identifiquen el talento femenino con que cuentan; y, por otro, con el objetivo de dotar a mujeres directivas de las herramientas, habilidades y conocimientos necesarios para crecer en sus carreras profesionales hacia posiciones de alta dirección.

Además, desde CEOE participamos en diversos foros/instituciones de impulso a la igualdad y al liderazgo femenino. Entre ellos: la iniciativa EMPOWER de los países del G20; la iniciativa Target Gender Equality de la Red Española del Pacto Mundial de la ONU, en los que contamos con la participación de Susana Sanchiz, directora del Proyecto Promociona; y el gran trabajo de la Comisión de Igualdad y Diversidad de CEOE.

Haz clic para ver la  
jornada al completo



# Cómo asumir tu poder interior y ser líder de impacto:

## 8 líderes contaron su historia

Líderes como Mayra González, directora de Ventas Globales de Nissan; Silva Dávila, presidenta de Danone Latam, y Gina Diez Barroso, fundadora de Dalia Empower, compartieron su experiencia y aprendizajes sobre liderazgo.

Es tiempo de que las mujeres tomen su poder interior, reconstruyan su historia, redefinan el concepto de fracaso y asuman y moldeen su liderazgo en cualquier ámbito en el que se desenvuelvan. Y esto lo pueden hacer a través de las llamadas habilidades blandas o life skills. Ese fue el mensaje transmitido por personalidades de los negocios y el desarrollo humano durante el evento virtual Power Skills for Power Women, realizado por Dalia Empower el 16 de marzo de 2022.

Líderes de distintos sectores participaron

en el evento durante poco más de cuatro horas. Entre esas personalidades estuvieron Gina Diez Barroso, fundadora del proyecto global de educación continua especializada en life skills, Dalia Empower, que ayuda a las mujeres a alcanzar sus metas profesionales y personales. También Mayra González, directora de Ventas Globales de Nissan, o Silva Dávila, presidenta regional de Danone LATAM.

Al abrir la agenda del día, Gina Diez Barroso destacó la organización del evento como parte de las actividades de Dalia por el pasado Día Internacional de la Mujer y destacó el importante papel de la educación para que las mujeres asuman su poder interior, lo usen para alcanzar sus metas profesionales y personales, y transformen sus vidas y su entorno.



“En este mes de la mujer queremos conmemorar de forma distinta; queremos seguir preparando para lograr este cambio [para] realizarte sin importar cuántos techos de cristal hay que romper, cuántos pisos pegajosos hay que superar, cuántas paredes se están cerrando”, dijo la también presidenta de Grupo Diarq y fundadora de la universidad CENTRO.

Dalia es la única plataforma educativa con una metodología dirigida 100% al desarrollo de life skills a partir del autoconocimiento, con un enfoque de perspectiva de género y de diversidad e inclusión. Estas habilidades son esenciales hoy en día para el desarrollo profesional y personal, para desarrollar una mentalidad de liderazgo y lograr un crecimiento acelerado. El proyecto educativo fue fundado en 2018 por la empresaria mexicana Gina Diez Barroso, reconocida por las revistas Forbes

y Expansión como una de las mujeres más poderosas de México en los negocios.

Debido al avance de la digitalización y la tecnología, disparado además por la pandemia de COVID-19, las habilidades blandas son esenciales para el desarrollo profesional y personal, y para alcanzar un crecimiento acelerado. Entre los life skills más demandados por el mercado laboral están: resolución de conflictos, adaptabilidad, inteligencia emocional, empatía, comunicación y gestión del tiempo.

El encuentro digital organizado por la plataforma -al cual se registraron de manera gratuita cerca de 1,000 personas- ofreció conferencias, sesiones de preguntas y respuestas, workshops y networking. La moderadora fue Maribel Quiroga, presidenta Ejecutiva en Comisión de Vinos y Licores de México, y autora del libro El turno es nuestro.



# DaliaEmpower®

## **MAYRA GONZÁLEZ CONSTRUYÓ UN LIDERAZGO GENUINO CON UN VESTIDO**

Durante la sesión con Mayra González, la ejecutiva global de Nissan narró su propia experiencia como líder y contó cómo aprendió a reconciliarse con su femineidad en el mundo de los negocios y la convirtió en una ventaja competitiva, logrando -de acuerdo con sus propias palabras- ser la única mujer en su industria que puede presentar un coche nuevo en un vestido largo.

Recordó que al principio de su carrera, ella intentaba copiar los estilos de otros líderes que conocía, puesto que percibía que a ellos les funcionaba. Sin embargo, para ella no siempre fueron útiles y llegó a la conclusión de que tenía que desarrollar un estilo propio. En ese sentido, González recomendó a las personas asistentes explorar liderazgos hasta encontrar el suyo.

La ejecutiva se convirtió en 2016 en la primera mujer en asumir la dirección de Nissan en México. Luego, en 2019, ascendió a su actual puesto. Mayra no solo se ha caracterizado por un liderazgo muy humano sino por impulsar el desarrollo profesional de las mujeres. Su más reciente proyecto es la clase magistral Liderazgo y Empatía que imparte en Dalia Masters, el programa de masterclasses de Dalia Empower.

## **¿QUÉ HISTORIA TE CUENTAS Y CÓMO LA USAS PARA TRANSFORMARTE?**

Entre los speakers del evento también estuvieron Carla Gaya, reconocida coach ejecutiva y de

equipos, y Fernando Rovzar, quien encabeza junto con su hermano Billy la productora de contenidos Lemon Studios, que ha dado vida a películas como Matando Cabos, Km 31 o las series Monarca y Control Z, de Netflix.

Carla Gaya plantó una profunda reflexión a auditorio: ¿Tienes el control de tu vida? La especialista integra el grupo de instructoras del Programa de Liderazgo Femenino ADN de Dalia. “¿Hay algo en tu vida que te arrastre a sentirte como una víctima, a sentir que no tienes la posibilidad de crecer? [...] ¿Vives pensando que tu vida depende de otros o tomas tu vida en tus manos?”, lanzó la experta a las personas asistentes.

Luego, hizo un repaso por factores de vida que las personas no pueden controlar como su físico, características genéticas o el momento histórico que viven. No obstante, hizo hincapié en otros factores sobre los que sí pueden influir e incluso pueden transformar para asumir su poder interior. Uno de ellos, quizá el más relevante, es la respuesta y la actitud ante sus miedos personales.

En el Programa ADN -el cual tiene una duración de tres meses y consta de siete módulos e incluye sesiones de advisory y networking-, Carla Gaya imparte el módulo Autoconocimiento y Poder Interior.

En su oportunidad, Fernando Rovzar ahondó todavía más sobre la historia personal y el poder interior, al llamar a la audiencia a ver la vida como una película en la cual se debe ser un personaje activo que toma sus propias

decisiones para llegar a un objetivo. Y eso implica adquirir conocimientos “para vencer al dragón”, es decir, para superar los obstáculos que enfrentará durante todo el ‘guión’.

“Nuestras historias favoritas [de los libros, el cine o las series] son historias de una adversidad tan grande, que pensamos que [la heroína o el héroe] no lo va a lograr”; no obstante, lo hace y supera el conflicto. Y es justo ahí donde comienza a entender que aprende a través de él y por eso agradece

que el conflicto exista, explicó Rovzar, quien imparte junto con su hermano Billy la clase magistral Storytelling, Controla tu Narrativa, de Dalia Masters.

### **UNA VOZ PROPIA Y UNA VOZ POR LAS MUJERES CON MENOS PRIVILEGIOS**

La productora ejecutiva y directora de Shark Tank México y Colombia, Kirén Miret, hizo hincapié en la relevancia de contar con una voz propia para dejar huella en cualquier lugar. La creadora de la serie de cápsulas



en la radio, Niñonautas, y emprendedora de la heladería Casa Morgana, dijo que dicha voz, desde su experiencia, solo puede construirse con base en el autoconocimiento y en la identificación de fortalezas y debilidades.

Miret contó hace unos meses a Dalia que Casa Morgana fue producto de un sueño de medianoche, literal, del que despertó con el pensamiento de un sabor y lo anotó. Apagó la luz y regresó a la cama, pero al cabo de unos minutos se levantó porque las ideas surgían sin cesar. Frente a esa situación y fiel a su inquieta personalidad, Kirén se fue a estudiar heladería a Estados Unidos y luego viajó a Italia, donde se graduó como maestra gelatera por el Italian Culinary Institute, en Asti.

Casi en la recta final de la transmisión virtual, la reconocida arquitecta mexicana Tatiana Bilbao habló sobre cómo el desarrollo del pensamiento crítico ha sido clave en su vida para tomar decisiones y evitar errores. No obstante, señaló que, llevada al extremo, esa habilidad puede ser muy negativa, a convertirse en un juez incisivo y persecutor. Por lo tanto, el pensamiento crítico debe contar también con una buena dosis de otro componente: la compasión; entendida ésta no como lástima como generalmente se hace, sino como la habilidad para reconocer el sufrimiento y salir de él.

Bilbao se refirió a que su trabajo como arquitecta ha estado impregnado también de una visión clave: abrir espacios a otras mujeres menos privilegiadas o que aún no tienen acceso pleno a todos sus derechos humanos como la educación o el ingreso al mercado laboral. “Cuando tienes una posición de privilegio, tienes que entender qué alcances tienes para poder abrir canales a quienes no tienen las mismas oportunidades”, afirmó.

La creadora, quien prepara un masterclass con Dalia Empower, se ha distinguido por dar a la arquitectura un enfoque de conciencia social a través de proyectos de vivienda y espacios colectivos que la han hecho acreedora a premios como Emerging Voice de la Liga de Arquitectura de Nueva York en 2009; Kunstpreis Berlin en 2012 y el Premio Global Arquitectura Sostenible en 2014.

### **¿NUNCA HAS FALLADO? NUNCA HAS EMPRENDIDO**

Gina Diez Barroso y Silva Dávila fueron las encargadas de cerrar la agenda del día con una dinámica en la que respondieron varias preguntas planteadas por las personas asistentes. Al ofrecer respuesta a algunos de los cuestionamientos, ambas hablaron sobre cómo ven el fracaso y cómo lo superan.

La Presidenta de Danone Latinoamérica dijo que las fallas son inherentes a cualquier proyecto personal, familiar o laboral y, en ese orden, siempre habrá errores. Sin embargo, esto no debe ser una barrera que impida que las personas persigan y cumplan sus metas. En lugar de permanecer estáticas en espera de que las cosas sucedan, deben emprender acciones para hacerlas realidad, mencionó Dávila, quien imparte la clase magistral Ser Mujer: en Nuestras Propias Palabras -también de Dalia Masters- junto con otras 10 mujeres diversas como la periodista Gabriela Warkentin; Bertha González Nieves, CEO y fundadora de Tequila Casa Dragones, o la cantautora Vivir Quintana.

Sobre el mismo tema, la fundadora de Dalia Empower coincidió y señaló que si una persona nunca falla es porque nunca se ha puesto en acción para lograr un objetivo. Por eso, llamó a la audiencia a nunca dejar de aprender y capacitarse para seguir abriendo puertas.



# **IBEROAMÉRICA** CONECTANDO EMPRESARIOS Y ACORTANDO FRONTERAS

## ¿Quieres publicitar tu empresa con nosotros?

Te invitamos a ser parte de la primera revista digital de Iberoamérica dedicada a los Jóvenes Empresarios de la región con un **alcance de +9.000 lectores**, donde podrás tener mayor visibilidad de tu marca, impulsar ventas y relaciones comerciales.

**¡Convierte en sponsor con tu marca!**

Escribenos a [mcorrea@fije.org](mailto:mcorrea@fije.org) o contactanos a través de nuestras redes sociales:



@fijempresarios



# Los proyectos sociales como generadores de cambio

Emprender siempre ha sido un desafío, superar las barreras de entrada y sobre todo el miedo, es difícil de hacer sin un equipo de apoyo, de estas cosas se dieron cuenta un grupo de emprendedoras a la cabeza de Lucía Hernández al momento de crear RED WARA, un emprendimiento social destinado a apoyar mujeres no solo con conocimiento técnico, sino también con apoyo emocional.

En el tercer episodio del podcast de Juventud Empresa, quisimos dedicárselo a las mujeres emprendedoras, y conocer sus retos y estrategias a través de la experiencia de Lucía Hernández, fundadora de RED WARA.

## **RED WARA, EL PODER DE LA COMUNIDAD**

Estudios muestran que hay dos grandes barreras de ingreso para que las mujeres emprendan: el acceso a oportunidades financieras y el miedo.

Red Wara nace en febrero de 2020, con la finalidad de crear espacios de contención técnica y emocional que permitan el desarrollo del auto liderazgo de las mujeres emprendedoras latinoamericanas, a través de herramientas, soporte y guías.

Nos dimos cuenta de estos miedos, del “no me animo a dar la cara”, “tengo vergüenza por esto”, “no soy suficiente”, “aún me falta estudiar un montón para poder animarme a expresar lo que conozco”, por lo que generamos mecanismos donde creamos espacios seguros y de confianza donde les permitimos fallar sin problema, les permitimos equivocarse sin consecuencias negativas, solo aprendizaje, para superar ese primer miedo de mostrar lo que sabes, bajo contención, nos cuenta Lucía al momento de hablar del trabajo de Red Wara.



**LUCÍA**  
HERNÁNDEZ



**CAROLINA**  
GONZÁLEZ

### EL CAMBIO INICIA DESDE CASA

Un tema recurrente cuando se habla de mujer y emprendimiento, son las brechas de género que han sido ampliamente estudiadas por diferentes instituciones. En Bolivia existen varias, estudios del BID hablan de la brecha salarial de género, IPSOS posiciona a Bolivia en el 5to de lugar de 7 países analizados sobre inclusión financiera de las mujeres.

Yo creo que en realidad –las brechas de género– son un síntoma de algo más profundo, es el resultado de una manera de hacer las cosas que venimos arrastrando. Todo cambio arranca desde casa, si hay una realidad que no me gusta, identifico que quiero cambiarla, miro como estoy haciendo yo las cosas, las instituciones deben hacer una autoevaluación, porque a veces tomamos acciones que promueven estas situaciones. Mirarse, medirse, es la base, y a partir de ahí tomar acción y compartirla, nos comenta Lucía al hablar del tema. La responsabilidad también está en nosotras, en educarnos, en hablar, en contar, en aliarnos, en generar comunidad, en ver cómo podemos expresar estas necesidades y plantear posibles soluciones y educarnos para poder tener estas conversaciones, que le den el input necesario a las organizaciones que toman las decisiones para que puedan incluir esta mirada, concluyó.

### UNA RED QUE CRECE

Uno de los muchos proyectos que ha llevado adelante Lucía en Bolivia es “El camino del emprendedor”, una guía muy necesaria de las diferentes instituciones relacionadas al apoyo del emprendedor en sus diferentes etapas, que permitió a las diferentes organizaciones comenzar a hablarse entre, compartir recursos y aumentar los índices de colaboración en pro de los emprendedores.

Acompáñanos a conocer más de este y otros emprendimientos a través del podcast mensual de Juventud Empresa disponible en youtube y spotify, y visita nuestra página web:

[www.juventudempresa.org](http://www.juventudempresa.org)

Haz clic para ver  
el podcast



# FORO FIJE: “De Mendoza al Mundo”



Durante el mes de Marzo, se realizó en Argentina, la edición anual del Foro FIJE, titulado “De Mendoza al Mundo” en el que en una agenda de 4 días, más de 250 empresarios jóvenes viajaron desde regiones como Buenos Aires, Córdoba, La Pampa, Mendoza, San Juan, Salta, Santiago del Estero, y de los diferentes Países de Iberoamérica que forman parte de FIJE, con una gran participación de Uruguay, España y México.

Conociendo Mendoza: Se encuentra estratégicamente ubicada, sobre el corredor bioceánico, y es una provincia que atrae inversiones de todo el mundo, donde los empresarios apuestan cada vez más a los negocios basados en el

desarrollo de la matriz productiva y la innovación, pero con una mirada sustentable y puesta en el conocimiento.

Organizando el Foro: Fausto Brighenti y Julieta Luz Porta, son los miembros directivos de FIJE que representan a Argentina, y quienes junto al resto del equipo Directivo y Ejecutivos de UNAJE fueron los encargados de la Organización del Evento y de recibir a la comitiva internacional de empresarios.

Los empresarios tuvimos una agenda donde recorrimos diferentes bodegas, generando dinámicas empresariales. Para el Foro FIJE nos reunimos en la bodega “Trez Wines” para participar

de dinámicas dirigidas por un coach experto sobre ruedas de negocios, espacios de networking e intercambio experiencias bajo la premisa de “Cómo puedo desde mi empresa, colaborar con otras”.

Lanzamiento Nuevo Nodo: UNAJE - “Unión Argentina de Jóvenes Empresarios”, durante los 4 días del encuentro, realizó diferentes instancias y dinámicas destacando principalmente el lanzamiento de un Nodo en Mendoza, (razón por la cual fue elegida esta provincia para tan importante encuentro), generando una gran impacto y participación de la comunidad empresarial de esta provincia.

Durante el encuentro, pudimos participar de Ruedas de Negocios, una charla tipo TEDtalk Magistral, en la bodega El Enemigo Vigil, un día entero de Networking Asistido y la realización de un “Shark Tank”, en el que diferentes empresas, exhibieron sus modelos de negocio y compartieron sus proyecciones empresariales frente a la agencia de ciencia e innovación, inversores, empresarios ángeles y fondos de inversión de toda Iberoamérica.

Participantes destacados de la rueda de tiburones, Agrojusto (Agtech), Reforce Infinity (NFT Factory), Tiendoo (SaaS), Litt (Indumentaria y Triple Impacto), Merovingian Data (Big Data Consulting) entre muchas otras empresas de la región.

Según Brighenti, (empresario que se dedica a la exportación de carne a China), Vice Presidente Institucional en FIJE, el objetivo es continuar desarrollando lazos internacionales que permitan a nuevos empresarios salir al mundo, bajo la noción de colaboración y desarrollo colectivo. “Como objetivo principal, además de conocernos, es generar negocios en diferentes países. Encontrar socios y contrapartes que trabajan en cosas similares a lo largo de todo Iberoamérica y así colaborar en la internacionalización de las empresas que forman parte de esta red de más de 80 mil jóvenes”.

Julieta Luz Porta (ganadora de un proyecto de la NASA, empresaria), vocal por Argentina, afirma que, es necesario para el desarrollo de nuestras

economías, conectar industrias y países a través de sus jóvenes: para fomentar el comercio, el intercambio y potenciar a las empresas para que exporten e importen cada vez más. Así como también estos espacios son claves para lograr acuerdos y alianzas del bloque iberoamericano, y así poder salir juntos a negociar con otros bloques como Europa continental, China, África, entre otros.

Durante el evento, fueron anfitriones los líderes de UNAJE - Nodo Mendoza: Paz Álvarez y Gustavo Milutin, así como Joaquín Zoilo Presidente de UNAJE y Matías Fernández Presidente de FIJE, quien tuvo la oportunidad de dar el Cierre del Foro FIJE, durante el “TEDtalk” en la bodega El Enemigo Vigil y además explicó el Plan que Federación tiene de cara a la agenda 2030.

Para cerrar, queremos hacer una mención especial a todos los empresarios locales y gerentes de diferentes empresas, contando también con referentes de grandes industrias como la metalmecánica, software, agrícola, alimenticia, y por supuesto, la industria que caracteriza a la provincia, la vitivinícola.



La Unión Argentina de Jóvenes Empresarios es una red multisectorial y federal de jóvenes empresarios. Fue creada hace 20 años para cambiar la cultura empresarial argentina a través del acompañamiento, incitando y contribuyendo al crecimiento de la Argentina, con una mirada puesta en el triple impacto y en la internacionalización de sus negocios.

Principalmente, fomentan el encuentro para que jóvenes empresarios se conecten, formen y construyan colectivamente, a partir de una cultura empresarial basada en la colaboración.

# METAUERSO:

qué es y cómo aprovecharlo



## Los metaversos revolucionarán nuestra forma de vivir, proyectamos el potencial de pertenecer a este universo digital.

La tecnología está en un constante desarrollo, cada vez es más habitual ver noticias de robots, autos voladores y de inteligencia artificial. Pero ¿Qué pasa cuando nos preguntamos sobre el futuro del internet?

Desde que Mark Zuckerberg cambió el nombre de Facebook a Meta, el metaverso empezó a tener más relevancia, y la gente se empezó a preguntar qué innovaciones traería este cambio y lo más importante:

**¿Qué es un metaverso? y ¿por qué todo el mundo está hablando de él?**

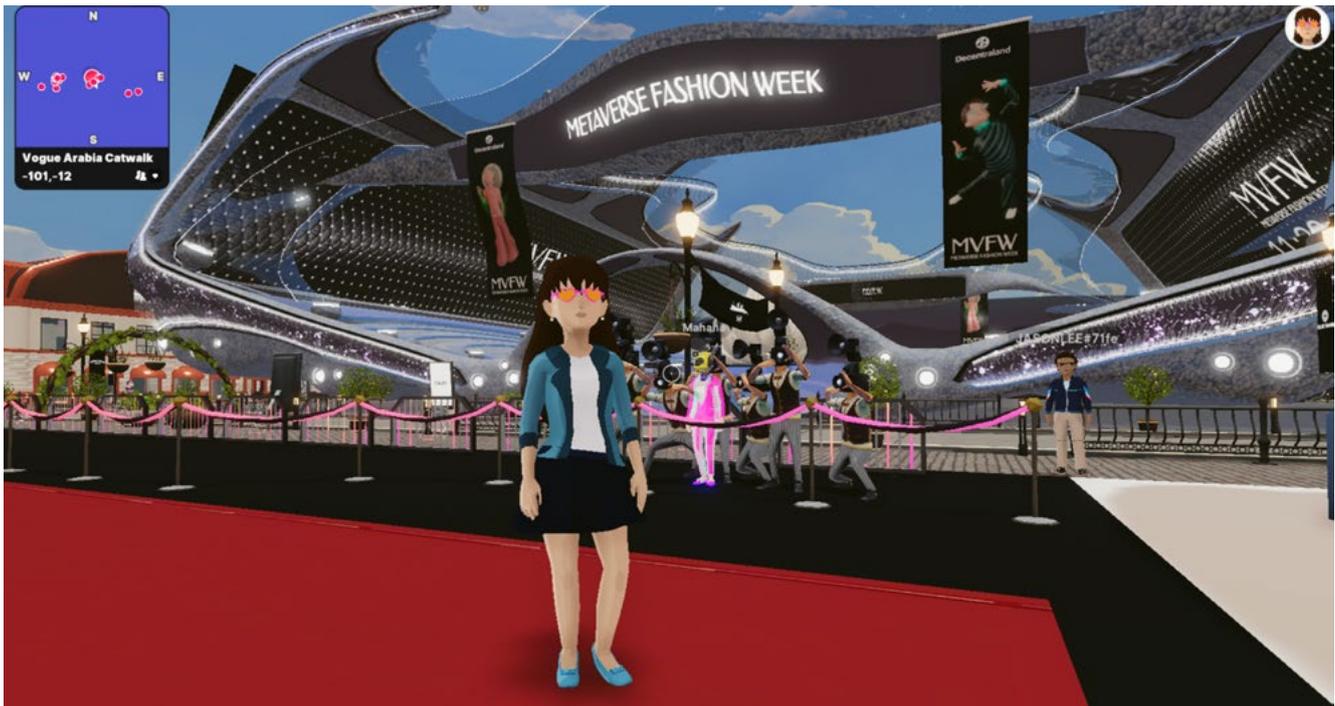
Un metaverso es un **espacio virtual 3D** que actúa como una expansión del mundo real, conecta al usuario con distintas plataformas a través del internet. A diferencia del mundo real allí no existe ningún tipo de limitación física ni regulaciones económicas. En ella los usuarios pueden interactuar social y económicamente, en forma de avatares.

Las criptomonedas permiten crear dentro

de este espacio una economía digital con diferentes tipos de tokens de utilidad y coleccionables virtuales (NFTs). La tecnología blockchain puede proporcionar sistemas de gobernanza **transparentes y confiables**. El futuro de la información se encuentra en esta tecnología porque es un modelo revolucionario, descentralizado y se mueve incluso más rápido que el internet. Según **JP Morgan** tiene un potencial de crecimiento de mercado de hasta **dos trillones anuales**. Esto es una excelente oportunidad para las empresas y corporaciones que quieran formar parte de él y ser pioneros de la industria.

**Los metaversos cambiarán cómo se hacen los negocios** y cómo se conectan las empresas con los consumidores, ya que dentro de ellos se puede crear todo tipo de experiencias, desde juegos hasta tiendas, academias, conciertos, centros comerciales, etc. También se crearán nuevos puestos laborales ligados a este entorno relacionados al diseño de experiencias, comercios, publicidades en la web inmersiva y análisis de resultados. Esto va a generar un





cambio en las formas de relacionarnos y va a impactar en nuestra vida cotidiana.

Cientos de empresas están apostando en esta nueva industria, algunos ejemplos son **Samsung** con su tienda en el metaverso de Decentraland donde presentaron su último teléfono. En la última semana de marzo se realizó el Metaverse Fashion Week, donde marcas como **Tommy Hilfiger, Dolce Gabbana y Forever 21** incursionaron con tiendas virtuales donde vendieron cientos de NFTs de prendas, tanto para avatares en el metaverso y algunos vinculados a productos en la vida real.

Desde **Reforce Infinity** nos consideramos “**un portal al Metaverso**” y ofrecemos distintos servicios dentro de lo que es la web inmersiva, para que organizaciones o instituciones puedan ingresar fácilmente en este espacio.

Ofrecemos distintos servicios como creación de productos NFTs, creación y desarrollo de experiencias en el metaverso, campañas de marketing e inversión en crypto startups. Con el objetivo de generar sentido de pertenencia a la comunidad, transferir los valores y la identidad de la marca a la web inmersiva, ampliar el target actual, personificar a la marca, generar impacto

en las redes y lo más importante: mostrarnos pioneros en innovación y tecnología.

Utilizamos diversos métodos como creación de tiendas virtuales, presencia publicitaria, experiencias lúdicas, eventos en simultáneo con el mundo real y creación de colecciones de NFTs permitiendo generar ganancias mediante la venta de los mismos.

Incorporando la blockchain, potenciaremos la imagen de la marca tanto desde el lado del marketing como desde la innovación, planificando un modelo de negocio para que las campañas tengan la posibilidad de ser auto-sustentables y generen nuevos modelos de negocio para las instituciones.

Ya es un hecho que la realidad virtual, los activos digitales y la tecnología blockchain van a cambiar el mundo para siempre, quienes ingresen temprano en esta tendencia, tendrán la posibilidad de adquirir una mayor cuota de mercado a un menor coste, y lograr un sorprendente impacto sobre sus experiencias virtuales y economía.

**¿Te animas a ser uno de los pioneros en este nuevo universo digital?**



# REFORCE INFINITY

Tu portal a la web inmersiva



# LIDERAZGOS Y COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA, nuevas estrategias para la recuperación

Como ya adelantamos en nuestro último número de **+Iberoamérica**, desde CEIB y FIJE consideramos que de cara a la recuperación económica hay una serie de prioridades claras que contribuirán a reforzar la región y lograr que ésta ocupe de nuevo el lugar que se merece. Una hoja de ruta, donde la sostenibilidad va a seguir marcando nuestros pasos y decisiones, para dar cumplimiento a la Agenda 2030 y sus 17 ODS, a modo de guía práctica para lograr una recuperación económica, sólida y efectiva.

En el horizonte para 2022, hemos identificado doce áreas o ámbitos de vital interés en los que hay que seguir trabajando intensamente durante este año: liderazgos firmes y proactivos; la colaboración público-privada; integración regional y cadenas de valor resilientes; innovación abierta; Mipymes; digitalización e industria 4.0; economía naranja e industrias creativas; economía azul; arbitraje y mecanismo de resolución de conflictos; energía y transición ecológica; formación, emprendimiento y

retención de talento; y el turismo sostenible e inclusivo.

En esta ocasión, analizamos la senda del crecimiento y la recuperación a través de dos factores esenciales en el contexto actual, y que constituyen el eje vertebrador en la nueva redefinición de las sociedades, las economías y el desarrollo de los países: la fuerza de los liderazgos y la colaboración público-privada.

## LIDERAZGOS FIRMES, PROACTIVOS Y TRANSPARENTES

La pandemia y la crisis que arrastramos desde hace más de un año y medio ha removido cimientos y estructuras en los modelos de liderazgo tradicional, y también en el mundo de las empresas, acelerando y demandando nuevas fórmulas, bajo parámetros más positivos, colaborativos, colectivos y consensuados.







Nunca hasta ahora habían sido tan importantes el liderazgo comprometido y el diálogo social. Nuestro futuro cercano va a depender, en gran medida, de la calidad de los liderazgos, no sólo en los gobiernos, sino también en el sector privado y en las organizaciones sociales. Hay que fomentar la pedagogía y no la demagogia, y liderazgos propositivos y no defensivos, que apuesten por consensuar, y no por dividir o polarizar. Y es imprescindible el diálogo social, grandes dosis de este antídoto que conforma la mayor infraestructura de un país.

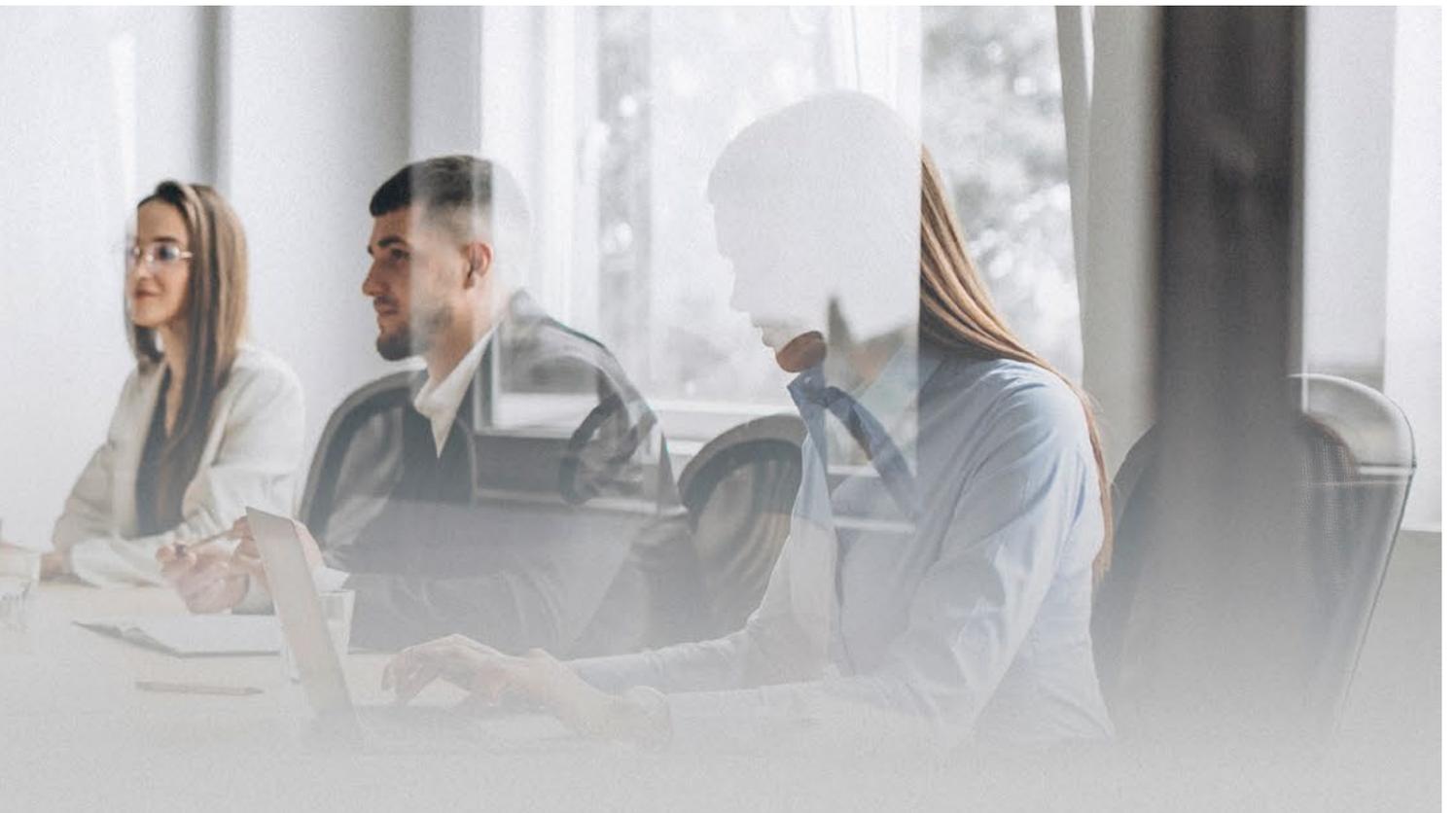
Hay que tener una visión de largo plazo, compromiso y unas reglas de juego claras, que otorguen confianza para construir un futuro donde prevalezca el multilateralismo, la integración y, ante todo, más Iberoamérica. Es importante apostar por liderazgos solidarios, fuertes y capaces, para impulsar y fomentar la creación de nuevas empresas, donde primen no sólo la visión económica y pragmática, sino también una gran resiliencia emocional.

Necesitamos más Iberoamérica para salir de la crisis, para crear empleo, para abrir nuevos

mercados, para pensar en nuevas ideas, más Iberoamérica para invertir en nuestra gente. Y sólo se logrará mediante liderazgos firmes, proactivos y transparentes, en los que primen las ideas, la creatividad y la innovación, el autocontrol, la perseverancia y la capacidad de comunicación. Apostemos por liderazgos que congreguen a los distintos y no sólo a los iguales, para ampliar el abanico de propuestas y de posibles soluciones en esta etapa crucial de transformación y de recuperación para el mundo y, sobre, todo, para Iberoamérica.

### **COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA: LA HERRAMIENTA MÁS PODEROSA EN EL CONTEXTO ACTUAL**

Por otro lado, las alianzas público-privadas han demostrado ser el instrumento más eficaz para la reactivación de la economía y poder salir de la crisis incluso más fortalecidos que antes. Una crisis global requiere una respuesta global. Las medidas económicas, empresariales y sociales han sido cruciales para no dejar que muera el tejido productivo y hemos visto que siempre deben ir acompañadas de las políticas públicas



adecuadas. La prioridad fue la de salvar vidas, economía, empleo, empresas y trabajadores. Hemos vivido una situación en la que ha sido más importante la capacidad de reacción que la de planificación y, dependiendo de nuestra respuesta, esta crisis puede ser coyuntural o estructural. Las alianzas que se han forjado durante este tiempo se han aplicado a todos los sectores y ámbitos de la economía, desde la innovación hasta la economía naranja, verde o azul.

Los gobiernos de la región tuvieron que prestar un apoyo especial a las pymes para garantizar su supervivencia y fortalecimiento, ya que representan el grueso de las empresas en Iberoamérica. Muchas de las medidas estuvieron y siguen estando orientadas hacia ellas. De hecho, la mayoría de estas empresas tuvo que reinventarse y diversificar su actividad para poder sobrevivir.

No debemos olvidar también que, las medidas solidarias adoptadas en muchos países, gracias a la colaboración público-privada, fueron de gran utilidad para ayudar

a la sociedad en su conjunto. En este ámbito, las organizaciones empresariales desempeñaron un rol crucial para poner en marcha iniciativas de apoyo y orientar a las empresas en su actividad. A su vez, los organismos internacionales y las instituciones multilaterales han jugado un papel muy importante para ayudar a las regiones más vulnerables.

Un mensaje imprescindible es que se deben alzar las voces y mantener un diálogo permanente, aunque haya diversidad de opiniones. Hay que defender los bienes comunes, el conocimiento y la ciencia compartida con los diferentes actores; empresarios, trabajadores, academia, gobiernos y sociedad. La información, sin duda, ha sido también un factor clave para no estar perdidos, y esto ha supuesto un antídoto natural frente al aislamiento. Hemos comprendido que tenemos que hacer más Región y más Iberoamérica que nunca, y debemos seguir creando un espacio iberoamericano más próspero, cohesionado, innovador y sostenible para todos. **¡Sigamos creciendo juntos!**

SEGIB, CEIB y FIJE lideran un año más el Foro de Empresas Europa-LATAM en

# MADRID PLATFORM

Expertos de primer nivel de toda la región se darán cita en este foro de negocios bajo el lema “Comercio e inversión en un nuevo escenario de recuperación sostenible”

La Secretaría General Iberoamericana-SEGIB, el Consejo de Empresarios Iberoamericanos-CEIB y la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios-FIJE lideran un año más el Foro de Empresas Europa-LATAM en esta segunda edición de Madrid Platform, que se celebrará del 23 al 25 de mayo en el Palacio de Cibeles en Madrid.

En esta ocasión, se prevé la participación de autoridades y expertos de toda la región, representantes de más de 600 empresas y 300 potenciales inversores, lo que en total supone más de 9.600 asistentes de 60 países durante estos tres días. Bajo el lema “Comercio e inversión en un nuevo escenario de recuperación sostenible”, el foro organizado por SEGIB, CEIB y FIJE tendrá un papel protagonista en este hub internacional de negocios que sitúa a Madrid como epicentro de la actividad empresarial y sirve de puente entre miles de empresas europeas y latinoamericanas.

El principal objetivo de este encuentro es complementar el trabajo que, desde las tres instituciones, se viene desarrollando en los

últimos años, para impulsar el desarrollo del espacio empresarial iberoamericano, mediante el análisis de temas estratégicos y de interés para el conjunto de la región.

Gracias al éxito tanto del Foro de Empresas UE-LATAM como de la primera edición de Madrid Platform, este año se han sumado una vez más SEGIB, CEIB y FIJE, consolidando así este hub internacional de negocios como un ecosistema de colaboración empresarial e institucional entre ambas regiones.

En este sentido, para Madrid Platform renovar el apoyo de estas tres instituciones constituye un puntal clave para el proyecto. El know how y la confianza que generan estas organizaciones nos permite generar un ecosistema ambicioso y de alcance para empresas e instituciones del conjunto de Europa y América Latina, con Madrid como nexo y dinamizador. Desde el Foro Internacional de Empresas UE-LATAM se impulsan los principales temas y datos relevantes para la empresa en el ámbito internacional y será un espacio permanente y característico de Madrid Platform en el futuro.

## NOVEDADES EN LA SEGUNDA EDICIÓN DEL FORO UE-LATAM

Destacadas autoridades, representantes de diversas instituciones, expertos y empresarios abordarán los nuevos modelos de financiación e inversión para el desarrollo de negocios sostenibles; las tendencias y desafíos en el comercio intrarregional iberoamericano; la conectividad ante el reto de la reconfiguración de las cadenas globales de valor; o el rol de las organizaciones empresariales en este nuevo escenario de reconstrucción, entre otras cuestiones.

El foro comenzará el día 23 con una sesión de inauguración, seguida de un panel de financiación e inversión, en el que se hablará de los bonos temáticos como nuevos instrumentos esenciales de desarrollo para financiar la innovación; el sector financiero y bancario ante el nuevo paradigma de desarrollo sostenible; o el rol de los organismos multilaterales de financiación en un nuevo escenario de inversión para la recuperación.

Una de las novedades más relevantes de esta edición es que ese mismo día se

presentará también el informe “Global Latam: series inversión extranjera exterior”, elaborado por SEGIB, CEIB e ICEX España Exportación e Inversiones, en el que se aborda el estado actual de la economía y de las empresas latinoamericanas a través de su internacionalización.

El segundo día del foro, los expertos se centrarán en el comercio intrarregional iberoamericano, y analizarán el estado de los acuerdos comerciales y los criterios para la eliminación de barreras; las nuevas estrategias de comercio digital para las pymes; las iniciativas de internacionalización y softlanding; o el auge de los servicios basados en conocimiento. En un segundo panel, se abordará la reconstrucción de las cadenas globales de valor; los modelos logísticos inteligentes; la conectividad en América Latina como herramienta social y económica; y las alianzas público-privadas como motor de desarrollo.

Durante el tercer y último día (25 de mayo), se celebrará, al igual que el año pasado, un conversatorio de presidentes de organizaciones empresariales de la

UE y Latam, en el que se pondrá de relieve el rol que juegan todas ellas en el nuevo escenario de reconstrucción y recuperación sostenible. Por último, se cerrará el acto con las conclusiones del encuentro y las palabras finales, que correrán a cargo de los representantes de SEGIB, CEIB y FIJE.

Con este foro, celebrado en el marco de Madrid Platform, se busca estrechar las relaciones económicas y comerciales entre Europa y América Latina, impulsar y fomentar el diálogo constructivo y el intercambio de experiencias enriquecedoras, así como potenciar la generación de negocio y de networking activo.

### MADRID PLATFORM, UNA GRAN PLATAFORMA DE NEGOCIOS

Madrid Platform supone un auténtico revulsivo económico y de negocios, y la posibilidad de poner en contacto a empresas de diferentes sectores, generando sinergias entre ellas para lograr mayor productividad, proyección y creación de empleo de calidad. En esta ocasión, se ha desarrollado, además, una plataforma tecnológica para gestionar el acceso y participación de las compañías y empresarios en el encuentro, que permite ponerles en contacto con empresas e instituciones afines de forma automática.

Además, entre los nuevos formatos de cierre de negocio que permite Madrid Platform, las empresas podrán optar por las Ágoras, modelo de cierre de negocio en el que una empresa ponente presenta su proyecto frente a 20 oyentes con voluntad de sinergia, o las Ruedas de Negocio, puntos de encuentro donde los empresarios podrán tener 10 reuniones one on one y hablar de manera directa y sin intermediarios.

En esta nueva edición se unirá Irlanda, con su ministro de Comercio; Chile; Francia; Argentina; o Brasil, entre otros países. En total, se realizarán entre 800 y 1.200 reuniones de trabajo, 400 en la zona Ágora; 4 foros internacionales, 12 seminarios, 14 talleres y 10 sesiones pro negocios-país. En resumen, 50 eventos simultáneos para generar expectativas de negocios, explorar nuevas tendencias y poner a Madrid en el centro de negocio internacional.





# ¡10% de Descuento!

Regístrate y no dejes pasar la oportunidad de ser parte del encuentro de negocios internacionales mas importante de Europa y América Latina.



## MADRID PLATFORM

EUROPA - AMÉRICA LATINA

**Código:**  
Descuento10FIJE

Beneficio exclusivo para miembros FIJE y para nuestros lectores.



# LAS CONSECUENCIAS PARA LOS CONTRATOS DE LA GUERRA

Ya ha pasado más de un duro mes desde que, el pasado 24 de febrero, el ejército ruso, a órdenes de Vladimir Putin, tomó la decisión de invadir Ucrania. A pesar de que en las últimas semanas parecía que las negociaciones entre la Federación Rusa y Ucrania podían llegar a buen puerto, no hay avances desafortunadamente en las mismas.

Mientras tanto ésta guerra está generando importantes consecuencias en todos los órdenes. Por un lado, desde el punto de vista humanitario, pues ha dado lugar al desplazamiento de millones de refugiados, que siguen llegando a la Unión Europea. Por otro, porque ha agravado el choque de oferta que viene sufriendo la economía europea desde el verano de 2021 a causa de la escalada del precio del gas natural y ha añadido además una elevada incertidumbre respecto a su duración e intensidad. El precio del gas natural, del cual Rusia es el segundo mayor productor, se ha multiplicado por cinco en un año, subiendo un 25 % desde el inicio de la invasión. El petróleo casi ha doblado su precio durante el último año, subiendo un 20% desde finales de febrero de 2022, mientras el precio del trigo ha aumentado el 30 % en el mismo periodo. Se ha producido así un aumento generalizado de costes de las materias primas y de los bienes intermedios, añadido al que ya se venía produciendo desde los dos últimos años, iniciado por la pandemia Covid - 19. Las consecuencias económicas de esta evolución son un aumento de la tasa de inflación y una ralentización del ritmo de crecimiento.

Todo ello, desata numerosas consecuencias desde un punto de vista jurídico y cabe preguntarse qué va a ocurrir con aquellos contratos que fueron pactados contemplando un escenario y unas condiciones completamente diferentes a las actuales, del todo imprevisibles. Y ello, dado que la imposibilidad de ejecución del contrato puede venir determinada no solo por la imposibilidad material de llevarlo a cabo en



términos económicos viables, **sino también por imposibilidad material derivada de las prohibiciones** impuestas por las autoridades gubernamentales de distintos países. En las relaciones directas con Rusia: ¿qué ocurrirá cuando la imposibilidad material de ejecución del contrato se derive de una prohibición gubernamental de contratar con Rusia? ¿Es posible exigir responsabilidad patrimonial a los Estados?

Del mismo modo, en aquellos contratos en los que intervengan empresas rusas y se haya pactado el pago en una determinada moneda, ¿cómo afectan las sanciones impuestas a Rusia cuando no puedan pagar en esa moneda como consecuencia de las sanciones monetarias? En este punto, los acreedores podrán verse ante situaciones totalmente imprevisibles como la imposibilidad de cobrar cuanto se les debe, o en una moneda que está depreciándose vertiginosamente en los últimos tiempos, como es el rublo.

# RA DE UCRANIA



Pero el tráfico económico con Rusia no es el único afectado.

También todas aquellas relaciones jurídicas que, como

señalábamos, dependen del empleo de materiales que están experimentando fuertes incrementos de costes. Resulta oportuno llegados a este punto hacer mención a la fuerza mayor (“evento extraordinario que se produce de manera externa a las partes y de forma imprevisible, que además no hubiera podido evitarse ni, aunque se hubiera aplicado la mayor diligencia”). Si bien, la consecuencia en eventos de fuerza mayor puede ser la ruptura del contrato, en ocasiones, serán las partes las que deban tratar de alcanzar un nuevo equilibrio en las prestaciones a fin de mantener la relación comercial adaptada a las

nuevas circunstancias. La problemática se acentúa en aquellos contratos de carácter internacional en los que no se recojan adecuadamente las consecuencias derivadas de la fuerza mayor, ya que entran en juego además la determinación de la ley aplicable, **las reglas del Derecho Internacional privado para determinar cuáles han de ser las consecuencias.**

Ante esta situación debemos también preguntarnos ¿qué pasa con los contratos en los que no se ha regulado la fuerza mayor? ¿y en aquellos entre países que no se encuentran en guerra? ¿Se les aplica también la fuerza mayor? Y ¿qué pasa con los contratos sometidos a ley rusa? Esto no deja de ser relevante pues ya son varias las declaraciones del gobierno rusa lanzadas indicando que esto no es una guerra, sino una operación militar especial.

Si bien, en paralelo a la fuerza mayor puede cuestionarse la aplicabilidad de la cláusula *rebus sic stantibus* (“mientras continúen así las cosas”), tal como ocurrió tras la pandemia Covid – 19 y con esta cláusula, los contratos y/o tratados podrán ser revisados siempre que concurren circunstancias nuevas, que alteren las condiciones que se tenían cuando entraron en aplicación las obligaciones en cuestión, la realidad es que ello va a suponer numerosos conflictos entre las partes y a un aumento de procedimientos judiciales y arbitrales.

En definitiva, son muchos los retos a los que los operadores jurídicos y económicos van a tener que enfrentarse por el escenario cambiante en el que nos encontramos y será clave la capacidad de lidiar con los mismo para evitar perjuicios mayores.



# IBEROAMÉRICA EN UN PLATO

Antes de llegar a las recetas y los platos, es fundamental darle el valor que merecen a los alimentos. La gastronomía de los países de Iberoamérica, sin duda, no sería la misma sin la variedad y la calidad de los alimentos que tenemos, hoy día, a nuestro alcance.

En ese sentido, una de las cosas más importantes del “encuentro entre los dos mundos” fue el enriquecimiento de la alimentación a nivel universal. Gracias a ese intercambio, los países de América y de Europa, a través de España y Portugal, pudieron ampliar enormemente su oferta gastronómica.

## ALIMENTOS DE IDA Y VUELTA

Los “alimentos de ida y vuelta” se han convertido en ingredientes básicos de las cocinas tradicionales y creativas de los países iberoamericanos.

Entre los 10 productos que trajimos de América (patata, tomate, pimienta, maíz...) y los 10 que llevamos (aceite de oliva, trigo, azúcar, arroz...), se encuentran algunos de los que generan más satisfacción y salud para las personas.

## CAPITALES CULTURALES IBEROAMERICANAS DE PRODUCTO

Quizá por eso, la Academia Iberoamericana de Gastronomía está promoviendo la declaración de diversas Capitales Iberoamericanas de producto. Actualmente, se encuentran en fase de proyecto las posibles Capitalidades del Cacao (Guayaquil, Ecuador); el Café (Medellín/Antioquía, Colombia); el Marisco (Galicia, España); el Vino (Oporto y Jerez, España); la Patata (Ayacucho, Perú). Con ello, se pretende poner en valor y extender el conocimiento de los productos y de la gastronomía iberoamericana.

## **CENA VIRTUAL IBEROAMERICANA**

Paralelamente, la Academia Iberoamericana planteará, con motivo de “Madrid 2022, Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica”, una Cena Virtual Iberoamericana en la que cada país podrá presentar un plato basado en un producto y, como es natural, una bebida para tomar con ese plato.

A título de ejemplo, México estaría representado con el guacamole, basado en el aguacate; Perú, con la causa limeña, cuyo principal ingrediente es la patata; Argentina, como es natural, con el asado; España, podría ser con el gazpacho, basado en el aceite de oliva virgen extra; y Venezuela, quizás, con las arepas. Y así con todos y cada uno de los países de Iberoamérica.

La idea de esta Cena Virtual es que cada país se exprese en un plato. Y, como la mitad de lo que comemos es líquido, es fundamental incluir, también, una bebida de cada país para armonizar con ese plato (una bebida que no tiene que ser, necesariamente, el vino).

## **IBEROAMÉRICA EN LA NUEVA GASTRONOMÍA**

El impulso que Iberoamérica está dando al mundo de la cocina y de la gastronomía es absolutamente impresionante. En la Nueva Gastronomía, que abarca los cuatro sectores de la cadena alimentaria (la producción agroalimentaria, la industria de alimentación y bebidas, la distribución y el comercio, la restauración y la hostelería), Iberoamérica tiene un papel de protagonista en este siglo XXI. Y no sólo apoyando la Cocina de la Libertad, sino, también, esa Nueva Gastronomía que es, o debe ser, cada día más saludable, solidaria, sostenible y satisfactoria.

Y, todo eso, los países iberoamericanos lo están consiguiendo con sencillez. Como digo en mi último libro con Marta Garaulet, “Simplicity” (Planeta Gastro), lo complicado no es práctico, aplicable ni duradero. Por eso, es fundamental que la gastronomía avance hacia la Sencillez, la “quinta ese” de la alimentación.



# Natalia Bayona

## Retos para el desarrollo de la educación turística en Latinoamérica

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en su firme visión hacia la democratización de la educación analizó los retos en el que se enfrenta el sector en Latinoamérica hacia su desarrollo y sostenibilidad. Natalia Bayona, es la que lidera la estrategia de innovación, transformación digital e inversiones de la Organización Mundial del Turismo y quien representó en la entrevista a este importante organismo encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

### **¿En qué situación se encuentra Latinoamérica en cuanto educación turística?**

El turismo hoy en día tiene muchos retos en educación, ya que más del 50% de los jóvenes que trabajan en turismo no tiene skills o un diploma profesional. Cuando se habla de educación en las américas, hay un componente fuerte de informalidad en dos aspectos: 18 de las 50 mejores universidades en el mundo que abordan el turismo, se encuentran en Estados Unidos, lo que significa que la concentración del talento y de la educación en este país es mayor,

esto comparado con Latinoamérica implica un reto, de acelerar el proceso de educación para el sector.

El turismo es uno de los más grandes empleadores de jóvenes, sin embargo, muchos de ellos no están educados en turismo y hostelería, lo que conlleva a que el 50% de este grupo sueñen con emprender, pero al no tener una carrera profesional, acuden a la informalidad, afectando también en la economía de los países.

### **¿Nos puedes explicar cuáles serían los retos de la educación para un turismo sostenible?**

El primer reto está en flexibilizar la profesionalización y certificación de las carreras técnicas en turismo en Latinoamérica, ya que actualmente, el 80% de las carreras universitarias tienen un enfoque en administración hotelera y el turismo no es solo eso, reúne a más de 100 sectores de la economía, lo que conlleva a la existencia de un gran vacío en educación; se necesita formar gente que pueda



crear una empresa, que lideren el marketing y la promoción de un destino turístico, saber de hospitalidad, gastronomía, restauración, historia, cultura, ciencia de datos en turismo y muchos más aspectos.

Por ejemplo, hay países de Latinoamérica en el que la guianza turística se certifica después de tres años, aun cuando sabemos que los trabajos de estas personas se realiza estando en la calle, es por ello que se tiene que flexibilizar la manera en como ellos pueden avanzar y profesionalizarse, lo mismo para casos en que la persona se quiera especializar, ya sea para camarero, jefe de sala de un restaurante, hostelero, en estos casos el estudio no puede durar el mismo tiempo, tiene que estar enfocados en la práctica y convalidadas con el Ministerio de Educación que permita la obtención de un empleo coordinado.

Otros temas claves es que la educación ejecutiva todavía no está tan regulada con los entes regulatorios, y esto aplicado a un estudio a nivel online, si no tiene el aval correspondiente, el título no sirve de nada al momento de tener una entrevista laboral. El acceso a la educación tiene que ser híbrido, con acceso a cursos virtuales, certificados por la OMT y también con el apoyo de universidades.

Por último, diversificar la paleta de asignaturas, materias y de carreras en materia de turismo, no deben ser carreras solo gerenciales, que impliquen que uno tenga que importar talentos de países, el sector necesita un gran número de personas trabajando en la digitalización y todo lo relacionado a la tecnología.

La sostenibilidad es clave ya que el turismo tiene que estar enfocado en el giving back, es decir, de dar a la sociedad, fortalecer el impacto y ayudar que las cosas se hagan de una manera diferente para mejorar la calidad de vida de las futuras generaciones, partiendo de la enseñanza en los colegios, con un modelo de educación diferente y transversal y continuando con la profesionalización.

### **¿Natalia Bayona lidera estas iniciativas? ¿Qué cambios has percibido y logros durante estos últimos años nos puedes comentar?**

A nivel país, se creó la política pública de turismo sostenible en Colombia, siendo una de las más modernas de todas con la apuesta en el turismo de naturaleza, entonces tendrían que empezar con fortalecer y generar el ejemplo del país como destino seguro, biodiverso y responsable. También



lideran un proyecto enfocado en educación denominado “Los colegios amigos del turismo” que ya lleva más de 10 años de vigencia en donde las escuelas públicas dictan turismo como parte del pensum.

Entre otras iniciativas están las de la Universidad de Palermo en Argentina, la Universidad Católica de Chile, el externado de Colombia, la de Monterrey en México y universidades de República Dominicana para subir contenido distinto en la plataforma del Tourism Online Academy de la OMT, eso muestra

un apoyo desde la academia para que esto sea posible. Ayudar a masificar la educación de las personas que trabajan en este sector.

España también es un ejemplo de cómo diversificar el espectro de carreras en turismo cuando se habla de liderazgo y management, como el caso del CETT de Barcelona, que lanzará un nuevo grado en digitalización especializada en turismo.

**“Trabajando en alianzas público-privadas es la manera más eficiente para generar un impacto”**



**¿Tienen iniciativas que se estén implementando en algún país?**

Este año vamos a lanzar varios retos de innovación en Latinoamérica enfocados en la educación. Junto a Republica Dominicana y Save the Children estamos buscando soluciones sobre este aspecto y sobre tecnología en Centroamérica y el Caribe, y trabajando también con Panamá, Colombia y México para incluir el turismo dentro de los contenidos de las materias.

Lanzaremos 2 programas más, un paper para crear una guía de cómo hacer naciones turísticas y fortalecerlas a través de la educación, con la idea de que se quede con los ministros y otros actores y por último, en cuanto a digitalización y transformación digital de pymes en educación digital, el 17 mayo lanzaremos un programa denominado UNWTO Digital Futures, en colaboración con otras empresas como Mastercard, Amadeus, Telefónica, Amazon, Cisco, para ofrecer cursos con las mejores temáticas en digitalización y capacitar gratuitamente a Pymes para ayudar en su proceso de digitalización.



# TURISMO

## tan sostenible como accesible e inclusivo para todos

**La UE cuenta con un mercado potencial de personas con discapacidad de 80 millones, 130 si se añaden las personas mayores y sus acompañantes.**

Conceptos que definen una nueva forma de entender el turismo, que implican temas tan importantes como las buenas prácticas, y derechos tan fáciles de entender y de asumir como la posibilidad real de poder apreciar, experimentar y compartir lo que ofrece nuestro planeta, todos.

Tiene mucho que ver con un cambio de mentalidad, con grandes dosis de pedagogía en todos los niveles y estructuras; con nuevos modelos de prestaciones y también tecnologías punteras que permitan un enfoque plenamente inclusivo, sostenible y accesible.

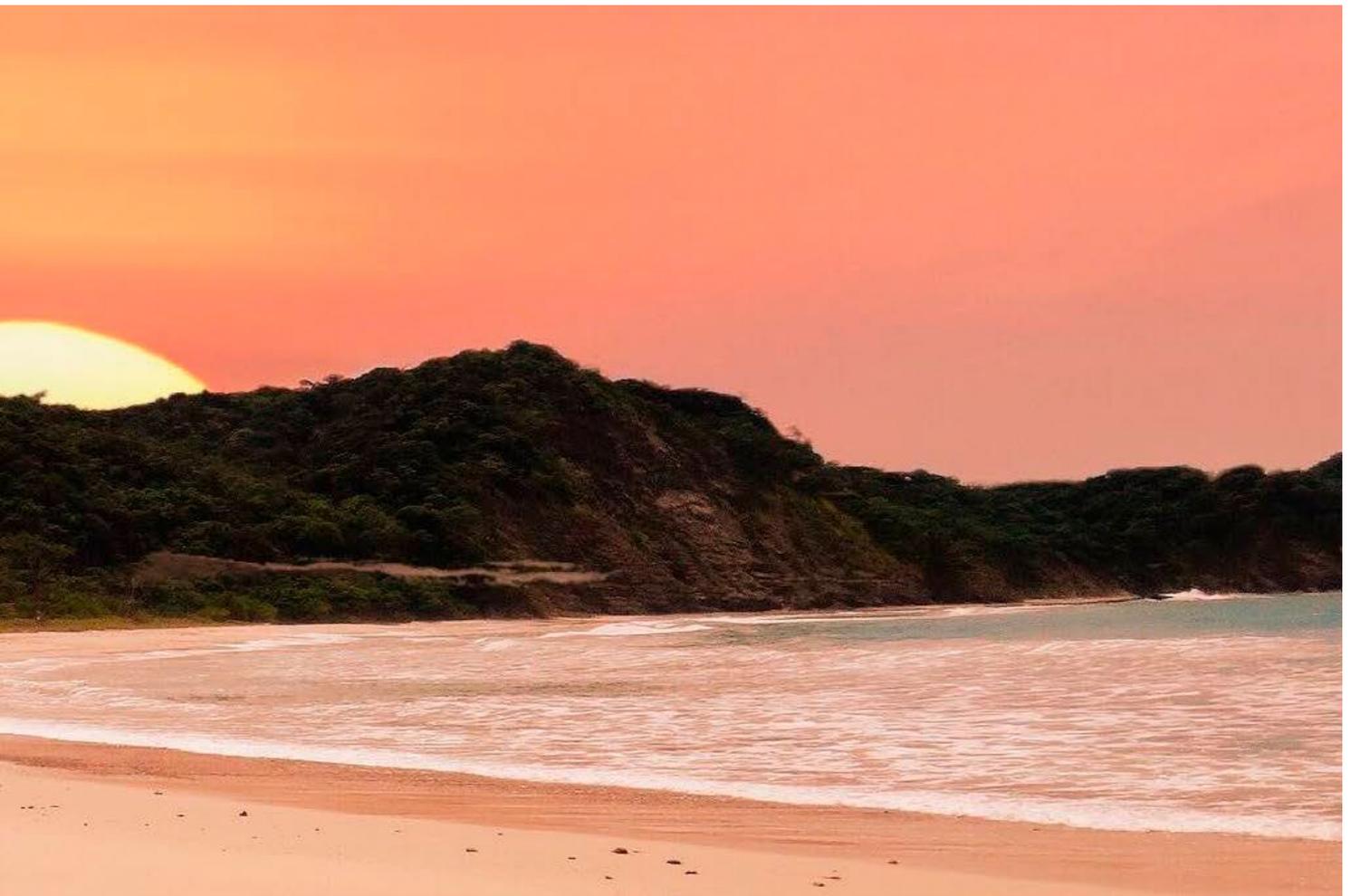
Las cifras lo explican a la perfección: el 15% de la población mundial vive con algún tipo de discapacidad. Estamos hablando de 1000 millones de personas. En América Latina y el Caribe 85 millones. Las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) apuntan a que más de 250 millones de personas tendrán alguna discapacidad moderada o severa en el futuro.

La UE cuenta con un mercado potencial de personas

con discapacidad de 80 millones, 130 si se añaden las personas mayores y sus acompañantes (suelen viajar acompañados de 2 a 3 personas). De ellos, un 70% disponen de medios económicos para poder viajar. Estamos hablando no sólo de asegurar un derecho tan importante para todos, sino también de una gran oportunidad para un sector que ha sufrido mucho en la pandemia del Covid-19.

La cumbre iberoamericana que se celebró en Cuba en diciembre del año pasado sobre el turismo accesible ha sido el evento más relevante celebrado sobre esta materia. Concluyó con la declaración de La Habana por un turismo inclusivo y accesible, una llamada a reconocer que “la discapacidad es un concepto dinámico y complejo, resultado de **la interacción de las personas con las barreras presentes en el entorno, lo que no debe limitar y/o discriminar** la participación libre y activa de las personas con discapacidad en la actividad turística”.

El documento también promueve lo que ha venido a denominarse un modelo turístico accesible



e incluso en el que **usuarios, prestadores de servicios, organismos públicos, universidades,** instituciones, organizaciones empresariales, etc. deben jugar un papel decisivo, invitando a participar también a “las personas interesadas en generar las condiciones que posibiliten la experiencia turística, como un **ejercicio de vida cotidiana de todas las personas sin distinción alguna**”.

En el diagnóstico sobre las barreras existentes, en las que están trabajando los expertos y los responsables de asociaciones empresariales, figuran cuestiones como la ausencia de información sobre la accesibilidad en los destinos, y los propios problemas de accesibilidad, la falta de formación específica del personal, problemas de movilidad y accesibilidad en los aeropuertos y estaciones, o la ausencia de webs accesibles.

En lo referente a la formación existe otro importante escollo: la inclusión de trabajadores con discapacidades en el sector turístico, una asignatura pendiente.

Además, es prioritario el diálogo permanente entre las instituciones de las que dependen la oferta turística y las asociaciones de personas con discapacidad, especialmente para comprender necesidades, identificar obstáculos y buscar soluciones. Todo ello encaminado a contemplar la accesibilidad como una ventaja competitiva.

### **SOSTENIBLE SÍ, PERO POR TODOS**

La OMT calcula que el flujo de turistas internacionales alcanzará los 1.800 millones en 2030. Con este panorama, si queremos que el sector pueda contribuir de manera eficiente al desarrollo sostenible, y garantizarlo a largo plazo, es crucial avanzar hacia modalidades de consumo y producción sostenibles.

Es un hecho: el sector crece más deprisa que la economía mundial o el comercio internacional. Frente a esta realidad los expertos apuntan a la necesidad de desvincular el crecimiento global del sector del uso de recursos naturales.



Cuando hablamos de sostenibilidad olvidamos con mucha frecuencia la responsabilidad que tenemos todos como turistas. Somos consumidores y protagonistas de viajes que llevan consigo actividades al aire libre, un entorno al que debemos ir preparados, mediante una clara planificación sostenible, desde la preparación de estos al disfrute de la propia actividad. Una mentalidad y predisposición que deben fomentarse desde las aulas y potenciarse siempre.

Siguiendo estos parámetros de responsabilidad, de buena planificación, de compromiso y de defensa y de preservación del mejor patrimonio que tenemos, comprobaremos el potencial que tiene el turismo de contribuir a la creación de empleo. Se trata de asegurar en el largo plazo el impulso del empleo estable, la mejor fórmula de inclusión social.

Además, debemos ser capaces de impulsar un amplio programa de acciones e iniciativas de sensibilización tendientes a impulsar una integración social inclusiva, preservar el patrimonio natural y cultural, conservar la biodiversidad, facilitar modos de vida sostenibles y mejorar el bienestar de las personas.

Y hacerlo también mediante el buen uso de los

recursos medioambientales y su preservación, así como cuidando al máximo el legado y la identidad sociocultural de las comunidades en los destinos turísticos, su tradición, cultura, patrimonio arquitectónico y artístico, entre otros.

El turismo sostenible, accesible e inclusivo es sinónimo y garantía de una mejor calidad de vida para todos, y una clara apuesta de futuro. Por ello, ocupa una parte destacada en la agenda de trabajo en la que estamos inmersos en el Consejo de Empresarios Iberoamericanos, CEIB. Una hoja de ruta en la que figuran todas estas cuestiones, y en la que la voz y el compromiso de las organizaciones empresariales, serán firmes, claros e intensos.

Y como sucede tras cada Encuentro Empresarial Iberoamericano, esta vez el turismo sostenible, justo e inclusivo será un nuevo eje temático permanente al que prestaremos atención y daremos seguimiento, como ya ocurre con las mipymes, la digitalización o la innovación abierta. Forma parte de nuestro compromiso para el próximo Encuentro cuya XIV edición se celebrará en República Dominicana, acto del programa oficial de la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno que lleva por lema: "Juntos por una Iberoamérica justa y sostenible".

¿Algún cambio más?

Sí, hay más cambios. Queremos que el logo se vea más grande, que se note más el color, es decir, que llame la atención. Además, no nos gusta la tipografía, creemos que es muy "moderna", queremos que nuestro logo tenga un tipo de letra divertido, para que resalte. Lo que más nos preocupa es que se vea de lejos, que no se confunda con el resto. En cuanto al color creemos que el rojo es el tono perfecto. Es muy estridente y llamativo, eso nos gusta. Les dejamos un par de referencias porque creemos que aún no nos han entendido. No nos gusta la forma ondulada del logo, nosotros ya tenemos una idea de como es, les adjuntamos un dibujo que hemos hecho y solo tienen que reproducirlo. El icono de Facebook y de Instagram lo vemos muy pequeño y además, no tiene el nombre de la empresa. Queremos que el nombre se vea en grande. Por otro lado, la web es muy simple... la idea que tenemos es que sea distinta a las de la competencia, con muchos colores y tipografías diferentes, con una galería de imágenes enorme y que podamos gestionar nosotros mismos. Lo queremos así porque siempre lo hemos hecho así, es tradición de la empresa que la web sea muy llamativa. En cuanto al precio, queremos que sea algo barato, claro. Cuando comencé a dirigir la empresa, nuestro sobrino, que entiende de ordenadores, le dio un nuevo aire a la marca y nos hizo una web, y lo que queremos ahora es que sea igual pero más moderna.

EN UEBOS NO TE HAREMOS  
**GHOSTING**

**UEBOS** COMUNICACIÓN

(+34) 669 597 576 - [info@ueboscomunicacion.com](mailto:info@ueboscomunicacion.com)  
[www.ueboscomunicacion.com](http://www.ueboscomunicacion.com)

# Entrevista con **MANUEL RODRÍGUEZ**

**“LUTHIER DE PROFESIÓN,  
DESDE LA MÚSICA PARA EL ARTE”**

Música, artesanía y tradición, son algunos de los conceptos que definen a Manuel Rodríguez, luthier de profesión y con una gran pasión por todo lo que hace, principalmente instrumentos de cuerda elaborados a mano con cariño y tesón, sobre todo guitarras y ukeleles, entre otros.

Al frente de la segunda casa más antigua del mundo en la fabricación de instrumentos artesanales, “Guitarras Manuel Rodríguez” vende sus productos a más de 120 países, desde el nacimiento de la empresa en la década de los 80. Su afición por la música la lleva en los genes, ya que, en los años 50 del siglo pasado, sus padres emigraron a Estados Unidos y fueron pioneros en la elaboración de guitarras clásicas españolas para la industria del cine en Hollywood.



Tras abrir un pequeño taller en Madrid, Manuel se instaló en Esquivias, una localidad de Toledo en la que comenzó y despegó un negocio pujante hasta el día de hoy.

Con una trayectoria de éxitos impoluta, Manuel Rodríguez nos cuenta más sobre su vida de Luthier y los proyectos que tiene en marcha.

**Manuel, tras toda una vida dedicándote a esto, ¿qué significa para ti realmente ser luthier?**

Bueno, como todos ya sabéis un luthier es un fabricante de instrumentos de cuerda: violines, bandurrias, laúdes o guitarras, entre otros instrumentos. Nuestra misión, al menos desde Guitarras Manuel Rodríguez, es tratar de hacer los mejores instrumentos del mundo, para satisfacer en todo momento al músico, y permitir que desarrolle su arte a partir de nuestras creaciones. Os aseguro que cuando los músicos, que han sido muchos, se acercan a nuestros talleres, se sienten como en casa, y tienen la oportunidad de hacer realidad sus fantasías musicales, a través de los instrumentos que ven nacer.

**Nos encanta lo que haces, y nos gustaría que nos contases con más detalle en qué estás trabajando en estos momentos y qué proyectos tienes en mente.**

Lo cierto es que tenemos varios proyectos en marcha, y he de decir que todos ellos muy bonitos. Desde hace algún tiempo, nos hemos

instalado en Transilvania, en Rumanía, a 80 kilómetros de la frontera con Ucrania, y hemos montado una fábrica de guitarras que es más económica que la que tenemos en Toledo, especialmente dada la situación que vivimos ahora en nuestro país.

Desde aquí, hemos puesto en marcha un proyecto para ayudar a las mujeres refugiadas y procurar darles un trabajo para que puedan salir adelante. Frecuentemente son mujeres con niños que necesitan urgentemente un trabajo para sacar adelante a sus familias, mientras sus maridos están inmersos en esta guerra cruel que se está librando.

Además, “nos hemos implicado en otros dos proyectos llenos de luz y pasión, dos elementos imprescindibles a la hora de hacer este trabajo que tanto me gusta”. El primero de ellos tiene que ver con la fabricación de ukeleles en Fiji, proyecto que comencé antes de la pandemia, y que ahora continúan profesionales locales de la isla, a los que traté de formar en este oficio y que ahora fabrican música para repartirla a otros lugares del mundo gracias a mis consejos.

El otro proyecto, también similar, consiste en la fabricación de ukeleles en Yucatán (México), proporcionando así un buen trabajo a las mujeres mayas interesadas en tener un salario independiente que les permita mantener a su familia. El objetivo es montar una fábrica en plena jungla, aprovechando una iglesia del siglo XVIII de la época colonial española.

**”Hacemos riqueza, sonido, historia y belleza, llevando la música todos los rincones del planeta, con el objetivo de sembrar más amor y menos odio“**



Hace algunos años comencé a crear guitarras ecológicas y pensamos que podríamos hacer lo mismo con los ukeleles, mediante el uso de maderas, árboles caídos, plásticos del mar e incluso con cocos. Estas creaciones las he llamado “ecoleles” y cocoleles”; ambos términos muy relacionados con su origen en el paraíso maya.

Con este lema, Manuel Rodríguez, transmite cuáles son sus ideales y principios, siempre vinculados al mundo de la música. Además de todos estos proyectos, que reflejan su incesante actividad y sus ganas de evolucionar, el luthier ha realizado un gran esfuerzo por llevar el legado de tres generaciones a lo largo de todo el mundo, haciendo gala de la marca España y dejando huella allá donde se dirige. Muestra de ello, ha sido la entrega de guitarras gratuitas a un sinfín de músicos, jefes de Estado y todo tipo de personalidades de gran renombre y de todas las procedencias.

**Manuel, hemos sabido que otra de tus grandes facetas a lo largo de los años ha sido la solidaria. ¿Nos podrías hablar un poco más de ella e ilustrarnos con algún ejemplo?**

Es verdad que 115 años de historia dan para mucho... Por eso, no sólo hemos fabricado instrumentos, sino que también hemos regalado muchos de ellos, concretamente guitarras. En colaboración con la Confederación Española de Organizaciones Empresariales-CEOE, he tenido el honor de poder entregar “guitarras solidarias” a más de 45 jefes de Estado, aprovechando su presencia en la Organización para hacer negocios. “Es algo que me resulta muy gratificante, ya que es un regalo que les dura muchos años, e incluso una vez que han dejado el cargo, muchos de ellos se han animado a contratar a un profesor para dar clases de guitarra y aprender a tocar”.

Desde Jimmy Carter, hasta Antonio Banderas, Carlos Santana, Eric Clapton, Paco de Lucía, Narciso Yepes, David Bisbal, Juanes, Fito o Alejandro Sanz, son algunos de los artistas y personalidades a las que he tenido el placer de poder regalarles una guitarra. Y, espero poder seguir haciéndolo durante muchos años más.

**”Estoy muy agradecido a la CEOE por contar con su apoyo y permitirme entregar estos regalos, que para mí son muy especiales, muy españoles y con más de 300 años de historia“.**

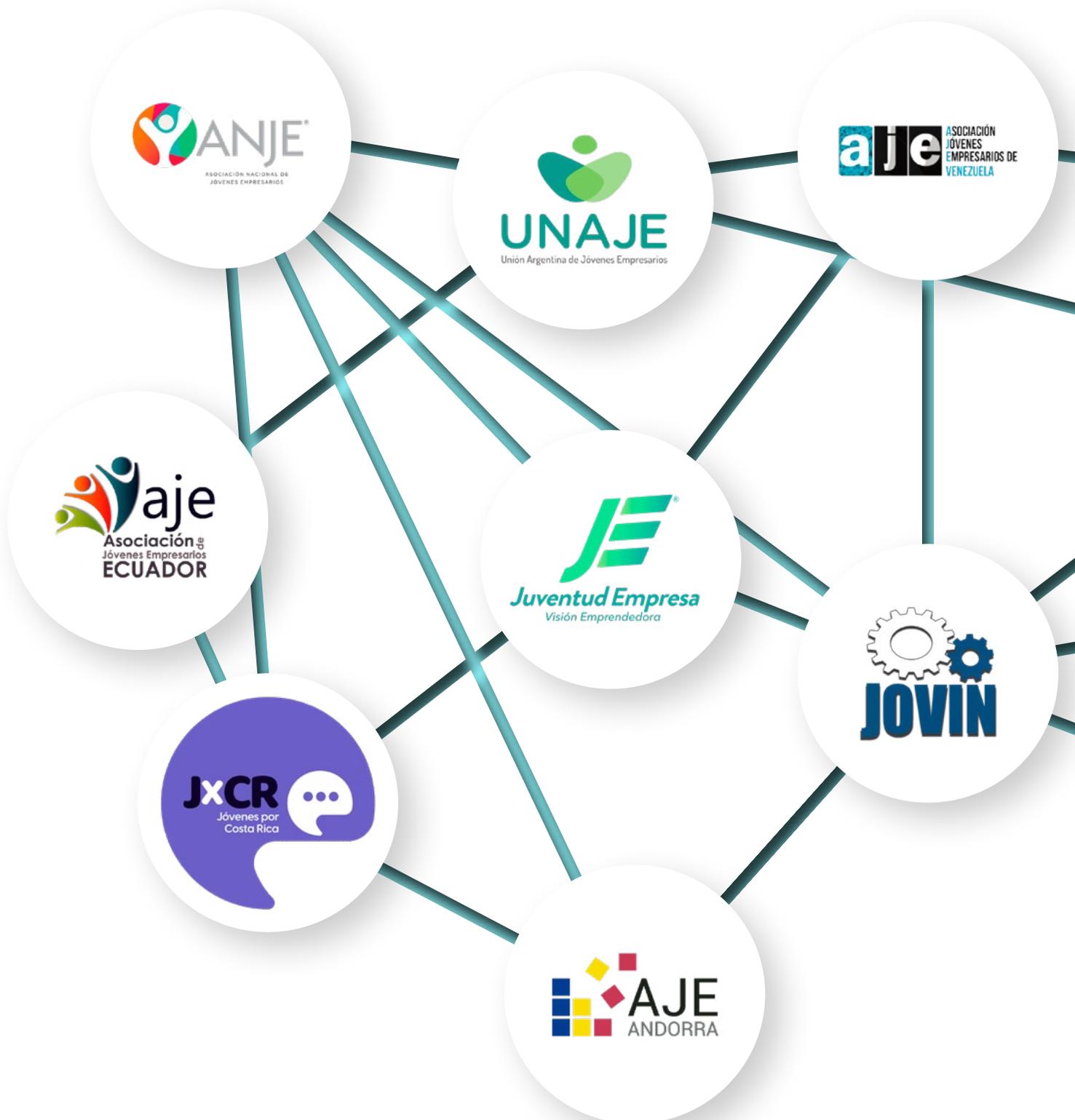
Sin duda, todo lo narrado por Manuel Rodríguez es una auténtica historia de vida, de esfuerzo, de tesón y de trabajo. Con presencia en más de 120 países, una producción que alcanza las 10.000 guitarras anuales y con unos precios que oscilan entre los 300 y los 10.000 euros, este luthier ha sido capaz de hacer de su pasión su oficio, y queda claro que lo ha hecho maravillosamente bien.

¡Esperemos tener la suerte de que siga haciendo riqueza, sonido, historia y belleza allá donde vaya, y siga regalando ilusión y solidaridad por todos los rincones del planeta!





# Forma parte de la red, **sé parte de FIJE**





FEDERACIÓN IBEROAMERICANA  
DE JÓVENES EMPRESARIOS



[WWW.FIJE.ORG/ASSOCIATES](http://WWW.FIJE.ORG/ASSOCIATES)

# Y accede a los **Programas FIJE:**

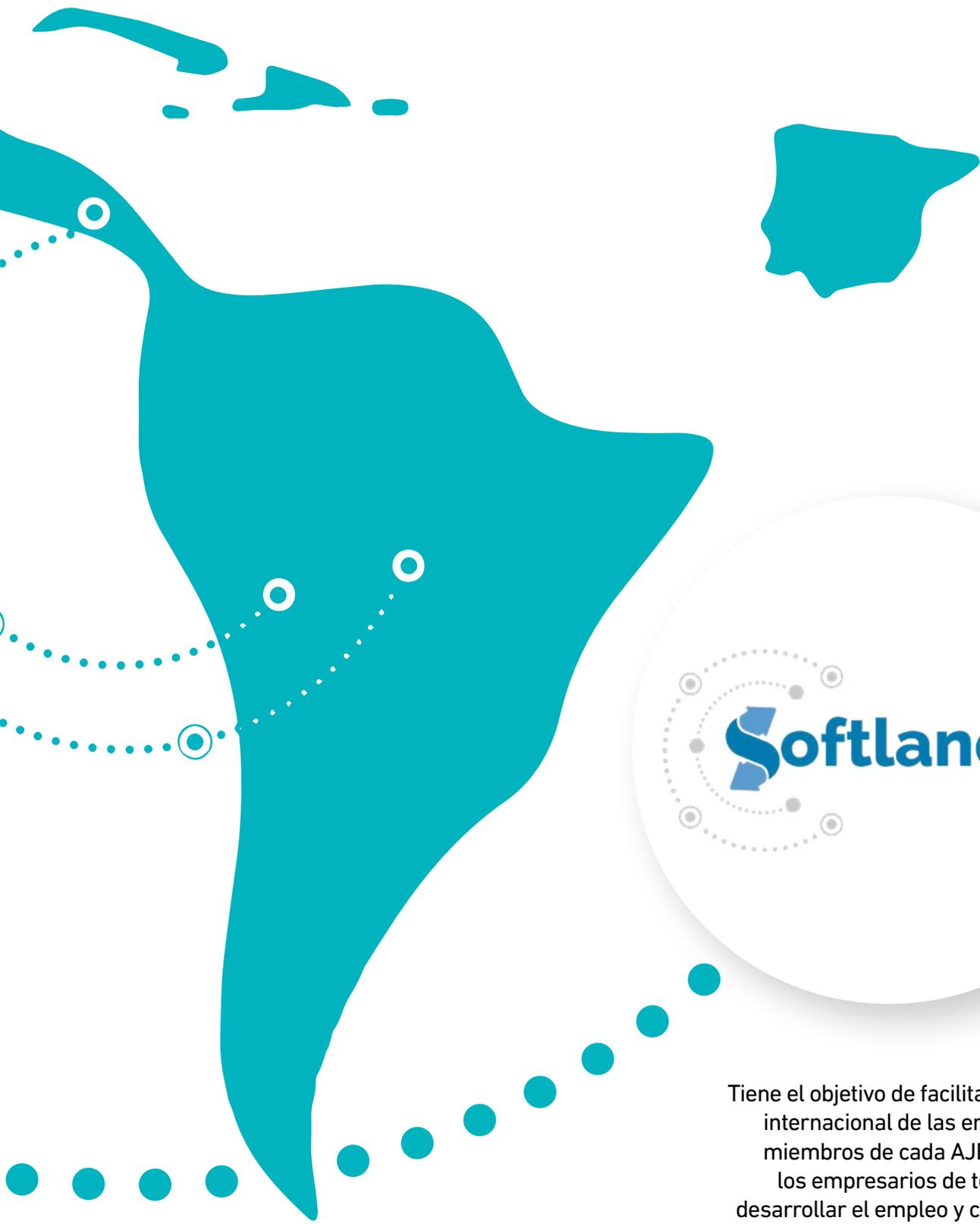


El programa **PASE VERDE** tiene el objetivo de fomentar el intercambio comercial en la región, fortaleciendo el tejido empresarial, social y cultural entre los países presentes en este espacio.

FIJE, como red de jóvenes empresarios comprende los desafíos que conlleva gestionar una empresa hoy en día. **FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL** es un programa que busca desarrollar proyectos y gestionar eventos que representen los valores de FIJE y enriquezcan a los jóvenes empresarios de Iberoamérica.



**FORTALECIMIENTO**  
EMPRESARIAL



Tiene el objetivo de facilitar la expansión internacional de las empresas de los miembros de cada AJE y fortalecer a los empresarios de todas las AJE's, desarrollar el empleo y comercio de los países miembros. Con **SOFTLANDING** facilitamos herramientas necesarias para que el proceso de desembarco y desarrollo comercial dentro del país objetivo se desarrolle de la manera más fluida posible.

[WWW.FIJE.ORG](http://WWW.FIJE.ORG)



[WWW.MASIBEROAMERICA.COM](http://WWW.MASIBEROAMERICA.COM)