

e+
EMPRESARIOS + EMPRENDEDORES

ESG en acción:
cómo las empresas
latinas están
adoptando prácticas
sostenibles y rentables.

**Mujeres
innovadoras y
globales:**

México, España,
Estados Unidos y
LATAM.

Emprendimiento global

Tendencias, impacto y liderazgo con

ADN LATINO

¿Listo para más?



ea

-  @eerevista
-  E+E Revista
-  @eerevista_
-  E+E Revista

LOS NUEVOS CONQUISTADORES: CÓMO EL EMPRENDIMIENTO LATINO GLOBALIZA SU ÉXITO

Durante décadas, la narrativa en torno al panorama económico de América Latina ha sido dominada por relatos de volatilidad, extracción de recursos y obstáculos burocráticos. Hoy, una nueva y poderosa historia está siendo escrita, no por corporaciones multinacionales, sino por una creciente ola de emprendedores preparados y ambiciosos que buscan internacionalizarse y crecer más allá de las fronteras donde iniciaron sus empresas. El emprendimiento latino está experimentando una globalización profunda, transformándose de una iniciativa local en una fuerza dinámica en el escenario mundial, impulsada por la innovación, la conectividad digital, la inteligencia artificial y una perspectiva cultural única entre otros factores determinantes.

Esta globalización es alimentada por una tormenta perfecta de factores. La revolución digital ha sido el gran igualador. Internet de alta velocidad y las herramientas basadas en la nube han derribado las barreras tradicionales de entrada, permitiendo que una startup en São Paulo compita por clientes en Madrid desde el primer día. Las plataformas de comercio electrónico permiten a artesanos de Oaxaca vender sus productos directamente a consumidores en Berlín, mientras que las empresas de SaaS (Software como Servicio) de Buenos Aires pueden ofrecer sus soluciones a negocios en Singapur. La geografía ya no es una restricción, sino una plataforma de lanzamiento.

Crucialmente, este movimiento está siendo financiado por una afluencia significativa de capital internacional. Firmas de capital de riesgo de Silicon Valley, los masivos fondos de SoftBank para América Latina y una red creciente de inversionistas ángeles locales están proporcionando el combustible para un crecimiento escalable. Esta inversión extranjera no es solo dinero; trae consigo experiencia global, mentoría y la expectativa de una expansión mundial. Los emprendedores ahora inician empresas con una mentalidad global desde su nacimiento, estructurando sus operaciones y productos para mercados internacionales.

Los casos de éxito ya no son anomalías; son referentes. La aplicación de delivery colombiana Rappi se convirtió en un unicornio regional antes de expandir su modelo de super-app por todo el continente. La fintech brasileña Nubank no solo disrumpió la banca local, sino que se convirtió en uno de los bancos digitales más grandes del mundo, con una exitosa salida a bolsa en NYSE que capturó la atención de los inversores globales. El gigante argentino del comercio electrónico Mercado Libre construyó un ecosistema completo, pagos, logística, Marketplace, que ahora define el comercio en línea para millones en Latinoamérica. Estas empresas demuestran que la innovación latina puede no solo resolver problemas locales, sino también exportar modelos de negocio de clase mundial.

Más allá del capital y la tecnología, la exportación más potente podría ser el único espíritu emprendedor "latino". Los emprendedores latinos suelen operar en entornos que exigen resiliencia, agilidad y una gran capacidad para navegar complejidades. Esta experiencia genera una fortaleza y habilidades creativas para resolver problemas que son activos invaluable en el volátil mercado global. Además, existe un énfasis cultural profundamente arraigado en la comunidad y las relaciones personales, el trato humano, que se está traduciendo en modelos de negocio que priorizan la participación del usuario y la confianza, una ventaja competitiva significativa en un mundo cada vez más automatizado.

Por supuesto, el camino no está exento de desafíos. Navegar marcos regulatorios diversos, la fluctuación de divisas y una competencia global arraigada sigue siendo una tarea abrumadora. Sin embargo, la tendencia es innegable y se está acelerando. América Latina ya no es solo un mercado por atender; es un vibrante centro de innovación que debe ser observado.

Los nuevos conquistadores no llegan en barcos buscando oro; llegan en servidores y a través de tiendas de aplicaciones, ofreciendo innovación, pasión y una perspectiva fresca. Están globalizando el espíritu emprendedor latino, demostrando que la próxima gran idea puede emerger tan fácilmente de CDMX, Medellín o Buenos Aires como de Palo Alto. 

edi tor ial



MARCUS DANTUS
Consejero Editorial

directorio

DIRECTORA GENERAL
Mónica Muñoz

EQUIPO EDITORIAL
Mariana Cuevas
Maru Vázquez
Bertha Herrerías

DISEÑO
Por agencia de
publicidad Nobula

LEGAL & ADMIN
Carlos Sergio Colin
Luis Castillo

CONSEJO EDITORIAL
Marcus Dantus
María Ariza
Alba Medina
Rodrigo Villar
Jasahiel E. Sevilla

ALIANZAS

endeavor

WOB

NOBULA Voz de las Empresas

Consejo de la Comunicación

4 **MENTES LATINAS QUE
INSPIRAN - PERFILES**
FÁTIMA ÁLVAREZ:
Liderazgo con propósito
transforma comunidades



6 **MENTES LATINAS QUE
INSPIRAN - PERFILES**
MARÍA REYES:
El puente vivo del liderazgo
latino entre México y Estados
Unidos



8 **MENTES LATINAS QUE
INSPIRAN - PERFILES**
MARIAMALIA GUILLÉN:
Liderazgo Latino que transforma
empresas y comunidades a
nivel global



10 **MENTES LATINAS QUE
INSPIRAN - PERFILES**
VIANEYS PORTO OSORIO:
La fuerza transformadora del
liderazgo femenino en Colombia



12 **MENTES LATINAS QUE
INSPIRAN - PERFILES**
ESTEFANÍA TURÉGANO:
Marketing con esencia,
autenticidad y propósito



- 14** *MUJERES E+E*
ISABELLA LÓPEZ AGUILAR:
La juventud que transforma el presente



- 16** *MUJERES E+E*
IDENTIDAD, REBELDÍA Y PALABRA:
así abre caminos Eufrosina Cruz



- 18** *MUJERES E+E*
ANEL FAUGIER:
Poder Femenino que Transforma Vidas



- 20** *HEALTHTECH*
LIDERAZGO OPERATIVO
para una Salud Conectada

- 22** *ESG*
CHARLOTTE BRUM:
sostenibilidad sin estrés, con humor y propósito.



- 24** *ESG*
LÍDERES CONSCIENTES,
negocios eficientes

- 26** *ESG*
MÁS ALLÁ DEL IMPACTO POSITIVO:
el nuevo rostro de la responsabilidad empresarial

- 28** *ESG*
LIDERAR(SE):
el liderazgo que empieza por dentro

- 30** *LIDERES DEL FUTURO*
IA EN LOS NEGOCIOS:
una revolución que no espera

- 32** *LIDERES DEL FUTURO*
EXCELENCIA CON HUMANIDAD:
la visión de Xavier Zúñiga Mercado

- 34** *LIDERES DEL FUTURO*
DE CAMPECHE A LA NASA:
ciencia, visión y propósito

- 36** *EMPRENDE*
FUNDADORA DE ENTREDIJES,
y su emprendimiento con Espíritu

- 38** *MEXICOLIMITED*
HELPWORK DRINKS

MARÍA AMORES

SZS ZEN
(SOLUCIONES ZEN SOSTENIBLES)

ÚNICO TEOTIHUACANO

THE VEGAN ART

- 44** *FINANZAS CON PROPÓSITO*
CRÉDITO CON PROPÓSITO:
Cómo finvero está redefiniendo la inclusión financiera

- 48** *ENTRETENIMIENTO*
GAMING:
De Pasión a plataforma de negocios e innovación regional

- 52** *ENTRETENIMIENTO*
RECOMENDACIONES DE LIBROS

FÁTIMA ÁLVAREZ: LIDERAZGO CON PROPÓSITO QUE TRANSFORMA COMUNIDADES

En un entorno empresarial donde la innovación y el impacto social son más valiosos que nunca, Fátima Álvarez destaca como una de las emprendedoras más influyentes de Latinoamérica. Cofundadora y Chief Impact Officer de Someone Somewhere, ha demostrado que es posible construir una empresa global sin perder de vista el alma y la raíz de lo local.

Todo comenzó hace más de una década, cuando Fátima, siendo adolescente, participó en proyectos de servicio social en comunidades indígenas. Allí descubrió una realidad que la marcaría para siempre: la enorme riqueza cultural de nuestro país contrastaba profundamente con la pobreza y la falta de oportunidades en las zonas rurales. Esa experiencia sembró la semilla de un propósito que años más tarde se transformaría en una empresa con impacto real.

En 2016, junto con sus socios, Fátima fundó Someone Somewhere. Nueve años después, la empresa se ha consolidado como un caso de éxito de innovación social en México y el mundo. Bajo un modelo basado en los principios de la Economía Social y Solidaria, la compañía trabaja con más de 250 artesanos en comunidades de Puebla, Oaxaca, Chiapas, Estado de México e Hidalgo, revalorizando su trabajo y conectándolos con mercados globales.

Uno de los mayores logros de la empresa ha sido su capacidad para integrar la tradición artesanal con el diseño contemporáneo, creando productos únicos que hoy se venden en tiendas de Estados Unidos y plataformas internacionales. Han colaborado con marcas como Google, Facebook, Airbnb y American Express, y han sido reconocidos por organizaciones como Forbes, MIT Technology Review y Ashoka, además de ganar premios de diseño e innovación con impacto social.

“El impacto real está en las historias que nacen en las comunidades”, comparte Fátima. Mujeres que antes tejían en soledad, hoy lideran talleres colectivos y han logrado independencia económica. Algunas incluso han podido salir de entornos de violencia, sosteniéndose con ingresos propios. Familias enteras han evitado la migración, permaneciendo juntas y construyendo sus propios talleres.



A lo largo de estos años, Fátima ha liderado la estrategia de impacto y sostenibilidad de la empresa, enfrentando retos significativos, como el balance entre la capacidad operativa y la demanda de grandes clientes. Sin embargo, ha logrado convertir estas tensiones en oportunidades, abriendo camino a proyectos de largo plazo y relaciones comerciales que priorizan la ética y el respeto por los tiempos de los artesanos.

El siguiente capítulo de Someone Somewhere es tan ambicioso como inspirador: expandir su modelo a comunidades en Latinoamérica, África y Asia, y fortalecer su presencia en mercados como Estados Unidos y Europa, donde las regulaciones y consumidores cada vez favorecen más a las empresas con responsabilidad social y bajo impacto ambiental.

Para quienes desean emprender con propósito, Fátima ofrece un consejo poderoso: “No te esperes a tener todo resuelto. Empieza en pequeño, equivócate rápido y barato, y sobre todo, escucha. Las mejores soluciones no nacen del escritorio, nacen del campo, del contacto con las personas que viven las realidades que queremos transformar”.

Con apenas poco más de 30 años de edad, Fátima Álvarez ya ha logrado lo que muchos persiguen durante toda una vida: crear un puente entre dos mundos, donde la tradición y la innovación se unen para cambiar vidas. Su historia es una prueba de que, cuando una empresa nace con propósito, puede mover al mundo. 



MARÍA REYES:
**EL PUENTE VIVO DEL
LIDERAZGO LATINO ENTRE
MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS**

En un mundo en el que la globalización no solo es económica, sino también cultural y de pensamiento, la voz de María Reyes resuena como un eco de empoderamiento y posibilidad. Nacida en Jalisco, México, y actualmente establecida en California, Reyes ha construido una carrera que trasciende fronteras: combina mentoría, expansión empresarial, inversión estratégica y la formación de líderes de talla internacional. Su labor no solo abre puertas, sino que edifica puentes sólidos entre el talento latinoamericano y el ecosistema de negocios en Estados Unidos.

Desde su participación activa en BBOP Center, su presencia en Driven y en exclusivos círculos de influencia en Beverly Hills, María Reyes se ha consolidado como referente binacional. Su esencia está marcada por la convicción de que el verdadero liderazgo hispano debe ocupar espacios de decisión global. “Una vez entendí que la diferencia entre quienes logran grandes cosas y quienes no, está en la manera de pensar. Invertir en mis pensamientos cambió mi vida”, comparte con la firmeza de quien ha atravesado desafíos y los ha convertido en plataformas de crecimiento.

Adaptación y ADN emprendedor

La historia de Reyes es también la de miles de latinos que han debido enfrentarse al reto de adaptarse a una nueva cultura, a un idioma distinto y a un ecosistema de negocios mucho más competitivo. Sin embargo, su origen jalisciense la dotó de un ADN emprendedor que hoy resuena en cada paso que da. “En Guadalajara se respira innovación. Aunque yo no crecí en ese ambiente emprendedor, lo llevo en la sangre. Ese ADN lo he multiplicado en Estados Unidos”, afirma.



Su determinación se fortaleció al descubrir la poca representación hispana en eventos de liderazgo. “Veía que en la mayoría de las conferencias había solo unos cuantos latinos. Me preguntaba: ¿por qué no estamos en puestos de liderazgo? Ahí decidí hacer algo distinto”. Ese momento marcó el inicio de su misión: impulsar a los latinos a ocupar espacios estratégicos y a romper el techo invisible de la autolimitación.

BBOP Center: incubadora de sueños y capital

Uno de los vehículos de su impacto es BBOP Center, una organización que combina incubación empresarial, acceso a tecnología de punta y oportunidades frente a inversionistas. Su enfoque es claro: ofrecer a la comunidad latina un ecosistema de crecimiento. “Lo que observé es que los grandes proyectos nacen de la colaboración. Cuando los emprendedores se rodean de talentos distintos, surgen sinergias poderosas”, explica Reyes.

Este espacio no solo conecta ideas con capital, sino que genera un entorno de mentalidad expansiva, donde los emprendedores latinos comprenden que el límite no está en los recursos, sino en la forma de pensar.

El poder de la proximidad

En su camino, Reyes aprendió una mentalidad de acción constante que es hoy uno de sus mayores consejos a la comunidad latina que busca escalar su marca en ambos países.

“La proximidad es poder. Acércate a quienes pueden acortar tu camino. Rodéate de mentalidades ganadoras. No tienes que inventar el hilo negro, pero sí comprometerte contigo mismo para avanzar”, asegura.

Su propia historia es testimonio: pasó de ser una asistente en la última fila de conferencias a convertirse en inversionista y miembro de los Inner Circles más influyentes de California. “La diferencia fue atreverme, incluso cuando no hablaba inglés, y comprometerme con mi propio crecimiento”.

Mujeres que inspiran, comunidad que transforma

En paralelo, María lidera una comunidad de 30 mujeres latinas dueñas de negocios, con proyectos que van desde el cine hasta conferencias internacionales. Su objetivo no es solo mentoría empresarial, sino fomentar un círculo de colaboración genuina. “Cada vez que nos reunimos, surge la magia de la colaboración. Se trata de aprender juntas, crecer y apoyarnos. No todas comienzan con un negocio, pero todas tienen la mentalidad de evolucionar”.

Su apuesta es clara: impulsar una generación de mujeres líderes que trasciendan fronteras y construyan narrativas de éxito binacional.

Fe, familia y fundamentos

Más allá de su faceta empresarial, María tiene claros sus pilares. “Si mi fe y mi familia están firmes, todo lo demás fluye. No siempre habrá equilibrio perfecto, pero cuando tus prioridades están en orden, tienes la base para avanzar”.

Ese enfoque la mantiene con los pies en la tierra, aun cuando sus proyectos vuelan alto.

Mensaje a la nueva generación

Para Reyes, el consejo más poderoso a quienes desean convertirse en puentes culturales y económicos es contundente:

“Cualquier cambio que quieran ver reflejado, empiecen con ustedes mismos. El verdadero cambio comienza cuando hacemos un inventario interno y asumimos responsabilidad. No esperen el momento perfecto. Tomen acción con lo que tienen, desde donde están. Un paso adelante siempre será mejor que quedarse esperando”.

Su voz inspira porque no es teoría: es vida en acción. Y en cada palabra, María Reyes confirma que el futuro del liderazgo latino no solo se construye en las mesas de inversión o en los foros empresariales, sino en la valentía de transformar primero la propia mentalidad. 



Comunidad latina: motores de innovación y orgullo cultural

*Mariamalia
Guillén:*

LIDERAZGO LATINO QUE TRANSFORMA EMPRESAS Y COMUNIDADES A NIVEL GLOBAL

En el corazón de Centroamérica, una mujer visionaria ha transformado el panorama empresarial regional, llevando el nombre de Latinoamérica a la escena global con liderazgo, integridad y compromiso social. Mariamalia Guillén, socia fundadora de CCA Business Strategy, no solo ha construido una firma que ofrece asesoría en asuntos públicos y legales de alta calidad, sino que también ha cimentado un legado de empoderamiento, equidad y sostenibilidad. Con más de 20 años de experiencia en industrias complejas y altamente reguladas, Mariamalia representa el espíritu emprendedor latinoamericano que enfrenta retos con innovación y resiliencia, demostrando que desde la región se pueden crear soluciones con impacto global. Este artículo recorre su trayectoria, su visión y su compromiso con causas sociales que buscan un mundo más justo y equitativo.

Orígenes y visión fundacional

CCA Business Strategy nació en 2013 con el objetivo de integrar asesoría en asuntos públicos y legales en Centroamérica y el Caribe. ¿Cómo influyó tu formación como abogada y contadora pública en la creación de una firma con enfoque regional y global?

Previo a decidir emprender, trabajé en una empresa multinacional muy regulada, coordinando las relaciones de la empresa con los gobiernos en Centroamérica y el Caribe. Tenía cargo 32 países, todos con diferentes realidades y complejidades, recursos y tiempo limitado. Me apalancaba en asesores y proveedores externos. Y ahí me di cuenta de la importancia de los consultores que le facilitaban la vida a la empresa.

Cuando decidí emprender, con un socio, Federico Jenkins, acordamos que nuestra firma le haría la vida menos complicada a nuestros clientes. Que le solucionaríamos los problemas de manera flexible, adaptándonos a las necesidades de cada uno. Es por ello que vimos la necesidad



Perfiles - Mentas latinas que inspiran

de tener un único punto de contacto para el cliente independientemente del país y el tema que necesitaran. Mi visión legal y contable me permite tener una visión integral de los negocios.

Uno de nuestros principales compromisos es evitarle sorpresas a nuestros clientes, que esten preparados para nuevas leyes y regulaciones que les pueden afectar el negocio. Y tambien que tengan el espacio para dar su opinión y conocimiento en la elaboración de esas regulaciones.

Trayectoria profesional y liderazgo

Con más de 15 años de experiencia en industrias altamente reguladas, ¿cómo ha evolucionado tu rol en CCA y qué desafíos has enfrentado como mujer líder en el ámbito empresarial latinoamericano?

Cuando nace CCA Business Strategy lo hacemos con un cliente en la industria de bebidas dando el servicio en todo Centroamerica. Un cliente regional con una sola industria.

Luego fueron llegando clientes en otras industrias, farma, agroquímicos, alimentos, medios de pago, plataformas digitales y recientemente inteligencia artificial. Hemos ido evolucionando en las industrias, nos ha tocado aprender de cada una de ellas.

Pero la forma de trabajo siempre ha sido la misma, un único punto de contacto, siendo proactivos para ir antes del problema y estas siempre disponibles para los clientes.

El equipo tambien fue creciendo, al principio eramos mi socio y yo, luego se han ido integrando profesionales en ciencias politicas, economía y periodismo.

Parte clave de nuestro trabajo se construye con redes y con conexiones que permitan incidir. Y para ello es muy importante estar en los lugares donde puedas incidir.

En cuanto a mi crecimiento personal, participo en varias Cámaras empresariales, actualmente soy parte de la Junta Directiva de las Cámaras de Comercio de Costa Rica y lidero el Programa e la Mujer Empresaria. Anteriormente, fui la presidenta de la Camara de Comercio Internacional capítulo Costa Rica. Esto me ha permitido tener una vision mas completa de la realidad del país.

Compromiso con la equidad de género

Has participado activamente en foros sobre el empoderamiento económico de las mujeres. ¿Qué acciones concretas implementa CCA para promover la igualdad de género en el entorno corporativo y en la sociedad?



La busqueda de la igualdad de género siempre ha sido una lucha personal. Que las mujeres podamos ocupar cargos de liderazgo y que podamos competir en igualdad de condiciones.

Desde el Programa de la Mujer Empresaria de la Cámara de Comercio, el cual lidero actualmente, buscamos como desarrollar los negocios de las mujeres, como conectarlas con otros negocios y como incidir en politica publica para que las regulaciones busquen esa igualdad de oportunidades.

Ademas soy parte de la Junta Directiva de la organización Alas. Alas es una red costarricense de mujeres que nació hace más de unos 17 años, actualmente llegamos a 130,000 mujeres y lo que busca es visibilizar los logros de las mujeres y empoderarlas.

Y bueno, hay que practicar en casa lo que proovemos en la calle, y es por ello que en CCA buscamos promover el liderazgo femenino y predicar con el ejemplo. Actualmente somos un socio y yo los fundadores y tenemos un equipo diverso, liderado en su mayoría por mujeres .

Responsabilidad social y sostenibilidad

CCA ha sido reconocida por su compromiso con la transparencia y la ética empresarial. ¿Cómo integran estos valores en su estrategia y qué impacto han tenido en las comunidades donde operan?

En CCA creemos en la transparencia, el trabajo bien hecho y en la coherencia. Si bien somos una firma pequeña, decidimos que debíamos certificarnos en una norma que nos avalara nuestra forma de trabajar y es por ello que hace cinco años fuimos la primera firma de nuestro sector certificada ISO 37,001 en Centroamérica. La ISO 37.001 es la Norma Anti- Soborno y desde ahí la hemos manteniéndola. Queremos darle la certeza a nuestros clientes, que el trabajo que hacemos, es un trabajo ético con los mayores estándares de calidad y transparencia.

Desafíos en el contexto latinoamericano

En un entorno empresarial caracterizado por la complejidad regulatoria, ¿cuáles consideras que son los principales retos para las empresas latinoamericanas y cómo CCA ayuda a enfrentarlos?

Para las empresas centroamericanas lo primero que deben hacer es conocer el entorno. Muchas veces se asume que Centroamérica es una región y se malinterpreta que todo funciona igual. La realidad es que no es igual para todos los países, cada uno tiene sus propias realidades, su propio idiosincrasia y para hacer negocio hay que conocer eso también.

Lo segundo sería adaptarse a los cambios constantes que se están dando y para ello conocer las audiencias es clave, conocer cuáles son los intereses y que los motiva.

Por último pero quizá lo más importante es que si quieren influir, tienen que tener argumentos sólidos, con información de valor que traiga beneficios para la sociedad en general, para que así puedan incidir en las políticas públicas .

Innovación y adaptabilidad

Los clientes de CCA han ido cambiando y nos hemos tenido que ir adaptando. Empezamos con clientes de una industria tradicional y actualmente hemos ido ampliando la cartera a clientes en el área de tecnología. Además nos hemos ido acoplado a la nueva necesidad de los clientes, al uso de nuevas plataformas, al uso de herramientas de inteligencia artificiales. Hay trabajos que se nos han facilitado como la búsqueda de información, pero el trabajo de relacionamiento, de las relaciones interpersonales uno a uno, pues todavía sigue siendo lo más importante.

Inspiración y legado

Como mujer latina exitosa en el ámbito empresarial, ¿qué mensaje le darías a las futuras generaciones de líderes que buscan impactar positivamente en sus comunidades y en el mundo?

Soy fiel creyente que no pueden haber negocios exitosos en sociedades fracasadas, por lo tanto hay que poner el esfuerzo en sacar el negocio, pero también debemos poner nuestro esfuerzo en que la comunidad donde uno opera esté bien, y cada uno podrá hacerlo desde donde es bueno, medio ambiente, ayuda social, incidencia, búsqueda de la igualdad, etc. Pero algo hay que hacer y no limitarse a ver las utilidades del negocio.

El otro mensaje es trabajar con transparencia, poder dormir tranquilo con el trabajo que uno hace y ser coherente con lo que uno cree.

Y por último a las mujeres líderes les diría que ya algunas mujeres nos abrieron la puerta para llegar a estos puestos que hoy ocupan, pero que la obligación ahora está en dejarla abierta para que más mujeres puedan pasar y llegar a ocupar más puestos de liderazgo. 





MKT & Publicidad • PR • Legal

¿NECESITAS UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD?

¡ C O N T Á C T A N O S !



CONTACTO



GESTIÓN

de redes sociales y
campañas publicitarias



DESARROLLOS

y diseños de marca



DISEÑO

y desarrollo de sitios
web



PRODUCCIONES

audiovisuales de
programas y podcast



RELACIONES PÚBLICAS

para empresas y
personas



REGISTROS

de marcas y asesoría
legal



Comunidad latina: motores de innovación y orgullo cultural

VIANEYS PORTO OSORIO: **LA FUERZA TRANSFORMADORA DEL LIDERAZGO FEMENINO EN COLOMBIA**



***D*e Cartagena al mundo, una mujer que abre caminos para miles de otras**

En un país donde la desigualdad aún limita las oportunidades de millones de mujeres, Vianey Porto Osorio emerge como una figura visionaria, decidida a cambiar esa realidad desde sus cimientos.

Empresaria social, estratega del cambio y líder nata, ha demostrado que cuando una mujer se atreve a transformar su historia, también puede cambiar la de toda una comunidad.

Desde Cartagena de Indias, su ciudad natal, lidera con propósito una de las iniciativas más poderosas de empleabilidad femenina en América Latina: MUVAL – Mujeres Valiosas. Esta organización, que ella misma fundó y dirige, se ha convertido en un faro de esperanza y oportunidad para miles de mujeres en condición de vulnerabilidad que hoy, gracias a su visión, tienen acceso a empleos dignos, formación digital y una red de apoyo real.

MUVAL: cuando la innovación social tiene rostro de mujer

MUVAL no es solo una organización. Es una revolución silenciosa que está reescribiendo el mapa laboral con enfoque de género, tecnología y sensibilidad humana. Bajo el liderazgo de Vianey, esta plataforma integra oportunidades laborales, capacitación, mentoría y alianzas multisectoriales para empoderar a mujeres que durante años fueron invisibilizadas por los modelos tradicionales.

 [muvalmujeresvaliosas](https://www.instagram.com/muvalmujeresvaliosas)



Lo que comenzó como una iniciativa local, hoy tiene impacto nacional e internacional, y ha sido reconocida por premios de innovación, transformación digital y emprendimiento con impacto social. Detrás de cada logro, está la visión firme de una mujer que entiende que el verdadero cambio se construye desde lo colectivo.

Una voz que influye, inspira y abre camino

El liderazgo de Vianey Porto no se queda en el ámbito empresarial. Fue elegida democráticamente como Consejera Distrital de la Mujer por Cartagena y Consejera Departamental de la Mujer por Bolívar, desde donde impulsa políticas públicas que abordan la equidad, la inclusión y la justicia económica con enfoque territorial. Su trabajo no solo representa a las mujeres de su región, sino a toda una generación de lideresas que están transformando el rostro del poder en Colombia.

Con formación en recursos humanos, desarrollo empresarial y marketing digital, Vianey ha sabido combinar su experiencia profesional con una sensibilidad profunda hacia las necesidades reales de las mujeres. Su enfoque no es asistencialista: es estratégico, innovador y profundamente humano.

Cuando el propósito se convierte en motor de cambio

Vianey entiende que el verdadero empoderamiento femenino no se trata solo de oportunidades, sino de herramientas para construir un futuro con autonomía, libertad y dignidad. En sus propias palabras: “Durante muchos años enfrenté preguntas incómodas al buscar empleo, preguntas que a un hombre nunca le harían. Hoy, mi propósito es que ninguna otra mujer tenga que vivir eso.”

Esa frase, tan sencilla como poderosa, condensa la esencia de su lucha: transformar experiencias de dolor en plataformas de propósito, y convertir la resiliencia en acción colectiva.

Un ejemplo de liderazgo con ADN latino

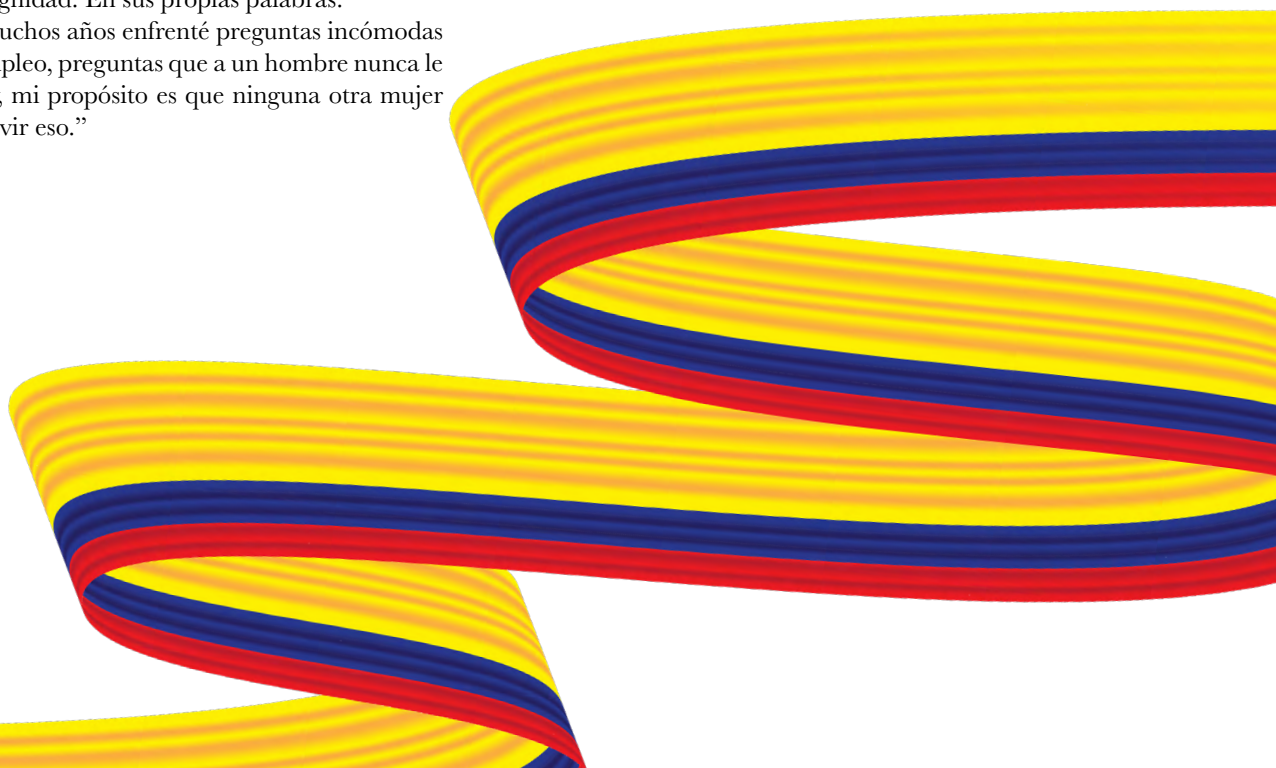
Desde la edición E+E celebramos a mujeres como Vianey Porto Osorio: valientes, estratégicas, profundamente comprometidas con su comunidad y con una mirada que trasciende fronteras. Su trabajo desde Colombia no solo está cambiando la vida de miles de mujeres, sino que está redefiniendo lo que significa liderar con propósito, corazón y resultados.

Vianey no solo dirige una organización. Ella lidera un movimiento. Uno donde las mujeres dejan de ser cifras en las estadísticas y se convierten en protagonistas del desarrollo económico, social y humano de América Latina.

Para inspirar, conectar y seguir abriendo puertas

En un mundo que necesita más referentes de cambio, Vianey Porto Osorio representa la fuerza del liderazgo femenino latinoamericano. Una mujer que no pidió permiso para transformar, que no esperó las condiciones ideales, y que hoy, desde su realidad, está abriendo miles de puertas para otras.

Porque cuando una mujer avanza, no lo hace sola: lleva con ella a toda una generación que aprende, sueña y construye un futuro más justo. 



ESTEFANÍA TURÉGANO: MARKETING CON ESENCIA, AUTENTICIDAD Y PROPÓSITO



En un mundo donde las estrategias digitales parecen multiplicarse cada día, hay voces que logran destacar no por el ruido que generan, sino por la conexión genuina que provocan. Una de ellas es Estefanía Turégano, fundadora de Ella Digital y creadora de Digital Creators Academy (DCA), quien ha convertido su experiencia en marketing en un movimiento que fusiona estrategia, autenticidad y bienestar integral.

De las agencias tradicionales a un marketing con propósito

“Desde el primer día entendí que el marketing no era solo vender, sino conectar”, comparte Estefanía. Tras comenzar su carrera en agencias tradicionales, sintió la necesidad de crear un espacio donde marcas y personas pudieran comunicarse desde su esencia. Así nació Ella Digital, una agencia boutique que apuesta por un marketing más consciente y coherente, diseñado para transformar tanto a las marcas como a las personas.

Formación para creadores con alma

Su más reciente proyecto, Digital Creators Academy, responde a una necesidad urgente en el ecosistema digital: formar a creadores y emprendedores que quieran construir marcas personales sólidas y



con valores. “Quiero que la gente entienda que su historia es su mejor activo, y que aprender a comunicarla puede transformar su negocio y su vida”, explica. La academia combina herramientas estratégicas con desarrollo personal, democratizando el acceso a una formación que une crecimiento profesional y bienestar.

Latinoamérica: un mercado de conexión y comunidad

Con presencia en Europa y una sólida expansión hacia Latinoamérica, Estefanía reconoce el potencial de esta región. “En LATAM el factor humano y la cercanía son claves. Las redes sociales son espacios de comunidad y conexión emocional”, afirma. Su enfoque es adaptar cada estrategia al corazón de la audiencia, aprovechando la calidez y la energía vibrante que caracteriza a los mercados latinoamericanos.

Una mirada global con raíces

Su vida entre Madrid y Tulum ha potenciado su visión multicultural. “Integro la metodología y estrategia europea con la calidez y emocionalidad de LATAM, creando campañas eficientes y auténticas”. Esa fusión cultural le ha permitido desarrollar propuestas que no solo venden, sino que conectan con la esencia de cada público.

Habilidades para triunfar en el entorno digital

Para Estefanía, las herramientas técnicas no son suficientes. “La comunicación, la empatía y la responsabilidad marcan la diferencia. Saber escuchar, conectar con las necesidades reales y actuar con compromiso son esenciales para construir relaciones de valor”, enfatiza. La curiosidad y el aprendizaje constante son, en su opinión, la verdadera clave para destacar.

Empoderamiento femenino como filosofía de trabajo

Como mujer emprendedora, ha integrado el empoderamiento femenino en el ADN de su agencia. “Que juntas somos más fuertes no es un eslogan, es una realidad que vivimos”, dice. Desde proyectos como Networking Tulum hasta la selección de clientes y equipos, su misión es crear espacios donde las mujeres lideren desde la autenticidad y transformen, desde allí, su entorno.

Un consejo para quienes empiezan

Su mensaje para quienes se inician en el marketing digital es claro: “Empieza desde tu verdad. No te obsesiones con copiar lo que funciona para otros. Define quién eres, qué mensaje quieres compartir y construye desde ahí. La autenticidad es atemporal.”

El marketing deja de ser un simple canal de venta para convertirse en un puente entre personas, historias y propósitos. 



 ella.digital



De lo local a lo global: mexicanas que expanden su huella internacional.



ISABELLA LÓPEZ AGUILAR:

LA JUVENTUD QUE TRANSFORMA EL PRESENTE

Con tan solo 17 años, Isabella López Aguilar demuestra que la juventud no es solo el futuro, sino una fuerza capaz de generar cambios reales y significativos. Activista y vocera de derechos de niñas, adolescentes y juventudes, su camino es ejemplo de liderazgo, resiliencia y acción.

Juventud: fuerza y ejemplo de cambio

“Mi juventud no es solo una edad: es la fuerza que me impulsa a mirar el mundo con esperanza y rebeldía.”

Isabella comenzó su activismo desde su propia experiencia, enfrentando desafíos como niña y adolescente. Su vulnerabilidad se convirtió en motor para escuchar, empatizar y dar voz a quienes

muchas veces son ignorados. La música, el deporte, el voluntariado y el liderazgo juvenil le enseñaron que no es necesario “esperar a crecer” para transformar vidas.

Experiencias globales que marcan

Su trabajo con UNICEF, Girl Up y otras organizaciones la llevó a la Conferencia Regional de la Mujer (CRM) de América Latina y el Caribe. Durante cuatro meses de talleres, conoció a jóvenes de distintos estados y países, compartiendo historias y construyendo colectivamente demandas que luego entregó al gobierno.

“Ese momento me marcó profundamente y me reafirmó que las juventudes somos el presente, no solo el futuro.”

Además, tuvo la oportunidad de entregar el documento directamente a la presidenta y participar en espacios donde su voz y la de otras jóvenes fue escuchada y valorada.

La voz de las juventudes en la toma de decisiones

En eventos recientes de UNICEF, Isabella destacó la importancia de integrar a niñas y adolescentes en la toma de decisiones:

“Cuando se nos abre un espacio real de participación, aportamos soluciones concretas desde nuestra propia experiencia. Invertir tiempo en diálogo con sectores públicos y privados no es un favor, es indispensable para construir políticas justas y sostenibles.”

Entre las problemáticas urgentes que ha identificado están la violencia, desigualdad de género, falta de espacios de participación y desconocimiento de derechos, así como la sobrecarga de cuidados no remunerados. Su enfoque: políticas integrales, participación activa y protección efectiva.

“Flota o sumérgete”: lema de vida y activismo

“Flotar significa adaptarse y seguir adelante; sumergirse implica involucrarse profundamente y actuar. Solo así podemos transformar realidades.”

Este principio guía su activismo diario, desde talleres de liderazgo juvenil hasta voluntariados y proyectos de inclusión, mostrando que la resiliencia y la acción van de la mano.

Proyectos que generan impacto tangible

Isabella ha liderado iniciativas como:

- Recolección de 27,000 tapas para tratamientos oncológicos.
- Campañas de vivienda digna con Techo México.
- Liberación de tortugas marinas, conectando con la justicia ambiental.

“Cada acción demuestra que los derechos no son abstractos: se construyen día a día con esfuerzo, solidaridad y compromiso.” Sus proyectos inspiran a otros jóvenes a involucrarse desde temprana edad, demostrando que pequeñas acciones pueden generar grandes cambios.

Mirando hacia el futuro

Isabella continúa expandiendo su impacto con talleres, seminarios de liderazgo juvenil, acercamientos a comunidades rurales y personas con discapacidad, y certificaciones en lengua de señas mexicana. Además, seguirá con conferencias y colaboraciones con organizaciones regionales para fortalecer redes de apoyo y amplificar las voces de las juventudes.

“Cada proyecto, cada encuentro y cada acción me muestran que es posible transformar la realidad desde la juventud.”

Isabella López Aguilar es la prueba viva de que pasión, resiliencia y compromiso pueden convertir a cualquier joven en un agente de cambio que transforma vidas y construye un mundo más justo y equitativo. 



IDENTIDAD, REBELDÍA Y PALABRA:

ASÍ ABRE CAMINOS

EUFROSINA
CRUZ

Cuando Eufrosina Cruz tenía ocho años, ya sabía que en su comunidad su destino estaba marcado por normas que no había elegido. No podía sentarse a la mesa con los hombres, ni tocar la campana sin que se dijera que era pecado. O jugar a las canicas porque esa era una actividad para los niños. Era una niña a la que le dijeron que su lugar estaba en el petate, que debía obedecer, lavar la ropa y servir a sus hermanos. Pero un día se cuestionó tan profundamente que la vida la hizo nunca mirar atrás.

Esa curiosidad fue el inicio de un camino que rompería no solo reglas, sino estructuras enteras. Eufrosina fue la niña que se atrevió. “Con miedo, sí, pero me atreví. Porque cuando encuentras algo que te motiva a ser, te lanzas”. Esa motivación no vino de un gran discurso, sino de los sentidos. El olor del jabón de su maestro que se bañaba a diario, la curiosidad por los sonidos desconocidos a su alrededor y los pequeños detalles que la hicieron soñar con un mundo distinto que en ese momento no estaban a su alcance.

“Cuando naces en la adversidad, no necesitas grandes cosas para que tu mente se eche a volar”.

Eufrosina rompió el silencio de generaciones. Se convirtió en contadora pública, diputada, activista, y logró reformar leyes que hoy protegen los derechos de las mujeres indígenas. Pero su lucha no termina ahí, ella se propuso a que en cualquier comunidad, las mujeres deben de ser dueñas de su trabajo, sin importar quiénes son. Su existencia como seres humanos justifica su valía y se debe respetar por sobre cualquier cosa.





Ser indígena no es una desventaja

Eufrosina nunca ha dejado de nombrarse zapoteca. Para ella, ser indígena no es un obstáculo, es identidad. “No soy un tema, no soy un asunto. Soy historia”, afirma. Denuncia que durante años el sistema ha culpado a los pueblos indígenas de su propia marginación, tratándolos como víctimas o como grupos vulnerables. “No soy vulnerable. Vulnerables son las oportunidades que me quitaron. Yo no tengo por qué despojarme de lo que soy para tener las mismas oportunidades”. Y gracias a esto, hoy muchas jóvenes pueden decir con orgullo “soy indígena, y gracias a mujeres como ella que se atrevieron a alzar la voz, no tengo que ocultarlo.”

“El origen no es destino”

Habla con la misma pasión de mujeres empresarias que de mujeres de la sierra. La violencia simbólica es transversal. “Una directora de una gran empresa me contó que es la única mujer, y que en una sala de juntas donde a todos les ponen su nombre frente a su asiento, a ella no. Y cuando quiere hablar, nadie la escucha”.

Para Eufrosina, esto demuestra que el sistema patriarcal está arraigado en todos los niveles. Desde la mujer indígena despojada de su tierra, hasta la ejecutiva ignorada en una junta. “El valor invisibilizado del trabajo de las mujeres sigue sin nombrarse y en el hogar, la labor sigue siendo una carga que no se divide por los roles definidos desde el inicio de los tiempos”.

Activismo con causa y palabra

Eufrosina no solo impulsa leyes, también lucha por casos de injusticia que en pleno 2025, resultan desfavorecedoras para el desarrollo de las mujeres. Va a comunidades de Guerrero, Oaxaca, Chihuahua, llevando conferencias gratuitas, hablando con niñas, creando redes de abogadas y psicólogas, y también sumando voluntarios para alzar la voz. Fundó la Fundación Eufrosina para acompañar a niñas víctimas de abusos y para exigir que el Estado asuma su responsabilidad en casos como el matrimonio infantil y el abuso sexual de la niñez.

Uno de sus proyectos más importantes es lograr que todos los estados homologuen sus códigos penales para que los matrimonios infantiles sean reconocidos como lo que son: delitos. “En este país, hay niñas siendo madres a los 11 o 12 años. Hombres juntados por tradición con niñas que no ejercen su decisión porque las enseñan a obedecer y no a decidir. Y nadie está nombrando el abuso. Eso es lo que duele”.

La entrevista cierra con una reflexión para cualquier emprendedor que atraviesa cansancio, obstáculos y sigue adelante con resiliencia. Podría ser un mantra para

cualquier mujer que quiere comenzar, pero duda de sí misma: “Que la vergüenza pase del otro lado. Que le dé vergüenza a quien te diga que no puedes, no a ti por intentarlo. Soñar no está mal, que la adversidad no sea tu excusa, que sea tu motor”. Y agrega, contundente: “Me dijeron que no podía sentarme en una silla. Me senté. Que no podía ir a la escuela. Terminé la universidad. Que no podía ser presidenta de mi comunidad. Cambié la Constitución de mi país. Mereces tu propio ‘sí’. Y ese sí, es libertad”.

Si te inspiró esta historia y quieres saber más información del trabajo de Eufrosina Cruz en defensa de los derechos de niñas y mujeres indígenas, puedes conocer más y ayudar en: www.fundacioneufrosina.org 



De lo local a lo global: mexicanas que expanden su huella internacional.

ANEL FAUGIER:

PODER FEMENINO QUE
TRANSFORMA VIDAS



No se trata solo de estética. Se trata de devolverle a una mujer su seguridad, su mirada, su historia... su vida", afirma Anel con la firmeza de quien trabaja todos los días por algo mucho más grande que una empresa.





“La reconstrucción mamaria no es un lujo, es una parte fundamental del proceso de sanación. Merece ser accesible para todas las mujeres que han enfrentado esta batalla con valentía”, declara Anel, visiblemente conmovida por los cientos de testimonios que ya han transformado su causa en un movimiento.

La empresaria que está revolucionando la industria del bienestar femenino con Motiva México Implants y una misión de vida que devuelve esperanza

En una industria donde la estética y la medicina han sido históricamente lideradas por visiones masculinas, hoy destaca una mujer cuya sensibilidad, innovación y fuerza transformadora están impactando no solo mercados, sino vidas. Su nombre es Anel Faugier, y su liderazgo como empresaria ha marcado un antes y un después en la forma en que las mujeres viven su cuerpo, su salud y su confianza.

Desde su papel estratégico al frente de Motiva México Implants, marca presente en más de 80 países, Anel ha logrado posicionar una nueva visión en el mundo de la cirugía mamaria: una que combina tecnología avanzada, seguridad médica y bienestar emocional. Pero más allá del éxito empresarial, lo que realmente distingue a Anel es su propósito profundo de transformar el dolor en amor propio.

Su propuesta disruptiva ha sido clara: implantes ergonómicos de última generación, procedimientos menos invasivos, monitoreo inteligente y un enfoque ético y respetuoso hacia el cuerpo femenino. Motiva no solo lidera el mercado, sino que también educa, acompaña y empodera.

Una causa con alma: Reconstruir es volver a vivir

Como extensión de ese propósito transformador, Anel creó un movimiento *“Reconstruir es volver a vivir”*, que ofrece junto con diversos cirujanos en labor social, apoyar a mujeres y

fundaciones con cirugías reconstructivas de mama a mujeres que han atravesado el cáncer de mama, brindándoles una nueva oportunidad para sanar física y emocionalmente.

Este proyecto nace desde la empatía más profunda y el compromiso de devolverle a cada mujer su dignidad, después de una lucha tan dura como el cáncer. Este proyecto no solo cubre procedimientos, sino que también ofrece acompañamiento psicológico y médico, formando una red de contención y esperanza.

Liderazgo con impacto real

Anel Faugier es un ejemplo vivo de cómo el liderazgo femenino puede ser innovador, rentable y profundamente humano al mismo tiempo. Su visión trasciende el quirófano, conectando ciencia, belleza y alma para crear soluciones que mejoran vidas desde la raíz.

Latina, valiente y con un corazón que late al ritmo de miles de mujeres, Anel ha demostrado que el éxito no está en vender productos, sino en crear experiencias que sanan, elevan y empoderan.

Hoy, su historia inspira a una nueva generación de líderes que no solo buscan crecer, sino dejar huella. Porque cuando una mujer lidera con propósito, compasión y visión, el impacto es eterno. 



LIDERAZGO OPERATIVO PARA UNA SALUD CONECTADA

Como Directora de Operaciones en WeeCompany, Alexi López Neri lidera una transformación en el sector salud, integrando farmacias, hospitales, laboratorios y aseguradoras mediante plataformas interoperables que priorizan al paciente.

El arte de conectar lo complejo

En un sistema históricamente fragmentado como el de la salud, la integración va más allá de la tecnología: requiere visión estratégica y sensibilidad humana. Desde su rol, Alexi impulsa un cambio donde los sistemas dejan de ser islas y comienzan a dialogar. Su enfoque busca optimizar toda la cadena de atención médica, sin perder de vista la experiencia del paciente.

“No se trata solo de hacer que las cosas funcionen. Se trata de que funcionen para las personas.”

Uno de sus principales retos ha sido lograr la interoperabilidad entre las plataformas utilizadas por hospitales, farmacias, laboratorios y aseguradoras. Bajo su liderazgo, se han implementado estándares que permiten:

- Compartir historias clínicas en tiempo real de forma segura.
- Acceder a resultados de laboratorio desde distintos puntos del sistema.
- Agilizar trámites y autorizaciones con aseguradoras.
- Reducir errores médicos y duplicidades.

Cada avance tecnológico representa una mejora directa en la atención.

Resultados que se traducen en impacto

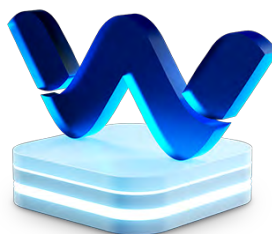
Alexi ha promovido alianzas estratégicas, automatización de procesos clave y una cultura organizacional orientada al cambio. Como resultado:

- Más de 100 hospitales ya operan con plataformas interoperables.
- Se han agilizado las entregas de medicamentos, de forma clara y alineada a las pólizas.
- Los tiempos de respuesta en autorizaciones médicas se redujeron en un 47%.

Estos logros consolidan una infraestructura más confiable, transparente y eficiente.

Visión de futuro: salud como ecosistema

Su meta es construir un ecosistema donde la información fluya sin barreras, con seguridad y responsabilidad. En su visión, el paciente no solo recibe atención: se convierte en el eje de un sistema coordinado y humano.



@weecompanymx



“La integración no es solo un desafío técnico. Es una decisión ética que mejora vidas”.

Transformación digital con sentido humano

Para Alexi, la tecnología es solo un medio. “Un sistema eficiente debe ser también empático”, afirma. Por ello ha impulsado capacitaciones, procesos de sensibilización y adopción tecnológica para que nadie quede fuera de esta transformación.

Ética y seguridad de los datos

La interoperabilidad también implica responsabilidad. Por eso, ha implementado políticas sólidas de gobernanza de datos, con auditorías y protocolos de cifrado que garantizan la privacidad del paciente sin entorpecer el acceso clínico necesario.

Con liderazgo firme y visión sistémica, Alexi López Neri busca consolidarse como una figura clave en el futuro del sector salud. Su trabajo demuestra que la innovación tecnológica y el enfoque humano no solo pueden, sino que deben ir de la mano. 

NOSOTROS HACEMOS

QUE TU MARCA DESTAQUE



OFRECEMOS PUBLICIDAD 360



STANDS BOTARGAS VINIL SOUVENIRS RENTA DE RADIOS
EVENTOS CORPORATIVOS BRANDING CARRITOS PROMOCIONALES
ILUMINACIÓN ACTIVACIÓN BTL INFLABLE LED MARKETING

Daik^{Do}
CREATIVO &



ESTAREMOS FELICES
DE QUE NOS CONTACTES



CHARLOTTE BRUM: SOSTENIBILIDAD SIN ESTRÉS, CON HUMOR Y PROPÓSITO.

por: MARU VÁZQUEZ ROSAS



Todos hacemos lo que podemos con el contexto que tenemos.

En un mundo donde hablar de medio ambiente suele sonar complejo o hasta abrumador, Charlotte Brum, mejor conocida en redes como @NoSeasWaste, ha encontrado la fórmula perfecta: enseñar a cuidar el planeta de manera práctica, divertida y realista. Con más de 900K seguidores, su comunidad de “ecoamixes” ha aprendido con su contenido que reducir desperdicios, aprovechar los recursos y cambiar hábitos no tiene por qué ser aburrido ni complicado.

Maestra en proyectos socioambientales, publicista, speaker, creadora de contenido y activista, Charlotte representa a una nueva generación de líderes que entienden que la sostenibilidad no es un lujo, sino un estilo de vida alcanzable. En esta entrevista para *Empresarios + Emprendedores*, conversamos con ella sobre el impacto de su movimiento, el poder de las mujeres emprendedoras y cómo un mensaje nacido en redes sociales puede escalar y replicarse.

De lo digital a lo real

Yo no hablo de la crisis ambiental, es un problema tan grande que cuando se verbaliza, la gente se asusta y se va. Entonces, mi contenido siempre habla de soluciones. Mi objetivo siempre ha sido cambiar comportamientos. No busco generar conciencia si no decirle a la gente cómo puede hacer las cosas diferentes.

Yo soy publicista, a mí me entrenaron para influir en las personas; entonces decidí usar esos poderes y herramientas de economía del comportamiento para generar contenido divertido que hace que cuidar al planeta sea cool.

Visión ESG

Los comportamientos y hábitos parten desde nuestras casas y esas acciones hacen que queramos apropiarnos de esas soluciones y tengamos ese mindset de decir: “El día que yo tenga una empresa, se tiene que hacer así”. Si lo haces en tu día a día permea sí o sí a nivel negocio porque se vuelve una prioridad y un estilo de vida. Las grandes decisiones a nivel empresarial siempre nacen desde un hogar consciente, respetuoso y responsable con el ambiente.

Emprendimiento mexicano

Actualmente creo que la percepción que las personas tienen de una marca pesa. Si una marca no está haciendo nada ambiental y vende el mismo producto con la misma calidad que uno que sí, ahí está el diferenciador de compra porque las nuevas generaciones estamos buscando emprendimientos y alternativas que cuiden al medio ambiente.

Adicional, dependiendo del giro del emprendimiento, si una empresa toma acciones ambientales, se va a volver mucho más resiliente en comparación con las que no e incluso podrían llegar a tener algún tipo de seguro o cobertura con ayuda de la naturaleza. El reto es lograr los objetivos de negocio siempre a favor del medio ambiente.

Globalización del mensaje

Tengo la certeza de que la gente tiene mucha disposición e interés en cambiar, pero no queremos sentirnos tontos, juzgados o culpables. Partiendo de ahí, el aprendizaje más grande es comunicar de forma sencilla y entendible. Mucho del problema ambiental es la falta de comunicación concreta, la gente solo quiere saber qué tiene que hacer para poder y querer hacerlo, pero no lo harán si el letrado o la instrucción no es clara o no se entiende. Otro aprendizaje es facilitarles lo más que se pueda la solución y ponerla realmente a su alcance.

Mujeres líderes

En el mundo ambientalista, no sé por qué, pero casi todas somos mujeres y yo creo que nos puede ayudar mucho el no tener miedo entre nosotras a pedir ayuda, a acercarnos, preguntar, crear redes y sostenernos entre nosotras. Generar y buscar más espacios amigables en donde podamos acompañarnos, comunicarnos y apoyarnos. Olvidarnos un poco de los celos y pensar en que mientras nosotras creamos, también estamos abriendo camino para las que vienen detrás.

Impacto tangible

Las redes sociales me permiten estar en contacto directo con mi comunidad, conocerla y ver su comportamiento. Cada que las personas suben sus historias y me taggean, veo que cada vez hay más gente que lleva su tupper o termo, que están trackeando cuánto dinero “se ahorran” por no desperdiciar comida y ahora con el movimiento @Sabrosura.sin.basura, como vamos creando comunidad con los negocios locales. Todas son acciones que cuidan al medio ambiente a la vez que cuidan sus bolsillos que es otra parte super importante en el tema ambiental, lograr ver el beneficio tangible, el valor que esa acción está aportando en el presente porque a gran escala, al ser un problema tan grande, se torna más bien una cuestión de esperanza, de saber que hicimos todo lo posible para combatirlo, aunque no logremos verlo.

Mirada al futuro

Tres acciones clave para empezar a cuidar al medio ambiente: 1. No desperdiciar comida 2. Separar la basura mínimo en orgánica e inorgánica 3. No comprar cosas que no necesitan, no caer en el sobreconsumo.



Para los nuevos emprendedores les diría que no piensen que van a querer su producto únicamente por ser sustentable. La gente ya no quiere cosas verdes, grises, cafés que se ven recicladas y feas, se necesita un valor agregado aparte de ser ecológico. El producto tiene que ser funcional, de calidad, resolver un problema y aparte cuidar el medio ambiente. Necesitan echarle muchas ganas al diseño y a la comunicación porque sí hay gente que queremos cuidar el medio ambiente pero también queremos que sumen a nuestra vida.

Las empresas y emprendedores necesitan aterrizar la sustentabilidad a la vida normal de la población, integrarla de manera realista en su día a día y no pretender sacar a la gente de la vida como la conocen para venderles la idea del ambientalista que vive descalzo en el bosque con un taparrabos y un huerto orgánico porque no es realista ni alcanzable. 🌱





LÍDERES CONSCIENTES, NEGOCIOS EFICIENTES

BERENICE BADILLO -
comunicación sum



Emprender puede ser muy emocionante, pero también es muy agotador".

Actualmente hay una tendencia a causa de toda la sobre información acerca del bienestar de los colaboradores, e incluso se están implementando políticas y normas en las que se ponga el foco sobre la salud, bienestar mental y físico de los colaboradores, lo cual está bien y es un avance; pero, ¿Qué pasa si la problemática va desde el líder? ¿Qué pasa si pensando que dándole pizza a los colaboradores se solucionan los problemas de la empresa? Y peor aún ¿Qué pasa si el líder o dueño de la empresa no considera importante el tema del bienestar en las empresas? Porque claro hay prioridades la prioridad, por supuesto, siempre es evidente **VENDER...**

En Startup México, llegan muchos emprendedores y empresarios que tienen o no la idea de negocio clara y definida, y muchas veces la falta de planeación, de orden y estructura tienden a ser una de las principales problemáticas que enfrentan al emprender; pero a veces están tan inmersos en construir, crecer y escalar el negocio, que se olvidan y anteponen lo más importante; su bienestar físico, emocional y mental.

Entonces, en ese ir y venir de emociones de incertidumbre, estrés, agotamiento, ansiedad, presión por crecer su negocio, las largas jornadas y la constante toma de decisiones; la salud se vuelve una ruleta rusa que al final nos pasa factura.

Pero ¿Qué es un líder consciente? El liderazgo consciente es una forma de liderar basada en la presencia, la empatía y la autenticidad, lo cual implica que la persona que lidera está plenamente consciente de sí misma, de los demás y del impacto que genera, y este actúa desde un lugar de **propósito, responsabilidad y conexión humana.**

A diferencia de liderar desde el ego, el control o la productividad a cualquier costo, el liderazgo consciente integra la lógica del negocio con la sensibilidad humana. Se enfoca en construir relaciones genuinas, cultivar la confianza y desarrollar entornos en los que las personas puedan florecer, no solo producir.

A veces los emprendedores y empresarios nos preguntan, que cuál es el secreto o la fórmula secreta para crear un negocio exitoso y en lo personal mi respuesta siempre es la misma **EL EMPRENDEDOR.**

No se dan cuenta que hoy el activo más valioso que tienen son ellos mismos, que todo lo demás si bien no está resuelto aún pueden hacerlo, ya que existen muchas herramientas para optimizar, actores que dan acompañamiento, y mucho más acceso a información que antes, y olvidan que si su salud se ve comprometida nada de ello ocurre, que cuando el bienestar es la prioridad, la productividad llega sola.

Que hoy se trata de encontrar un equilibrio entre el trabajo y la vida personal, que un líder consciente es aquel que inspira, motiva y transforma su entorno creando equipos comprometidos y organizaciones más sostenibles; que, si bien es importante fomentar un buen clima laboral, es importante también para ser un líder consciente mostrar un mensaje congruente, actualmente un líder no controla, esté empoderado e inspira.

Según Gallup, los empleados más comprometidos y felices son un 21% más productivos, y hay un 41% menos de ausentismo en las empresas que tienen programas de bienestar.

Esto es un reflejo de que las malas prácticas de líderes controladores, que no fomentan la buena comunicación y empatía ya no son eficientes y que, así como un emprendedor o empresario tiene que fidelizar a su cliente también puede fomentar una cultura laboral de bienestar y colaboración desde los cimientos, nos hemos dado cuenta de que invertir en bienestar y cultura no es un lujo más bien es una estrategia para retener el talento valioso.

Ya que hoy ser un founder no es solo crear una empresa, es sostenerla, reinventarla y encontrarle un sentido, muchos de los negocios que cuentan ya con experiencia en el mercado reflejan que no tienen un problema de estrategia, tienen un problema de bienestar, ya que hoy los equipos buscan no solo un salario, sino un entorno en el que se sientan valorados y motivados en el que se respete su salud mental.

Es importante que el emprendedor y empresario entienda que no está solo, y que tiene que cuidar su salud y bienestar, así como cuidan sus finanzas, ya que estos van de la mano, hoy buscamos que los negocios tengan más y mejores prácticas conscientes, desde la empatía, que pueden implementar la innovación desde la creación de su modelo de negocio, implementando una mejor cultura laboral desde los cimientos, ya que esto es parte de una correcta planeación estratégica y que no es necesario estar siempre apagando fuegos ni llevarnos al límite ni a los extremos en el que nuestra propia salud se vea afectada.

¿Qué puede hacer un emprendedor o dueño de negocio para cuidar su salud?

Es importante que, como fundadores de futuras empresas, empiecen con **establecer límites** entre el tiempo que le dedican a su negocio, a los clientes y el tiempo destinado para su vida personal, pueden establecer una jornada laboral en la que les permita realizar sus actividades sin sobrecargarse.

No exigirse la perfección, en esta sociedad que nos exige que todo tiene que estar en perfectas condiciones; como emprendedores tenemos que ser resilientes, con pensamiento flexible y sobre todo receptividad, a escuchar a los mentores, a los clientes y al entorno, entender que vamos a cometer errores y eso está bien, ya que eso puede darnos otro enfoque y que es mejor que nos equivoquemos más rápido ya que de ello vamos a adquirir experiencia, hay una frase en el ecosistema que decimos mucho: equivócate rápido, así que hay que normalizar el error.

Realizar actividades de esparcimiento; no todo es trabajo y no por estresarnos vamos a ser más productivos, pero sí es válido tomarse una pausa y desconectarse, hacer alguna actividad que nos guste, estar en la naturaleza, leer, escuchar música, hay todo un universo de posibilidades y muchas de ellas son gratis y realmente tienen un impacto positivo y también debería ser parte de nuestro día a día.

Deja de compararte, con toda la sobreinformación que hay allá afuera y la rapidez con la que queremos todo es importante recordar que cada cosa lleva su tiempo y que cada proceso es diferente para todos y eso también está bien, hay que dejar de sobreexigirse y pensar que mañana seremos un Steve Jobs (tal vez sí) pero cada uno tiene su contexto y tiempos y eso también está bien.

Buscar ayuda profesional, cuando hay temas que ya no podemos gestionar es importante buscar ayuda de un experto, gente que entiende y está dispuesta a escuchar y a darnos herramientas que nos permitan tener otro enfoque y salir de esa problemática, lo importante es levantar la mano y pedir esa ayuda del profesional.

En Startup México valoramos y entendemos los retos que implica emprender, por eso buscamos impactar en nuestros programas de manera que podamos guiar y acompañar a los emprendedores a ser líderes conscientes con soluciones de impacto, buscamos transformar el mundo desde la innovación y emprendimiento, un emprendimiento consciente, basándonos primero transformar la visión del líder y luego que esto impacte en su negocio.

Estamos conscientes de que hay muchas malas prácticas de liderazgo y la cultura organizacional de las empresas, pero queremos ser parte de esa transformación positiva del ecosistema emprendedor y de negocios. 

Startup México

 Startup_mexico



más allá del impacto positivo: EL NUEVO ROSTRO DE LA **RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL**

por MARCO PÉREZ
*ESPECIALISTA EN COOPERACIÓN
INTERNACIONAL CON EL SECTOR PRIVADO*

“El cambio empieza cuando dejamos de hablar solo de impactos positivos y empezamos a actuar sobre los negativos”.

Durante décadas, hablar de responsabilidad social empresarial en México era sinónimo de buenas prácticas: acciones filantrópicas, programas sociales, campañas ambientales. Todas valiosas, todas necesarias. Este enfoque permitió al sector privado posicionarse como un actor comprometido con el desarrollo del país y fue clave para responder en momentos críticos, desde desastres naturales hasta crisis sanitarias.

Con la llegada de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza), muchas empresas comenzaron a incorporar nuevos lenguajes, indicadores y estrategias. Se abrieron puertas a nuevas oportunidades comerciales, se consolidaron alianzas y se reafirmó una idea poderosa: ser responsable también puede ser rentable.

Pero en pleno 2025, este enfoque necesita evolucionar. Hoy no basta con potenciar los impactos positivos. El verdadero cambio comienza cuando una empresa reconoce y actúa también sobre sus impactos negativos, reales o potenciales, propios o generados por terceros. Y lo hace con convicción, no solo por cumplimiento. Aquí es donde entra la debida diligencia en derechos humanos y ambientales: una herramienta esencial para que las empresas evalúen con honestidad sus operaciones, identifiquen riesgos, prevengan daños y remedien cuando sea necesario.

La debida diligencia no es una carga legal ni una moda global. Es un cambio de lógica. Implica comprender que ninguna empresa está completamente libre de impactos. Que por más responsable que sea su operación directa, lo que ocurre en su cadena de suministro también le corresponde. Hoy, incluso una mipyme forma parte de una cadena global. No asumirlo es quedar fuera del juego.

Además, la reputación empresarial ya no se construye con campañas, sino con coherencia entre lo que se dice, lo que se hace y lo que se permite.

Este nuevo paradigma exige también un liderazgo distinto: uno que sepa escuchar, dialogar y construir con otros. Porque la responsabilidad empresarial hoy es compartida, y requiere abrir espacios de diálogo multisectorial que incluyan a personas trabajadoras, comunidades, gobiernos, proveedores y consumidores. Ninguna solución será sostenible si se construye desde una sola perspectiva.

La buena noticia es que este paso fortalece a las empresas frente a riesgos, crisis y cambios. Las vuelve más humanas, más resilientes y, en muchos casos, más rentables. Porque sí: hacer lo correcto sigue siendo una buena estrategia. Pero asumir riesgos con transparencia, compartir la responsabilidad y actuar con propósito... es ir un paso más allá. 



**Aquí
entre nos:
Las empresas
son quienes
más aportan
a tu Afore.**



¡Escanea y
descúbrelo!

**¡Checa tu Afore!
Es tu dinero, es tu futuro.**

Voz de las Empresas 
Consejo de la Comunicación



LIDERAR(SE): EL LIDERAZGO QUE EMPIEZA POR DENTRO

POR EVA HUGHES

Elegí empezar por lo esencial, por la brújula que ha guiado mi carrera y, al mismo tiempo, por el vacío que enfrenté en mis comienzos: aprender a liderarme. Con una guía práctica, cercana, auténtica y efectiva: la que me habría gustado tener cuando empecé. Porque si algo aprendí es que no hay mapa perfecto: lo construyes a cada paso, y el primer territorio que necesitas ordenar es el tuyo.

Claridad, coherencia y consistencia no nacen en una reunión, ni en un PowerPoint, ni siquiera en la lluvia de métricas que nos persiguen. Nacen cuando bajas el ruido y te das el lujo de decidir desde lo más incómodo y valioso que tienes: tus límites, tus valores, tu visión. Porque a veces, la oportunidad llega sin aviso ni manual. Te pone enfrente una página en blanco, un deadline y miradas que esperan una sola cosa de ti: certeza. Y tú, sin la brújula. ¿Qué hacer? La trampa está servida: corres, produces, entregas. Pero corres el riesgo de confundir ritmo con dirección.

Lo descubrí en carne propia: a los 24, mi primera dirección editorial; a los 29, la más joven directora de Vogue; a los 38, CEO de Condé Nast en 17 mercados. La velocidad estaba de mi lado. Pero también el vértigo. Y lo más difícil: recordar que el cómo importa tanto como el qué. Porque el cómo es fibra, es promesa, es reputación. Y cuando lo olvidas, lo pierdes todo.

Ese cómo es también una brújula. A veces habla con claridad, otras apenas susurra. Pero siempre está ahí: recordándonos que liderar(se) no es cuestión de controlar, sino de elegir con sentido. Liderarse es poner un límite antes de decir “sí” por inercia, mantener un silencio incómodo antes de hablar sin convicción, aceptar la duda como aviso en lugar de verla como debilidad. En esa tensión, entre lo que el mundo pide y lo que tu voz interior dicta, se juega la autenticidad del liderazgo.

También implica reconciliarse con la imperfección. En el camino descubrí que no siempre se trata de tener todas las respuestas, sino de tener la pregunta adecuada. El liderazgo no es lineal: avanza, se detiene, retrocede y se reinventa. Lo transformador ocurre cuando dejamos de perseguir la idea de un plan infalible y empezamos a confiar en la capacidad de ajustarnos sobre la marcha. Esa flexibilidad, más que la certeza, es lo que determina el largo plazo.

Liderar(se) es práctica diaria y el título de mi primera newsletter en Substack, un espacio que además narro en mi propia voz. No tiene glamour ni fuegos artificiales: es volver a ti, bajar el volumen externo y redibujar el mapa desde adentro. Ese es el primer acto de liderazgo. Después vendrá lo otro: el equipo, el norte, los resultados.

Aquí comparto un pedacito en forma de manual de bolsillo, para esos momentos en los que necesitas un poco de luz en el camino y reencontrar tu brújula interna:

- Pausa, respira y ordena por dentro. Antes de reaccionar, pregúntate: ¿para qué?
- Luego define el éxito en dos líneas, como si lo escribieras en el reverso de una servilleta.
- A mitad del camino, regálale quince minutos, para ver qué está decidido, qué falta y cuál es el próximo paso.
- Y al final, elige un aprendizaje y conviértelo en regla. La experiencia también es método.

Cuando aprendes a ponerte límites, a escucharte y a decidir con coherencia, liberas a los demás de seguir un guion vacío. El liderazgo interior es encender una claridad que impacta a quienes te rodean. El ejemplo más poderoso no es el del líder que nunca duda, sino el del que se atreve a avanzar con dudas y, aun así, mantiene la dirección. Quizá esa sea la herencia más valiosa: demostrar que la fortaleza no está en controlar, sino en confiar.

Recuerda, las grandes cimas se conquistan dos veces: primero dentro, cuando encuentras tu voz. Después afuera, cuando esa voz ilumina a otros. 📢



WOBI

IA EN LOS NEGOCIOS: *una REVOLUCIÓN* QUE NO ESPERA



En los últimos años, pocas tecnologías han despertado tanto entusiasmo, incertidumbre y urgencia como la inteligencia artificial. Lo que hace apenas una década parecía ciencia ficción, máquinas que aprenden, algoritmos que predicen comportamientos, sistemas capaces de tomar decisiones complejas, hoy es una realidad que se integra cada vez más en el día a día de las organizaciones. Desde chatbots que gestionan atención al cliente en tiempo real y modelos que optimizan cadenas de suministro, hasta sistemas que detectan fraudes financieros o plataformas de IA generativa que crean contenido personalizado a escala, la IA está transformando industrias enteras. Ya no se trata de una tecnología opcional, sino de una herramienta estratégica para mantenerse relevante en un entorno en constante cambio.

Pensar en grande: el enfoque exponencial

La IA no solo se trata de automatizar lo que ya existe, sino de reimaginar lo que es posible. Así lo plantea Peter Diamandis, uno de los 50 mejores líderes del mundo según Fortune, y fundador de XPRIZE y speaker del World Business Forum 2025. Para Diamandis, estamos ante una revolución exponencial, en la que tecnologías como la IA, la robótica, el big data o la biotecnología se están conectando y acelerando entre sí, redefiniendo industrias a un ritmo sin precedentes. Su mensaje es claro: liderar en este nuevo escenario exige pensar de manera exponencial y desarrollar una mentalidad de abundancia. No se trata de adaptarse, sino de anticiparse.

Durante su participación en el World Business Forum, Diamandis abordará las metatendencias tecnológicas que transformarán la economía y la sociedad, y explicará cómo adoptar una visión

estratégica que permita a los líderes no solo reaccionar ante el cambio, sino convertirse en agentes activos de transformación.

Más allá de los datos: IA con propósito humano

Pero la revolución de la inteligencia artificial no se limita a la innovación técnica. También implica un profundo replanteamiento de cómo nos relacionamos con los clientes. En este frente, la visión de Jesús Cochegrús es especialmente poderosa. Ingeniero, ex CEO de Kaxan y actual fundador de eMotion Interactive, Cochegrús ha explorado durante años cómo aplicar tecnologías emergentes, como la IA, para mejorar la lealtad del cliente y crear experiencias memorables.

Para él, el valor de la IA no está solo en su capacidad para procesar datos, sino en cómo puede fortalecer la relación con el cliente a través de experiencias personalizadas, predictivas y emocionalmente relevantes. En un entorno donde los consumidores esperan soluciones inmediatas, relevantes y humanas, la IA se convierte en una aliada para entregar valor real sin perder la empatía. Su enfoque combina tecnología y psicología para entender las necesidades del consumidor y generar vínculos que trascienden.

En su conferencia dentro del World Business Forum, Cochegrús hablará de cómo utilizar IA con propósito, poniendo al ser humano al centro, y compartirá estrategias

para mejorar el engagement y la fidelidad de marca en un mundo saturado de opciones.

Nueva era, nueva mentalidad

En un entorno donde lo “normal” cambia cada seis meses, la pregunta ya no es si debemos adoptar inteligencia artificial, sino cómo hacerlo con inteligencia, ética y propósito. En el World Business Forum este 4 y 5 de noviembre en Expo Santa Fe, líderes como Peter Diamandis y Jesús Cochegrús compartirán su visión sobre cómo navegar esta nueva era, no desde el miedo a lo desconocido, sino desde la posibilidad de crear un futuro más audaz, eficiente y profundamente humano. 





EXCELENCIA CON HUMANIDAD: **LA VISIÓN DE XAVIER ZÚÑIGA MERCADO**

Desde los pisos operativos de la industria automotriz hasta la dirección ejecutiva de una empresa mexicana con proyección internacional, la historia de Xavier Zúñiga Mercado es un ejemplo de disciplina, innovación y liderazgo con propósito.

Hoy, como CEO de Apizhe Services de México, Zúñiga dirige una compañía especializada en servicios industriales de alto nivel, como la medición 3D, la instalación de líneas de ensamble y el transporte industrial especializado, consolidando a la empresa como un socio estratégico de confianza para compañías nacionales e internacionales.

“La lección más valiosa que me dejó la industria automotriz es que la excelencia no se negocia.”

Durante su paso por corporativos globales como Fiat Chrysler Automobiles (FCA) y KUKA, aprendió que la disciplina, la precisión y el respeto absoluto por los procesos son la base de cualquier éxito sostenible. Hoy, esa enseñanza la complementa con un ingrediente esencial: cercanía y humanidad.

Esa visión integral se refleja en su estilo de liderazgo. Haber comenzado “desde abajo” le permite hablar el mismo idioma que los técnicos, al tiempo que piensa estratégicamente como directivo. Para Zúñiga, cada rol importa y cada acción, por pequeña que parezca, impacta en la competitividad internacional de la empresa.

El diferenciador de Apizhe no sólo radica en la tecnología, sino en la capacidad de integrar proyectos de principio a fin. Con un equipo altamente capacitado, la empresa ofrece soluciones que optimizan tiempos, reducen costos y eliminan errores, demostrando que el talento mexicano puede competir al más alto nivel.

“La tecnología es el corazón de nuestra propuesta de valor.”

La compañía ha incorporado automatización inteligente, robótica y plataformas digitales que permiten trazabilidad y monitoreo en tiempo real. Pero para él, no se trata solo de herramientas: son aliados estratégicos que elevan la productividad y mantienen a los clientes un paso adelante.



En un sector frecuentemente señalado por su impacto ambiental, Zúñiga insiste en que la competitividad no puede estar desligada de la responsabilidad social. Apizhe implementa programas de eficiencia energética, reciclaje y reducción de huella de carbono, además de estrategias de logística que minimizan emisiones.

Al mismo tiempo, la cultura organizacional se construye sobre respeto, aprendizaje continuo y propósito. “Queremos que cada persona sienta que no solo trabaja en una empresa, sino que forma parte de un proyecto que transforma la industria y contribuye a un México más competitivo”, asegura.

Con cobertura nacional consolidada, Apizhe se prepara para dar el salto al extranjero. En los próximos cinco años, la visión es clara: expandirse hacia Estados Unidos, Centroamérica y Sudamérica, mercados que requieren proveedores confiables, flexibles y con un alto estándar de calidad.

“Quiero demostrar que una empresa mexicana puede competir con cualquier jugador internacional sin perder humanidad.”

Más allá de cifras y contratos, Xavier Zúñiga busca dejar un legado de excelencia con humanidad. A los nuevos emprendedores que quieren incursionar en sectores complejos, les deja un consejo que resume su propia trayectoria: “No temen empezar desde abajo. El conocimiento práctico es el cimiento de la visión estratégica. Sueñen en grande, piensen global, actúen con disciplina y nunca olviden que su mayor ventaja competitiva siempre será el talento humano y el respeto por el medio ambiente”.





Desde la comunidad de Bethania, en Campeche, hasta los centros de investigación aeroespacial más avanzados, la historia de Guillermo Chin Canché es una prueba viviente de que la identidad no es una barrera, sino un motor. Su origen maya, su diagnóstico de TDAH, o su orientación sexual, no fue un desafío que vencer, sino una raíz desde la cual crecer: “Todas las partes de mí, son lo que soy y no son algo que deba ocultar para encajar en la ciencia”, afirma con convicción.

Su trayectoria no comenzó con un momento de revelación, sino con pequeñas decisiones que, poco a poco, lo llevaron a soñar más allá de lo permitido. “No fue un instante en particular, sino una suma de momentos en los que pensé: ¿cómo funciona esto?, ¿cómo es esto?, ¿por qué no?, ¿por qué no puedo yo también estar ahí?”. Con el tiempo, esa pregunta se transformó en una certeza, y hoy forma parte del equipo que modela la atmósfera de Titán, una luna de Saturno, en el ambicioso proyecto Dragonfly de la NASA.

En este reto, donde cada simulación toma semanas y cada dato exige precisión milimétrica, ha aprendido algo que pocas veces se enseña en la escuela: la ciencia es humana. “Hay una idea errónea de que los científicos trabajan solos, pero en realidad la ciencia es profundamente comunitaria. Se necesita empatía, saber escuchar, entender los contextos del otro. Las habilidades blandas son esenciales para resolver problemas complejos”. El liderazgo, para Guillermo, no se trata de imponer, sino de

DE CAMPECHE A LA NASA: CIENCIA, VISIÓN Y PROPÓSITO



demostrar con los datos y tener la humildad y la sensibilidad de acercarse a las personas adecuadas. En contextos internacionales y multidisciplinarios, ha aprendido que colaborar implica no solo tener conocimientos, sino también humanidad. “He tenido la oportunidad de trabajar con personas brillantes, como la Dra. Elizabeth Turtle, que me han hecho sentir parte del equipo por mis estudios y no parecer la inclusión forzada de la historia”.

A lo largo de su camino ha recibido múltiples reconocimientos, entre ellos el de ‘Leyenda SOLACYT’, pero no se pierde en el brillo de las medallas. “Lo importante no es lo que ganaste, sino lo que haces con eso. Trato de mantenerme con los pies en la tierra, volver a mi comunidad, compartir lo que sé y abrir puertas a más interesados en la ciencia”.

Por eso, cuando no está frente a una supercomputadora modelando el clima de los astros, Guillermo dedica su tiempo a dar talleres y charlas en comunidades rurales a través del COESICYDET (Consejo Estatal de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico). Lleva conocimientos científicos desde niños hasta jóvenes que, como él alguna vez, sintieron curiosidad por descubrir el porqué del mundo a su alrededor.

La innovación puede nacer desde lo local. Cuando un niño de una comunidad maya me hace una pregunta sobre el universo, ahí hay una chispa que vale más que cualquier premio.

Guillermo Chin Canché nos deja la lección de que quienes sienten que su sueño es demasiado grande, “no se pidan permiso para soñar. Busquen entornos donde los escuchen, donde puedan crecer, y entiendan que el camino no es recto, pero siempre se puede construir”. 



4&5 Noviembre
2025
Expo Santa Fe, CDMX

World Business Forum



WOBI
Inspiring Ideas

EL FORO DE LIDERAZGO MÁS IMPORTANTE DEL PAÍS



SELF-MANAGEMENT
**James
Clear**



INNOVACIÓN
**Peter
Diamandis**



TALENTO
**Amy
Cuddy**



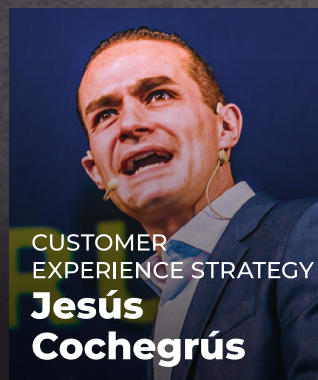
MÉXICO Y
LA ECONOMÍA GLOBAL
**Nouriel
Roubini**



BIENESTAR
Y RENDIMIENTO
**Elizabeth
Dunn**



LIDERAZGO
**Javier
Fernández**



CUSTOMER
EXPERIENCE STRATEGY
**Jesús
Cochegrús**

Contáctanos para conocer los beneficios y precios
especiales para tickets individuales y en grupo.



+52 55 5002 3232

+52 55 6493 5155

info.mx@wobi.com

Más información aquí

Main Sponsor



Strategic Partner



Supporting Partners



Uber para Empresas

VALERIA MARÍN,
FUNDADORA DE ENTREDIJES,
**Y SU EMPRENDIMIENTO
CON ESPÍRITU**

📷 @Entredijemx





Valeria Marín se define como una persona creativa por naturaleza. Desde la universidad, encontraba formas de hacer que las cosas funcionaran, pero al mismo tiempo, confiesa, cargaba con una profunda inseguridad que la hacía dudar de sus propias capacidades.

Antes de convertirse en la mente y el corazón detrás de Entredijes, Vale era una mujer creativa, inquieta y profundamente sensible, aunque también atravesaba un proceso interno complejo marcado por inseguridades y dudas. Desde hace 8 años, se dedicó a construir desde su apertura a la aventura, pero confiando más en los talentos de los demás que en los suyos propios. Fue a través de un proceso de separación profesional, y personal, que encontró la chispa que la impulsaría a reinventarse. Entredijes no nació solo de una visión creativa, sino de una necesidad urgente por recuperar la confianza en sí misma, reconciliarse con su intuición y comprobar que sí era capaz de crear algo auténtico y valioso desde cero.

Entredijes comenzó como un acto íntimo de expresión y sanación. Lo que empezó con el interés por la joyería entre amigas, pronto se transformó en un proyecto con tienda en línea, equipo de trabajo y su primer espacio físico en Guadalajara, Jalisco. Valeria no partió de la ambición económica, sino de un impulso genuino de ver crecer algo propio, una manifestación tangible de sus emociones, ideas y valores. Desde un inicio, la marca fue construida con las manos, el corazón y mucha intuición, más que con planes estratégicos o manuales empresariales.

A lo largo del camino, los retos no han sido pocos. Más allá de la ejecución creativa, consolidar una empresa le exigió enfrentarse a procesos administrativos, liderazgo y estructura, elementos que no siempre iban de la mano con su forma orgánica de trabajar. Aprendió que crecer no solo significa vender más o abrir nuevas sucursales, sino también rodearse de personas que compartan su visión, sin perder el alma de la marca en el intento. Para ella, emprender ha sido un proceso de autoconocimiento, de tomar decisiones difíciles, y de redefinir constantemente qué tipo de empresaria quiere ser: una que lidera con el alma y no desde el ego.

“Si algo me ha enseñado este camino, es que no quiero ser la empresaria tradicional, quiero ser una líder con alma”. Hoy, Entredijes se ha convertido en mucho más que una marca de joyería. Es una comunidad construida sobre la vulnerabilidad, la honestidad y la conexión emocional. No se trata solo de accesorios, sino de rituales cotidianos que acompañan procesos personales: duelos, logros, inicios, cierres, celebraciones. Valeria busca que sus clientas no solo se sientan bonitas, sino acompañadas y fortalecidas por aquello que llevan puesto.

Con una comunidad fiel y en constante crecimiento, gracias a las redes sociales, Valeria sueña con que Entredijes trascienda el objeto para convertirse en un estilo de vida. Imagina el abrir más sucursales que se conviertan en espacios físicos donde las mujeres se encuentren para compartir, expresarse y sentirse ellas mismas. Aunque reconoce que aún hay mucho por aprender, está convencida de que el crecimiento de la marca no debe implicar renunciar a su esencia.

Más que joyería, Entredijes es una declaración: una forma de decir “aquí estoy, así soy, y estoy aprendiendo a abrazarme como nunca antes”. En ese espejo emocional que Valeria ha creado, muchas mujeres han encontrado un refugio. Su historia nos recuerda que, en el camino de emprender, lo más valioso no siempre es el resultado, sino la transformación personal que se gesta mientras lo construyes. 



HELPWORK DRINKS

DAVID GÓMEZ

HelpWork Drinks es una empresa mexicana que impulsa al sector Horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías) con insumos innovadores para bebidas. Nuestro portafolio va desde café de autor recién tostado en origen (Chiapas, Oaxaca y Veracruz), hasta pulpas y jarabes de frutas que no requieren refrigeración, diseñados para aportar practicidad, calidad y rentabilidad a nuestros clientes. Nos definimos como una empresa visionaria, orgullosa de la riqueza de los frutos de México y con el compromiso de llevarlos al mundo.

Razón de creación de nuestros productos:

El origen de HelpWork Drinks surge al identificar que cafeterías, restaurantes y hoteles necesitaban practicidad sin sacrificar calidad. De ahí nacieron soluciones como nuestras pulpas listas para preparar aguas frescas, que ahorran tiempo, reducen mermas y cumplen con normativas de salud, así como jarabes naturales de fruta que duran hasta un año sin refrigeración. Nuestra misión es clara: ofrecer a nuestros clientes insumos que simplifiquen su operación, mejoren su rentabilidad y eleven la experiencia del consumidor final.

1 ¿Qué decisión valiente marcó un antes y un después en tu camino emprendedor y cómo transformó tu visión de negocio?

La decisión más valiente que tomé fue dejar la seguridad de una carrera estable en telecomunicaciones para aventurarme en el mundo del emprendimiento. Pasé de vender servicios transaccionales a diseñar un negocio relacional, donde cada cliente pudiera regresar constantemente a consumir nuestros productos. Ese salto me enseñó que el verdadero valor no está solo en lo que vendes, sino en crear relaciones de largo plazo con tus clientes. Entendí que un negocio sólido no se construye únicamente con ventas, sino con confianza, innovación y la capacidad de resolver problemas reales del mercado.



Café recién tostado de origen mexicano y pulpas naturales para bebidas (aguas frescas, frappés y coctelería).



@helpworkdrinks

helpwork.mitiendanube.com

2 Si tu emprendimiento pudiera impactar a toda Latinoamérica, ¿qué impulsaría tu producto o qué problema elegirías resolver primero y por qué?

Si HelpWork Drinks pudiera impactar a toda Latinoamérica, impulsaría el acceso a insumos de calidad y fáciles de usar que ayuden a pequeños y grandes negocios a crecer. En nuestra región, millones de emprendedores en el sector de alimentos y bebidas luchan por mantenerse competitivos frente a cadenas globales. Nuestros productos no solo reducen costos y tiempos de preparación, sino que les permiten a los negocios locales ofrecer experiencias memorables a sus clientes. Resolver este problema significa empoderar al emprendedor latinoamericano, fortalecer la economía regional y llevar con orgullo nuestros sabores al mundo.

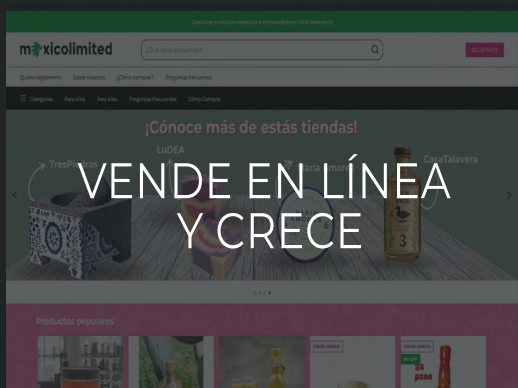
3 Más allá del éxito económico, ¿qué legado quieres dejar como emprendedor y qué huella te gustaría que tu historia inspire en otros?

Más allá del éxito financiero, quiero dejar un legado de innovación y orgullo por lo que producimos en México y Latinoamérica. Mi propósito es demostrar que con creatividad, disciplina y visión podemos transformar insumos tradicionales en productos modernos, prácticos y competitivos globalmente. Aspiro a que mi historia inspire a otros emprendedores a atreverse, a entender que el camino no es fácil pero sí gratificante, y que cada paso puede convertirse en un impacto positivo en su comunidad. Quiero que HelpWork Drinks sea recordada como una marca que no solo vendió bebidas, sino que abrió puertas a nuevas oportunidades para quienes confiaron en nosotros. 

CONECTA CON UNA COMUNIDAD QUE DA RESULTADOS:

¡DIGITALIZA, PROFESIONALIZA Y ESCALA TU NEGOCIO CON MEXICO LIMITED!

En Mexico Limited impulsamos lo **hecho en México** dando mayor **visibilidad a los productos** de nuestros emprendedores y acompañándolos con **herramientas y guía práctica** para que su talento se convierta en ventas.



mexicolimited
Impulsando el éxito de las PyMEs mexicanas

 mexicolimited.com

 [@mexico.limited](https://www.instagram.com/mexico.limited)

Emprendedores que están reescribiendo las reglas del juego

MARÍA AMORES

BETTY ZAMORA Y YADIRA SIGLER



mariamoresmx

mariamores.com

En un mundo donde cada vez buscamos productos más naturales, sostenibles y responsables, surge María Amores, una empresa que nació con la misión de proteger a las abejas y compartir los beneficios de la colmena a través de productos que cuidan la piel y el bienestar de las personas.

Nuestro producto estrella es la crema facial, elaborada a base de miel, vitaminas y otros derivados de la colmena que aportan hidratación, nutrición y regeneración profunda.

Una de las decisiones más valientes que marcó un antes y un después fue que, en este camino del emprendimiento siempre llega el momento clave que define el rumbo. En nuestro caso, fue atrevernos a convertir una pasión en un proyecto de vida, dejando atrás la comodidad de lo conocido para apostar por un sueño, crear con propósito.

Esa decisión no solo transformó la visión del negocio, sino que también nos enseñó que emprender no es únicamente vender, sino generar impacto y conciencia en cada persona que se acerca a nuestras honey boutiques. María Amores, es un movimiento que busca transformar cuidado con conciencia, belleza en respeto y emprendimiento en legado.

Queremos posicionarnos en Latinoamérica y en todo el mundo, como una marca que no solo ofrece resultados visibles, sino que también impulsa un movimiento de consumo consciente y sostenible, capaz de generar bienestar personal y en la biodiversidad de la región.

Nuestros productos, además de embellecer y cuidar, impulsan un mensaje: cuidar la piel y cuidar el planeta, pueden ir de la mano. Soñamos con que cada frasco lleve consigo no solo salud y belleza, sino también un recordatorio de que juntos podemos proteger la biodiversidad.

En María Amores, nuestro mayor anhelo es que las generaciones futuras recuerden que un día existió un emprendimiento que creyó en la fuerza de lo pequeño. Aspiramos a ser una fuente de inspiración y dejar como legado la certeza de que el verdadero éxito no se mide únicamente en cifras, sino en la huella positiva que imprimimos en la naturaleza y en las personas que tocan nuestra historia.



SZS ZEN (SOLUCIONES ZEN SOSTENIBLES) MARIO ROBLED

SZS ZEN es un emprendimiento mexicano que transforma el sargazo, uno de los mayores problemas ambientales del Caribe, en materias primas y productos sostenibles como sandalias, mats de yoga y calzado deportivo. Nuestro propósito es cuidar el planeta y generar impacto social positivo, creando soluciones que combinan confort, estilo y sustentabilidad.

El sargazo es una crisis ambiental que afecta el turismo, la biodiversidad marina y las comunidades costeras. Decidimos darle un valor transformador, convirtiéndolo en productos útiles, biodegradables y de alta calidad que además financian la siembra de corales a través de Oceanus A.C., cerrando así un círculo de impacto ambiental y social.

1 ¿Qué decisión valiente marcó un antes y un después en tu camino emprendedor y cómo transformó tu visión de negocio?

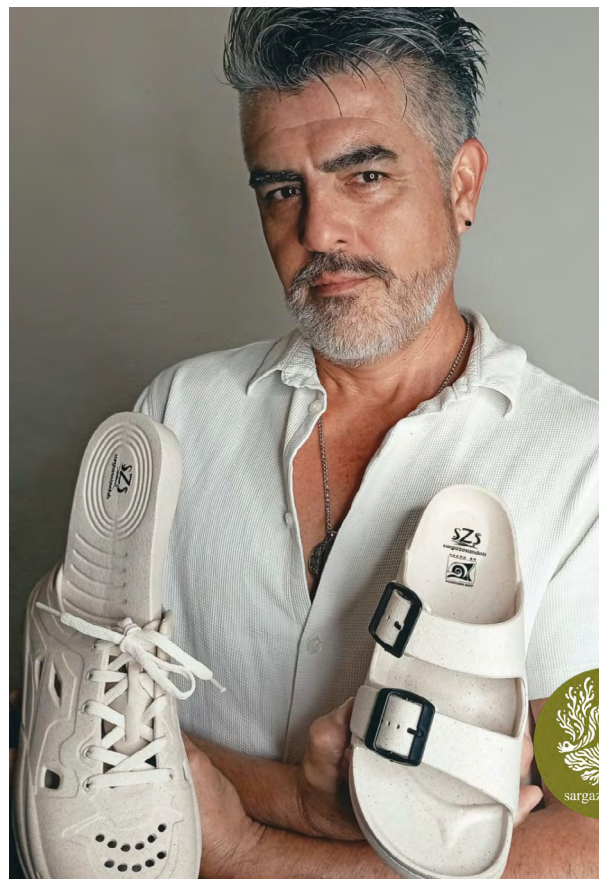
La decisión más valiente fue transformar un problema ambiental en una oportunidad: apostamos todo a un material que pocos creían viable, el sargazo. Ese salto nos llevó de ser una idea experimental a convertirnos en una empresa que ya logró dos producciones completas y busca escalar con producción 3, a nivel internacional. Nos enseñó que la innovación nace de la urgencia y que los grandes retos son también grandes oportunidades.

2 Si tu emprendimiento pudiera impactar a toda Latinoamérica, ¿qué impulsaría tu producto o qué problema elegirías resolver primero y por qué?

Impulsaremos la transformación de residuos en soluciones sostenibles, comenzando por el sargazo en el Caribe y logrando la producción 3 biodegradable, resolviendo el problema de la basura y su impacto en mares y ciudades es clave para la salud ambiental, económica y social de Latinoamérica.

3 Más allá del éxito económico, ¿qué legado quieres dejar como emprendedor y qué huella te gustaría que tu historia inspire en otros?

Nuestro legado es demostrar que sí se pueden hacer empresas cuidando al planeta. Queremos inspirar a otros a ver en los residuos naturales nuevas oportunidades, a construir negocios con propósito y a creer que el impacto positivo es posible. La huella que queremos dejar es clara: comunidades más sostenibles, océanos más limpios y consumidores orgullosos de usar productos que cambian realidades. 🌱



📷 [szs_zen_oficial](#) 🌐 [szssargazoproducts.mitiendanube.com](#)

Nuestro producto estrella es la materia prima, Vamos por producciones ya que requerimos hacer toneladas para lograr los productos, ahora estamos en venta de la segunda producción, de Sandalias modelo SZS13 hechas con pulpa de sargazo tostado con eva, cómodas, y con un impacto ambiental positivo. Y estamos en preventa de producción 3 en donde ya tenemos más productos como el modelo SZSW20, tenis, mats de yoga, chanclas y ahora en producción 3 lograremos sea biodegradable.

ÚNICO TEOTIHUACANO

Único Teotihuacano es la empresa líder y pionera en cuanto a la elaboración de productos derivados del nopal, tuna, xoconostle y maguey. Contamos con más de 20 años de experiencia en la elaboración de productos libres de conservadores, colorantes y saborizantes artificiales.

Desde licores, pulque envasado, mermeladas, salsas, botanas y productos de cuidado personal, cada creación representa un homenaje a la identidad mexicana.

Único Teotihuacano no solo representa una marca, sino una visión: demostrar que la tradición y la innovación, cuando caminan juntas, pueden generar riqueza, bienestar y oportunidades para las comunidades.

Único Teotihuacano nació por la necesidad de rescatar y darle valor agregado a ingredientes emblemáticos como lo son el xoconostle, nopal, tuna y maguey que anteriormente estaban atravesando por una sobreproducción, no estaban siendo aprovechados y estaban siendo desperdiciados. Es por esto por lo que el proyecto de Único Teotihuacano buscaba aprovechar al máximo las propiedades naturales que tienen estas plantas y frutos y así transformarlos en productos gourmet que sean 100% naturales, de calidad, saludables y que impulsaran la autenticidad mexicana. Al mismo tiempo que generamos desarrollo para productores locales y fortalecemos la economía de la región de Teotihuacán.

1 ¿Qué decisión valiente marcó un antes y un después en tu camino emprendedor y cómo transformó tu visión de negocio?

La decisión más valiente fue iniciar este proyecto cuando muchos dudaban del potencial de nuestras materias primas y del producto, el miedo a lo desconocido hacía que no fueran valorados, pero se apostó por la idea y gracias al esfuerzo y perseverancia cada vez más fue la aceptación de los consumidores, es necesario tener fe, así es como se logró transformar algo desconocido en un producto reconocido y

con gran aceptación de la gente. El ver el éxito y la aceptación del consumidor fue motivación para seguir impulsando el proyecto. Esa decisión marcó un antes y un después porque hubo muchos retos que se tuvieron que vencer, además nos enseñó que emprender es un camino complicado donde uno debe tener decisión y arriesgarse por sus ideales, ya no se trata solo de vender un producto sino de preservar el trabajo que realizaron las anteriores generaciones, crear y prevalecer el legado que se dejó y, sobre todo incentivar el reconocimiento de este proyecto para futuras generaciones.

2 Si tu emprendimiento pudiera impactar a toda Latinoamérica, ¿qué impulsaría tu producto o qué problema elegirías resolver primero y por qué?

Si pudiéramos tener un impacto en toda Latinoamérica impulsaríamos el consumo de productos de calidad resaltando los sabores únicos, naturales, saludables y mexicanos elaborados con ingredientes nativos y representativos de la cultura mexicana. Nuestro objetivo es generar bienestar al consumidor mediante productos que sean agradables al paladar, así mismo buscamos potencializar y crear nuevas oportunidades para productores locales, demostrando así que nuestras raíces y tradiciones pueden competir en los más altos niveles de exigencia a nivel mundial.

3 Más allá del éxito económico, ¿qué legado quieres dejar como emprendedor y qué huella te gustaría que tu historia inspire en otros?

Más allá del éxito económico, lo que realmente queremos es que Único Teotihuacano sea ejemplo de que la perseverancia, constancia y dedicación son el éxito de un proyecto. Además de no tener miedo de empezar desde cero, aunado a eso el principal legado que queremos dejar es impulsar el reconocimiento y consumo de productos naturales con ingredientes nativos, demostrando así que tienen un gran valor único, universal y que pueden competir a nivel internacional. Único Teotihuacano es más que una empresa, es un legado familiar y cuando se trabaja con pasión la tradición puede trascender el tiempo, queremos que este sea un proyecto exitoso que trascienda generaciones. @



THE VEGAN ART

CLAUDIA DÍAZ

The Vegan Art es una marca dedicada a crear productos veganos innovadores que combinan nutrición, sabor y consciencia. Nos definimos como un proyecto que une salud, bienestar animal y cuidado del medio ambiente, ofreciendo alternativas que inspiran un estilo de vida más consciente y sostenible.

Creamos nuestra proteína vegana en polvo para resolver una necesidad muy común: acceder a una fuente de nutrición limpia, deliciosa y libre de ingredientes de origen animal. Queremos demostrar que es posible cuidar la salud sin sacrificar el sabor ni los valores éticos, ofreciendo una opción que aporta energía ligera, digestión fácil y beneficios reales para el cuerpo.

¿Qué decisión valiente marcó un antes y un después en tu camino emprendedor y cómo transformó tu visión de negocio?

La decisión más valiente fue transformar mi estilo de vida en mi misión profesional: convertir mi experiencia de más de tres décadas como vegana en un proyecto empresarial. Dejar la seguridad de otros caminos para apostar por mi visión me permitió entender que el emprendimiento no solo es un negocio, sino una forma de alinear propósito y acción. Eso cambió mi manera de ver el éxito: ya no solo como números, sino como impacto en la vida de las personas.

Si tu emprendimiento pudiera impactar a toda Latinoamérica, ¿qué impulsaría tu producto o qué problema elegirías resolver primero y por qué?

Impulsaría la educación alimentaria, porque muchas personas en Latinoamérica siguen creyendo que para estar fuertes y saludables es indispensable el consumo de productos de origen animal. Mi producto sería un vehículo para romper ese mito y acercar a millones a una nutrición más limpia, accesible y respetuosa con el planeta. Resolver la desinformación en torno a la proteína vegetal, ya sea en licuados, hummus o en diferentes versiones, es clave para mejorar la salud pública y el bienestar ambiental en la región.

Más allá del éxito económico, ¿qué legado quieres dejar como emprendedor y qué huella te gustaría que tu historia inspire en otros?

Quiero dejar como legado la certeza de que es posible emprender con propósito y que cada elección diaria puede ser un acto de coherencia entre lo que creemos y lo que hacemos. Me gustaría que mi historia inspire a otros a atreverse a crear negocios con alma, que no solo busquen ganancias, sino también generar un impacto positivo en la sociedad y el planeta. 🌱



 theveganart

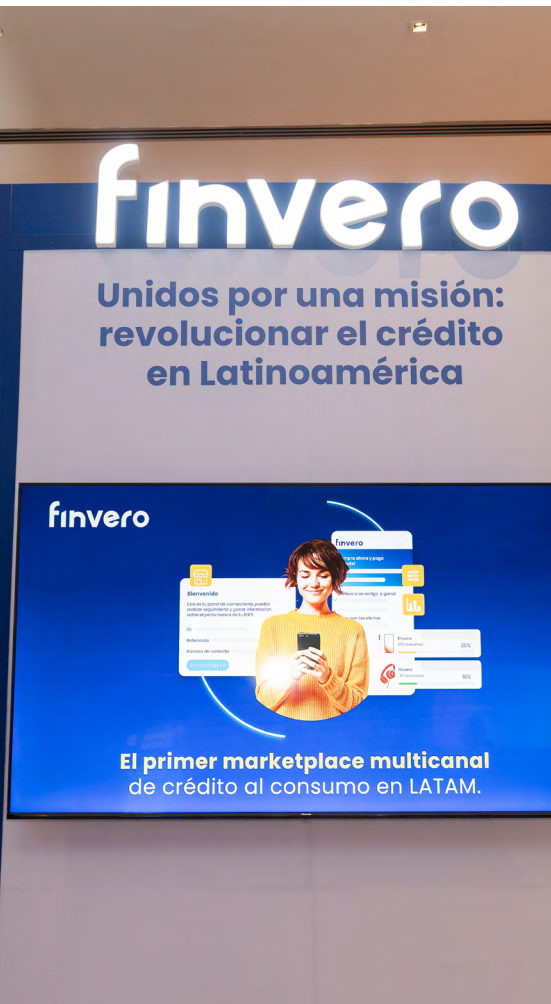
 theveganart.com



CACAO - AVELLANA

Proteína vegana en polvo

CRÉDITO CON PROPÓSITO: CÓMO FINVERO ESTÁ REDEFINIENDO LA INCLUSIÓN FINANCIERA



La inclusión financiera en México aún enfrenta enormes barreras: más del 40% de la población adulta no tiene cuenta bancaria, solo el 22.6% posee tarjeta de crédito departamental, y apenas el 15.7% cuenta con crédito bancario formal, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2024), elaborada por el INEGI y la CNBV.

Como señala el informe: “Persisten brechas importantes en el acceso y uso de productos financieros, especialmente en segmentos como jóvenes, mujeres y zonas rurales”.

Ante este panorama, finvero, bajo el liderazgo de su CEO Erika Quezada, está liderando una transformación profunda del sector financiero en el país.

Erika ha sido clara y consistente en su mensaje: “Estoy convencida que la tecnología ha transformado radicalmente la personalización de los servicios financieros... de modelos centrados en el producto a modelos centrados en el cliente”. Su enfoque combina inteligencia artificial, machine learning y data alternativa para evaluar perfiles de riesgo de manera más justa y ajustada a las realidades de usuarios que han sido excluidos por los sistemas tradicionales.

“La inclusión financiera no se trata solo de otorgar un crédito, sino de generar confianza, educación y autonomía financiera”, afirma Erika Quezada.

En finvero, la prioridad es construir un sistema de crédito que responda a las necesidades reales del usuario. Gracias al uso de datos no convencionales, como comportamiento digital, geolocalización, historial de compras y reputación online, Finvero logra evaluar a personas sin historial crediticio y brindarles opciones rápidas, accesibles y transparentes.

“La inteligencia artificial y el machine learning están revolucionando la forma en que las empresas gestionan sus riesgos... promoviendo la inclusión financiera”.

Esta filosofía se traduce en resultados concretos: agilidad en los procesos, soluciones personalizadas, y sobre todo, mayor acceso para emprendedores y personas sin historial bancario. El modelo de finvero pone en el centro la persona, no únicamente el producto.

La propuesta de finvero va más allá del otorgamiento de crédito: busca educar, empoderar y transformar financieramente a sus usuarios. Erika lo ha repetido en múltiples foros: la tecnología es solo una herramienta. El verdadero cambio llega cuando se pone la empatía, el propósito y la educación en el centro de cada solución. Así, cada historia de inclusión se convierte en una historia de progreso. **e**



Finvero automatiza el score de fraude y riesgo, combinando data tradicional y alternativa para ofrecer una visión 360° del comportamiento de usuarios”.



UNIVERSIDAD DE EXCELENCIA EDUCATIVA MÉXICO

FORMANDO

Líderes.

 UNIVERSIDAD.UEEM.OFICIAL

 UNIVERSIDAD UEEM

 55 9718 UEEM
(8336)

BACHILLERATO

LICENCIATURAS

POSGRADOS



UNIVERSIDAD
UEEM

INSISTIR, PERSISTIR Y JAMÁS DESISTIR

INSTITUTOUEEM.EDU.MX/

- Nezahualcóyotl - Rojo Gómez - Chimalhuacán - Los Reyes La Paz - Texcoco - Volcanes - Chapultepec
- Tlalnepantla - Nicolás Romero - Toluca - Veracruz - Chilpancingo - Salamanca - Guadalajara
- Aguascalientes

MAPA CONCLUYE CON ÉXITO SU PRIMERA CUMBRE ANUAL 2025 EN LA CIUDAD DE MÉXICO

MÁS DE 150 LÍDERES DE ESTADOS UNIDOS Y MÉXICO TRAZAN
NUEVAS RUTAS DE COOPERACIÓN BINACIONAL

CIUDAD DE MÉXICO, 22 de septiembre de 2025 - La Mexican American Policy Alliance (MAPA) cerró con gran éxito su Primera Cumbre Anual 2025, realizada del 17 al 19 de septiembre en el Hotel W Marriott Polanco de la Ciudad de México. Durante tres días, más de 150 participantes, entre legisladores estatales, autoridades federales, líderes comunitarios, empresarios, académicos y representantes de organizaciones civiles de ambos países, se reunieron bajo el lema “Resiliencia, Trabajo en Coordinación y Posibilidades: Forjando relaciones entre México - EE. UU”.

La Cumbre se centró en cuatro pilares fundamentales: prosperidad compartida, comercio e inversión, energía sostenible y la construcción de fundamentos de cooperación a largo plazo. En los diversos paneles y mesas de trabajo, los participantes debatieron sobre estrategias para abordar desafíos comunes y aprovechar oportunidades conjuntas.

Durante la inauguración, Jesús Ramírez Cuevas, jefe de asesores de la presidencia de México, ofreció una perspectiva contundente sobre la relación binacional al afirmar: “La interdependencia económica es tan grande que no podemos pensar en otra forma de relacionarnos que no sea fortaleciendo nuestros vínculos económicos, sociales y culturales”.

Por su parte, Arturo Carmona, presidente de MAPA, enfatizó la urgencia de construir alianzas duraderas desde el ámbito local: “Juntos estamos construyendo una alianza binacional que perdurará más allá de los ciclos electorales, trascenderá las divisiones partidistas y creará una Norteamérica definida por la unidad y la posibilidad”.

El evento contó con la presencia de una variedad de funcionarios y líderes de ambos países, reafirmando el carácter binacional de la iniciativa. Entre los asistentes se encontraron:

- Jesús Nathaniel Rodríguez Ordoñez, Coordinador del Centro de Estudios Migratorios de la Secretaría de Gobernación.
- Luis Rosendo Gutiérrez Romano, Subsecretario de Comercio Exterior.
- Laura Itzel Castillo, Presidenta del Senado de México.
- Altagracia Gómez Sierra, Coordinadora del Consejo Asesor Empresarial.
- Nora Preciado, integrante de MAPA.
- Tayrin Riojas, cofundadora de MAPA.
- David Álvarez, Asambleísta y Presidente de la Selección California-México del comité.
- Mariana Sandoval, Representante de Arizona.
- Edgar Flores, Senador de Nevada.

Un paso histórico hacia una agenda común

La cumbre generó resultados destacados, como la propuesta de un acuerdo piloto de intercambio de datos entre departamentos de salud fronterizos y la creación de corredores turísticos binacionales. El evento concluyó con una declaración de compromisos que servirá como hoja de ruta para los próximos encuentros.

Con esta Primera Cumbre, MAPA se consolida como un puente binacional que articula a legisladores estatales, comunidades migrantes, iniciativa privada y autoridades de ambos países en torno a una visión compartida de prosperidad, sostenibilidad y cooperación a largo plazo.

La próxima edición de la Cumbre está prevista para septiembre de 2026 en Estados Unidos, donde se dará continuidad a los acuerdos y se evaluarán los avances alcanzados. 



EL CONSEJO COORDINADOR EMPRESARIAL Y 30 EMPRESAS LANZAN LA CAMPAÑA “LO HECHO EN MÉXICO ESTÁ MEJOR HECHO”

PARA PROMOVER EL ORGULLO NACIONAL Y EL CONSUMO LOCAL

El Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y treinta empresas de diferentes industrias y sectores anunciaron hoy el lanzamiento de la campaña nacional “Lo Hecho en México está Mejor Hecho”, la cual distingue la calidad y valor de los bienes fabricados y los servicios ofrecidos en el país, además de celebrar el orgullo de ser mexicanos.

La campaña representa una iniciativa sin precedentes en la historia reciente del país. Conjunta en un esfuerzo colectivo a marcas, en algunos casos competidoras directas, de sectores como alimentos, construcción, electrodomésticos, servicios financieros, transporte, salud y bienes de consumo, entre otras. Participan, en su mayoría, empresas mexicanas y, en algunos casos, compañías internacionales con operación y compromiso por el país.

“Lo Hecho en México está Mejor Hecho” es una iniciativa del CCE que cuenta con el respaldo del Gobierno de México y, en particular de la Secretaría de Economía, dependencia que certifica y otorga el sello “Hecho en México” a los productos y servicios que cumplen con estándares de calidad establecidos y que son manufacturados u ofrecidos en el país.

“Hecho en México” es un programa mediante el cual el Gobierno federal, a través la Secretaría de Economía, busca proteger a la industria nacional y a los trabajadores del país, así como fortalecer el mercado interno y los encadenamientos productivos.

El secretario de Economía, Marcelo Ebrard, explicó que Hecho en México forma parte del Plan México, el proyecto de la presidenta Sheinbaum para impulsar la economía y el desarrollo en el país. Hecho en México, dijo, tiene como objetivo reconocer la calidad de las empresas nacionales, así como proteger a las industrias y los empleos locales.

“Cada vez que compras algo que está hecho en México, estás apoyando a tu familia. Porque todos dependemos de lo que se hace en nuestro país”, expresó Ebrard, quien recordó que más de 2 mil empresas ya han obtenido el distintivo.

Por su parte, Francisco Cervantes, presidente del CCE, calificó la campaña como un esfuerzo sin precedentes que une a la IP con el Gobierno de México para promover la economía.

“Apostar por lo Hecho en México significa fortalecer a las pequeñas y medianas empresas proveedoras, consolidar encadenamientos

productivos y multiplicar beneficios en cada región del país. Elegir lo Hecho en México no solo fortalece nuestro mercado interno, también envía al mundo un mensaje de confianza y solidez institucional”, apuntó Cervantes.

En tanto, Rodrigo Herrera, presidente de Genomma Lab, destacó que la campaña surgió como una propuesta de empresarios mexicanos que propusieron al Gobierno de México lanzar una iniciativa conjunta para impulsar a las empresas y a los trabajadores mexicanos.

Armando Paredes, presidente del Consejo de la Comunicación, indicó que México cuenta con un sector empresarial fuerte y unido, que además de generar empleo, cumple con su dimensión social, buscando siempre el bienestar de la sociedad, así como contribuir en la construcción de un país más desarrollado, competitivo y sostenible.

Por su parte, Fernanda Suárez, directora de Mercadotecnia, Trade Marketing y RP de Grupomar, destacó las empresas participantes en la campaña han demostrado su compromiso con el país.

Las empresas participantes en la iniciativa son: Alpura, Banorte, Bimbo, Cemex, Chedraui, Clip, Cloralex, Coppel, Atún Dolores, Domum Corvo, Farmacias del Ahorro, Grupo Modelo, Helvex, Knorr, Lala, Lamosa, Liverpool, Mabe, MasterCard, Mercado Libre, Mobility ADO, Oxxo, Plata, Regio, Sabritas, SeguriTech, Suerox, Ternium, Tuny y Viva. La campaña “Lo Hecho en México está mejor Hecho” se difundirá en televisión abierta, televisión restringida, radio, exteriores, redes sociales y otros canales digitales, desde el 2 de septiembre y hasta el 30 de noviembre a nivel nacional. Se financiará exclusivamente con recursos privados administrados por el Consejo de la Comunicación. 





gaming: DE PASIÓN A PLATAFORMA DE **NEGOCIOS E INNOVACIÓN REGIONAL**



En la era digital, el entretenimiento dejó de ser un simple pasatiempo para convertirse en una industria que redefine mercados, audiencias y oportunidades de negocio. La generación Z, nacida con internet y la tecnología, es protagonista de esta revolución, y el gaming se ha convertido en un espacio clave para conectar con ellos de manera auténtica, profunda y sostenible.

De la pasión al negocio

“El gaming no es una moda; es una industria sin techo”, asegura Juan Diego García, fundador de Gamergy, quien ha liderado eventos de gran impacto en América Latina. Hoy, grandes marcas globales buscan llegar a la generación Z ofreciendo tres cosas: autenticidad, conexión y presencia dentro de las comunidades digitales. Lo que antes parecía un hobby ahora es un negocio que supera la facturación del cine y la música juntos.

En su más reciente evento en Expo Banamex, Gamergy reunió a miles de jugadores, creadores de contenido y marcas para vivir la experiencia del gaming en vivo, demostrando cómo una pasión puede convertirse en una plataforma sólida de negocios y networking. “Cada festival se adapta a la cultura y los hábitos de consumo locales, generando un contenedor real de toda la industria”, comenta García.

Oportunidades en un ecosistema emergente

La industria del gaming todavía se encuentra en desarrollo, lo que genera enormes oportunidades para emprendedores. Desde la creación de contenido y comunidades hasta la profesionalización de actores clave, existen múltiples formas de crecer en este sector. La



pandemia aceleró la evolución del mercado, dejando espacios con necesidades de gestión profesional que hoy se están consolidando para asegurar su crecimiento sostenible.

Cualidades para proyectos disruptivos

Juan Diego destaca cuatro cualidades esenciales para emprender en este sector:

1. Adaptabilidad: la industria está en constante cambio y aún no ha alcanzado su madurez.
2. Autenticidad: la audiencia valora la sinceridad y la transparencia.
3. Conexión: entender las necesidades de cada mercado y segmento.
4. Convivencia con la comunidad: participar activamente y acompañar a los usuarios en todas sus etapas, desde casuales hasta profesionales.

Cómo emprender y ser empresario en la industria gamer

Para transformar la pasión por el gaming en un negocio real, los expertos recomiendan:

1. Conocer la audiencia: entender sus intereses, hábitos y comunidades digitales.
2. Validar la idea: iniciar con proyectos piloto, medir resultados y ajustar estrategias.
3. Crear alianzas estratégicas: marcas endémicas y no endémicas pueden colaborar si ofrecen valor real sin imponer productos.
4. Profesionalizar la gestión: desde finanzas hasta marketing y relaciones públicas, un enfoque profesional marca la diferencia.
5. Innovar constantemente: la industria evoluciona rápido; los proyectos deben anticiparse a tendencias y adaptarse.
6. Construir comunidad: la fidelidad se gana al interactuar con la audiencia y generar experiencias auténticas.
7. Medir impacto: evaluar resultados financieros y sociales para asegurar sostenibilidad a largo plazo.

“Si logras conectar de manera genuina con tu audiencia y acompañarla en su crecimiento, tu proyecto tiene un futuro sostenible y escalable”, asegura García.

Alianzas estratégicas con marcas

Las marcas que buscan ingresar al mundo Gamer deben hacerlo sin perder autenticidad. Según García, existen dos tipos:

- Endémicas: marcas naturales de la industria, como tecnología o telecomunicaciones.
- No endémicas: marcas cuyo producto no está directamente relacionado con el gaming.

“El reto es acompañar a la audiencia en su crecimiento, sin imponer productos, sino ofreciendo valor y presencia en sus experiencias”, explica Juan Diego.

Innovación social y desarrollo de talento joven

El gaming no es solo entretenimiento; también es innovación social. Los eventos de Gamergy permiten que jóvenes creadores de contenido y profesionales en formación interactúen con la industria, aprendan y desarrollen habilidades, mientras se consolidan comunidades que, aunque digitales, se encuentran presencialmente una vez al año.

Consejos para emprendedores y empresarios

Para transformar una pasión en un proyecto de impacto regional o global, García enfatiza la importancia de:

- Hablar el idioma de la audiencia.
- Acompañar su evolución año con año.
- Mantener innovación y pasión por aportar valor auténtico.
- Construir un proyecto escalable y sostenible, basado en comunidades genuinas y experiencias memorables.

“Si logras estos puntos, la comunidad te abrazará y tu proyecto tendrá un futuro sólido en el tiempo”, concluye. 

EL RETO DE CRECER: CÓMO MÉXICO PUEDE DUPLICAR SU INGRESO PER CÁPITA

México es un país con enormes posibilidades de crecimiento, con la gente y los recursos que tenemos. Sin embargo, para aprovecharlas debemos de romper paradigmas y creencias profundamente arraigadas que nos impiden transformar el destino de nuestro país.

Cómo duplicar el ingreso de todos los mexicanos, la más reciente entrega de Salvador Alva quien fue presidente del Tecnológico de Monterrey, y de PepsiCo en América Latina, comienza respondiendo a estas preguntas: ¿Cuáles son los indicadores que determinan el bienestar de una sociedad? y, ¿dónde debería México enfocar su energía, recursos y estrategias para destacar en un entorno global?

Los países más exitosos son los que han sabido definir y seguir una estrategia para diferenciarse, y concentran sus esfuerzos en ello. Cuando hay recursos limitados físicos, económicos o humanos, no estar enfocados los lleva a no poder crecer y desperdiciar posibilidades de crecimiento.

Entre 1982 y 2023, en 41 años, solo unos pocos países en vías de desarrollo lograron superar la barrera de los 20 000 dólares anuales de ingreso per cápita, y con ello mejorar sustancialmente la calidad de vida de su población. Este avance se refleja en el índice de Desarrollo Humano (IDH) de la ONU, donde puede observarse que estos países tuvieron un gran desarrollo. Entre estos están Singapur que ha crecido más de 4 veces, está en el 9° lugar del IDH, Hong Kong más de 2 veces, está en el 4° lugar España casi al doble, en lugar 27 del IDH y México solo con el 1.2 de crecimiento está en el número 77 en la lista del IDH.

El autor nos dice que, para lograr grandes transformaciones, necesitamos una visión compartida que inspire y una persistencia constante para alcanzarla con determinación. También se necesita impulsar una economía de libre mercado centrada en la educación y el emprendimiento es la única forma de generar más y mejores empleos.



Invita a los lectores a atreverse a enfrentar el desafío y que todos seamos un solo país, un México donde hacemos que las cosas sucedan. Es momento de concentrar nuestros esfuerzos en tres grandes proyectos:

1 Impulsar el emprendimiento: la creación de empresas es la única manera de generar valor en un país, ya que estas producen riqueza, empleos e impuestos. Las que rompan con el statu quo y ofrezcan soluciones disruptivas e innovadoras son las que pueden ayudar a que México crezca entre 6% y 8% anual. Este país debe lograr que sus ciudadanos se transformen en generadores de empleo y dejen el rol de consumidores.

2 Desarrollar el talento: en la economía del conocimiento se está generando el mayor bienestar de una sociedad, pero al mismo tiempo, si no tenemos un piso parejo esto nos puede polarizar. La educación de calidad y la conectividad deben de ser un derecho universal para todos. Se debe de fomentar en los mexicanos la cultura del esfuerzo, inclusión, diversidad y una vida digna con calidad en el trabajo.

3 Evolucionar hacia ciudades sostenibles: México debe crear y modernizar ciudades para que funcionen como islas de prosperidad y sean capaces de competir a nivel global. Para esto necesita tomar decisiones estratégicas que lo lleven a tener ciudades con: propuestas atractivas que seduzcan a inversionistas y flujos de capital; ser aspiracional y con una realidad histórica, su desarrollo debe inspirar y anclarse en raíces que le den sentido y autenticidad y, por último, contar con un distintivo para destacar por características que la hagan única. 

VIDEOJUEGOS, MILLONES Y MARCAS:

OPORTUNIDADES LEGALES Y DE NEGOCIO EN LOS E-SPORTS

La creatividad humana no tiene límites. Hoy más que nunca, esta capacidad se ha trasladado al terreno digital, donde la innovación tecnológica abre nuevas oportunidades de negocio. Un ejemplo contundente es el de los e-sports o deportes electrónicos, una industria que ha dejado de ser mero entretenimiento para convertirse en un fenómeno global, profesionalizado y altamente rentable.

Lejos del estereotipo del gamer solitario, los e-sports agrupan hoy a millones de personas que encuentran en esta actividad un modo de vida. Existen jugadores profesionales, equipos fichados por marcas, entrenadores, patrocinadores y una audiencia global que no para de crecer. De hecho, en 2017 una final de e-sports superó en audiencia al Super Bowl y a la final de la NBA. Se proyecta que para 2028 este mercado supere los 6,000 millones de dólares, impulsado por la inteligencia artificial, la realidad virtual y la masificación del uso de smartphones.

La pandemia de COVID-19 actuó como catalizador de esta industria, acelerando el consumo de contenido digital. Plataformas como Twitch, propiedad de Amazon, han transformado la forma de interactuar con los videojuegos, atrayendo a millones de usuarios que ven, comparten y monetizan partidas en tiempo real. Clubes deportivos como el Real Madrid y el Paris Saint-Germain ya tienen sus propios canales en Twitch, conscientes del potencial de esta nueva forma de entretenimiento.

A nivel global, se estima que en 2022 había 261 millones de entusiastas de los e-sports, y para 2025 esa cifra superará los 318 millones. Este crecimiento representa una enorme oportunidad para emprendedores que busquen incursionar en sectores relacionados con la tecnología, el marketing digital, la formación profesional, el diseño de videojuegos, el derecho o la creación de contenido.



Pero con esta expansión también surge la necesidad de un marco legal robusto, en especial en materia de propiedad intelectual. Los videojuegos pueden ser protegidos como obras literarias; los personajes y animaciones, como obras artísticas; los nombres de jugadores y equipos, como marcas o nombres comerciales. Además, existen derechos de imagen, derechos conexos y posibilidades de registrar contenidos mediante reservas de derechos. Todo esto abre un amplio campo de acción para abogados, desarrolladores, inversores y empresarios interesados en capitalizar el boom de los e-sports.

El libro Los deportes electrónicos, analiza el fenómeno desde la perspectiva jurídica, sin perder de vista su impacto económico y social. Incluye un recorrido por la legislación en propiedad intelectual y derechos de autor en México, así como los retos legales relacionados con la profesionalización de los gamers, su contratación, los derechos laborales, y el concepto emergente de “derecho de arena”.

En síntesis, los e-sports no son una moda pasajera: son una industria sólida y en expansión que representa una gran oportunidad para quienes sepan innovar y emprender con visión estratégica en este entorno digital. 

En E+E creemos que las ideas poderosas también se expanden a través de los libros. Por eso, seleccionamos títulos recomendados de grandes autores, lanzamientos que están basados en tendencias y referentes destacados.



Estos autores no solo inspiran, también ofrecen herramientas estratégicas para emprendedores y empresarios que buscan innovar con propósito, liderar con visión y dejar huella más allá de sus fronteras.

¿Sabes cuántas empresas hay detrás de la compra de tu casa?

CONSTRUCTORAS

+ 8,000 Empresas
+ 380,000 Empleos

LAS EMPRESAS GENERAN
8 DE CADA 10 EMPLEOS



BANCOS

+ 50 Empresas
+ 300,000 Empleos



¡Escanéame!

Censo Económico 2019, INEGI

Voz de las Empresas



Consejo de la Comunicación

QUERIDA COMUNIDAD DE EMPRESARIOS + EMPRENDEDORES

Hoy más que nunca, el mundo necesita líderes con propósito, emprendedores capaces de pensar en grande y actuar en colectivo. Esta edición de nuestra revista celebra justamente eso: la fuerza del ADN latino, que trasciende fronteras y demuestra que nuestras ideas, talentos y pasiones tienen un impacto global.

Cada uno de los portavoces que forman parte de estas páginas nos inspira a imaginar un futuro distinto: desde las mujeres que rompen barreras y llevan su voz a escenarios internacionales, hasta quienes apuestan por la sostenibilidad, la innovación tecnológica y las finanzas con conciencia. Todos ellos nos recuerdan que liderar es también abrir caminos y tender puentes.

Las alianzas, la visión compartida y el espíritu de colaboración son la base de los cambios que necesitamos. Esta edición es un homenaje a quienes se atreven a soñar y a construir realidades distintas, demostrando que lo local puede convertirse en global cuando hay propósito, valentía y comunidad.

Gracias a cada portavoz de esta edición por prestarnos su voz y su ejemplo; gracias a nuestros aliados estratégicos y a ustedes, nuestros lectores, por caminar a nuestro lado en este viaje. Juntos estamos demostrando que el liderazgo latino es inspiración para el mundo.

Con visión y gratitud. 



MÓNICA MUÑOZ ROLDÁN
Directora General
Revista E+E

Bienestar Corporativo

360°

Una alianza que combina el poder de relajar el cuerpo con **SCAPE** y equilibrar la mente y emociones con **mikigai**.

SCAPE

- Masaje relajante en camilla
- Masaje en silla Shiatsu
- Pausas activas
- Certificados de regalo
- Aromaterapia y productos de lujo Mys Stockholm

mikigai

- Breathwork sensorial
- Power pauses
- Soundhealing
- Talleres & conferencias
- Programas de wellbeing integral

Juntos ofrecemos un ecosistema 360° de bienestar, que integra lo físico, lo mental y lo emocional en una sola experiencia.



www.scape.mx



www.mikigai.mx



EL FINANCIERO



Factor Fintec

Factor Fintec es el primer programa de la televisión mexicana especializado en abordar el futuro de las finanzas y la tecnología en México.

Domingos
8 pm

Patrocinado por:

CRIPTO LAT

Ian Ávila
Conductor



Paola Alcocer
Conductora

Especialistas



Alejandra Lagunes
Directora



Gonzalo M. Araujo
CEO



Omar Arab
Managing Director



Itzul Girón
CEO



Erika Quezada
CEO



Renán González
CEO



150 **.izzi** tv

160 **sky**

150 HD **Totalplay**

157 Y 1157 HD **MEGACABLE**

604 **Star** TV

2055 **Samsung**
TV Plus

Roku TV APP



Follow us live: elfinanciero.com.mx/tv

www.factorfintec.com

