



Reflexión de
cierre de año

Marcas latinas
y estrategias de éxito

Nov - Dic 2025 Núm. 5



**Liderazgo
latino.**
**Innovación y
Oportunidades de
Negocio 2025-2026**

**Primer
aniversario
E+E**



¿Listo para más?



ea

 @eerevista
 E+E Revista
 Revista E+E
www.revistae.com

UNA NUEVA OPORTUNIDAD

A medida que nos adentramos en el 2026, el panorama económico de México presenta una mezcla heterogénea de desafíos y oportunidades. El emprendimiento se posiciona como un pilar fundamental para el desarrollo económico del país, ofreciendo soluciones innovadoras y generando empleo. En este contexto, es crucial motivar tanto a emprendedores como a inversionistas a apostar por la creación y consolidación de nuevos negocios.

El emprendimiento impulsa la innovación en diversos sectores. Las nuevas empresas son más ágiles para adaptarse a las tendencias del mercado y para desarrollar productos y servicios que satisfacen las necesidades cambiantes de los consumidores. Esto no solo contribuye a la competitividad de la economía mexicana, sino que también mejora la calidad de vida de la población al ofrecer soluciones creativas a problemas comunes y al brindar la oportunidad de una distribución más equitativa de la riqueza.

En un país con una población joven, talentosa y motivada como en México, fomentar el emprendimiento es esencial para asegurar un futuro laboral próspero, generar nuevas oportunidades de alto valor agregado y fomentar una cultura de colaboración y prosperidad.

Para los inversionistas, apoyar a nuevos emprendedores representa una oportunidad emocionante y rentable. Invertir en startups no solo puede ofrecer rendimientos significativos, sino que también permite contribuir al desarrollo económico de la región. Los sectores emergentes, como la tecnología, la sostenibilidad y la salud, ofrecen un terreno fértil para la inversión, especialmente en un contexto postpandemia donde la digitalización y la economía verde continúan en pleno auge.

El emprendimiento también fomenta la creación de comunidades más sostenibles. Empresas que priorizan la responsabilidad social y ambiental no solo contribuyen positivamente al entorno, sino que también resuenan con los consumidores modernos que valoran estas prácticas. Las inversiones en empresas con un enfoque sostenible pueden resultar en relaciones más duraderas con el cliente y un mayor impacto social.

En resumen, el 2026 se presenta como un nuevo año lleno de posibilidades para el emprendimiento en México. Los emprendedores deben ser alentados a perseguir sus ideas con pasión y determinación, mientras que los inversionistas deben reconocer el valor de apoyar a estas iniciativas. La combinación de innovación, generación de empleo y un enfoque proactivo hacia la inversión puede transformar el futuro económico del país.

¡Ahora es el momento de actuar! Aprovecha las oportunidades que el emprendimiento ofrece, únete a la comunidad de innovadores y considera invertir en el futuro de México. Juntos, podemos construir un país más fuerte, próspero, justo, competitivo y equitativo. 



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

WOBI
NOBULA

Voz de las Empresas
Consejo de la Comunicación

4

PERFILES

LIDERAZGO FEMENINO, DEPORTE Y EXPANSIÓN GLOBAL:

La Visión de Fernanda Sáinz para Transformar el Futuro Empresarial Latino



6

PERFILES

ESTEBAN MORANO:

la mente detrás de Thinkinworld y el manual más honesto para conquistar EE. UU.



8

PERFILES

POWER SKILLS:

La revolución de las habilidades humanas con Borja Castelar



10

EN PORTADA

1ER ANIVERSARIO E+E



12

NOTICIAS E+E

WALMART DE MÉXICO Y APLAZO

lanzan pagos quincenales sin tarjeta para impulsar la inclusión financiera



14 NOTICIAS E+E MÉXICO IA +



16 NOTICIAS E+E CREMERÍA AMERICANA INAUGURA EL ARTISAN TEST BAKERY (ATB) MÉXICO, un espacio pionero para la capacitación e innovación de planificación profesional en el corazón de la CDMX.



17 LÍDERES DEL FUTURO FERNANDO PLASCENCIA: constancia, valores y grandes sueños detrás de una agencia que inspira



18 LÍDERES DEL FUTURO EL TALENTO DEL FUTURO se entrena hoy



20 LIDERES DEL FUTURO HUMBERTO GONZÁLEZ HERNÁNDEZ DIRECTOR GENERAL DE UEEM / CEO UEEM



22 LIDERES DEL FUTURO WOBI MÉXICO 2025: Un Encuentro que Encendió el Liderazgo, la Innovación y la Visión de Futuro

24 LIDERES DEL FUTURO EL BIENESTAR DEL LÍDER COMO pilar estratégico

26 MEXICOLIMITED NONSUGARD NSD FOODS Karen Velazquez

ARUKA LAB
Jazmín Janeth Armenta Salazar y
Julio César de la Cruz Vázquez

DO CARE

COCOA ART

WRONG

34 ENTRETENIMIENTO FRANCISCO MONROY: crear sin miedo, expresarse sin límites

38 ENTRETENIMIENTO EL MAPA DEL VENTURE CAPITAL EN MÉXICO: conoce los fondos clave para emprender

LIDERAZGO FEMENINO, DEPORTE Y EXPANSIÓN GLOBAL: LA VISIÓN DE FERNANDA SÁINZ PARA TRANSFORMAR EL FUTURO EMPRESARIAL LATINO

En un contexto donde la globalización redefine mercados enteros y las audiencias exigen modelos más humanos y diversos, el liderazgo femenino emerge como una fuerza económica, social y cultural que está marcando rumbo. En conversación con Fernanda Sáinz, una de las líderes más influyentes en la industria del entretenimiento deportivo y CEO de la agencia Fulana de tal, profundizamos en las claves que están impulsando nuevas narrativas, nuevas oportunidades y un nuevo tipo de liderazgo para 2025 y 2026.

Pensar local, actuar global: la estrategia de Caliente.MX

Durante la charla, Sáinz compartió cómo Caliente.MX logró posicionarse como referente en un sector dominado históricamente por plataformas extranjeras.

Su éxito en México ha sido resultado de una premisa poderosa: enfocarse profundamente en el consumidor local y entender su cultura, para después competir en un entorno globalizado.

“Pensar local para actuar global” ha sido la filosofía que les permitió no replicar modelos internacionales, sino construir uno propio, cercano al público hispano y mexicano.

Apuestas deportivas como motor del deporte nacional

En su rol dentro de la industria del entretenimiento deportivo, Sáinz impulsó una transformación importante: posicionar las apuestas deportivas como un aliado del desarrollo del deporte en México.

Fueron la primera casa de apuestas en patrocinar un equipo varonil, y desde entonces han apostado por la propiedad del deporte como generador de:

- Entretenimiento
- Espectáculo
- Masividad
- Recurrencia

Un fenómeno que tomará aún más fuerza con el Mundial 2026.

El auge del deporte femenino: una fuerza económica en construcción

Con un crecimiento anual del 38%, la expansión del deporte femenino en México y el mundo es uno de los movimientos más poderosos del momento.

Desde su agencia, Fulana de Tal (fulana.mx), Fernanda ha demostrado que invertir en deporte femenino no es una causa, es un negocio sostenible y estratégico.

Las cifras hablan solas:

- La liga femenil es ya la tercera liga con mayor audiencia en el país.
- 65 millones de personas se han declarado fanáticas o interesadas en el fútbol femenino.
- La audiencia es familiar, masiva, menos violenta y con valores muy claros.

Además, los resultados deportivos como el tercer lugar mundial de la Sub-17 femenil, están generando nuevos referentes para las próximas generaciones.

Fernanda lo describe así: “Estamos sembrando. Esta categoría, con su propio lenguaje y posicionamiento, madurará en 10 o 15 años. No se trata de replicar el deporte varonil; se trata de construir algo completamente nuevo”.

Un liderazgo humano, colectivo y diverso para 2025 y 2026

Al preguntarle sobre el liderazgo que requiere la nueva era empresarial, Sáinz fue contundente: las mujeres deben pasar del 8% actual en puestos directivos a un 50% real.

La clave, afirma, es abandonar el modelo de liderazgo imitativo que generaciones anteriores adoptaron:

- Menos competitividad extrema
- Menos exigencia basada en paradigmas masculinos
- Más humanidad
- Más colectividad
- Más trabajo en equipo y diversidad

El liderazgo femenino del futuro se construye desde:

- La inspiración
- El apoyo mutuo
- La visión de impacto colectivo
- La representatividad real en la toma de decisiones

Maternidad y desarrollo profesional: el desafío que aún falta resolver

Uno de los puntos más potentes de la conversación fue la crítica directa a la cultura laboral que sigue castigando a las madres profesionales.

Muchas mujeres abandonan puestos directivos alrededor de los 35 años tras convertirse en madres, lo que genera una pérdida enorme de talento.

Sáinz enfatiza: “La maternidad no puede seguir siendo un castigo profesional.”

Y propone cambios estructurales inmediatos:

- Trabajo híbrido como estándar
- Empresas children friendly
- Guarderías corporativas
- Licencias de maternidad y paternidad iguales
- Eliminar conceptos de “mamá/papá” y transformarlos en “cuidador primario/ secundario”

Un lenguaje más inclusivo ayuda a construir culturas laborales más justas.

Invertir en audiencias subestimadas: un error que cuesta millones

Para Sáinz, ignorar el deporte femenino, el talento femenino o las nuevas audiencias es una miopía del marketing de género.

Los datos del fútbol femenino hoy superan incluso a deportes históricos como el béisbol.

25 millones de vistas
65 millones de audiencia

No es un nicho:

es una audiencia cautiva, creciente y llena de valor. Invertir hoy significa adelantarse a lo que será una de las mayores industrias del entretenimiento en la próxima década.

Entretenimiento digital: la macro tendencia del 2026

En vísperas del Mundial 2026, la experta identifica una tendencia clave: la digitalización total del deporte.

Plataformas como Amazon y Netflix ya compiten por derechos deportivos y redefinen la forma en la que las personas consumen entretenimiento.

Sáinz lo resume así:

“Las empresas más exitosas son tecnológicas. El consumidor ya vive en digital. Y la inteligencia artificial será el puente entre el contenido, la compra online y la experiencia del fan.”

Emprendimiento: disciplina, paciencia y amor por el proceso

Para cerrar, Fernanda compartió una verdad que muchos emprendedores necesitan escuchar:

Emprender no es glamuroso, es intenso, demandante y profundamente incierto.

Caliente.MX nació con seis personas. Hoy son 400.

Pero no fue suerte: fue disciplina.

Comparó al emprendedor con un atleta:

- Disciplina diaria, incluso sin motivación
- Tolerancia a la frustración
- Compromiso con el proceso
- Cero búsqueda de resultados inmediatos

“El éxito es algo que disfrutas... pero que no te quita la paz.”

El Momento del liderazgo femenino es ahora

La conversación con Fernanda Sáinz confirma algo que en E+E hemos visto crecer todo el año: el liderazgo femenino no solo es necesario, es estratégico, rentable y transformador.

Estamos ante un cambio de época donde el deporte femenino, la diversidad, la tecnología y la expansión global se unen para crear nuevos mercados y nuevas maneras de liderar.

Y las mujeres están, y deben estar, al frente. 



ESTEBAN MORANO: **LA MENTE DETRÁS DE THINKINWORLD Y EL MANUAL MÁS HONESTO PARA CONQUISTAR EE. UU.**

En esta edición presentamos a Esteban Morano, fundador de Thinkinworld y autor de Manual del sueño americano, un libro que está revolucionando la manera en que los emprendedores latinos entienden la expansión hacia Estados Unidos.

Morano, con casi cuatro décadas en marketing y negocios internacionales, explica que el “sueño americano” no es un destino romántico, sino una estrategia de liderazgo personal: pensar con claridad, informarse bien, rodearse de expertos y tomar decisiones con los pies en la tierra. Su libro desmonta mitos, evita falsas promesas y aterriza el proceso real de invertir, migrar o emprender en EE. UU. con orden, enfoque y preparación.

Con Thinkinworld, Esteban ha creado un ecosistema de especialistas, abogados, contadores, expertos en franquicias, inversión y bienes raíces, que guía a hispanos con honestidad y acompañamiento profesional. Su visión es simple y poderosa: el liderazgo se demuestra cuando tomas decisiones informadas, no impulsivas.

Esta entrevista deja una reflexión clave para todo emprendedor latino: soñar en grande es importante... pero liderar tu sueño con estrategia lo es aún más.

El liderazgo del futuro no se improvisa. Se construye.

Esteban Morano lo sabe bien. Empresario, estratega y un referente en transformación humana y organizacional, ha dedicado su carrera a una misión clara: ayudar a líderes y empresas a evolucionar al ritmo de un mundo que ya no admite viejas estructuras. Su visión, profundamente humana y a la vez contundentemente estratégica, se ha convertido en una guía para quienes buscan crecer con propósito, claridad mental y dirección.

En un contexto empresarial marcado por incertidumbre, disrupción tecnológica y presión constante, Morano propone un cambio fundamental: el liderazgo consciente, un modelo que une bienestar, mentalidad expansiva y toma de decisiones efectivas.

El nuevo liderazgo: de controlar a conectar

Para Esteban, las empresas de hoy requieren líderes capaces de conectar con sus equipos, clientes, ideas y visión.

“No se trata solo de dirigir”, afirma, “sino de crear el espacio emocional, mental y estratégico para que las personas florezcan, creen y se atrevan a innovar”.

Morano identifica tres pilares que toda organización moderna debe integrar:

1. Autoliderazgo real

El éxito organizacional comienza por dentro:

- Gestión emocional
 - Claridad mental
 - Estado de presencia
 - Capacidad de sostener decisiones complejas sin perder balance
- Según Morano, un líder que no se conoce, se sabotea; uno que se comprende, escala.

2. Cultura de crecimiento sostenible

Las empresas se transforman cuando sus equipos lo hacen.

Morano enfatiza en la necesidad de crear culturas donde:

- Aprender es parte del ADN
- Se fomenta la creatividad
- El error no se castiga, se analiza
- La colaboración reemplaza la competencia interna

Este enfoque reduce fricción, acelera proyectos y fortalece el sentido de pertenencia.

3. Liderazgo con propósito y presencia

Para Esteban, “el propósito no es un slogan: es el motor que mantiene a un líder firme cuando todo se mueve”.

Su trabajo ayuda a empresas a descubrir un propósito activo, práctico y alineado a decisiones reales, no solo a discursos aspiracionales.

La inteligencia emocional como ventaja competitiva

En un entorno donde la mayoría de las compañías hablan de tecnología, datos e innovación, Esteban agrega un componente diferenciador: la inteligencia emocional aplicada al negocio.

No como terapia, sino como estrategia:

- Equipos emocionalmente alineados producen más.
- Líderes conectados toman mejores decisiones.
- Empresas conscientes construyen relaciones a largo plazo.
- Las personas con bienestar crean ideas de mayor valor.

Para él, un líder es tan fuerte como su equilibrio interior. “La claridad, dice, es la base de la expansión”.

El impacto de su metodología

Con una trayectoria sólida asesorando empresas, equipos directivos, emprendedores y CEOs, Morano ha demostrado que un líder transformado transforma todo lo que toca.

Su metodología combina:

- Técnicas de neurociencia
- Modelos de liderazgo consciente



- Estrategias de negocio
- Dinámicas de expansión personal
- Procesos de alto rendimiento emocional

El resultado: líderes más centrados, empresas más humanas y resultados más sólidos.

El mensaje de Esteban para los líderes del 2025/2026

En esta era de disrupción, Morano propone un reto claro:

“Deja de sobrevivir. Empieza a liderar desde tu verdadera fuerza”. Para él, la expansión personal no es un lujo, sino una competencia indispensable.

De la teoría a la acción

Esteban invita a los líderes a comenzar por lo esencial:

- Pausar antes de decidir
 - Escuchar antes de reaccionar
 - Conectar antes de exigir
 - Liderar desde el ejemplo
 - Recordar que el éxito externo siempre empieza en lo interno
- Este enfoque, simple pero poderoso, se ha convertido en su sello.

Un liderazgo que inspira y transforma

Esteban Morano representa a una nueva generación de líderes: más conscientes, más humanos y más estratégicos. Su mensaje resuena con fuerza en un mundo que exige profundidad, inteligencia emocional y una visión auténtica.

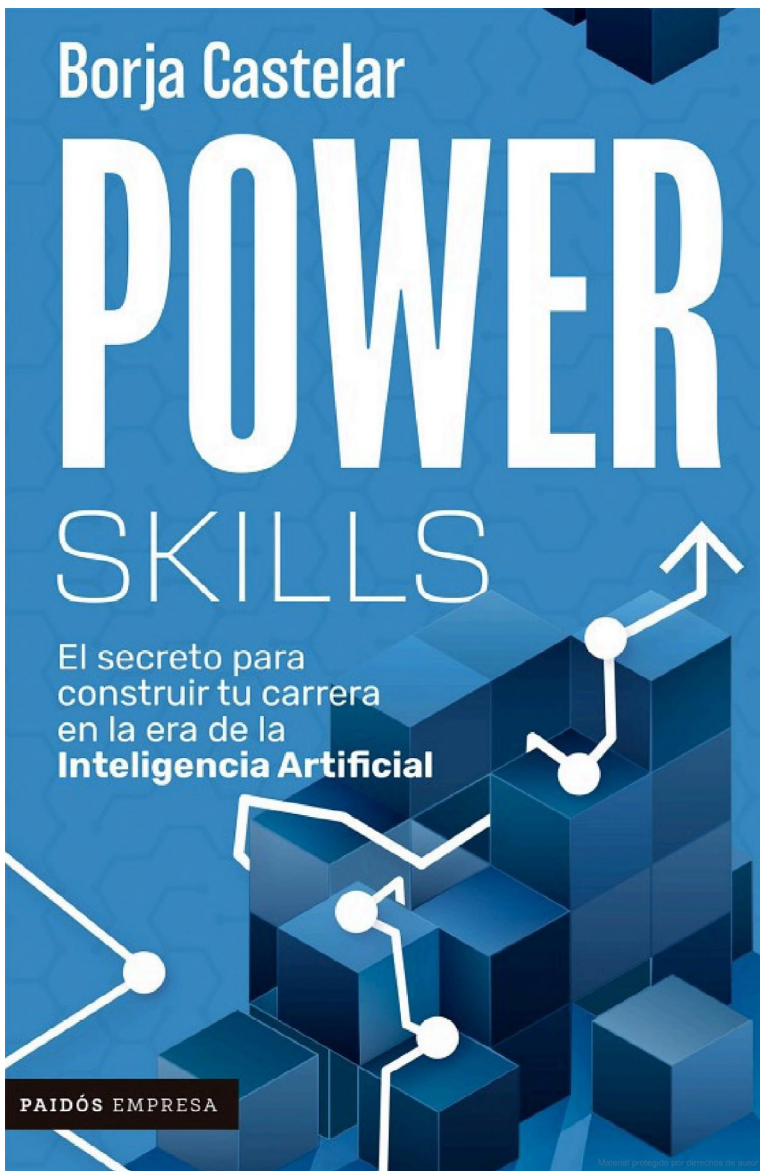
En un ecosistema donde las tendencias cambian cada mes, su propuesta permanece firme: “Un líder que se transforma a sí mismo transforma su empresa, su entorno y su impacto.”

La misión de Esteban es clara: elevar la forma en que lideramos, emprendemos y creamos futuro. 

POWER SKILLS: LA REVOLUCIÓN DE LAS HABILIDADES HUMANAS CON **BORJA CASTELAR**



*El éxito real ocurre cuando potenciamos lo que mejor”.
- Borja Castelar*



El origen de Power Skills

Borja cuenta que la chispa surgió de su experiencia en LinkedIn, donde notaba que muchas personas se sentían desconectadas de su propósito y de sus habilidades. “Entre el 70 y 80 % de las personas no son felices en su trabajo. Eso me conectó profundamente”.

Tip destacado:

Descubre tus fortalezas con tests y libros sobre desarrollo personal. Esto te ayudará a orientar tu carrera hacia lo que realmente te distingue.

El futuro es híbrido: humanos + IA

Borja explica que el futuro combina inteligencia artificial y habilidades humanas:
IA = datos y conocimiento
Humanos = pensamiento crítico, creatividad y juicio
“La productividad y el éxito dependerán de cómo combinemos lo humano con lo técnico”.

Dato clave:

Las habilidades humanas como pensamiento crítico y comunicación seguirán siendo insustituibles incluso con IA avanzada.

Potenciar fortalezas, no debilidades

“Vivimos en un sistema que nos hace centrarnos en mejorar lo que no hacemos bien. El verdadero éxito ocurre cuando potenciamos nuestras habilidades naturales”.

Ejemplo práctico:

Dedica tiempo a mejorar tus cinco habilidades principales, no a compensar tus debilidades. Identifica tu propuesta de valor única y cómo llevarla al mundo.



BORJA CASTELAR

Emprender con Power Skills

Borja identifica 4 pilares esenciales para emprendedores:

1. Comunicación y persuasión: Aprende a mostrar el valor de tu proyecto.
2. Networking: Conoce a las personas correctas; el efecto exponencial es real.
3. Posicionamiento y marca personal: LinkedIn y presencia digital son clave.
4. Tecnología y sostenibilidad: Crece de manera inteligente, apoyándote en herramientas antes que en exceso de personal.

“Muchos emprendedores fracasan por no comunicar lo que hacen. La persuasión y la marca personal son tan importantes como el producto mismo.”

Mini reto:

Identifica una habilidad de comunicación y practícala con un colega o mentor esta semana.

Liderazgo consciente y autenticidad

“El verdadero liderazgo no está en aparentar, sino en conectar de manera genuina con tu equipo”.

Claves del liderazgo consciente:

- Mostrar vulnerabilidad
- Reconocer errores
- Practicar empatía incluso con quienes no nos agradan

Aceptar que no podemos agradar a todos

Marca personal: el nuevo título universitario “Hoy, tu red de contactos y tu presencia digital son tan importantes como un título universitario. Si no trabajas tu marca, pierdes oportunidades”.

Tips rápidos:

- Comparte aprendizajes, errores y experiencias en LinkedIn
- Conecta con profesionales de tu industria
- Publica contenido semanal sobre tu área de expertise

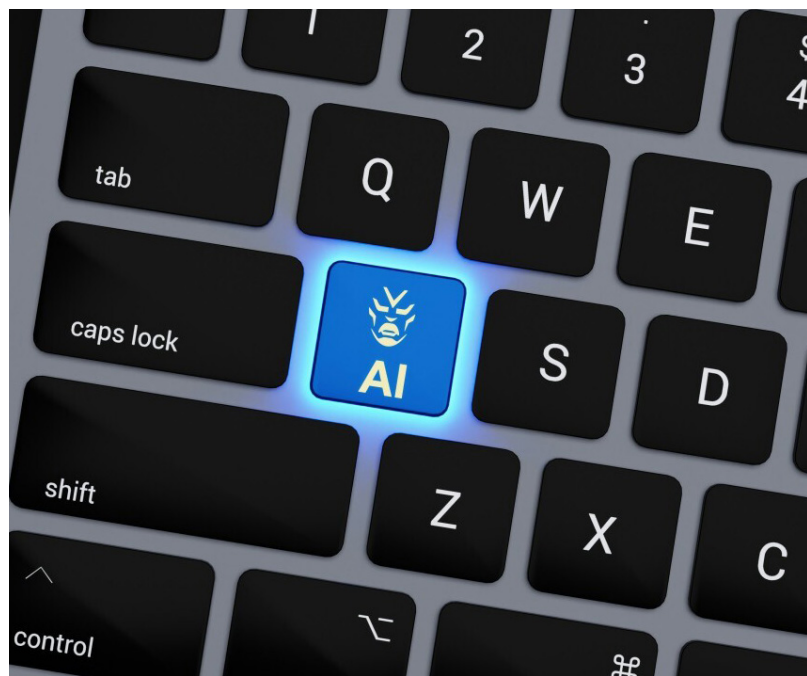
Reto inmediato: mejora tu comunicación

“Grábate contando tu día a un amigo. Primero observa tu lenguaje corporal sin sonido, luego escucha tu tono. La autoevaluación es fundamental para mejorar habilidades comola comunicación”.

Mini guía para tu auto-feedback:

1. Graba 4-5 minutos de tu interacción.
2. Observa gestos, posturas y expresiones.
3. Escucha tu tono y ritmo de voz.
4. Anota lo que puedes mejorar y repite el ejercicio semanalmente.

Power Skills es un mapa para descubrir tus talentos, liderar con autenticidad y conectar genuinamente con los demás. Borja Castelar nos recuerda que el mayor diferenciador no es lo técnico, sino lo humano, y que invertir en nuestras fortalezas y relaciones es la estrategia más poderosa que podemos adoptar hoy. 



1ER ANIVERSARIO E+E

Hace un año encendimos una chispa. Una chispa que nació del deseo profundo de acompañar, elevar y dar voz a quienes, como yo, han sentido el vértigo, la magia y la fe inquebrantable de emprender. No imaginaba entonces que esa chispa se convertiría tan rápido en una luz que hoy ilumina a una comunidad entera.

Hoy, al cumplir un año con Empresarios + Emprendedores, me permito detenerme, respirar hondo y sentir todo lo que este camino nos ha regalado.

Siento orgullo, pero sobre todo, siento gratitud.

Gratitud por cada mirada confiada, por cada historia compartida, por cada mano que se extendió cuando parecía que el camino se hacía cuesta arriba.

Este año estuvo lleno de desafíos que nos recordaron nuestra humanidad. Hubo cansancio, dudas, noches de replantear todo... pero también hubo momentos que me conmovieron hasta el alma.

Personas que dijeron "sí" sin conocerme.

Líderes que abrieron puertas sin pedir nada a cambio.

Un equipo que se quedó incluso cuando no sabíamos cómo íbamos a lograrlo.

Una comunidad que creció con nosotros, creyendo, impulsando, soñando.

Cada rostro que hemos entrevistado, cada emprendedor que hemos celebrado, cada evento donde nuestras voces se unieron... todo eso me ha recordado que no hay sueño pequeño cuando está sostenido por una comunidad grande.

2026: un año para abrir el corazón y expandir el impacto

Hoy, con la mirada puesta en el 2026, no solo veo metas: veo propósito.

Veo nuevos escenarios donde encontrarnos, nuevas ciudades donde llevar esta luz, nuevas alianzas que nos harán más fuertes.

Veo una página web que será hogar digital para miles de emprendedores. www.revistae.com





Veo membresías que acompañarán de forma humana y real a quienes están listos para crecer.

Veo un movimiento que apenas empieza a mostrarse tal como es: valiente, generoso y profundamente transformador.

No podría estar aquí sin ustedes.
Sin quienes soñaron conmigo.

Sin quienes trabajaron a mi lado, celebraron mis aciertos y sostuvieron mis dudas.

Sin quienes con un mensaje, una lectura, un aplauso o una presencia silenciosa nos hicieron saber que íbamos por el camino correcto.

Gracias por este primer año que me cambió el alma

Gracias por creer cuando era más fácil dudar.

Gracias por caminar, por acompañar, por confiar en que este proyecto tenía un lugar en el mundo.

Gracias por enseñarme que cuando el propósito es auténtico, la vida se encarga de abrir camino.

Este aniversario no es mío. Es nuestro.

Es de cada persona que decidió ser parte de esta historia.

De cada voz que se sumó.

De cada sueño que hoy se impulsa gracias a esta comunidad.

Y si esto logramos en doce meses...

No puedo esperar a ver la magia que construiremos juntos en 2026.

Con total gratitud, Mónica Muñoz Roldán. 

Walmart de México y aplazo LANZAN PAGOS QUINCENALES SIN TARJETA PARA IMPULSAR LA INCLUSIÓN FINANCIERA

Ciudad de México, 4 de noviembre de 2025 — Walmart de México anunció una alianza con APLAZO, la plataforma líder de pagos “compra ahora, paga después”, para ofrecer pagos quincenales sin tarjeta de crédito a través de Cashi, su aplicación de pagos digitales.

Con esta integración, APLAZO preaprobó 1.5 millones de líneas de crédito, impulsando el acceso al financiamiento en un país donde solo 11% de la población cuenta con tarjeta de crédito. Además, 70% de los usuarios de APLAZO no tiene otro producto financiero y 40% no tiene historial de crédito, reforzando el impacto inclusivo de la alianza.

Los clientes podrán registrarse desde Cashi, obtener aprobación en menos de cinco minutos y elegir el número de quincenas, con un proceso 100% digital, transparente y sin intereses ocultos para compras en walmart.com.mx, bodegaaurrera.com.mx y sams.com.mx.

“Esta alianza nos permite ofrecer crédito accesible y responsable a más mexicanos”, señaló Ángel Peña, CEO de APLAZO.

“Con nuevas soluciones financieras, ayudamos a las familias a ahorrar y vivir mejor”, agregó Santiago Benvenuto de Walmart.

El mercado BNPL en México crecerá 40% anual hasta 2032, según Research and Markets, consolidando este tipo de soluciones como una herramienta clave para el comercio digital. 



aplazo



STP Summit 2025: DIGITALIZACIÓN CON IMPACTO SOCIAL EN LA NUEVA ERA DE PAGOS

En noviembre, STP celebró la tercera edición del STP Summit 2025, reuniendo a más de 500 líderes del ecosistema financiero, tecnológico y empresarial para discutir el futuro de los pagos digitales y su impacto social.

El encuentro destacó que la digitalización no solo debe impulsar eficiencia, sino también inclusión, sostenibilidad y educación financiera. En el panel de Finanzas Inclusivas, especialistas coincidieron en que las herramientas digitales representan una oportunidad histórica para facilitar el ahorro para el retiro, especialmente en un país donde menos del 40% de los trabajadores cotiza regularmente en una Afore. Subrayaron que apps móviles, billeteras electrónicas y cuentas digitales están transformando la relación con el dinero, pero requieren un ecosistema colaborativo entre innovación, regulación y educación.

En el panel Del Corazón a la Acción, líderes de BIVA, New Ventures, BYDA y STP analizaron cómo las empresas están integrando criterios ESG y modelos de negocio con propósito. “El propósito

ya es parte del modelo empresarial; la tecnología amplifica su impacto”, señaló María del Carmen Poo, socia fundadora de STP.

Otro de los momentos clave fue el diálogo sobre La Nueva Economía Digital, donde representantes de MoneyGram, Liverpool, Pluxee y Prosa coincidieron en que la digitalización de pagos es hoy el motor del crecimiento económico. La interoperabilidad, los pagos inmediatos y la inteligencia artificial se posicionaron como pilares del futuro financiero del país.

Durante el evento, STP presentó su nueva Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, reforzando su compromiso con un sistema financiero más inclusivo, transparente y eficiente.

Con esta edición, el STP Summit se consolida como un espacio esencial para entender cómo la tecnología está redefiniendo la forma de pagar, ahorrar y generar bienestar social en México. 



méxico ia +

Hace algunos años como en la época de la pandemia, hubiera sido imposible pensar en un evento de esta magnitud. Sin embargo llegó el día, un 12 de noviembre del 2025 cuando en un movimiento estratégico que buscaba redefinir el mapa tecnológico de la región, la Expo Santa Fe se convirtió en el epicentro de la innovación digital con la celebración de México IA+. Este evento, más que una convención tradicional de tecnología o inteligencia artificial como ha sido hasta el momento, se erigió como una plataforma de interoperabilidad regional con un objetivo ambicioso y claro: posicionar a México como el hub definitivo de inteligencia artificial (IA) en América Latina.

Durante dos días de intensa actividad, el encuentro reunió a una tríada poderosa conformada por el sector gubernamental, la iniciativa privada y la academia, bajo la premisa de que la soberanía tecnológica no es un lujo, sino una necesidad para la competitividad económica del futuro en los próximos meses y años.

Un ecosistema de alto nivel

La envergadura del evento quedó patente con la participación de figuras clave en la toma de decisiones. La inauguración y los paneles contaron con la presencia de Marcelo Ebrard, Secretario de Economía, y Francisco Cervantes, presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), quienes enfatizaron la urgencia de integrar a México en las cadenas de valor de las nuevas tecnologías.

“Este es un nuevo lenguaje. Si estamos preparados, podemos competir, participar y potenciar esa complejidad”, declaró Ebrard durante la clausura, haciendo referencia a la necesidad de escalar posiciones en el Índice de Complejidad Económica global.

Por parte del sector tecnológico, la presencia de NVIDIA fue fundamental. Ejecutivos como Marcio Aguiar, director de la división Enterprise para Latinoamérica, y Calista Redmond, vicepresidenta global, subrayaron que México cuenta con el talento



y la infraestructura incipiente para liderar, no solo consumir, tecnología. El evento fue impulsado por un Board Estratégico compuesto por CIPRE Holding, NVIDIA, el CCE y HOST MX.

Los ejes de la conversación: Soberanía y Nearshoring

A diferencia de otros foros centrados únicamente en las novedades de software o cosas más técnicas, México IA+ profundizó en la infraestructura y la gobernanza. Algo sobresaliente de este evento es que asistieron personas de diferentes entes. Gobierno, academia y empresa, algo muy difícil de lograr en un evento de este calibre, magnitud y enfoque técnico. Los temas centrales giraron en torno a la creación de una infraestructura digital soberana, que permita al país diseñar, producir y controlar sus propios datos y sistemas, reduciendo la dependencia de potencias extranjeras; esto solo se puede lograr con la tríada de datos soberanos, talento mexicano e infraestructura soberana.

Rodrigo Amodio, miembro del Board de México IA+, definió el espíritu del encuentro: “México IA+ no es solo un evento, es una declaración de intenciones. La meta es clara: posicionar a México como el epicentro regional de inteligencia artificial, inversión estratégica y soberanía tecnológica”.

El concepto de nearshoring evolucionó en las discusiones hacia un enfoque donde la inversión extranjera no solo busca mano de obra, sino capacidad de desarrollo en áreas críticas como:

- Salud digital y biotecnología.
- Agrotech y seguridad alimentaria.
- Logística inteligente y seguridad.
- Energía verde para centros de datos.
- Despliegue técnico y visión a futuro.

El piso de exhibición y las salas de conferencias se dividieron en escenarios temáticos especializados propios de tecnologías de Nvidia (Omniverse, RTX, CUDA, DGX), donde se presentaron más de 50 ponencias. Desde la presentación de startups locales ante inversionistas hasta charlas técnicas sobre modelos generativos y arquitecturas de memoria, el evento cubrió todo el espectro de la IA.

Incluso destacó también la participación de líderes de opinión y empresarios como Arturo Elías Ayub y Samuel García, Gobernador de Nuevo León, quienes aportaron la visión de negocios y política pública necesaria para acelerar la adopción de estas herramientas desde sus respectivas perspectivas.

México IA+ concluyó no como un cierre, sino como el inicio de una arquitectura de cooperación. La asistencia masiva de más de 7 mil personas y el nivel de los diálogos evidencian que el país está listo para dar el salto de ser un espectador a un protagonista en la era de la inteligencia artificial. Como señalaron cada uno de sus organizadores, la soberanía tecnológica se construye en red y comunidad, y México ha puesto la primera piedra firme para liderar este esfuerzo en el continente. 



concamin®



CREMERÍA AMERICANA INAUGURA EL ARTISAN TEST BAKERY (ATB) MÉXICO, UN ESPACIO PIONERO PARA LA CAPACITACIÓN E INNOVACIÓN DE PLANIFICACIÓN PROFESIONAL EN EL CORAZÓN DE LA CDMX.

Ciudad de México, 18 de noviembre de 2025. Cremería Americana, en colaboración con Revent Bakery Solutions México y Backaldrin Américas, celebró la inauguración del Artisan Test Bakery (ATB) México, un lugar único en el país diseñado para impulsar la innovación, capacitación y demostración técnica para profesionales de la panificación y repostería, cuyo propósito es fortalecer el conocimiento técnico, la innovación y la competitividad dentro de la industria panadera del país.

El nuevo ATB México, ubicado dentro del Centro de Capacitación Al Pan Pan @ccalpanpan, opera con los hornos y fermentadoras Revent de última generación, reconocidos a nivel mundial por su calidad y eficiencia. ATB México abre sus puertas como un laboratorio de alto desempeño donde panaderos, técnicos, emprendedores, chefs y negocios de la industria podrán desarrollar recetas, probar formulaciones, optimizar procesos y hornear con tecnología de última generación.

La ceremonia de inauguración, realizada el 18 de noviembre del presente año, reunió a grandes referentes de la gastronomía mexicana, entre ellos Zahie Téllez, Aquiles Chávez y Paulina Abascal, quienes compartieron su visión sobre el futuro de la panificación profesional de la mano de Per Junesand, CEO de Revent International AB, Víctor Romero Gutiérrez, Director Comercial de Revent

Bakery Solutions Mx, Miguel Vázquez Pérez, Gerente Comercial de Revent Bakery Solutions Mx y Daniel Lago CEO Revent Incorporated.

La inauguración contó con un corte de listón, corte de baguette, un recorrido por las instalaciones, demostraciones con chefs invitados y un espacio de networking con líderes de la industria y creadores de contenido especializados.

A través de alianzas estratégicas internacionales y el desarrollo de espacios como el Artisan Test Bakery (ATB) México, se impulsa el crecimiento y la profesionalización del sector, ofreciendo soluciones integrales para panaderos, chefs, empresas de alimentos y emprendedores en el país. 





Fernando Plascencia: CONSTANCIA, VALORES Y GRANDES SUEÑOS DETRÁS DE UNA AGENCIA QUE INSPIRA

Para Fernando Plascencia López, fundador de Daik&Do, el emprendimiento no nació de un acto de inspiración repentina, sino de una necesidad que con el tiempo se transformó en sueño. Hoy, más de 13 años después de haber creado una de las agencias de publicidad más versátiles del país, comparte la ruta que lo llevó a convertir una idea en un proyecto que trabaja con marcas como Coca-Cola, Walmart, Natura, Bacardí y Bodega Aurrera.

Fernando explica que las decisiones estratégicas iniciales fueron determinantes para construir un negocio sostenible. Uno de los pilares fue educarse financieramente, entendiendo cómo administrar recursos y cómo hacerlos crecer. A esto se sumó la claridad de tener un objetivo bien definido y la capacidad de identificar de forma precisa a sus clientes. “Otra parte fundamental fue contratar a un buen equipo de trabajo, integrado por mentes maestras que aportaran valor real”, señala. La capacitación constante —tanto para él como para su equipo— terminó convirtiéndose en una ventaja competitiva que permitió a Daik&Do evolucionar con el mercado y las tendencias.

Cuando se le pregunta por la clave que ha llevado a su agencia a ganarse la confianza de corporativos globales, Fernando regresa a un principio básico: los valores. Para él, el profesionalismo nace de pequeños hábitos y acciones que hablan del carácter de cada persona. Respetar a todas las partes involucradas, ya sea cliente o proveedor”, es esencial”, comenta. A esto añade un aprendizaje importante: “No se trata del número de colaboradores, sino de generar trabajo para personas que entienden el ADN de la empresa y desean crecer con ella. Esa combinación de valores, respeto y talento ha sido crucial para participar en proyectos emblemáticos



Fernando Plascencia López,
fundador de Daik&Do,

como la botarga original de Mamá Lucha, los personajes de Kellogg’s y la campaña “Personaliza tu lata de Coca-Cola”.

Hoy, junto a su hermano Víctor, Fernando impulsa una nueva etapa de Daik&Do, más innovadora y más humana. Su visión empresarial se sostiene en tres bases: constancia, paciencia y grandes sueños. Pero también en algo que considera indispensable: la claridad en la comunicación con su equipo. “El equipo tiene que entender tu visión, y para lograrlo debes ser completamente claro en cómo comunicas el rumbo. Cuando todos reman en la misma dirección, las ideas fluyen mejor y la innovación aparece de manera natural”, afirma.

Para Fernando, el éxito se constituye de la capacidad de crear, resistir y seguir soñando. Su historia es prueba de que los sueños no llegan por suerte, sino por trabajo con propósito, disciplina y una visión que inspira a los demás. 



EL TALENTO DEL FUTURO SE ENTRENA HOY

La tecnología avanza más rápido de lo que la podemos procesar para convertirla en ventaja. Los modelos de negocio se transforman constantemente, las herramientas de IA evolucionan cada semana y la presión por mantenerse vigentes abruma a los equipos corporativos. En este contexto, capacitarse dejó de ser una ventaja para convertirse en un requisito, lo que ha provocado que un colaborador que no se actualiza de forma continua quede rezagado rápidamente, y eso impacta tanto en su crecimiento profesional como en los logros de su organización.

Las compañías líderes ya lo entendieron: la ventaja no está solo en contratar talento, sino en desarrollarlo de manera permanente, fortaleciendo sus capacidades internas. En el mundo profesional actual dejaron de importar los años de

experiencia y comenzó a ser determinante qué tan rápido puedes adquirir nuevas habilidades, adaptarte a escenarios inciertos y tomar decisiones informadas en entornos de cambio constante. En este panorama, aprender a aprender se vuelve una competencia esencial.

Durante años, la capacitación se percibió como un lujo opcional; sin embargo, en la carrera por mantenerse actualizadas, muchas organizaciones cayeron en una trampa silenciosa: capacitar por capacitar, llenando agendas con cursos, libros, juntas interminables y contenidos sin una estrategia clara; esto no solo diluye el aprendizaje, también genera confusión. Hoy, el gran desafío no es sumar información sin objetivos, sino diseñar experiencias que realmente funcionen: ágiles, aplicables, memorables y alineadas al futuro del negocio.



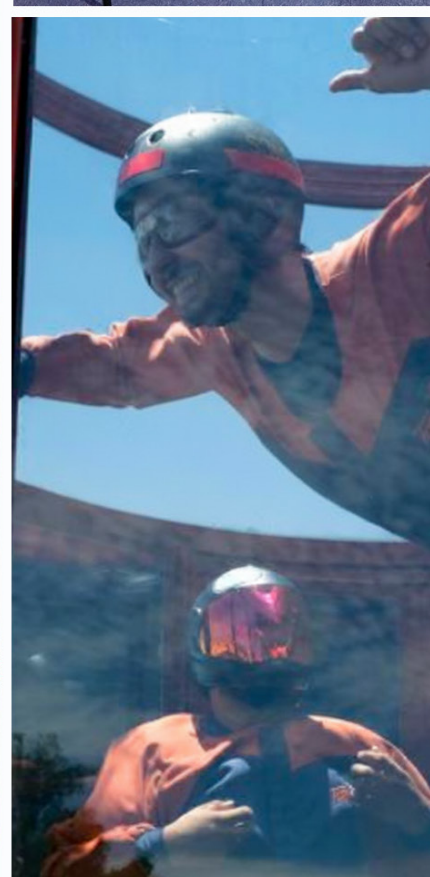
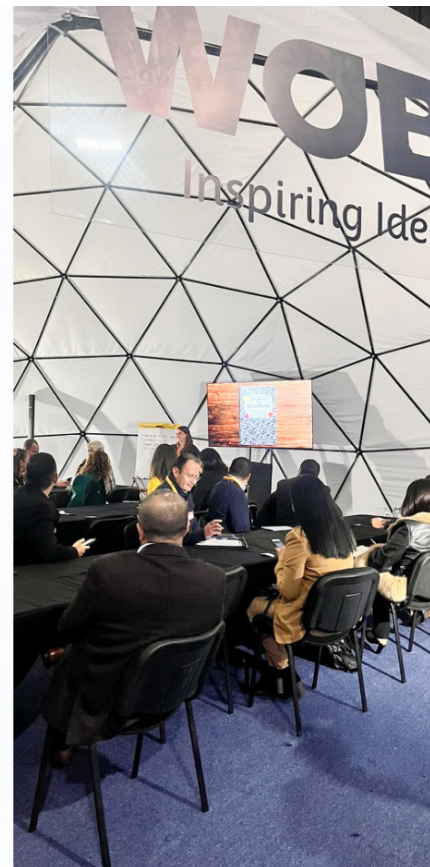
La capacitación dejó de ser un extra dentro del presupuesto; se convirtió en una estrategia de crecimiento.

En un mundo lleno de estímulos compitiendo por nuestra atención, aprender se vuelve un acto consciente y surge una pregunta clave: ¿cómo captamos la atención y retenemos el aprendizaje de los colaboradores? La respuesta está en estrategias vivas, integradas en la cultura y capaces de activarse con agilidad. En hablar de inteligencia artificial, manejo del cambio, liderazgo adaptativo y las habilidades que hoy sostienen la competitividad, a través de formatos breves, interactivos y gamificados que convierten ideas en acción inmediata. Experiencias que iluminan lo complejo, despiertan curiosidad y aceleran el upskilling y reskilling.

Cada empresa es única, por lo que sus contenidos deben alinearse con su identidad, sus equipos y sus objetivos, sin perder de vista los retos globales del mundo corporativo. Esta combinación: personalización estratégica + relevancia temática, crea colaboradores motivados, capaces de aprender con intención y de impulsar el crecimiento de su organización.

Si algo ha quedado claro, es que las empresas que invierten en su talento no solo crecen: se fortalecen. Aquellas que diseñan estrategias formativas alineadas a sus metas, utilizando formatos atractivos y efectivos, desde e-learning inmersivos inspirados en videojuegos, talleres o webinars de impacto o experiencias presenciales memorables, son las que logran mayor retención, compromiso y resultados.

Para quienes ya miran hacia 2026, contar con un aliado estratégico marcará la diferencia. Savvy está listo para acompañarte a transformar la capacitación en un motor real de competitividad, creando experiencias de aprendizaje que conectan, motivan y preparan a los equipos para el futuro que ya está ocurriendo. 



HUMBERTO GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

**DIRECTOR
GENERAL DE UEEM
/ CEO UEEM**

Humberto, cuéntanos... ¿Cómo es que te introduces al mundo de la educación?, específicamente en el mundo UEEM.

Claro, hace tiempo me encontraba colaborando como CEO en un corporativo de productos energéticos y financieros; dentro de mis actividades, en una ocasión tuve la fortuna de conocer al Ing. Héctor Fuentes, rector de UEEM, dándose una plática amena, coincidimos en muchos puntos dentro de los cuales me platicó sobre su modelo educativo el cual me pareció sumamente atractivo, viendo el lado HUMANO de la UNIVERSIDAD y el proyecto integral para colaborar con la formación y cultura de nuestro país.

Por tal motivo, decidí profesionalizarme en el área administrativa, tomando a UEEM como mi mejor opción, con ello al ser alumno de UEEM me di cuenta a detalle de que el modelo educativo es eficiente y de la buena calidad con el que cuenta la UNIVERSIDAD, por tal motivo decidí integrarme al equipo de UEEM y pase a ser parte como CEO e inversionista de la UNIVERSIDAD.

¿Encuentras a UEEM como un reto en el mundo administrativo?, qué retos has encontrado?

Definitivamente hay retos, de forma gradual UEEM sigue creciendo, sin embargo, los objetivos son claros, los retos internos que conllevan todas las empresas con ello el análisis, y las estrategias, la operación de cada una de sus áreas son el reto más importante para tener éxito en el crecimiento.

¿Cuál es la estrategia o estrategias que has implementado como director general de UEEM?

La reingeniería o reestablece procesos son parte de la estrategia, si bien, la estructura es un engrane de colaboración con diferentes áreas, se tiene que saber cuáles piezas son las PRIORITARIAS para un buen funcionamiento, sin embargo, el análisis del target es parte fundamental para planear las estrategias de crecimiento.

¿Cómo calificas al desarrollo empresarial de UEEM en el país?

Pienso que, con los años que UEEM inicio y con el número de planteles que se han aperturado, UEEM es exitoso y ha obtenido un excelente posicionamiento como Universidad y con ello es reconocido en diferentes partes del país, así mismo el desarrollo de UEEM se vislumbra para estar en los primeros lugares.



¿Nos podrías enumerar las o los pilares, qué consideres sobresalientes en UEEM, como empresa emprendedora?

Bajo mi lupa, todas las áreas son importantes, pero si tuviese que empezar con una, el área académica en conjunto con todos los docentes nuestros pilares, ya que ellos son los que llevan a los alumnos de la mano en una carrera, con ello todo la comunidad UEEM y áreas administrativas que son parte del engrane que forma UEEM y nuestro alumnado se sienta cómodo y parte de UEEM.

¿Es difícil el mercado educativo, bajo tu perspectiva como director de UEEM?

No, creo que es entender lo que necesita nuestro país y sociedad, queremos que los alumnos de UEEM se desarrollen de forma profesional y la educación esté al alce de todos con ello se desarrollen en actitudes, aptitudes y profesionalismo, en cualquiera de nuestras modalidades de estudio.

Bajo tu liderazgo como Director General de UEEM, ¿cómo fortalecerías el desarrollo y crecimiento a nivel nacional?

Como bien te comentaba, es acercarnos a más personas por las modalidades en UEEM en más ciudades, sin embargo, pulir más beneficios para los alumnos y crecer no solo en matrícula, sino con más carreras profesionalizantes de alto impacto, con ello tener reconocimiento internacional, que déjame comentarte, que ello ya ha empezado, justo con los congresos internacionales cómo el de Colombia en 2024, España 2025 y próximamente Japón 2026.

Pero definitivamente fortalecer y entregarle a nuestros alumnos la experiencia de la EXCELENCIA EDUCATIVA es nuestra fortaleza en UEEM. 

UNIVERSIDAD DE EXCELENCIA EDUCATIVA MÉXICO

UEEM, FORMANDO LOS LÍDERES DEL FUTURO

BACHILLERATO

LICENCIATURAS

POSGRADOS

 UNIVERSIDAD.UEEM.OFICIAL
 UNIVERSIDAD UEEM



UNIVERSIDAD
UEEM
INSISTIR, PERSISTIR Y JAMÁS DESISTIR

INSTITUTOUEEM.EDU.MX/



WOBI MÉXICO 2025:

UN ENCUENTRO QUE ENCENDIÓ EL LIDERAZGO, LA INNOVACIÓN Y *LA VISIÓN DE FUTURO*

Con una energía vibrante y más de 1,500 líderes reunidos, el World Business Forum México 2025, organizado por WOBI, volvió a posicionarse como el evento más influyente del año para quienes buscan transformar el mundo empresarial desde la estrategia, el propósito y la innovación.

Durante el 4 y 5 de noviembre, Expo Santa Fe se convirtió en un epicentro de ideas, tendencias globales y conversaciones profundas conducidas por algunos de los pensadores más influyentes del planeta. Desde referencias en economía y liderazgo hasta íconos de la innovación tecnológica, esta edición 2025 dejó claro que navegar la incertidumbre exige líderes más humanos, más conscientes y, sobre todo, más preparados para lo impredecible.

Un foro que inspira a pensar diferente y liderar con propósito

“En WOBI creemos en el poder de las ideas para transformar organizaciones y sociedades”, afirmó Paola Bossi, Country Manager de WOBI México, durante la inauguración.

Su mensaje resonó en un auditorio lleno de líderes dispuestos a cuestionar, innovar y construir el futuro con determinación.

WOBI celebró a una comunidad que, año con año, demuestra que el liderazgo con empatía, visión y valentía no solo es posible, sino indispensable en la nueva economía latinoamericana.

Día 1: navegar la incertidumbre global y empoderar con humanidad

El primer día abrió con uno de los economistas más relevantes de nuestra era: Nouriel Roubini, quien compartió herramientas para enfrentar un mundo geopolíticamente complejo y económicamente inestable. Su mensaje central fue contundente: para avanzar, las empresas deben integrar bienestar social, redistribución y visión estratégica ante lo impredecible.

La psicóloga Elizabeth Dunn, autora de Happy Money, recordó a los líderes que la felicidad en el trabajo no depende solo del sueldo, sino de la calidad de las relaciones humanas. Un recordatorio poderoso para tiempos de transformación organizacional.



Luego, la reconocida experta en liderazgo y Harvard Senior Fellow, Amy Cuddy, invitó a replantear la forma de liderar: empoderar a otros, acompañar el cambio y formar equipos emocionalmente fuertes, más allá de competir.

El cierre del día estuvo a cargo del emprendedor mexicano Jesús Cochegrús, quien presentó el futurista concepto del “Homo sAIpiens”, afirmando que hoy los negocios deben ser atractivos tanto para los clientes como para los agentes de inteligencia artificial, bajo su modelo AI2AI.

Día 2: lenguajes del liderazgo, mentalidad de alto rendimiento y futuro exponencial

La jornada inició con Javier Fernández Aguado, quien profundizó en el “idioma del liderazgo”: líderes que desarrollan personas, crean sentido de propósito y consolidan organizaciones más fuertes desde sus mandos medios.

El emprendedor Oso Trava compartió las tácticas del verdadero “crack”: autoconocimiento, pensar en grande y vivir con intención. Su participación conectó especialmente con las nuevas generaciones de líderes presentes.

Más adelante, Victoria Roos Olsson entregó claves para liderar en tiempos de disrupción permanente, invitando a abrazar la flexibilidad como una habilidad esencial para el futuro del trabajo.



Finalmente, el reconocido futurista y fundador de XPRIZE, Peter Diamandis, cerró con una visión inspiradora y contundente:

La inteligencia artificial, los robots humanoides y la longevidad impulsada por IA serán las metatendencias que marcarán el futuro exponencial de los negocios y la vida humana.

Su mensaje dejó al público reflexionando sobre el papel que jugarán las empresas mexicanas en una era donde la tecnología redefine cada decisión.

Una comunidad que crece y evoluciona: WOB! Anuncia su edición 2026

Con el éxito del World Business Forum México 2025, WOB! anunció oficialmente su próxima edición, que se llevará a cabo el 10 y 11 de noviembre de 2026.

Entre los speakers confirmados destacan dos figuras legendarias:

- Francis Ford Coppola, uno de los cineastas más influyentes de la historia.

- Carl Lewis, “El hijo del viento”, quien compartirá los aprendizajes que lo llevaron al máximo nivel del alto rendimiento.

Una edición que promete elevar aún más la conversación global sobre liderazgo, creatividad y reinención.

El legado de WOB!: ideas que transforman y comunidades que crecen

Por más de cuatro décadas, WOB! ha sido el puente entre los líderes del mundo y las ideas que generan impacto real en las organizaciones.

A través del World Business Forum, su plataforma de contenidos y una comunidad internacional en expansión, WOB! continúa cumpliendo su misión: inspirar, conectar y amplificar el poder de las ideas.

La edición 2025 confirma, una vez más, que cuando líderes se reúnen con propósito, las ideas se convierten en acción y la innovación se vuelve inevitable. 🌐

¡SÉ PARTE DEL FUTURO DEL LIDERAZGO!
INSCRÍBETE EN WWW.WOB!.COM Y ASEGURA TU LUGAR
EN EL WORLD BUSINESS FORUM MÉXICO 2026.
ÚNETE A LA COMUNIDAD GLOBAL QUE ESTÁ TRANSFORMANDO
EL MUNDO CON IDEAS PODEROSAS Y VISIÓN DE FUTURO.

Startup México

EL BIENESTAR DEL LÍDER COMO PILAR ESTRATÉGICO

Berenice Badillo-Coordinador de Operaciones Startup México

Con el cierre de año tan cerca, muchas veces los líderes de negocios hacen una pausa para hacer un recopilado de resultados del año, así como un replanteamiento de la estrategia para el nuevo año que comienza; se proponen nuevas metas y objetivos de ventas, dejando fuera una parte que es crucial, el bienestar de todo el equipo y el del líder; no existe una reflexión acerca de que, probablemente el bienestar y motivación son el reflejo de los resultados de la empresa.

Ya que, no únicamente se trata de gestionar el tiempo o las metas, sino de fomentar e inspirar una cultura de colaboración, motivación y compromiso, los líderes conscientes tienen que plantearse el bienestar de los colaboradores como una buena estrategia. Cuando hay un colaborador motivado y este se siente identificado con la marca, por ende, se vuelve el activo más valioso; ya que se vuelve embajador de la empresa y adopta sus funciones como propias. En el caso contrario, si el colaborador no se siente motivado, hay una completa desalineación de resultados y las funciones que corresponden, ocurre la famosa renuncia silenciosa, incluso los jefes tienen la misma problemática. En el estudio DDI Global Leadership Forecast 2025 (+10,000 líderes y 2,000 + organizaciones en 50 + países) se encontró que 40% de los líderes estresados han considerado abandonar sus cargos de liderazgo para mejorar su bienestar.

Recientemente estaba leyendo que, si un empleado no está alineado, motivado y en un ritmo colaborativo y proactivo se vuelve un stopper, y no hace más que lo necesario para seguir cobrando y el único resultado que se logra es contaminar al resto del equipo.

Muchas veces el líder de la empresa no considera positivo correr a esa persona, por lo que puede costarle liquidarlo, pero a mediano plazo sale más caro pagarle a alguien que no resuelve y que contamina al equipo, y que además detiene los procesos, que si solo mejoramos el ambiente laboral.

No quiere decir que la solución sea correr a todo el personal, más bien eso nos habla de que hay un problema de fondo; porque muchas veces lo único que el colaborador busca es ser escuchado y reconocido, y el problema de fondo entonces no está en la parte operativa necesariamente, más bien es el líder.

Esa cultura laboral habla de un líder que no ha comprendido la importancia de mantener a los equipos motivados, si bien, las decisiones estratégicas no pueden ser basadas en lo que el colaborador quiera, la parte operativa siempre puede darnos una muy buena retroalimentación respecto a las áreas de oportunidad que se tienen y un buen líder debe predicar con el ejemplo. Se trata de tener una mentalidad receptiva, que permita escuchar lo que no nos gusta como dueños de negocio, y también tomar acción al respecto.

Un tema que casi nunca se pone sobre la mesa, es el bienestar del líder ya que no es solo una cuestión personal; en una empresa es la raíz del bienestar de todo el equipo y esto define la energía de cómo comenzamos un nuevo año de operación. Hace tiempo



alguien me dijo que la forma en cómo funciona la empresa es el reflejo del líder, se me hicieron palabras muy fuertes porque conozco muchos fundadores de empresa que hoy son mis amigos por los cuales tengo afecto, pero después me hizo sentido, ya que si el dueño y/o fundador de la empresa no puede generar cambios siendo el primer tomador de decisiones, la parte operativa de la empresa jamás podrá detonar esos cambios y mejoras, y entonces todos caen en una cultura laboral de apatía, fastidio, indiferencia, y poca colaboración y por ende eso se refleja en la atención y servicio que damos y aún más profundo eso se refleja en las ventas, lo cual es lógico si nos ponemos a pensarlo, por poner un ejemplo; cómo voy a vender más, si la persona que atiende al cliente ni siquiera sonríe o contesta el saludo, por irnos a lo más simple, pero eso pasa en todos los niveles y en todos los departamentos de la empresa.

Por tanto, el bienestar del líder se vuelve uno de los pilares más esenciales, ya que actualmente es más valioso y genera más impactos positivos tener un líder no que busque controlar todo, sino inspirar y tomar decisiones desde la coherencia, un líder que se cuida, inspira, que escucha, conecta, que se renueva, que transforme, que, si identifica que hay algo mal, detone esos cambios para mejorar, empezando por él mismo; de acuerdo con el informe de WorkWell Leaders, el bienestar personal del líder emergió como el factor más influyente para el bienestar organizacional.

Por ello es importante que como dueños de negocios y/o fundadores de empresas, incluso desde los cimientos cuidemos aspectos como nuestro bienestar físico, emocional, y espiritual, esto con la finalidad de conectar con el propósito, silenciar el ruido y permitir momentos de pausa para recargar claridad y visión, si eso pasa, podemos practicar la empatía como una herramienta que nos permita ejercer un liderazgo mejor ejecutado.

Poner atención en el bienestar del líder está totalmente ligado a resolver problemáticas de la empresa. En cifras sobre liderazgo eficaz: uno de los informes indica que las organizaciones con liderazgo fuerte tienen hasta 21% más de rentabilidad que sus competidores; este dato refuerza que invertir en el bienestar y desarrollo del líder (y no solo en programas genéricos) tiene una repercusión real en los resultados organizacionales.

La postura del líder en cierre de año

En esta reflexión de fin de año podemos comenzar con cosas que son simples, como tener un pequeño encuentro con el equipo, una jornada de reflexión o incluso en un espacio individual, que nos permita agradecer; reconocer logros, aprendizajes y esfuerzos, dejar ir lo que no funcionó y reforzar la motivación e integración del equipo o del colaborador con la marca.

Sería bueno comprender la visión de los colaboradores en la empresa para el nuevo año que comienza, pero sobre todo hacerles ver que su líder también es una persona que probablemente también tiene problemas, que muchas veces tiene que tomar decisiones difíciles y que también necesita hacer mejoras para sí mismo y para

el negocio, pero sobre todo que todos están en el mismo barco y tienen que hacer que funcione de manera colaborativa a favor de todos.

VISIÓN 2026

Un líder equilibrado, crea empresas que prosperan

El inicio de año es una oportunidad de alinear la visión y propósito con la acción, el líder tiene oportunidad de hacer un replanteamiento de una nueva estrategia que permita anteponerse primero como parte del plan estratégico y diseñar un rumbo compartido para la empresa y el equipo, basado en la colaboración y valores claros.

El bienestar del líder de negocio tiene que ser una práctica constante, realizando acciones que le permitan tomar mejores decisiones, ser un líder equilibrado no significa vivir sin problemas, significa aprender a mantener la calma incluso ante el caos, si la mente, cuerpo y emociones se alinean, las decisiones fluyen y te sientes en paz, como consecuencia eso se refleja con la forma en la que ejerces tu liderazgo y por ende en la operación y resultados de la empresa.

Que este nuevo año que comienza te permita tomar acciones respecto a cómo te sientes y cómo quieres ejercer tu liderazgo, reflexionar hacia dónde quieres llevar tu negocio; hoy los negocios necesitan líderes innovadores y con mente disruptiva que rompan con paradigmas para que esto les permita generar resultados que realmente generen impacto, ya que no basta solo con decir vende más, no se trata de asumir que todo lo que estoy haciendo está bien, se trata de detonar esos cambios que nos permitan implementar una mejora continua, en aplicar buenas prácticas en lo personal, y luego en lo profesional inspirando a todo el equipo para que todos de manera conjunta lleven a la empresa a un mejor resultado.

En Startup México estamos muy familiarizados con las necesidades reales de los negocios y problemáticas que enfrentan los fundadores y dueños de estos, por eso buscamos que todos nuestros programas e iniciativas que lanzamos planteen y resuelvan temas que no se abordan normalmente, adecuados a un contexto real, buscamos que desde el diseño y creación de un modelo de negocio se haga una correcta planeación que contemple elementos que orienten un mejor manejo y operación de la empresa, ya que queremos mejorar la vida de las personas a través de la innovación y el emprendimiento. 



NONSUGARD NSD FOODD

KAREN VELAZQUEZ



NonSugarD es un proyecto mexicano fundado en 2019 dedicado a la creación de alimentos funcionales “real food”, 100% de origen vegetal, sin azúcares añadidos, sin aditivos y no ultraprocesados. Su misión es ofrecer soluciones alimenticias nutritivas, sabrosas y sostenibles para mejorar el bienestar y la salud de las personas, con especial enfoque en quienes viven con diabetes o buscan hábitos de alimentación más conscientes. A través de alianzas con productores locales y organizaciones ambientales como Melífera Conservación A.C., la empresa trabaja para reducir su huella de carbono y promover un modelo de alimentación sostenible y responsable con el planeta.

Nace de la necesidad de transformar la forma en que nos relacionamos con la comida. Surgió a partir de una historia personal vinculada a la salud y la diabetes, que reveló la falta de opciones realmente nutritivas, sin azúcar añadida y libres de ultraprocesados en el mercado. El proyecto busca ofrecer alternativas que no solo cuiden el cuerpo, sino que también respeten el medio ambiente y promuevan una cultura de alimentación consciente, deliciosa y sostenible.

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

La decisión más valiente que he tomado en mi camino emprendedor fue dejar la seguridad de un empleo estable y apostar por una idea que, en ese momento, muchos consideraban arriesgada: crear alimentos funcionales sin azúcar añadida que rompieran con el paradigma tradicional de la industria alimentaria. Aposté por mi intuición, por un propósito mayor y por la convicción de que el cambio en la salud colectiva comienza desde lo que elegimos llevar a nuestra mesa. Tomar esa decisión significó más que iniciar un negocio: fue un salto de fe hacia un proyecto con impacto social y ambiental. Al principio, el reto fue enorme. Empezar desde cero implicó invertir todos mis recursos, formarme en áreas desconocidas, construir relaciones con productores locales y desafiar a una industria acostumbrada a ingredientes baratos, fórmulas artificiales y productos ultraprocesados. Sin embargo, esa decisión redefinió por completo mi visión empresarial. Comprendí que el verdadero valor de un emprendimiento no se mide únicamente por sus ventas, sino por su capacidad de transformar vidas. Hoy NonSugarD no es solo una marca de productos saludables; es un movimiento que promueve una nueva forma de entender la alimentación: consciente, funcional, sostenible y profundamente humana. Aprendí que el miedo nunca desaparece, pero la pasión y el propósito lo superan. Esa valentía inicial es hoy el motor que impulsa cada paso de nuestra evolución.

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

Si NonSugarD tuviera la oportunidad de impactar a toda Latinoamérica, nuestro enfoque estaría en abordar uno de los desafíos más urgentes de la región: la crisis de salud metabólica y nutricional derivada del consumo excesivo de azúcares, productos ultraprocesados y hábitos alimentarios poco sostenibles. América Latina se enfrenta a índices alarmantes de obesidad, diabetes y enfermedades crónicas no transmisibles, problemas que no solo afectan la salud individual, sino que también tienen profundas implicaciones sociales, económicas y ambientales. Nuestro objetivo sería impulsar una revolución alimentaria consciente que eduque, empodere y transforme los hábitos de consumo desde la raíz. Queremos demostrar que la alimentación saludable puede ser deliciosa, accesible y profundamente conectada con la

sostenibilidad. Con productos funcionales elaborados con superfoods, sin azúcares añadidos y provenientes de productores locales, buscamos ofrecer soluciones reales a un problema que afecta a millones de personas. Además, creemos que el impacto debe ir más allá del producto. Apostamos por una red colaborativa que conecte a pequeños productores, promueva cadenas de suministro sostenibles y fomente el comercio justo. Al hacerlo, no solo contribuimos a la salud de las personas, sino también al fortalecimiento de las economías locales y la protección de los ecosistemas. Resolver el problema de la mala alimentación es un acto de justicia social y ambiental. Al transformar lo que comemos, transformamos también nuestras comunidades, nuestra salud y nuestro futuro colectivo.

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

Más allá del éxito económico, mi mayor anhelo es que NonSugarD sea recordada como una historia de propósito, coherencia y transformación. Quiero dejar un legado que inspire a las personas a creer que emprender

con impacto es posible y que los negocios pueden ser una herramienta poderosa para sanar cuerpos, comunidades y el planeta. Mi visión es que cada producto, cada decisión y cada alianza reflejen un compromiso genuino con el bienestar humano y la sostenibilidad. Quiero que las nuevas generaciones comprendan que el verdadero éxito no radica en la acumulación de ganancias, sino en la huella positiva que dejamos en el mundo. Sueño con que mi historia motive a otros emprendedores a atreverse a crear desde el corazón, a cuestionar el status quo y a diseñar soluciones con propósito. Que vean en NonSugarD un ejemplo de cómo la innovación puede ser profundamente humana, cómo la salud puede estar al alcance de todos y cómo la alimentación puede ser un acto de amor hacia nosotros mismos y hacia la Tierra. Si mi trabajo logra inspirar a una sola persona a elegir un estilo de vida más consciente, a un emprendedor a crear con propósito o a una comunidad a transformar su relación con la comida, sentiré que mi misión está cumplida. Ese será mi legado: demostrar que cuando un negocio nace desde el propósito, su impacto puede trascender generaciones. 



ARUKA LAB

JAZMÍN JANETH ARMENTA
SALAZAR Y JULIO CÉSAR DE
LA CRUZ VÁZQUEZ

Producto estrella: AL Defense

Breve descripción de la empresa:

Aruka Lab nace en Chiapas con la visión de demostrar que la innovación y la calidad no tienen fronteras. Somos una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de suplementos alimenticios y alimentos diseñados para impulsar la salud, el bienestar y el rendimiento. Creemos que cada persona merece soluciones confiables y efectivas, respaldadas por resultados comprobados, que inspiren seguridad y marquen la diferencia en su día a día. En Aruka Lab no solo elaboramos productos, creamos confianza: porque sabemos que cuidar de tu cuerpo es también cuidar de tus metas.

Razón de creación de nuestros productos: Aruka Lab nació en un momento de reflexión profunda después del COVID. Vimos cómo muchas personas, aun después de superar la enfermedad, buscaban recuperar energía, fortalecer su sistema inmune y reencontrarse con su bienestar. Fue entonces cuando nos preguntamos: ¿qué podemos hacer para que la ciencia y la naturaleza se unan en favor de la salud? La respuesta nos llevó a investigar los mejores superalimentos y suplementos que realmente marcaran la diferencia en la vida diaria. Así, con pasión y compromiso, dimos vida a Aruka Lab: una empresa que no solo fabrica productos, sino que crea confianza, inspira seguridad y demuestra que desde Chiapas se puede innovar para transformar la salud y el futuro de quienes deciden cuidarse.

¿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 atrevernos a emprender durante el COVID y en Chiapas, en un contexto lleno de incertidumbre y miedo. En lugar de detenernos, elegimos investigar, innovar y crear soluciones reales que ayudaran a mejorar la salud y la calidad de vida de las personas; iniciando primeramente por nuestra familia.

Esa decisión marcó un antes y un después porque transformó nuestra visión de negocio: entendimos que no se trata solo de vender productos, sino de generar confianza, inspirar seguridad y

demostrar que desde Chiapas podemos desarrollar una empresa de impacto tecnológico y humano. Sin duda, la parte que más ha satisfecho a nuestro espíritu es cuando el cliente nos menciona que gracias a nuestros productos su salud mejoró.

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

Nuestra visión es ser la empresa de suplementos #1, no solo en Latinoamérica, sino a nivel mundial. Pero entendemos que debemos ir paso a paso. Por lo cual, tenemos claro que tanto México como Latinoamérica tienen sus principales problemas de salud que cada Gobierno está priorizando. De esa manera, creemos que la obesidad, la diabetes y los problemas gastrointestinales son los principales problemas a resolver. Debido a que estos tres están estrechamente relacionados, siendo nuestro sistema gastrointestinal nuestro segundo cerebro, ya que en él se desarrollan nuevas moléculas y señales que viajan por todo nuestro organismo; y es ahí donde se metabolizan nuestros alimentos y en donde llegarían nuestros suplementos. Por esta razón, en Aruka Lab desarrollamos productos que impacten y logren eficientemente mejorar la salud, a través de ingredientes y materias primas innovadoras que aseguran a nuestros clientes beneficios a su salud con formulaciones únicas y exclusivas.

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

Nuestro legado o sueño sería que, mediante Aruka Lab, muchas personas puedan llevar sustento a sus hogares. Que nuestros colaboradores puedan empoderarse para mejorar su bienestar y alcanzar sus metas económicas. Aunque Chiapas es un estado un tanto olvidado, demostrar que se pueden hacer negocios sanos y con valores, y al mismo tiempo dejar de ser solo un estado que comercializa, sino que también puede producir y manufacturar. De esta manera, en nuestra historia quedaría grabado en cada persona, que sí se pueden lograr las cosas con paciencia, trabajo constante y esfuerzo. Nuestra huella sería siempre esforzarse y ser valientes, aunque parezca que todo conspira en nuestra contra, siempre habrá alguien que decida apostar y luchar junto a tus sueños. 📌



<https://arukalab.com.mx>



@mexico.limited



México Limited

contacto@mexicolimited.com

DO CARE

La línea nació de la necesidad de brindar a los clientes y profesionales productos de alta calidad, confiables y accesibles, que realmente mejoren la salud y belleza de la piel. Queremos transformar la manera en que las personas cuidan su piel, generando bienestar físico y emocional.

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

El haber enfrentado y superado un cáncer de mama. Esta experiencia me dio la fuerza para reinventarme, valorar la vida y apostar por mis sueños sin miedo. Transformó mi visión de negocio al entender que cada proyecto debía tener propósito, impacto y trascendencia.

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

Impulsa la autoestima y la confianza de las personas a través del cuidado de su piel. Una piel sana no es solo estética: es bienestar, es salud emocional y es dignidad. Resolver problemas como acné, manchas o envejecimiento prematuro permite que hombres y mujeres vivan más seguros de sí mismos y proyecten su mejor versión.

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

Deseo dejar un legado de resiliencia, de amor propio y de servicio a los demás. Quiero que mi historia inspire a otros a creer que incluso de los momentos más difíciles pueden surgir proyectos con propósito, que no solo cambian vidas individualmente, sino que crean comunidades enteras de bienestar y apoyo. 🌱



Producto estrella:
Loción Love Mist y crema de Colágeno

Do Care MX es una línea dermocosmética creada para ofrecer soluciones reales y efectivas en el cuidado de la piel. Nos definimos como una empresa que une ciencia, experiencia y amor propio, con productos que respaldan más de 20 años de trayectoria en el área de la cosmetología facial y corporal.



<https://www.docare.com.mx/>

contacto@mexicolimited.com

COCOA ART



 @cocoaartgdl

 CocoaArtGdl

<https://cocoaart.mitiendanube.com/>

La motivación para la creación de la marca surgió de una triple oportunidad en el mercado:

Innovación y salud en retail: identificamos la creciente demanda de productos gourmet que no comprometen la salud. Por ello, nuestra línea se distingue por ofrecer derivados y untables de alta calidad, sin azúcares añadidos y con formulaciones saludables, así como nuestro cacao en polvo es 100% natural y también sin azúcares añadidos.

Excelencia para el profesional (B2B): vimos una brecha en el mercado de ingredientes: la necesidad de que pastelerías y reposterías pudieran acceder a cacao y derivados de calidad superior y consistencia garantizada. Cocoa Art nació para ser ese socio estratégico, ofreciendo productos con el perfil de sabor, pureza y textura que los profesionales necesitan para elevar sus creaciones.

Honar el origen: buscamos promover el cacao y derivados, garantizando la trazabilidad y la máxima calidad de la materia prima en cada gramo, ya sea para el consumo directo o para su uso como ingrediente principal.

En resumen, Cocoa Art nació de la convicción de que es fundamental ofrecer productos excepcionales para inspirar al consumidor final, al mismo tiempo que brindamos una solución integral y de alto rendimiento para los expertos en repostería y pastelería que buscan ingredientes saludables, puros y confiables.

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

El motor inicial para emprender no fue solo la ambición, sino la profunda convicción de que era posible crear una marca que aportará un valor genuino al consumidor.

Nuestra visión para Cocoa Art se basó en un principio innegociable: ofrecer productos saludables y transparentes sin sacrificar en lo absoluto la calidad premium y la experiencia de sabor que esperan nuestros clientes.

Llevar esta visión a la práctica fue nuestro mayor desafío inicial. El reto principal no fue solo la innovación en la formulación de productos sin azúcares añadidos, sino también dominar la cadena completa: desde el desarrollo del producto en el laboratorio hasta su distribución eficiente al consumidor final.

En este camino, el aprendizaje más valioso ha sido:

Adaptabilidad en la visión: un emprendedor debe tener la disciplina de la ejecución y la flexibilidad para adaptar su visión de negocio según las señales del mercado. La idea es el inicio, pero la adaptación continua es la clave de la supervivencia.

Priorizar la escucha: es crucial conocer el mercado y, más importante aún, escuchar activamente las necesidades de los clientes y socios B2B. Sus comentarios son la hoja de ruta que guía la evolución de la marca.

Resiliencia operativa: las adversidades iniciales son inevitables. Lo fundamental es no rendirse y mantener la resiliencia necesaria para transformar cada obstáculo en un aprendizaje estratégico que fortalezca el negocio.

En última instancia, el éxito reside en mantener la coherencia entre el valor que prometemos (salud y calidad) y la ejecución que entregamos.

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

Cocoa Art se enfoca en dos problemas clave dirigidos a dos audiencias distintas:

1. Consumidor final: enfocado en el bienestar, que puedan disfrutar un producto delicioso sin sentir culpa y sin consumir la gran cantidad de azúcares añadidos que tienen otros productos.
2. B2B: enfocado en el rendimiento como materia prima, ofreciendo una calidad constante que garantice un perfil de sabor y puedan controlar las formulaciones de azúcar sin depender de productos mezclados y preazucarados.

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

Como emprendedora de la marca Cocoa Art, el legado que busco dejar se centra en la Integridad del Origen y la Responsabilidad con la Salud. Mi aspiración es que Cocoa Art sea recordada como la marca que demostró que la calidad de los productos no tiene que estar reñida con el bienestar y la salud.

La huella que me gustaría que mi camino inspire en otros emprendedores es que se atrevan a tomar la decisión valiente de emprender en un negocio que ofrezca valor al mercado y construyan marcas que la gente admire por su calidad y respeto por sus valores. 



Producto Estrella:
Cacao en polvo 100% natural y untables saludables



BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Somos una marca jalisciense dedicada a la selección, comercialización y distribución de productos de cacao premium. Ofrecemos desde granos y polvos hasta una exclusiva variedad de untables con cacao, garantizando un sabor y experiencia inigualables.

Nuestro portafolio abarca:

- Cacao en distintas presentaciones: nibs, cacao en polvo natural, alcalino y black.
- Derivados tradicionales: manteca de cacao.
- Línea gourmet: innovadores untables artesanales con base de cacao y con ingredientes naturales, diseñados para el mercado que busca calidad, nutrición y sabor distintivo.

Wrong



Wrong es una marca que durante 10 años se ha dedicado a crear y comercializar productos de cuidado personal masculino, dividida en barba, piel y cabello. La producción es totalmente artesanal y es realizada en lotes pequeños para garantizar su calidad, ya que de esta manera podemos revisarlos uno a uno y cuidar todos los detalles.

Wrong se define como una marca honesta que ha ido madurando con el paso del tiempo, en sus inicios denotaba rebeldía, con toques rockeros, de ahí su nombre.

Así como un joven crece y adquiere su personalidad, Wrong descubrió su propia esencia, ser auténtica sin seguir los pasos de nadie más, persiguiendo siempre el bienestar de consumidores, intermediarios e integrantes del equipo.

En un mundo en el que conducirse de la mejor manera y optar por los valores en muchas ocasiones pareciera ser lo equivocado, Wrong prefiere ser parte de ese pequeño porcentaje de incorrectos.

La idea original fue crear productos que ayudaran a mantener la barba cuidada y en buen estado, buscando que los aromas fueran frescos y joviales, dado que lo poco que existía en el mercado era de notas amaderadas y como para un público mucho más maduro.

Posteriormente, se fueron agregando productos para fijación de cabello, dando a cada uno de ellos una funcionalidad específica para atender diferentes tipos de necesidad, como acabado mate, brillante, ocultar canas, fijación suave o muy fuerte, pero teniendo en común que todos otorgan una apariencia natural y los aromas son cautivadores.

El cuidado de la piel no podía faltar y nos enfocamos en limpieza y afeitado, teniendo como ingredientes principales al carbón activado y el extracto de aloe vera.

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

El cambio de imagen fue una decisión realmente arriesgada, la marca ya tenía unos 6 años en el mercado, vendiéndose tanto en barberías como en tienda en línea, los compradores llamaban a los productos por su nombre y los identificaban muy bien por la calavera con barba enmarcada por unos rayos.

Se pulió de todo a todo, partiendo por el diseño del logotipo, que se convirtió solo en tipografía, enfatizada con un pequeño rayo que dejaría una referencia de la imagen anterior. Los envases cambiaron a vidrio, se unificaron todas las etiquetas, decidimos que tanto estas como todos los frascos serían transparentes con tapas negras para que pudiera apreciarse el contenido. En general, todo se vio mucho más limpio.

Afortunadamente se recibió muy buena respuesta, los clientes frecuentes comentaron que se veía mucho más profesional, limpio y unificado. Esto tuvo un buen impacto en ventas.

Si bien, siempre creí que trabajar de manera limpia, ordenada y organizada era importante, este cambio me hizo ver que llevar eso hasta la imagen del producto es muy importante, finalmente ahí es donde se ve reflejado todo el trabajo y esfuerzo.

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

Aunque el mercado del cuidado personal masculino va en aumento, aún se está muy lejos de comprender e informar la importancia que este tiene. No se trata solamente de vanidad, buscar verse o sentirse bien, sino de entender que el exterior del cuerpo, sea de hombre o mujer, requiere cuidados específicos, como limpieza, hidratación, nutrición, etc.

Del mismo modo que alimentarnos de manera adecuada tiene un impacto positivo, hacerlo por fuera también es importante.

Elegiría la línea para barba, debido a que es un tema del cual se proporciona menor información y quienes gustan de llevar crecido el vello facial, requieren una limpieza

más profunda y mucho mayor cuidado. Aunado a ello, fue la línea que nos vio nacer.

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

Sé que puede sonar sumamente romántico, pero el amor que se le pone a una creación propia, me parece que debería ser lo primero en motivar a alguien que quiere emprender. No hay nada más satisfactorio que el ver cómo algo creado con tus manos puede ayudar a otros a verse o sentirse bien, el saber que te eligen porque ese tiempo y dedicación se ven reflejados en tu producto final.

Me encantaría que los emprendedores pudieran descubrir que hay mucho más allá del dinero, que no buscaran precisamente el “negocio millonario” sino que profundizaran en lo que realmente los mueve o apasiona y que trabajaran sobre ello. Por supuesto, con disciplina y mucha disposición para aprender y ser cada día mejores en eso que quisieron sacar al mundo, a partir de ahí, el dinero viene como consecuencia. 📌



Producto Estrella:
Pomada Phantom

FRANCISCO MONROY: **CREAR SIN MIEDO,** EXPRESARSE SIN LÍMITES



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 de 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 que 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. **E**



CUANDO EL CIELO SE EQUIVOCA

La comedia celestial de Corazón Films que todo emprendedor debería ver

Si el emprendimiento tuviera una película oficial, seguramente sería Cuando el cielo se equivoca, la nueva propuesta de Corazón Films que mezcla humor, caos divino y una sorprendente dosis de inspiración para quienes viven entre ideas, errores y reinventaciones constantes.

La cinta presenta a un ángel, interpretado con el carisma tranquilo de siempre por Keanu Reeves, que baja a la Tierra para cumplir una misión sencilla... hasta que no lo es. Una confusión, un giro inesperado y una cadena de decisiones imperfectas lo obligan a convivir con un grupo de humanos que bien podrían representar a cualquier comunidad emprendedora de la vida real.

Los personajes: un espejo del ecosistema emprendedor

Lo más divertido de la película es que, sin proponérselo explícitamente, crea una especie de mini-ecosistema emprendedor, donde cada personaje encarna un perfil típico dentro del mundo de los negocios:

- La visionaria idealista, que sueña en grande, pero siempre está rompiendo algo en el proceso.
- El estratega financiero, obsesionado con los números... hasta que descubre que la vida no se puede calcular en Excel.
- La creativa multitask, que habla tres idiomas, pero se comunica mejor con emojis.
- El mentor cansado, que jura que ya “se va a retirar”... pero no puede evitar involucrarse.
- Y el ángel, claro: ese líder accidental que no pidió el rol, pero que termina transformando al equipo sin darse cuenta.

Este grupo variopinto se convierte en la brújula emocional del ángel, y también en una metáfora encantadora del ecosistema emprendedor latino: diverso, disruptivo, caótico, brillante... y profundamente humano.

¿Por qué esta película conecta tanto con los emprendedores?

Porque no romantiza el caos... lo abraza.

En el mundo del emprendimiento no todo es pitch perfecto, rondas de inversión y fotos inspiradoras. También hay dudas, metidas de pata, improvisación, aprendizajes a golpes y decisiones que se toman con más corazón que estrategia.



La película lo retrata con humor, pero con una verdad subyacente: las equivocaciones no te frenan, te forman.

En una escena clave, uno de los personajes le dice al ángel: “Si no sabes qué hacer, empieza por lo que sí puedes hacer.”

Una frase que, sin querer, resume el espíritu emprendedor más auténtico.

Humor celestial, aprendizaje terrenal

Lo genial de cuando el cielo se equivoca es que no pretende ser una película “motivacional”, pero termina siéndolo.

Entre enredos divinos, malentendidos humanos y momentos completamente absurdos, la historia recuerda que:

- Fallar es parte del proceso.
- Pedir ayuda también es liderazgo.
- Incluso los “ángeles” necesitan una red de apoyo para cumplir su propósito.

Una recomendación especial para la comunidad E+E

Más allá del entretenimiento, esta película es un homenaje accidental, pero precioso, al espíritu de los emprendedores: esas personas que, aún sin alas, vuelan todos los días hacia ideas mejores.

Corazón Films entrega una cinta ligera, divertida y llena de personajes que nos recuerdan por qué el ecosistema emprendedor es uno de los motores más creativos y resilientes del país.

Así que si necesitas reírte, inspirarte y recordar que equivocarse también es avanzar, cuando el cielo se equivoca es tu próxima parada obligada. 



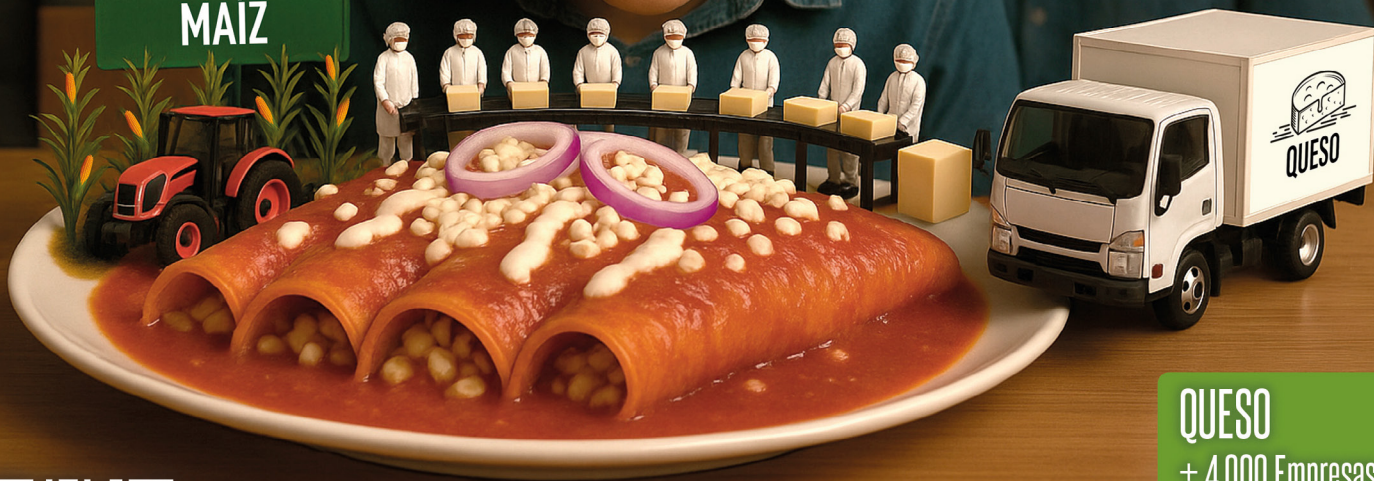
¿Sabes cuántas empresas hay detrás de esta comida en familia?

**LAS EMPRESAS GENERAN
8 DE CADA 10 EMPLEOS**

TORTILLAS

+ 110,000 Empresas
+ 259,000 Empleos

MAÍZ



QUESO

+ 4,000 Empresas
+ 37,000 Empleos



¡Escanéame!

Censo Económico 2019, INEGI

Voz de las Empresas

Consejo de la Comunicación

EL MAPA DEL VENTURE CAPITAL EN MÉXICO:

CONOCE LOS FONDOS CLAVE PARA EMPRENDER

Tener una gran idea, un equipo que se la crea y una buena estrategia no siempre basta para emprender con éxito. Hay un ingrediente clave que puede marcar la diferencia: el acceso al financiamiento. Y uno de los caminos más potentes es el de los fondos de inversión.

Conoce los 10 fondos clave de capital emprendedor en México es el nuevo lanzamiento de LID Editorial, un libro que explora el ecosistema del venture capital mexicano: cómo ha evolucionado, quiénes lo impulsan, cuáles son sus retos y qué oportunidades ofrece hoy.

En solo diez años, la inversión en startups pasó de 526 millones de dólares (2014) a más de 970 millones (2024), con más de 170 fondos activos. Detrás de esas cifras hay una industria que crece, se profesionaliza y se abre paso en el panorama latinoamericano.

Este libro busca ofrecer a emprendedores, inversionistas y futuros fund managers una visión práctica y real de cómo se ha construido esta industria en México. También pone sobre la mesa temas clave: cómo democratizar el acceso al capital, aumentar la diversidad y seguir profesionalizando el ecosistema.

Cada capítulo cuenta la historia detrás de un fondo, su estrategia, sus aprendizajes y sus consejos para quienes están buscando levantar capital. Además, cada uno incluye un caso de éxito real que demuestra el impacto de estas inversiones:

- 500 LatAm – 99 minutos
- Angel Ventures – CLIP
- Cometa – Bitso
- Dalus Capital – Sirena
- Dila Capital – INCODE
- Hi Ventures – Cornershop
- IGNIA – Rapyd
- Nazca – Kavak
- Nido Ventures – ARKHAM
- Wollef – Konfio



Los 10 fondos seleccionados cumplen con tres criterios esenciales:

- Ser pioneros en el ecosistema mexicano de venture capital.
- Haber levantado más de un fondo.
- Ofrecer distintas tesis de inversión y modelos de apoyo a startups.

Nueve de ellos representan la primera generación de fondos que sentaron las bases del capital emprendedor en México, y uno: Nido Ventures, aporta la visión de una nueva generación que refleja la madurez actual del ecosistema.

Con un lenguaje claro y un glosario práctico, el libro combina entrevistas y fuentes públicas para ofrecer una visión completa del sector. Es una guía para entender cómo funciona el capital emprendedor en México, pero también una fuente de inspiración sobre lo que implica emprender con visión, resiliencia y propósito.

La investigación fue desarrollada por Renata Herreras, Daniela Ruiz Massieu y Claudia González, del ITAM, con la colaboración de KPMG, una firma comprometida con el fortalecimiento del ecosistema emprendedor y de inversión en el país. 

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

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

mikigai

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



www.scape.mx



www.mikigai.mx

MANIFIESTO E+E

VISIÓN 2026

Creemos en los negocios que nacen del propósito y crecen con estrategia.

Creemos en empresarios y emprendedores profesionales que entienden que el éxito no es solo llegar, sino sostener, expandir y trascender.

Creemos en el poder de la comunidad, en las alianzas que se multiplican, en el networking que genera valor real y en las ideas que se convierten en impacto.

Honramos nuestras raíces mexicanas y latinoamericanas, mientras miramos al mundo con visión global.

El liderazgo hispano no se limita a un territorio: construye puentes, cruza fronteras y deja huella.

E+E es más que una revista.

Es un espacio de encuentro.

Un ecosistema de crecimiento.

Una plataforma para conectar talento, visión y oportunidades.

Hacia el 2026, impulsamos:

- Empresas con identidad y propósito
- Emprendedores que piensan en grande
- Asociaciones que apuestan por el impacto colectivo
- Profesionales que lideran con ética, claridad y visión

Creemos en avanzar con conciencia, con dirección clara y en comunidad.

El futuro no se espera.

Se diseña, se comunica y se construye juntos.

Este es nuestro manifiesto.

Esta es nuestra visión.

Este es el inicio de una nueva etapa.

Bienvenidos a E+E 2026. 



MÓNICA MUÑOZ ROLDÁN
Directora General
Revista E+E



XXI POLANCO JAZZ FESTIVAL

PRESENTADO POR



unique
REWARDS

TEATRO ÁNGELA PERALTA

6 / 7 / Dic / 25 CONCIERTOS 16:30 Hrs a 20:30 Hrs • PUERTAS 16:00 Hrs

Artistas Invitados
Voces Estelares y lo mejor de
Jazz en México

TICKETS en:



feverup.com



SÁBADO 6

VICO DÍAZ TRÍO _____ 4:30 pm
POLANCO JAZZ ALL STARS _____ 5:45 pm
+ VOCES INTERNACIONALES
OSMANY PAREDES CUARTETO _____ 7:15 pm

DOMINGO 7

GABRIEL HERNÁNDEZ CUARTETO _____ 4:30 pm
LOS SONEX & FRIENDS _____ 5:45 pm
DOCK IN ABSOLUTE _____ 7:15 pm

festivaldejazzdepolanco.com INFORMES 55 1678 8487



QSC

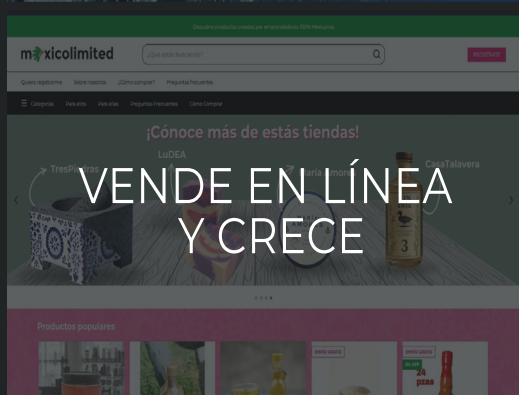
ALLEN & HEATH

SCHWARZ
Music Marketing

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)