

ea
EMPRESARIOS + EMPRENDEDORES

Mujeres
que están transformando
los negocios

Mundial 2026 Núm. 7

EMPRENDE GLOBAL

La nueva generación de empresarios y
emprendedores que está construyendo el futuro

Braulio
Arsuaga

BBVA Spark

New Ventures

¿Listo para más?



e+e



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

UN GOL AL FUTURO: NUEVAS OPORTUNIDADES DE AMÉRICA DEL NORTE

La Copa Mundial de la FIFA 2026 marcará un momento histórico para América del Norte. Por primera vez, tres países —México, Estados Unidos y Canadá— compartirán la organización del evento deportivo más importante del planeta. Más allá de la pasión por el fútbol, este acontecimiento representa una oportunidad sin precedentes para acelerar el desarrollo económico, fortalecer la integración regional y proyectar a la región como un bloque competitivo ante el mundo.

Un escaparate global para la región

Se estima que miles de millones de personas seguirán el Mundial a través de transmisiones, plataformas digitales y redes sociales. Esta exposición coloca a América del Norte en el centro de la atención internacional, permitiendo mostrar no solo sus estadios y ciudades, sino también su capacidad de innovación, infraestructura y liderazgo económico.

Las ciudades anfitrionas tendrán la oportunidad de promover su oferta turística, cultural y gastronómica ante una audiencia global. Para México, por ejemplo, será una ocasión excepcional para destacar la riqueza de sus destinos, tradiciones y talento emprendedor.

Impulso al turismo y la economía local

La llegada de millones de visitantes generará una importante derrama económica en sectores como hotelería, transporte, entretenimiento, restaurantes y comercio. Pequeñas y medianas empresas podrán beneficiarse de una demanda extraordinaria de productos y servicios.

Además, el impacto económico no se limita a las semanas del torneo. La promoción internacional derivada del Mundial puede traducirse en un aumento sostenido del turismo durante los años posteriores, fortaleciendo economías locales y generando empleos.

Aceleración de la transformación digital

La organización de un evento de esta magnitud exige soluciones tecnológicas avanzadas. Desde sistemas inteligentes de movilidad hasta plataformas de pagos digitales, experiencias inmersivas para aficionados y herramientas basadas en inteligencia artificial, el Mundial servirá como catalizador para la adopción de nuevas tecnologías.

Esto abre oportunidades para startups, empresas tecnológicas y emprendedores que desarrollan soluciones en áreas como ciberseguridad, logística, análisis de datos, fintech, comercio electrónico y experiencia del usuario.

Inversión e infraestructura para el futuro

La preparación para la Copa Mundial implica inversiones significativas en transporte, conectividad, seguridad, telecomunicaciones y espacios públicos. Estas mejoras no solo benefician al torneo, sino que dejan un legado duradero para residentes y empresas.

Las inversiones en infraestructura pueden aumentar la competitividad de las ciudades anfitrionas, atraer nuevas inversiones extranjeras y facilitar el crecimiento económico durante la próxima década.

Una plataforma para emprendedores y pequeñas empresas

Uno de los aspectos más relevantes del Mundial 2026 es la posibilidad de integrar a miles de pequeñas empresas a cadenas globales de valor. Negocios relacionados con alimentos, artesanías, moda, turismo, servicios digitales y productos de consumo tendrán una ventana única para llegar a nuevos mercados.

Las plataformas digitales y el comercio electrónico permitirán que empresas locales trasciendan las fronteras físicas y aprovechen la visibilidad internacional generada por el evento.

Fortalecimiento de la integración regional

La colaboración entre México, Estados Unidos y Canadá para organizar el torneo demuestra la capacidad de la región para coordinar esfuerzos a gran escala. Esta cooperación puede convertirse en un modelo para futuros proyectos económicos, tecnológicos y de infraestructura.

La Copa Mundial puede actuar como un catalizador para fortalecer los vínculos comerciales y promover una visión compartida de crecimiento, innovación y competitividad.

Conclusión

La Copa Mundial 2026 es mucho más que un evento deportivo. Representa una oportunidad histórica para que América del Norte impulse su crecimiento económico, acelere su transformación tecnológica y fortalezca su presencia global. Para gobiernos, empresas, inversionistas y emprendedores, el desafío no será únicamente organizar un torneo exitoso, sino aprovechar el impulso generado para construir un legado de prosperidad, innovación e integración regional que perdure mucho después del último silbatazo. 

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
Estefanía Turegano

ALIANZAS
WOB
NOBULA
Startup México

Voz de las Empresas
Consejo de la Comunicación

4

PERFILES

BRAULIO ARSUAGA:

El líder que convirtió el turismo en una plataforma para imaginar el futuro de México



8

PERFILES

EL EMPRENDEDOR

que convirtió el queso en una experiencia: la visión de Ricardo "Richie" Sabio para conquistar México... y el mundo



12

MUJERES E+E

DE LA REPOSTERÍA AL CAMBIO SISTÉMICO:

la apuesta de Fundación Marisa por la igualdad que sí rinde cuentas



16

MUJERES E+E

SARA ROSENTHAL:

el poder de construir una empresa con propósito, empatía y comunidad



18

FINANZAS

RODRIGO VELASCO:

cambiar la forma en que los bancos ven a los emprendedores



20

**WELLNESS & LIDERAZGO
CONSCIENTE****DCA SOCIAL CLUB:**

nace en Madrid el club de acceso selecto que devuelve a sus miembros su autenticidad, su marca y su comunidad



22

**WELLNESS & LIDERAZGO
CONSCIENTE****EL MAYOR ACTIVO DE UNA
EMPRESA NO ES SU TECNOLOGÍA
ES SU GENTE**

Trabajo en equipo, liderazgo consciente y jóvenes con propósito: las claves para construir un legado que trascienda los negocios



24

**WELLNESS & LIDERAZGO
CONSCIENTE****EL NUEVO LIDERAZGO NO EMPIEZA
EN LA SALA DE JUNTAS
empieza en tu mente**

26

**LIDERES DEL FUTURO
LA MATERNIDAD COMO
SUPERPODER:**

transformar el diagnóstico en una misión de vida

29

LIDERES DEL FUTURO**EUREEK'A:**

misiones espaciales para aulas y empresas

32

LIDERES DEL FUTURO**JAVIER ALAMILLA:**

el futuro de México no se construye con concreto, sino con conciencia

34

LIDERES DEL FUTURO**SELIDER**

"Seminario de liderazgo": Formando líderes para transformar la sociedad

35

LIDERES DEL FUTURO**WORLD BUSINESS FORUM
MÉXICO 2026:**

las ideas que están transformando el liderazgo

37

ESPECIAL MUNDIAL**EL MUNDIAL DE LAS
oportunidades**

40

ESPECIAL MUNDIAL**VOZINHA:**

el portero que convirtió una noche de fútbol en una lección de liderazgo y perseverancia

42

**NEGOCIOS CON
PROPOSITO****TIJUANA VERDE**

el movimiento ambiental que conecta ciudadanía y futuro

44

**NEGOCIOS CON
PROPOSITO****TECNOLOGÍA CON PROPÓSITO:**

los emprendimientos que prueban que lo social y lo rentable no están en conflicto

46

TRAVEL & LIFESTYLE**CALIFORNIA**

Escapes & Networking

48

TRAVEL & LIFESTYLE**BEYOND BUSINESS:**

La Ciudad que Construye tus Próximos Grandes Negocios



BRAULIO ARSUAGA: EL LÍDER QUE CONVIRTIÓ EL TURISMO EN UNA PLATAFORMA PARA IMAGINAR EL FUTURO DE MÉXICO

Su historia no solo habla de hoteles y hospitalidad. Habla de resiliencia, innovación, propósito y de la convicción de que el mayor lujo de un país es creer en su propio potencial.

Hay empresarios que construyen compañías. Hay otros que construyen industrias.

Y luego están aquellos que, además de impulsar negocios, logran cambiar la conversación sobre el futuro de un país.

Braulio Arsuaga pertenece a ese grupo.

Como Director General de Grupo Presidente, uno de los grupos hoteleros y restauranteros más importantes de México, y expresidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), ha sido protagonista de una transformación silenciosa: demostrar que el turismo no es solo una actividad económica, sino una poderosa herramienta para atraer inversión, impulsar comunidades, generar empleo y proyectar la mejor versión de México al mundo.

Pero lo más interesante de su historia no está en los hoteles que administra ni en las marcas internacionales con las que trabaja. Está en su forma de pensar.

Porque mientras muchos hablan de incertidumbre, él habla de oportunidades.





“México sigue siendo una tierra fértil para quien se atreve a sembrar.”

En un contexto donde los titulares suelen enfocarse en los desafíos económicos o políticos, Braulio mantiene una mirada profundamente optimista.

No desde la ingenuidad, sino desde la experiencia.

Después de años observando cómo inversionistas internacionales analizan el mercado mexicano, está convencido de que el país continúa siendo uno de los lugares con mayor potencial para emprender y crecer.

“México es todavía un país de muchísimas oportunidades... es un país muy resiliente y con un enorme dinamismo para hacer negocios.”

Su argumento es sencillo: el tamaño del mercado, el talento emprendedor y la capacidad de adaptación de los mexicanos convierten al país en un imán para proyectos innovadores. Y lo ha visto de primera mano.

Desde startups tecnológicas europeas que escalan más rápido en México que en sus países de origen, hasta nuevos modelos de negocio que encuentran aquí el espacio ideal para crecer.

El turismo ya no vende habitaciones. Vende historias.

Durante décadas, viajar consistía en elegir un destino y reservar un hotel.

Hoy, las nuevas generaciones buscan algo completamente distinto: vivir experiencias que puedan contar, compartir y recordar.

Braulio entiende esa transformación y ha decidido adelantarse a ella. Por eso habla de glampings, de inmersión cultural, de naturaleza, de diseño y de crear productos pensados para millennials y centennials que buscan autenticidad antes que ostentación.

“Debemos crear productos para estas nuevas generaciones que viajan diferente, esperan cosas diferentes y buscan un storytelling distinto.”

Para él, el futuro del turismo no depende únicamente del lujo, sino de la capacidad de emocionar.

Liderar también es detectar oportunidades antes que los demás

Más allá de la hotelería, Braulio participa activamente en el ecosistema de inversión y emprendimiento.

Su experiencia con startups le ha enseñado una lección que aplica tanto a un fundador como a una gran empresa: las mejores ideas son aquellas que resuelven problemas reales de una manera distinta.

No basta con tener talento.

Hay que validar, escuchar al mercado y estar dispuesto a ajustar el rumbo.

“Las inversiones más interesantes son las que resuelven una necesidad común de una manera diferente y que pueden escalar.”

En una época dominada por la inteligencia artificial y la innovación acelerada, insiste en que el verdadero diferenciador sigue siendo la creatividad humana.

La disciplina invisible detrás del éxito

Quienes observan su trayectoria podrían pensar que todo ha sido resultado de buenas decisiones empresariales.

Sin embargo, Braulio atribuye buena parte de su desempeño a una filosofía personal que llama la pirámide del rendimiento ideal.



Su base no está en las finanzas ni en la estrategia. Está en las personas.

Primero, cuidar el cuerpo. Después, fortalecer la inteligencia emocional. Más tarde, desarrollar claridad mental. Y finalmente, cultivar un propósito que dé sentido a todo lo anterior.

“Si fortaleces tu capacidad física y emocional, tu mente trabaja mejor; y cuando encuentras inspiración, puedes sostener cualquier desafío.”

Es una visión que rompe con el mito del empresario agotado que sacrifica su bienestar en nombre del éxito.



La sorprendente filosofía de la “cucaracha”

En su oficina hay un objeto que llama la atención de quienes lo visitan: una pequeña cucaracha con lentes. No es una broma.

Es un recordatorio permanente de cómo entiende el emprendimiento.

Cuando fue invitado a conversar con un grupo de “emprendedores cucaracha”, descubrió una metáfora que decidió adoptar para siempre.

Las cucarachas sobreviven donde otros no pueden. Persisten. Se adaptan. Siguen adelante.

Y eso, para él, resume el espíritu empresarial. “El emprendedor se cae mil veces, pero lo importante es que siempre vuelva a levantarse.”

En un entorno donde el fracaso suele estigmatizarse, Braulio propone resignificarlo: cada caída es información; cada intento acerca un paso más al éxito.

Los mejores maestros no siempre son los más amables

Al preguntarle por sus mentores, sorprende con una respuesta honesta.

Aprendió de grandes líderes, sí.

Pero también de quienes dirigían desde el miedo, el ego o la indiferencia.

Y, paradójicamente, esos fueron algunos de sus mayores maestros. “A los buenos les aprendí lo bueno; a los malos, lo que jamás quería repetir. Y el jefe más duro fue quien más me formó.”

Su reflexión es una invitación a mirar cada experiencia profesional como una oportunidad para construir el tipo de líder que queremos llegar a ser.

Una visión que trasciende la hotelería

Conversar con Braulio Arsuaga es entender que el turismo no trata únicamente de destinos, sino de desarrollo económico, innovación y confianza en el potencial de un país.

Es comprender que los emprendedores necesitan resiliencia tanto como capital.

Que las nuevas generaciones exigen autenticidad más que lujo.

Y que el liderazgo moderno comienza por el equilibrio personal antes que por los resultados financieros.

Su historia demuestra que las empresas más relevantes no solo generan utilidades: generan posibilidades.

La reflexión E+E

En un mundo que cambia a una velocidad sin precedentes, la mayor ventaja competitiva ya no es el tamaño de una organización ni el capital que posee.

Es la capacidad de reinventarse, de leer el contexto antes que los demás y de levantarse una vez más cuando el camino parece cuesta arriba.

México tiene oportunidades para crecer. La pregunta es: ¿estás decidido a tener la visión, la disciplina y la resiliencia para reconocerlas... y el valor para convertirlas en realidad? 



EL EMPRENDEDOR QUE CONVIRTIÓ EL QUESO EN UNA EXPERIENCIA: LA VISIÓN DE RICARDO “RICHIE” SABIO PARA CONQUISTAR MÉXICO... Y EL MUNDO



En un ecosistema donde miles de negocios nacen cada año y pocos logran diferenciarse, hay emprendedores que entienden una verdad fundamental: las personas ya no compran productos, compran emociones, historias y experiencias memorables.

Eso explica por qué un sencillo pan bañado en una cascada de queso artesanal puede convertirse en un fenómeno viral. Pero detrás de ese momento digno de redes sociales existe una historia mucho más profunda: la de un empresario que decidió transformar una pasión gastronómica en una marca con potencial global.

El verdadero negocio nunca fue el queso

Cuando Ricardo “Richie” Sabio habla de Richeese, no empieza describiendo una receta. Habla de pasión.

Durante más de una década se ha dedicado a producir quesos artesanales mexicanos de alta calidad, desarrollando productos que incluso han competido y obtenido reconocimientos internacionales en el prestigioso World Cheese Awards, demostrando que México puede destacar frente a potencias históricas como Francia, Italia o Suiza. Sin embargo, Richie entendió algo que muchos emprendedores pasan por alto: tener un gran producto no garantiza crear un gran negocio.

La innovación ocurrió cuando decidió tomar una tradición europea —el fondue artesanal elaborado con quesos premium— y convertirla en una experiencia accesible, divertida y visualmente irresistible para un público mucho más amplio.

La economía de las experiencias está redefiniendo el consumo

El concepto de Richeese coincide con una tendencia global que está transformando industrias completas.

Cada vez más consumidores, especialmente las generaciones jóvenes, priorizan gastar en experiencias memorables sobre la simple adquisición de bienes materiales. Restaurantes temáticos, conceptos inmersivos y propuestas altamente compartibles en redes sociales están captando la atención de un mercado que busca algo más que una comida: busca una historia que contar.

Richie lo resume de manera sencilla: el producto debe ser delicioso, pero también debe provocar una reacción emocional.

Perfiles



Ver el queso fundido cubrir una baguette artesanal genera un momento que invita a sacar el teléfono, grabar un video y compartirlo. Esa viralidad orgánica se convirtió en uno de los motores de crecimiento del negocio.

Cuando el éxito trae nuevos problemas

Muchos emprendedores sueñan con hacerse virales. Pocos están preparados para lo que viene después.

Richie reconoce que el crecimiento acelerado trajo consigo los llamados happy problems: una demanda que superó las expectativas, la necesidad de estandarizar procesos, aprender sobre operación y adaptar continuamente el modelo de negocio.

Su filosofía es clara:

“La ejecución vale tanto como la idea. Puedes tener un concepto extraordinario, pero si no eres capaz de operarlo correctamente, difícilmente llegará lejos.”

Es una reflexión especialmente relevante en América Latina, donde muchas startups fracasan no por falta de creatividad, sino por problemas de escalabilidad, procesos o consistencia.

De un local improvisado a pensar en expansión internacional

Curiosamente, Richeese no nació como un plan maestro. Según cuenta Richie, el proyecto surgió cuando quedó disponible un local y decidió aprovechar la oportunidad utilizando el conocimiento que ya tenía sobre quesos y gastronomía. Lo que comenzó casi por casualidad terminó convirtiéndose en una marca con potencial de franquicia y expansión.

Hoy la visión va mucho más allá de una sucursal.

El objetivo contempla franquicias, presencia en festivales, parques temáticos, eventos privados, experiencias gastronómicas y espacios de entretenimiento donde el consumidor busca disfrutar un momento especial.

No se trata simplemente de vender comida.

Se trata de estar presente cuando las personas celebran, viajan, conviven o crean recuerdos.

Aprender de quienes ya recorrieron el camino

Uno de los puntos de inflexión en la trayectoria de Richie fue su participación en Shark Tank México, donde logró despertar el interés de inversionistas que posteriormente se convirtieron en socios estratégicos.

Entre ellos destacan Marcus Dantus, Ale Ríos y Marisa Lazo, a quienes reconoce no solo por su experiencia empresarial, sino por su disposición para acompañar y orientar a los emprendedores.

Su caso confirma que el capital más valioso muchas veces no es el financiero, sino el conocimiento acumulado y la capacidad de acceder a una red de personas que ya enfrentaron desafíos similares.

Pensar como marca global desde el primer día

Richie observa cómo el consumo de este tipo de propuestas gastronómicas está ampliamente desarrollado en Europa y Estados Unidos, y considera que México tiene una enorme oportunidad para construir conceptos propios con identidad internacional.

Su apuesta no consiste en copiar modelos extranjeros, sino en reinterpretarlos con creatividad local, calidad artesanal y una ejecución impecable.

Es una visión alineada con una nueva generación de emprendedores latinoamericanos que entiende que competir globalmente ya no depende únicamente del tamaño de la empresa, sino de la fuerza de la marca y de la experiencia que ofrece.

El consejo que todo emprendedor necesita escuchar

Después de años de aprendizaje, éxitos, errores y crecimiento acelerado, Richie resume su filosofía en tres ideas sencillas:

- Emprende en algo que realmente te apasione.
- Atrévete, incluso cuando no exista certeza absoluta.
- Desarrolla resiliencia para adaptarte a los cambios y aprender de cada etapa.

Porque al final, asegura, los tropiezos forman parte del proceso y terminan moldeando una mentalidad enfocada en crear, innovar y construir.

Una lección para empresarios que buscan expandirse

La historia de Ricardo Sabio demuestra que la expansión no siempre comienza con una gran inversión o un sofisticado plan estratégico.

A veces inicia con una idea auténtica, una ejecución disciplinada y la capacidad de convertir algo cotidiano en una experiencia que las personas quieran repetir y compartir.

En un mercado donde la atención es el recurso más escaso, marcas como Richeese recuerdan que el verdadero diferenciador no está solo en el producto, sino en la emoción que despierta. Y cuando una empresa logra conectar con esa emoción, deja de vender alimentos para empezar a construir comunidad, identidad y oportunidades de crecimiento sin fronteras. 



@richeesemx

¿Sabes cuántas empresas hay detrás de este momento?

LAS EMPRESAS GENERAN 8 DE CADA 10 EMPLEOS

Tiendas departamentales:

+ 2,900 Empresas
+ 238,000 Empleos

Botanas:

+ 74,000 Empresas
+ 168,000 Empleos



¡Escanéame!

Censo Económico 2024, INEGI

Voz de las Empresas

Consejo de la Comunicación



DE LA REPOSTERÍA AL CAMBIO SISTÉMICO: *LA APUESTA DE FUNDACIÓN MARISA* POR LA IGUALDAD QUE SÍ RINDE CUENTAS

Hay fundaciones que nacen de intereses empresariales como reputación social o hasta para favorecer su cadena de valor; pero la de Marisa Lazo nació de una motivación mucho más profunda y en conjunto con la siguiente pregunta: ¿A cuántas causas distintas hay que apoyar para que el cambio sea real?

Marisa, la empresa jalisciense del mundo de la repostería, llevaba años donando a múltiples organizaciones cuando se detuvo a analizar el impacto real de esa dispersión. La conclusión la llevó a ella y a su equipo a la reflexión de apostarle a fondo a la igualdad de género y a la erradicación de las violencias, desde una lógica estratégica, no asistencialista.

Su hermana, Paola Lazo Corvera, actualmente directora de la Fundación, nos recibió para hablar de lo que realmente funciona cuando se quiere mover una aguja estructural. Bajo la operación de cinco ejes temáticos —cuidados, trabajo decente, redes de autonomía, cultura y deporte y masculinidades—, tiene convenios con el gobierno del estado y empresas como Starbucks México, quienes acaban de inaugurar la Casa de las Sirenas, la primera tienda insignia de Starbucks en México y Latinoamérica.

El modelo de segundo piso: apostar sin diluirse

Desde su creación, siempre existió la convicción de que la desigualdad de género es una falla estructural que le cuesta caro a toda la sociedad —y que alguien tiene que hacer algo al respecto. Pero con el tiempo, ese modelo evolucionó y así fue como Fundación Marisa eligió no ejecutar proyectos directamente, sino operar como lo que en el sector social se llama una fundación de segundo piso: financia, acompaña y fortalece a otras organizaciones que trabajan en territorio.

“En los primeros cinco años impulsamos convocatorias para organizaciones de la sociedad civil y colectivas con proyectos de igualdad”, explica Paola. “Sin embargo, algo sucedía: el impacto no era tan medible ni tan tangible. Las organizaciones tenían las mejores intenciones, pero no siempre tenían recursos para evaluar el alcance de sus acciones.”

En 2025, cuando Paola asumió la dirección, la Fundación hizo un alto total. Diagnóstico, redefinición conceptual y ajuste metodológico: El resultado fue un modelo más híbrido, pero ahora también se alían directamente con gobiernos y universidades sin recibir recursos de ellos; aportando asesoría técnica, diagnósticos,



capacitación y diseño curricular. “Solas no se puede”, dice Paola sin rodeos. “Necesitamos aliarnos con actores en los espacios institucionales, académicos y sociales.”

Alianza con gobierno, sin perder la brújula

Uno de los movimientos más estratégicos de Fundación Marisa ha sido establecer convenios de colaboración con distintos niveles de gobierno: el estado de Jalisco, el Ayuntamiento de Guadalajara, Tlajomulco, Autlán, Tamazula de Gordiano, Tomatlán. El elemento diferenciador no es la firma del papel, sino las condiciones bajo las cuales se firma.

Paola tiene un activo que pocos directores de fundaciones tienen: fue secretaria de Igualdad Sustantiva del gobierno de Jalisco de 2020 a 2024. Estar “dentro del ajo”, como ella misma dice, le dio una



comprensión muy concreta de cómo operan las instituciones públicas, qué les toca a ellas y qué no, y cómo establecer límites de injerencia desde el principio.

“Los convenios te permiten dejar por escrito las reglas del juego”, explica. “Nosotros no recibimos recursos económicos de los gobiernos. Lo que hacemos es decirles: ustedes tienen los programas y el presupuesto, nosotros les metemos la mirada, la perspectiva de género, la metodología. Ustedes ejecutan, nosotros empujamos.”

El primer convenio con el gobierno del estado se firmó en marzo de 2025 y cubrió tres ejes: brechas de género en el deporte, cuidados e igualdad en educación, involucrando a la Secretaría de Educación, el CODE, el DIF y la Coordinación de Desarrollo Social. La clave de apertura fue siempre la misma: datos propios. Antes de llegar a cualquier mesa, la Fundación comisiona diagnósticos independientes con consultoras externas. “Los números te permiten abrir puertas”, dice Paola. “Muchas veces los funcionarios no lo saben, no tienen esos datos. Luego se los muestras y la pregunta ya no es si el problema existe, sino qué hacemos.”

El eje incómodo: masculinidades en el mundo empresarial

Hablar de masculinidades en una sala de juntas suele generar el mismo silencio incómodo que generar una alarma de incendio: todos saben que hay que prestar atención, pero nadie quiere levantarse primero.

Para Fundación Marisa, este eje no es opcional. Su premisa es que el cambio estructural tiene que operar en dos vías simultáneas: con las personas que viven directamente la desigualdad, y con quienes tienen el poder de transformar las condiciones desde arriba. Los hombres que dirigen empresas, instituciones y equipos están en ese segundo grupo.

“La resistencia existe en todos los niveles”, reconoce Paola, “pero arriba se da más porque están más cómodos ahí. Están mirando desde una altura donde el panorama se ve bien porque sólo ven su propio ombligo.”



“Lo que nos va a salvar”, dice, “es cambiar la mirada que tenemos hacia los cuidados.”



La entrada que mejor funciona con líderes empresariales no es la del reproche, sino la del cuestionamiento estratégico. La Fundación acompaña a directivos a revisar su propio trayecto: ¿cuántas compañeras de escuela, igual de capaces, se quedaron en el camino? ¿Qué tuvieron que sacrificar para llegar donde están? ¿Cuánto tiempo con sus familias cedieron porque el mandato era producir sin parar?

Después vienen los datos de productividad, que también ayudan. Los estudios del ámbito académico empresarial son claros: los equipos diversos generan más soluciones, tienen menor ausentismo y menor rotación. “A un líder que piensa en resultados, le dices que la igualdad también mejora los números de su empresa y la conversación cambia”, apunta Paola.

El otro frente es generacional. Un estudio reciente, comisionado por la Fundación reveló algo preocupante: las generaciones jóvenes de entre 15 y 29 años en el área metropolitana de Guadalajara perciben que la igualdad ya existe, que la violencia de género disminuyó o que, en algunos casos, es utilizada por las mujeres como ventaja. El 30% de los hombres jóvenes encuestados cree que los casos de violencia de género son inventados. “La percepción es lo que nos lleva a actuar”, dice Paola. “Y esa percepción necesita intervención formativa urgente.”

Para eso la Fundación lanzó junto con el Instituto de Liderazgo Simone de Beauvoir de Ciudad de México, un seminario de 18 sesiones llamado Género, Democracia y Poder, dirigido a jóvenes de 18 a 30 años. Se inscribieron más de 60 personas, y si los resultados son sólidos después de su término, la meta es replicarlo con la Universidad de Guadalajara.

Tejiendo Campo: una iniciativa del Consejo para el Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial de Jalisco (CDAAJ)

Pocos sectores concentran tanta desigualdad como el campo. En México, la brecha salarial entre hombres y mujeres en el ámbito agrícola llega al 40%. Las mujeres jornaleras trabajan junto a sus parejas, pero muchas no tienen contrato propio: el pago se hace al hombre, aunque ellas hayan producido exactamente lo mismo.

Fundación Marisa lleva tiempo trabajando con mujeres jornaleras migrantes a través de su proyecto Cos(hechas), que incluye procesos formativos en derechos humanos y laborales. De ese trabajo emergió otro hallazgo: había mujeres que no sólo trabajaban el campo como empleadas, sino que eran productoras, dueñas de sus tierras o parte de cooperativas que cultivaban piña o café sin acceso a asesoría técnica para mejorar su producto ni a redes de comercialización para venderlo.

Ahí nació la alianza con el Consejo de Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial de Jalisco (CDAAJ), que dio origen al proyecto Tejiendo Campo. La distribución de roles es clara: el CDAAJ aporta todo el expertise técnico, la cadena de valor y la formación productiva. Fundación Marisa aporta el acompañamiento en derechos, la perspectiva de género y la construcción de redes de colaboración entre mujeres.

Paola anticipa la pregunta obvia: ¿no es esto agregarle más carga a mujeres que ya trabajan triple jornada? La respuesta está en cómo se diseña la intervención. “Las mujeres en México dedicamos tres cuartas partes del trabajo de cuidados en el país. Eso sucede en todos los ámbitos, pero en el campo se agrava. Por eso también formamos a los extensionistas rurales en perspectiva de género: para que cuando estén en campo puedan detectar desequilibrios en los cuidados y abrir la reflexión ahí mismo.”

El proyecto incluye también a la Secretaría de Desarrollo Rural, que suma a sus extensionistas como puente entre las productoras y las empresas. Y al día de hoy, el CDAAJ ya está explorando financiamiento de la Unión Europea para ampliar el alcance territorial.



Casa de las Sirenas: insignia y comunidad

En la colonia Mezquitán, a unos pasos de una de las escuelas más antiguas de Guadalajara, abrió hace unas semanas la Casa de las Sirenas: la primera tienda insignia de Starbucks en México y en toda Latinoamérica. Lo que la distingue de cualquier otra sucursal no está en el menú, sino en el modelo de “construir algo que realmente, una dos visiones que pueden parecer muy distintas, en términos de cómo se entiende el enfoque y la participación de las mujeres, en términos de la comprensión del cambio sistémico y que el proyecto sí llevara esta visión compartida de manera colaborativa.”

La alianza con Fundación Starbucks y Fundación Alsea no fue inmediata ni sencilla. Tomó año y medio de conversaciones, reformulaciones y ajustes. El proyecto inicial era más pequeño — centrado en formación en repostería y baristería — pero Fundación Marisa insistió en algo más integral ya que el asegurar o no la contratación de estos grupos de mujeres, no significaría un cambio real y/o a largo plazo para ellas. “¿Qué pasa si les enseñamos a hacer pasteles y luego ni Starbucks ni la pastelería las pueden contratar?”, ¿Qué ganaron realmente?”, pregunta Paola.

Es por esto que el modelo que se construyó tiene tres capas. Primero, cursos de autonomía para la toma de decisiones, que trabajan la conciencia sobre la capacidad de agencia de cada mujer. Segundo, acompañamiento a mujeres emprendedoras que ya tienen un proyecto pero no lo han terminado de afinar. Y tercero, asesoría especializada para los negocios pequeños de la zona — muchos de ellos con 20, 30 o hasta 40 años de historia — que son operados por mujeres que, en muchos casos, llevan años trabajando sin pagarse a sí mismas un solo peso. Además, el 7% de las ventas de la tienda se destina a financiar programas de autonomía económica para mujeres de la zona. La meta es llegar a mil mujeres en tres años.

“Cuando se dan cuenta de eso, el impacto es inmediato”, dice Paola. “Alguien que lleva 15 años al frente de un negocio y que nunca se ha llevado nada a su bolsillo personal. Ese es el baldazo de agua fría que necesitamos.”

La inauguración también incluyó un mural pintado por los niños y niñas de la escuela vecina, que recorrieron la colonia entrevistando a los dueños de negocios históricos del barrio. El resultado quedó plasmado en la pared de la tienda: los rostros y las historias de la comunidad, no de la marca.

“Starbucks buscaba aliarse con una organización local referente”, dice Paola. “Eso también fue un reconocimiento. Y para nosotros, la oportunidad de construir un modelo que, si funciona, pueda replicarse en otras tiendas en el país.”

La conversación cambió, pero la polarización la complica

Paola lleva más de 15 años estudiando y empujando la agenda de igualdad en México. Desde el activismo, la academia, el gobierno y ahora la sociedad civil organizada, tiene perspectiva histórica para decir que el avance ha sido real. “Entre 2010 y 2020, el ritmo fue muy acelerado. Más visibilización, más normativas, más legislaciones. En México tenemos leyes de igualdad y de prevención de violencia desde 2007, y el trabajo institucional que hizo el entonces Instituto Nacional de las Mujeres fue impresionante.”

Pero la pandemia y el auge de las redes sociales complicaron el panorama. La conversación se polarizó y los datos se desmontan con facilidad en entornos digitales. La desinformación circula más rápido que los argumentos sustentados en evidencia. Y en ese contexto, la percepción de que “la igualdad ya se logró” se instala especialmente en las generaciones más jóvenes.

“Tenemos muy buenas leyes, más instituciones, más centros especializados de atención a violencias. Pero hay un imaginario de que ya todo está resuelto, cuando las brechas siguen ahí. Ese es el gran reto: que los datos no alcancen a romper el velo de la igualdad que la idea de que ya llegamos cuando todavía no es suficiente.”

La tarea que queda no es legislativa. Es formativa, cultural, relacional. Y eso es exactamente lo que Fundación Marisa hace. Y si hay una idea que Paola se llevaría como la gran apuesta de transformación, es esta: convertirnos en sociedades cuidadoras. Que los cuidados dejen de ser responsabilidad exclusiva de las mujeres y se conviertan en una tarea compartida por personas, empresas e instituciones por igual. 



SARA ROSENTHAL:

EL PODER DE CONSTRUIR UNA EMPRESA CON PROPÓSITO, EMPATÍA Y COMUNIDAD

Cuando un negocio nace para resolver una necesidad real, puede convertirse en un movimiento que transforma vidas. Esa es la historia de Sara Rosenthal, economista, emprendedora y fundadora de Naraxadul, una plataforma que en una década ha acompañado a millones de madres mientras demuestra que el éxito empresarial y el impacto social pueden crecer de la mano.

Su historia no comienza con una gran inversión ni con un sofisticado plan de negocios. Comienza con una pregunta sencilla: ¿cómo podemos hacer que las familias, y especialmente las madres, se sientan menos solas?

Emprender desde el corazón... y con visión de negocio

Sara siempre tuvo un espíritu emprendedor. Desde pequeña vendía todo lo que encontraba y aprendió una lección que marcaría su carrera: saber vender es una habilidad indispensable para cualquier profesión.

Después de estudiar Economía y trabajar en consultoría, inició un pequeño negocio de jabones artesanales que le enseñó sus primeras lecciones sobre ventas, operación y finanzas. Aunque aquel proyecto no prosperó como esperaba, le dejó algo mucho más valioso: la certeza de que volvería a emprender.

Más tarde, su paso por Grupo Imagen le permitió descubrir el potencial del mundo digital y entender cómo se construyen comunidades a través del contenido. Esa experiencia sería el cimiento de lo que vendría después.

Una idea que cambió de dirección para encontrar su verdadero propósito

Inicialmente, el proyecto que dio origen a Naraxadul buscaba crear contenido educativo para niños en YouTube mediante canciones y animaciones. Sin embargo, los datos revelaron algo inesperado: quienes realmente necesitaban acompañamiento eran las madres.

Sara escucho a la audiencia. En lugar de aferrarse a la idea original, rediseñó por completo el proyecto para enfocarlo en quienes tomaban las decisiones de crianza. Ese giro estratégico convirtió a la plataforma en una comunidad donde millones de



mujeres encuentran información, apoyo emocional y un espacio para sentirse comprendidas.

La gran innovación no fue tecnológica. Fue humana.

Liderar entendiendo a las personas

En un ecosistema saturado de contenido, Naraxadul logró diferenciarse porque nunca persiguió únicamente métricas de alcance. Su prioridad ha sido comprender profundamente a su audiencia.

Cada publicación, cada evento y cada iniciativa parten de una misión clara: acompañar a las madres y ayudarlas a vivir una maternidad más informada, más consciente y menos solitaria.

Esta claridad ha permitido que el proyecto evolucione constantemente sin perder identidad. De ser un medio digital pasó a desarrollar áreas de investigación de mercado, producción de contenido para marcas y organización de eventos presenciales, siempre manteniendo el mismo propósito.

La cultura empresarial también puede cuidar

Uno de los aspectos más inspiradores del modelo de Sara es que decidió construir la empresa que ella misma hubiera querido encontrar cuando era madre trabajadora.

Actualmente, la mayor parte de su equipo está conformado por mujeres y muchas de ellas son madres. La flexibilidad laboral, el trabajo remoto y la confianza forman parte de una filosofía que entiende que el talento no depende de cumplir horarios rígidos, sino de generar resultados.

En un momento donde las organizaciones buscan atraer y retener talento, este enfoque demuestra que la empatía puede convertirse en una ventaja competitiva.

Los desafíos que nadie ve...

Como ocurre en la mayoría de los emprendimientos exitosos, detrás de la imagen pública existen momentos difíciles.

Sara recuerda una de las experiencias más complejas cuando las ventas existían, pero los pagos de los clientes se retrasaban, poniendo en riesgo la nómina del equipo. Aquella situación la llevó a comprender la importancia de administrar el flujo de efectivo y mantener reservas suficientes para proteger la operación.

Pero quizá el aprendizaje más profundo fue descubrir que liderar también implica enfrentar una enorme carga emocional.

El liderazgo suele vivir en soledad. Quien toma las decisiones importantes carga con incertidumbres que pocas veces comparte. Por ello, Sara destaca el valor de contar con mentores, comunidades de emprendedores y redes de apoyo que ayuden a ordenar ideas y ofrecer perspectivas externas.

El verdadero impacto: cambiar vidas una conversación a la vez

Para Sara, el éxito no se mide únicamente en millones de visualizaciones o en indicadores comerciales.

Se mide cuando una madre comprende mejor el comportamiento de su hijo, cuando deja de sentirse culpable por no ser perfecta o cuando descubre que otras personas atraviesan los mismos desafíos.

El acompañamiento emocional y las herramientas prácticas forman parte de una misión que busca fortalecer no solo la crianza, sino también la confianza de quienes la ejercen.

Y esa misión continúa evolucionando al incorporar cada vez más contenidos dirigidos también a los padres, promoviendo una visión compartida de la responsabilidad familiar.

Cinco lecciones que deja la historia de Sara Rosenthal

- Escuchar al mercado puede ser más importante que defender la idea original. Los mejores proyectos evolucionan cuando prestan atención a las necesidades reales de las personas.
- El propósito es una brújula estratégica. Tener una misión clara facilita la toma de decisiones incluso en momentos de incertidumbre.
- Las finanzas son tan importantes como las ventas. Un negocio saludable necesita liquidez y planeación, no solo crecimiento comercial.
- Nadie emprende solo. Buscar mentores, hacer preguntas y construir redes de apoyo puede acelerar el aprendizaje y reducir errores.
- La cultura interna define el impacto externo. Las empresas que cuidan a sus colaboradores suelen construir relaciones más auténticas con sus comunidades.

Un liderazgo que inspira

La historia de Sara Rosenthal demuestra que emprender no consiste únicamente en crear una empresa rentable. También puede significar construir espacios donde las personas encuentren apoyo, pertenencia y nuevas oportunidades para crecer.

En una época marcada por la velocidad, la competencia y la hiperconectividad, su trayectoria recuerda una verdad sencilla pero poderosa: los proyectos que perduran son aquellos que ponen a las personas en el centro.

Y quizá esa sea la lección más importante de todas: cuando el propósito guía cada decisión, el éxito deja de medirse solo en números y comienza a reflejarse en las vidas que se transforman en el camino. 

**Cambiando el mundo
una mamá a la vez**

NARAN XADUL





RODRIGO VELASCO: CAMBIAR LA FORMA EN QUE LOS BANCOS

VEN A LOS EMPRENDEDORES

Durante décadas, el sistema financiero le pidió a los emprendedores que demostraran rentabilidad antes de creer en ellos. Pero las empresas que hoy dominan la economía global —desde gigantes tecnológicos hasta unicornios que comenzaron en un garaje— siguieron una lógica distinta: crecieron primero, transformaron industrias después y encontraron la rentabilidad en el camino.

Para Rodrigo Velasco, Country Manager de BBVA Spark México y Head para Latinoamérica, ese cambio de paradigma obliga también a transformar la banca.

“Las startups no son malas empresas porque aún no ganen dinero; simplemente responden a otro conjunto de premisas y modelos de crecimiento.”

Su visión rompe con una idea tradicional: que el financiamiento sólo debe llegar cuando el riesgo desaparece. En cambio, sostiene que la innovación necesita instituciones capaces de entender modelos de negocio que todavía están escribiendo las reglas del futuro.

México: de promesa a protagonista

Durante años se habló de América Latina como una región con potencial para emprender. Hoy, Rodrigo considera que México está dando un paso más ambicioso: convertirse en un verdadero centro de innovación para la región.

No es casualidad que cada vez más fundadores de Chile, Colombia, Argentina e incluso Estados Unidos elijan establecerse en la Ciudad de México para desarrollar sus empresas.

“México sí se está consolidando como un hub para emprendedores. Nos entusiasma el tamaño de la oportunidad.”

La combinación entre cercanía con Estados Unidos, un mercado interno robusto, una creciente comunidad internacional y un ecosistema cada vez más sofisticado ha convertido al país en un imán para el talento.

La gentrificación, ha hecho que caminar por colonias como Roma o Condesa, en Ciudad de México, explica Rodrigo, es escuchar distintos idiomas y observar cómo las ideas cruzan fronteras antes incluso de convertirse en negocios.

El crédito también puede ser innovación

Mientras muchos imaginan que el mayor apoyo para una startup proviene exclusivamente de los fondos de inversión, Rodrigo plantea una visión complementaria.

BBVA Spark no busca sustituir al venture capital; busca convertirse en el aliado financiero que acompaña a las empresas durante su crecimiento.

“Nosotros no hacemos equity. Nuestra misión es complementar el ecosistema con financiamiento y servicios que permitan a los emprendedores escalar.”

Pero su propuesta va más allá del crédito. Incluye soluciones transaccionales, productos financieros especializados y un entendimiento profundo de las necesidades operativas de empresas tecnológicas que evolucionan a gran velocidad.

La idea es sencilla: reducir la fricción para que los fundadores dediquen su energía a resolver problemas reales.

La inteligencia artificial no debe ser una moda

En una época donde prácticamente toda presentación para inversionistas incluye las letras “IA”, Rodrigo invita a una reflexión poco común.

Reconoce que la inteligencia artificial representa una transformación profunda y que gran parte del capital de riesgo mundial se está concentrando en ese sector. Sin embargo, advierte que no todas las empresas necesitan incorporar esta tecnología de manera artificial.

“No hay que forzar a las empresas a ser de inteligencia artificial. Debe existir un caso de uso natural, no una etiqueta para llamar la atención.”

Para él, las mejores compañías seguirán siendo aquellas que entienden un problema humano y utilizan la tecnología como herramienta, no como estrategia de marketing.

Emprender sigue siendo una de las decisiones más difíciles

Cuando se le pregunta por los retos de fundar una startup en Latinoamérica, Rodrigo no busca romantizar el proceso.

Emprender exige navegar incertidumbre, conseguir financiamiento, formar equipos y tomar decisiones con información incompleta.

Por eso considera que el papel de instituciones como BBVA Spark no consiste únicamente en prestar dinero, sino en acompañar.

“Nuestra labor es reducir fricciones para que los emprendedores puedan enfocarse en resolver problemas, no en complicaciones operativas.”

Ese acompañamiento incluye conexiones con inversionistas, orientación estratégica y la posibilidad de crear alianzas dentro del propio ecosistema.

América Latina todavía juega con menos recursos

Aunque el ecosistema regional ha avanzado notablemente, Rodrigo reconoce que aún existe una brecha importante respecto a mercados como Estados Unidos.

“En América Latina seguimos atrás en acceso a capital y fuentes de financiamiento. Ese es uno de los grandes retos para quienes deciden emprender.”

Paradójicamente, esa limitación también representa una oportunidad. El crecimiento potencial del ecosistema es enorme y cada vez más inversionistas internacionales comienzan a mirar hacia México con interés.

Lo que más inspira no está en los balances financieros

Cuando habla de su trabajo, Rodrigo cambia el tono técnico por uno profundamente humano.

Lo que realmente lo motiva no son las cifras de inversión ni los indicadores financieros, sino convivir todos los días con personas que imaginan soluciones para problemas que aún parecen imposibles.

“Es contagioso convivir con gente que piensa en grande, que sueña y que tiene un plan tangible para cambiar las cosas.”

Quizá por eso insiste en que detrás de cada startup existe una historia personal que merece ser escuchada antes de evaluar una hoja de cálculo.

Los modelos que hoy parecen imposibles... mañana pueden cambiar el mundo

A lo largo de su carrera, Rodrigo ha visto cómo muchas empresas disruptivas fueron descartadas por criterios financieros tradicionales.

Recuerda que incluso compañías que hoy dominan la economía global registraban pérdidas en sus primeras etapas y, aun así, terminaron transformando industrias enteras.

“Muchas de las empresas que hoy mueven al mundo no habrían pasado la prueba de un análisis bancario convencional.”

Su convicción es que la próxima generación de gigantes empresariales probablemente esté naciendo hoy, impulsada por emprendedores que cuestionan el statu quo y se atreven a construir algo que todavía no parece evidente.

Liderar con curiosidad

Más allá de los cargos y responsabilidades, Rodrigo comparte una filosofía personal que ha guiado su trayectoria: rodearse de personas que lo desafíen intelectualmente.

Busca mentores, aprende de colegas y recomienda un libro que ha influido profundamente en su forma de entender el comportamiento humano: *Thinking, Fast and Slow*, de Daniel Kahneman.

La razón es sencilla.

“Los seres humanos no somos racionales; somos emocionales. Nos mueve el miedo, el amor, la pasión... muchas cosas que no aparecen en un Excel.”

La reflexión E+E

En una época donde la innovación avanza más rápido que las reglas tradicionales de los negocios, quizá la mayor ventaja competitiva no sea tener todas las respuestas, sino la capacidad de creer en ideas que todavía parecen improbables.

Porque, como deja entrever Rodrigo Velasco a lo largo de esta conversación, el futuro rara vez es construido por quienes esperan certezas. Suele ser creado por quienes se atreven a apostar antes que los demás. 

DCA SOCIAL CLUB:

NACE EN MADRID EL CLUB DE ACCESO SELECTO QUE DEVUELVE A SUS MIEMBROS SU AUTENTICIDAD, SU MARCA Y SU COMUNIDAD

DIGITAL CREATORS TB AUTHORITY (DCA) PRESENTA SU ECOSISTEMA PREMIUM DE DESARROLLO PERSONAL, MARCA Y NEGOCIO PARA EMPRENDEDORES Y EMPRESARIOS DE ALTO PERFIL, CON ACTIVACIONES EN MADRID, MÉXICO, MIAMI, NUEVA YORK Y CALIFORNIA.

madrid, [FECHA DE PUBLICACIÓN] — Digital Creators Authenticity (DCA), proyecto cofundado por Estefanía Turégano Calderón y Noelia Martín García, anuncia el lanzamiento oficial de DCA Social Club, un ecosistema premium que une formación en marketing y marca personal, desarrollo personal, coaching y experiencias internacionales curadas. El acceso es únicamente mediante solicitud y proceso de selección.

DCA Social Club nace como evolución natural de Digital Creators Academy, la formación que durante los últimos años ha acompañado a cientos de emprendedores y directivos en la construcción de su marca personal y digital. La propuesta va más allá: convertir esa transformación individual en una comunidad real, con encuentros presenciales, mentorías y experiencias diseñadas para quienes ya han dado el salto al emprendimiento o lideran equipos y buscan reconectar con su propósito.

“Del caos nace la claridad. No gestionamos marcas: recuperamos personas. DCA Social Club existe para quienes ya lo han logrado todo sobre el papel y, aun así, sienten que algo falta. Aquí encuentran espacio, comunidad y estrategia para volver a mostrarse tal y como son.”

— Estefanía Turégano Calderón y Noelia Martín García, cofundadoras de DCA

Un club selecto en el espacio que nadie había ocupado

El proyecto se posiciona en un espacio que, hasta ahora, no existía: ni un club de networking sin alma, ni un retiro de bienestar sin impacto en el negocio. Cada encuentro de DCA Social Club se diseña en torno a tres capas inseparables: transformación interior, conexión real entre los asistentes y un momento de visibilidad y marca para cada uno de ellos.

La propuesta está pensada para dos perfiles: el emprendedor que lleva un par de años construyendo su proyecto y busca claridad, estructura y monetización; y el empresario o directivo con equipo a su cargo que, tras años de overcommitment, necesita reconectar con su propósito y recuperar perspectiva estratégica. Ambos comparten un mismo punto de partida: el miedo a mostrarse tal y como son, especialmente en redes y en cámara.

El acceso al club se realiza únicamente a través de formulario de solicitud. DCA Social Club no es para todo el mundo. Es para quien está listo para el siguiente nivel.

Constela tu Autenticidad: la primera activación, ya un éxito

El 5 de junio de 2026, DCA Social Club celebró en Victoria Studio (Chamberí, Madrid) su primer encuentro presencial, “Constela tu Autenticidad”, un evento íntimo que agotó sus plazas con 22 asistentes y



que ha servido como activación fundacional del club. La jornada combinó constelaciones de marca, trabajo de desarrollo personal y un espacio de networking de alto nivel entre emprendedores y directivos.

Con activaciones ya realizadas en Madrid, México, Miami, DCA Social Club prepara su próxima experiencia en Nueva York.

Sobre DCA Social Club

DCA Social Club es la rama de comunidad y experiencias de (DCA), proyecto cofundado por Estefanía Turégano Calderón, Brand Coach y formadora con dos décadas de experiencia en marketing digital, y Noelia Martín García, especialista en educación y pensamiento estratégico. Juntas dirigen un ecosistema que combina formación en marca personal y marketing digital (DCA Academy) con encuentros, retiros y experiencias internacionales (DCA Social Club), con presencia en Madrid, México, Miami, Nueva York y California. 



E+E

REVISTA EMPRESARIOS + EMPRENDEDORES

E+E GLOBAL LAUNCH

— Conectando Latinoamérica al Mundo —

MIAMI | EVENTO DE LANZAMIENTO 2026



EXPANSIÓN INTERNACIONAL E+E

Revista Empresarios + Emprendedores presenta su lanzamiento global en Miami, un encuentro diseñado para conectar líderes, empresarios, inversionistas y organizaciones de América Latina con oportunidades de impacto internacional.



MIAMI 2026

Una plataforma para impulsar negocios, alianzas estratégicas e historias que transforman.

OBJETIVOS DEL EVENTO



Networking de alto nivel



Paneles con líderes empresariales



Oportunidades de inversión y expansión internacional



Vinculación entre Latinoamérica y Estados Unidos



Cobertura editorial internacional E+E



www.revistae.com



@eerevista

Estoy 
Inventando®
... algo más grande que yo

EL MAYOR ACTIVO DE UNA EMPRESA NO ES SU TECNOLOGÍA ES SU GENTE

TRABAJO EN EQUIPO, LIDERAZGO CONSCIENTE Y JÓVENES CON PROPÓSITO: LAS CLAVES PARA CONSTRUIR UN LEGADO QUE TRASCIENDA LOS NEGOCIOS

En un mundo obsesionado con la inteligencia artificial, la automatización y la productividad, existe una ventaja competitiva que ninguna máquina puede replicar: la capacidad de conectar genuinamente con las personas.

Las organizaciones más exitosas del futuro no serán necesariamente las que tengan el mayor presupuesto o la tecnología más sofisticada, sino aquellas que logren construir ecosistemas donde las personas confíen unas en otras, colaboren con propósito y se desarrollen como seres humanos.

Para Jenaro Pliego, facilitador y especialista en desarrollo humano, el liderazgo comienza mucho antes de ocupar una oficina directiva.

“Vivimos a través de la comunicación, la empatía, la aceptación, la apertura y el reconocimiento. Si tú quitas eso, todo es un caos. Y las empresas funcionan con eso.”

La confianza: el verdadero motor del trabajo en equipo

Muchas compañías invierten millones en procesos, herramientas y metodologías para mejorar su desempeño. Sin embargo, olvidan fortalecer aquello que sostiene cualquier estrategia: la confianza.

Cuando los colaboradores sienten que pueden expresarse, equivocarse, aprender y aportar sin miedo al juicio, los equipos evolucionan de manera natural.

Jenaro lo resume con claridad:

“Una de las bases más grandes de ser un gran lugar para trabajar es crear alta confianza. Si no hay confianza, no funciona.”

La confianza no aparece por decreto. Se construye en las conversaciones diarias, en el respeto mutuo y en la capacidad de reconocer el valor de cada integrante, independientemente de su cargo.



@estoyinventando

El liderazgo consciente no consiste en mandar, sino en inspirar

Durante años se promovió la idea de que un líder debía tener todas las respuestas. Hoy sabemos que los mejores líderes son quienes hacen las preguntas correctas.

Crear espacios donde las personas reflexionen, aprendan de sus errores y descubran sus propias capacidades genera equipos más autónomos y resilientes.

“Tú ya tienes la respuesta dentro de ti; solo requieres hacer las preguntas para encontrarla.”

Este enfoque transforma la cultura organizacional: deja de centrarse en el control para enfocarse en el crecimiento.

Los jóvenes no son el futuro. Son el presente que estamos formando

Existe una tendencia preocupante: mientras la tecnología avanza, muchos jóvenes pasan menos tiempo desarrollando habilidades humanas esenciales como la empatía, la creatividad o la comunicación cara a cara.

Jenaro observa esta realidad con preocupación, pero también con esperanza.

“La adolescencia es la mejor etapa de la vida del ser humano y es indispensable que recuerden que son increíbles, maravillosos y valiosos.”

También advierte que el contacto humano sigue siendo irremplazable.

“Nada va a suplir el poder estar con alguien. Es la parte humana: te veo, te siento, te escucho.”

Para las empresas, esto implica una enorme responsabilidad: abrir oportunidades para que las nuevas generaciones desarrollen no solo competencias técnicas, sino también inteligencia emocional, trabajo colaborativo y sentido de propósito.

Un ecosistema saludable produce mejores empresas

Las organizaciones suelen medir resultados financieros, pero pocas evalúan con la misma seriedad la calidad de las relaciones internas.

Sin embargo, los equipos cohesionados innovan más, resuelven mejor los conflictos y enfrentan la incertidumbre con mayor fortaleza.

Jenaro lo explica con una metáfora sencilla:

“Dar estos espacios es como abrir la puerta de un lugar cerrado y permitir que entre aire fresco. La gente merece ese respiro.”

Invertir en desarrollo humano no es un gasto. Es una inversión en creatividad, compromiso y sostenibilidad.

El verdadero legado de una empresa

Uno de los planteamientos más poderosos de Jenaro rompe con la lógica tradicional de los negocios.

¿Qué pasaría si una empresa dejará huella no solo por sus productos o servicios, sino por la calidad humana de las personas que formó?

“Tu empresa puede desaparecer, pero la esencia de tu empresa puede vivir en la forma en que sus colaboradores hablan, respetan y contribuyen al mundo.”

Esta visión invita a construir culturas organizacionales donde los valores trascienden las paredes de la oficina y acompañen a las personas durante toda su vida.

Invertir en las personas incluso en tiempos difíciles

Cuando llegan momentos de incertidumbre económica, muchas organizaciones reducen primero los programas de capacitación y desarrollo.

Jenaro propone exactamente lo contrario.

“Es la mejor inversión en época de crisis... porque si siembras algo positivo en una persona, esa semilla llegará a su familia, a su comunidad y al mundo.”

El impacto de una empresa no debería medirse únicamente por su utilidad anual, sino también por las vidas que ayuda a transformar.

La revolución que empieza con una conversación

En una época donde las pantallas median casi todas las interacciones, recuperar el contacto humano puede convertirse en un acto revolucionario. Escuchar con atención. Mirar a los ojos. Trabajar en equipo. Crear espacios seguros para aprender. Confiar en los jóvenes. Invertir en el desarrollo de las personas.

Estas acciones, aparentemente simples, son las que construyen organizaciones extraordinarias.

Como afirma Jenaro:

“Hoy, más que nunca, es indispensable vincular a los adolescentes con la parte humana... que puedan volver a conectarse con los seres humanos.”
Reflexión E+E

La próxima gran ventaja competitiva quizá no provenga de un algoritmo, una estrategia comercial o una nueva tecnología.

Tal vez nazca de algo mucho más sencillo y profundo: un líder que decide confiar en su equipo, una empresa que apuesta por el crecimiento integral de sus colaboradores o un joven que descubre que tiene el poder de convertirse en un agente de cambio.

Porque al final, los negocios construyen economías... pero son las personas quienes construyen el futuro.

Jenaro Pliego: Facilitador y creador proyecto para Adolescentes ,”Estoy Inventando algo más grande que yo”, “Guiamos a los adolescentes con respeto y cariño para alcanzar la maestría de manifestar su más alta expresión humana”, “Reconectando con la idea de ser Papás” y Samurai Game®



EL NUEVO LIDERAZGO NO EMPIEZA EN LA SALA DE JUNTAS EMPIEZA EN TU MENTE

¿POR QUÉ LA SALUD MENTAL SE HA CONVERTIDO EN EL ACTIVO MÁS VALIOSO PARA EMPRESARIOS, EMPRENDEDORES Y EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO?



En conversación con Revista E+E, Arlette Duek, directora de Centro de Luz ADA en CDMX y logoterapeuta, comparte una visión que desafía los modelos tradicionales de liderazgo y pone sobre la mesa un tema que ya no puede ignorarse.

“Un líder, antes de dirigir a un equipo, tiene que estar bien consigo mismo. Si yo no me trabajo, ¿cómo voy a ayudar a los otros? ¿Cómo voy a liderar?”

La salud mental dejó de ser un tema privado

La pandemia marcó un antes y un después. No solo transformó la forma en que trabajamos; también nos obligó a mirar hacia adentro.

Para Arlette, ese periodo representó una oportunidad inesperada para replantear prioridades.

“Nos obligó a voltearnos a ver, a darnos cuenta de lo que realmente es importante en la vida.”

Hoy sabemos que el estrés crónico, la ansiedad y el desgaste emocional no distinguen entre estudiantes, directivos o fundadores de startups. De hecho, quienes tienen mayores responsabilidades suelen cargar con una presión silenciosa que pocas veces expresan.

El problema no es sentir vulnerabilidad. El problema es ignorarla.

El mito del líder invencible

Existe una imagen romántica del empresario que nunca se cansa, nunca duda y siempre tiene respuestas.

Pero esa imagen está lejos de la realidad.

El liderazgo consciente parte de una premisa distinta: reconocer las propias emociones, entender las limitaciones personales y desarrollar la capacidad de responder con equilibrio incluso en momentos de crisis.

“Todos somos líderes de algo. Lideramos una empresa, una familia, un proyecto o incluso nuestra propia vida.”

Cuando un líder vive en permanente agotamiento, su equipo lo resiente. Cuando cultiva claridad, empatía y autoconocimiento, esa estabilidad también se contagia.

Empresas saludables generan mejores resultados

Durante años, el éxito empresarial se midió en ventas, expansión, utilidades y crecimiento. Dormir poco era una medalla de honor; trabajar sin descanso era sinónimo de compromiso y hablar de ansiedad, depresión o agotamiento parecía un signo de debilidad.

Hoy, esa narrativa está cambiando.

Las empresas más resilientes ya no solo invierten en tecnología o innovación; están invirtiendo en personas. Y los líderes que realmente están transformando organizaciones han entendido una verdad incómoda: ningún negocio puede crecer de forma sostenible si quienes lo construyen están emocionalmente agotados.

En muchas organizaciones aún se piensa que el bienestar emocional es un beneficio adicional. Sin embargo, cada vez existe más evidencia de que influye directamente en la productividad, la innovación, la retención de talento y la cultura corporativa.

Arlette sostiene que cuidar a las personas no es un lujo, sino una estrategia empresarial.

“Los líderes deben ver por la salud emocional y mental de su gente, porque si no, el negocio no va a jalar.”

Desde esa convicción surgieron programas enfocados en ayudar a los colaboradores a identificar creencias limitantes, fortalecer habilidades personales y construir relaciones laborales más sanas.

La meta no es únicamente formar mejores empleados, sino personas más conscientes y plenas.

El autoconocimiento como ventaja competitiva

En un entorno donde la inteligencia artificial automatiza procesos y la tecnología avanza a gran velocidad, la capacidad de conocerse a uno mismo puede convertirse en una de las habilidades más valiosas.

Arlette insiste en que el cambio comienza por identificar aquello que nos limita.

“Conocerte, reconocer tus virtudes, tus dolores y tus áreas de oportunidad es la base para actuar con coherencia.”

Un emprendedor que entiende sus miedos toma decisiones con mayor claridad. Un director que reconoce sus emociones evita trasladar su frustración al equipo. Un colaborador que trabaja en su bienestar aporta más creatividad y compromiso.

Romper el estigma también es liderazgo

Uno de los mensajes más poderosos de la conversación es la normalización del cuidado profesional de la salud mental.

Arlette comparte abiertamente su experiencia con atención psiquiátrica y tratamiento médico, recordando que pedir ayuda no representa un fracaso, sino un acto de responsabilidad.

“Es una bendición ir al psiquiatra. En mi caso, el tratamiento me permitió volver a respirar y tomar decisiones mucho más claras.”

También destaca que los enfoques médicos y las terapias complementarias pueden coexistir de forma responsable cuando existe acompañamiento profesional.

El éxito no debería costarnos la paz

Muchos empresarios persiguen crecimiento económico mientras sacrifican descanso, relaciones personales y salud.

Pero la verdadera sostenibilidad exige otra perspectiva. No se trata únicamente de aumentar ingresos; se trata de construir organizaciones donde las personas quieran permanecer, aportar y crecer.



Culturas basadas en el respeto, la empatía y el desarrollo humano suelen generar equipos más comprometidos, resilientes e innovadores.

Atrévete a desafiar tus propias creencias

Para Arlette, el mayor obstáculo rara vez está en el mercado o en la competencia. Está en las historias que nos contamos sobre nosotros mismos.

“Todos somos posibilidad. Lo único que muchas veces nos impide avanzar son nuestras creencias limitantes.”

Ese mensaje resulta especialmente poderoso para quienes desean emprender, cambiar de carrera o asumir un nuevo liderazgo.

Porque el crecimiento profesional suele comenzar cuando dejamos de preguntarnos si somos suficientes y empezamos a construir desde la confianza.

La visión E+E

Las empresas del futuro no serán necesariamente las que tengan más oficinas o la tecnología más avanzada. Serán aquellas capaces de crear entornos donde el rendimiento conviva con el bienestar y donde el liderazgo se ejerza con humanidad.

Al final, un negocio puede sobrevivir a una crisis financiera, a un cambio de mercado o incluso a una transformación tecnológica. Lo que difícilmente puede sostener es una cultura donde las personas han dejado de cuidarse a sí mismas.

La reflexión de E+E

Si el activo más importante de cualquier empresa son las personas, ¿qué pasaría con tu negocio si empezaras a invertir en la salud mental y el liderazgo consciente con la misma disciplina con la que inviertes en ventas, estrategia o expansión?

Visita el Centro de Luz ADA para más información sobre módulos y talleres que pueden ser esa iniciativa para ti y tu equipo.

Fechas abiertas para Taller: Sinergia, la realidad de nuestro máximo potencial 📅

@centrodeluzadacdmx
 @Centro de Luz ADA CDMX
 www-centrodeluzada.com
 55 3595 8431
 @centroada cdmx



LA MATERNIDAD COMO SUPERPODER:

TRANSFORMAR EL DIAGNÓSTICO EN UNA MISIÓN DE VIDA

En la actualidad, en este mundo hiperconectado podemos llegar a sentir que las conexiones reales son cada vez más inexistentes, es por ello que hoy queremos hablar de cómo la maternidad, particularmente, la experiencia de criar hijos autistas, más allá de ser una sentencia, se puede transformar en mucho más; como es el caso de Carolina López y Perla Mexia transformando su experiencia en motivación para crear TEYBI Centro Terapéutico y de Bienestar Integral AC y posteriormente el Congreso Internacional Comunicación Sin Barreras, un espacio que este año, por 4ta. Ocasión, impulsa inclusión, educación y acompañamiento para miles de familias.

Perla y Caro son mamás desde hace más de 8 años; en este viaje no solo trajeron al mundo a dos personitas más: Melina y Natalia, si no que su nacimiento también permitió que una versión de ellas emergiera transformando por completo la versión de ellas mismas que conocían hasta ese momento motivándolas a convertirse en mujeres más enfocadas, en alerta constante y con la habilidad de transformar todos los desafíos en acciones y soluciones logrando que su maternidad transforme comunidades enteras detonando una misión: crear espacios donde la inclusión, la comunicación y el acompañamiento deje de tener barreras.

En su experiencia, en el ajetreo de vivir en CDMX y ser mamá primeriza, Caro no había notado algo “diferente” en el desarrollo de Natalia, iba a la guardería y si bien notaba que era un poco más callada e introvertida en comparación con otros niños de su edad, consideraba que podían ser rasgos de su personalidad; hasta que un familiar que se dedicaba a la educación especial, empezó a notar comportamientos diferentes y le sugirió llevarla a una “evaluación” en donde le indicaron que ciertamente tenía muchas características que les llevaban a pensar que era autista. En el caso de Perla, desde los 6 o 7 meses, empezó a notar que algo era “diferente”, Meli no lloraba ni era tan apegada a ella, incluso empezó a darse cuenta de que de alguna forma retrocedía en su desarrollo. Por su parte empezó a investigar y a partir de la información encontrada, empezó a llenar un checklist sintiendo internamente que era solamente cuestión de tiempo para llegar a la confirmación.

Al recibir el diagnóstico, Perla sintió paz, estaba finalmente encontrando respuestas y a partir de ahí ya sabía cómo ayudarla y acompañarla.

Por otro lado, Caro no estaba preparada, se llenó de incertidumbre por no saber qué iba a hacer o cómo y en su mente solo estaba el estereotipo de las personas autistas que le habían vendido hasta ese momento en donde se dice que es una enfermedad que se sufre y se padece. El autismo es una montaña rusa, es impredecible, pero recibir la confirmación del diagnóstico en ambos casos fue el banderazo de salida que requerían para ocuparse más que preocuparse; fue así como empezaron a informarse, a contactar con grupos de apoyo y a ser conscientes de la importancia del acompañamiento para poder sobrellevar esta nueva realidad en donde la familia y los amigos pueden llegar a alejarse y es necesario empezar a construir desde cero.

Empezaron a coincidir en grupos de apoyo y con el tiempo, su amistad las llevó a la creación de un podcast; posteriormente en 2023 nació TEYBI, Centro Terapéutico y de Bienestar Integral A.C. en Guaymas, Sonora, una asociación civil sin fines de lucro liderada por Perla que proporciona terapias de calidad, respetuosas y de bajo costo para niños y adolescentes con alguna neurodivergencia como autismo, TDAH, síndrome de down, discapacidad intelectual, etc. Y finalmente, de la mano de Caro, en 2024 nació al Congreso Comunicación sin Barreras, un espacio de aprendizaje y actualización sobre temas relacionados con la discapacidad, autismo y los sistemas aumentativos y alternativos de comunicación.





COMUNICACIÓN
SIN BARRERAS
CUARTO CONGRESO

CUARTO CONGRESO INTERNACIONAL

COMUNICACIÓN **SIN BARRERAS**

COMUNICACIÓN AUMENTATIVA Y ALTERNATIVA PARA UN MUNDO SIN LÍMITES

★ EL EVENTO MÁS IMPORTANTE
DE **CAA** EN MÉXICO ★



16 PONENTES
NACIONALES E
INTERNACIONALES



CONFERENCIAS
MAGISTRALES



INNOVACIÓN Y
EVIDENCIA EN CAA



ENFOQUE
NEUROAFIRMATIVO



COMUNIDAD QUE
CONECTA Y
TRANSFORMA



CONVERSATORIO DE
PERSONAS
NEURODIVERGENTES



CINTERMEX
Monterrey,
Nuevo León



26 Y 27 DE
SEPTIEMBRE
2026



MODALIDAD
PRESENCIAL
Y EN LÍNEA



CONSTANCIA
DIGITAL
INCLUIDA



GRABACIONES
DISPONIBLES POR
2 SEMANAS

PRESENCIAL

\$2,500.00

VIRTUAL

\$1,800.00



**TARIFA ESPECIAL
PARA GRUPOS**

PRECIOS VIGENTES HASTA EL 30 DE JUNIO 2026



REGISTRO.TEYBI.ORG



Congreso@teybi.org



WhatsApp +52 622 109 99 54



CUPO LIMITADO



EVENTO SIN FINES DE LUCRO



Adaptaciones
Inteligentes



TEYBI



HOPE
Centro de Rehabilitación Integral

El congreso inicio siendo un proyecto pequeño con el objetivo inicial de generar visibilidad sobre el autismo, pero se ha ido transformando de la mano de la sociedad. La primera edición se enfocó en brindar más información sobre el autismo y la comunicación alternativa con la presidenta y vicepresidenta de la Comunidad Autista como ponentes; pero actualmente el giro ha ido hacia los verdaderos protagonistas incluyendo ahora conversatorios neurodivergentes, resolución de dudas, inclusive pláticas cercanas en donde se aborda la experiencia directa de adultos autistas funcionales autónomos. Actualmente se sigue luchando contra la desinformación, pero es importante reconocer que también hay más apertura y visibilidad, más profesionales preparándose, más interesados y más usuarios de la comunicación alternativa.

Si Perla y Caro desde su experiencia pudieran hoy darle un consejo a los padres que están recibiendo el diagnóstico, les recordarian respirar y observar, pensar que su hijo(a) y ellos como padres, son las mismas personas que eran antes del diagnóstico y que un diagnóstico es solo una guía que brinda herramientas para poder ir enfrentando la vida más fácilmente. Que se acerquen, hagan comunidad, escuchen su intuición para poder tomar decisiones y lo tomen como una oportunidad para bajar la velocidad, para cambiar la manera de ver la vida y ser mejores personas. En general, para paternar, el consejo universal que les gustaría propagar es que aprendan a desaprender para poder recibir ayuda, para crear redes de apoyo y recordar que "En tribu todo es mejor", sin olvidar nunca sus necesidades, sin anteponerse a los demás, sin querer salvar a todo el mundo.

En el caso de Perla y Caro, sus hijas han sido ese motor que ha transformado sus vidas para poder acompañarlas y guiarlas en las suyas. Sobre la marcha han aprendido que la comunicación y el amor va más allá de las palabras, que el valor de una persona no se define solamente por la forma en la que habla, que, si se aprende a observar y escuchar desde el corazón, hay muchas formas más de vincularse siempre desde el respeto. Celebrando los logros desde otra perspectiva sin subestimar, sin poner límites ni expectativas.

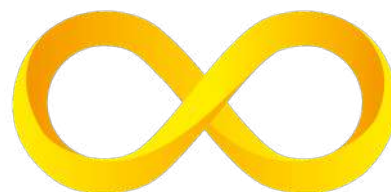
Lo que comenzó como una experiencia profundamente personal terminó convirtiéndose en una red de acompañamiento, educación e inclusión. Carolina López y Perla Mexia demuestran que la maternidad no sólo transforma hogares, también puede transformar conversaciones, comunidades y realidades enteras. 

 @comunicacion_sinbarreras

 TEYBI Centro Terapéutico

 www.teybi.org

 Congreso@teybi.org



EUREEK'A: MISIONES ESPACIALES PARA AULAS *y empresas*

Hay una pregunta que Sandra Hernández y Sara Reyes se han hecho muchas veces: ¿qué hubiera pasado si, de niñas, alguien les hubiera mostrado que la ciencia era para ellas? Sandra llegó a ser ingeniera en la NASA. Sara hoy dirige programas de inteligencia artificial. Pero las dos saben que eso no fue casualidad, sino acceso: el tipo de acceso que la mayoría de las niñas en México todavía no tiene.

De esa certeza nació Eureek'a, una empresa social de alto impacto que usa el entretenimiento educativo como palanca para despertar vocaciones STEM desde la infancia, reducir la brecha de género en ciencia y tecnología, y conectar a las empresas con el talento que van a necesitar en los próximos diez años.

Ciencia que sí engancha

El problema que Eureek'a identifica no es falta de talento, es la falta de puentes. Los sistemas educativos tradicionales enseñan contenidos que no conectan con la realidad del estudiante, no desarrollan las habilidades del futuro y dejan a las niñas fuera de la conversación tecnológica desde temprano. Al mismo tiempo, las áreas de RRHH y Responsabilidad Social de las empresas enfrentan un déficit real de pipeline STEM y dificultades crecientes para retener y comprometer a sus colaboradores.



Eureek'a ataca ambas caras del problema con una metodología propia, el Astronaut Learning Process: un ciclo de seis etapas — recordar, comprender, aplicar, analizar, evaluar y crear — que transforma el aprendizaje en una misión espacial. No es metáfora: los participantes simulan misiones reales, construyen cohetes, programan robots y trabajan con datos astronómicos.

“El aprendizaje ocurre porque hay emoción, y la emoción ocurre porque hay propósito.”

La empresa alinea su operación con los ODS 4 (Educación de Calidad), 5 (Igualdad de Género) y 8 (Empleo Digno y Crecimiento Económico) de la Agenda 2030, y lo hace sin quedarse en la declaración, ya que cada programa tiene métricas de impacto y estructura de entrega que lo hacen medible para los corporativos que lo financian.





Dos frentes, una misión

Eureek'a Enterprise es la línea dirigida a empresas y sus ecosistemas. La propuesta de valor es estratégica y directa: lo que realmente genera lealtad en un colaborador no es otro bono ni otro beneficio de bienestar. Es cuando la empresa toca algo profundamente importante en su vida —y pocas cosas son más importantes que el desarrollo de sus hijos.

A través de campamentos STEM, after school programs guiados por Sandra Hernández — ex ingeniera del Jet Propulsion Laboratory de la NASA—, noches astronómicas, talleres de robótica e inteligencia artificial, y programas de liderazgo en género, Eureek'a permite que las empresas activen retención de talento, employer branding, engagement familiar e impacto ESG medible desde una sola alianza.

Para los equipos internos, la oferta también es sólida: talleres de adopción de tecnologías (IA, IoT, Digital Twin, Proptech), programas de liderazgo para mujeres, y el programa Comandante por un Día, donde los propios colaboradores diseñan y presentan talleres a grupos de interés dentro de la organización, desarrollando comunicación, pensamiento crítico y apropiación de cultura tecnológica.

Entre sus clientes se cuentan organizaciones como Novartis, Estafeta, Greenpeace y el Gobierno del Estado de Jalisco, lo que habla de una propuesta lo suficientemente flexible para operar en sectores muy distintos.

Las misiones que nadie debería perderse

Más allá del modelo B2B, Eureek'a tiene una dimensión que la diferencia de cualquier empresa de capacitación convencional: el programa Misiones hacia el Futuro, que permite a empresas, escuelas y particulares financiar becas para que niñas, niños y jóvenes en situación vulnerable accedan a sus experiencias. Campamentos, after school, misiones espaciales y talleres STEM —que de otra forma serían inaccesibles para ellos— se convierten en realidad gracias a este esquema de responsabilidad compartida.

El modelo no separa el negocio del impacto. Los integra como parte de la misma propuesta.

Un ecosistema de referentes

Uno de los activos más distintivos de Eureek'a es su red de Embajadoras: mujeres con trayectorias sobresalientes en ciencia, tecnología e industria que participan activamente en los programas como mentoras, conferencistas y figuras de referencia. Astrónomos, doctoras en ciencias, periodistas de ciencias espaciales e ingenieras en TI forman parte de este grupo. Entre las incorporaciones más recientes destaca Nancy Estens, CEO y emprendedora tecnológica con trayectoria en sectores de frontera como el metaverso, la energía, la automovilidad y el aeroespacial —exactamente el tipo de perfil que demuestra a las nuevas generaciones que el futuro de la tecnología tiene lugar para ellas.

La lógica es simple y poderosa: una niña que ve a una científica real —no en un libro, sino enfrente de ella, respondiéndole preguntas en una pijamada o en un taller de robótica— no olvida eso. Y esa imagen puede reorientar toda una trayectoria de vida.

Trayectoria que respalda

Eureek'a no es un proyecto en etapa temprana. Ha sido reconocida entre los Top 100 Emprendimientos de México en el Reto Posible organizado por Fundación Televisa, Nacional Monte de Piedad y Citi Banamex. Fue seleccionada para el evento estelar Día

de la Ingeniera de la iniciativa Niñas STEM Pueden de la OCDE, presentó su modelo en el Congreso Internacional de Astronáutica en Washington D.C., y fue reconocida como Top 100 Global Leaders in Education en el Global Forum for Education and Learning 2020.

Son credenciales que no se construyen desde el escritorio. Se construyen lanzando cohetes con niños de secundaria, llevando telescopios a eventos corporativos y convenciendo a una empresa de que el mejor beneficio que puede darle a sus colaboradores no tiene que ver con el salario, sino el de crear espacios de formación integral que te regalan experiencias de otro planeta.

Para empresas, fundaciones o instituciones educativas interesadas en explorar una alianza, Eureek'a puede contactarse en eureeka.espacial@gmail.com o a través del enlace a su red social: <https://www.facebook.com/Eureeka.mx/> 

4 Campamentos virtuales






EUREEK'A
Del 15 de Julio - 16 de Agosto

SUMMER SPACE FEST 2026

Sustentabilidad, IA, robótica, programación, ciencia aeroespacial, construcción y arquitectura


Paquetes inscribiendo en Junio desde:
\$2,599.00
\$1,999.00

3 campamentos presenciales en CDMX


Mentoras especializadas de la NASA y empresas internacionales


JAVIER ALAMILLA:

EL FUTURO DE MÉXICO NO SE CONSTRUYE CON CONCRETO, SINO CON CONCIENCIA

EN UNA INDUSTRIA ACOSTUMBRADA A MEDIR EL ÉXITO EN METROS CUADRADOS, ESTE EMPRENDEDOR PROPONE UNA NUEVA FÓRMULA: INTEGRAR PERSONAS, DATOS, CULTURA Y PROPÓSITO PARA CREAR CIUDADES QUE REALMENTE FUNCIONEN.

Hay quienes ven un terreno vacío y piensan en un edificio. Javier Alamilla ve una comunidad. Ve la historia de una comunidad, la movilidad de sus habitantes, la identidad de sus calles, las necesidades de quienes vivirán ahí dentro de diez o veinte años y, sobre todo, la responsabilidad que implica transformar el paisaje urbano.

Arquitecto de formación y consultor especializado en desarrollo inmobiliario, Javier pertenece a una nueva generación de líderes que están cuestionando la manera en que tradicionalmente se han concebido las ciudades en México. Su propuesta no gira únicamente en torno al diseño o la rentabilidad: busca profesionalizar un sector que, durante años, ha operado con piezas brillantes... pero desconectadas entre sí.

La pregunta que cambió su carrera

Después de más de dos décadas trabajando en proyectos inmobiliarios y colaborando con desarrolladores de gran nivel, Javier llegó a una conclusión que hoy guía toda su filosofía empresarial:

Los proyectos no fracasan por falta de talento. Fracasan porque nadie está viendo el panorama completo.

“Cada especialista hace muy bien su trabajo, pero muchas veces cada uno trabaja desde su propia trinchera”, explica. El financiero analiza números. El abogado revisa contratos. El arquitecto diseña. El gestor tramita permisos. Sin embargo, pocas veces existe una visión que conecte todas esas decisiones bajo un mismo objetivo.

El resultado puede ser costoso: proyectos inviables, inversiones detenidas, comunidades inconformes o desarrollos que nunca alcanzan el impacto esperado.

Fue entonces cuando decidió emprender y crear un modelo distinto de consultoría, uno que acompañara a inversionistas y desarrolladores desde una perspectiva integral.

No basta con construir; hay que entender dónde y para quién

En un mercado donde muchas decisiones siguen tomándose con base en tendencias o intuición, Javier insiste en que el verdadero punto de partida debería ser otro: comprender el entorno.

Antes de imaginar una fachada o definir el número de departamentos, propone analizar el contexto económico, social, urbano y cultural del lugar.

Porque un edificio puede ser extraordinario desde el punto de vista arquitectónico y, aun así, fracasar si no dialoga con la ciudad que lo rodea.

“Cada proyecto nace de manera independiente, pero nunca existe aislado. Siempre forma parte de un ecosistema.”

Ese enfoque lo ha llevado a incorporar estudios de mercado, análisis socioculturales y evaluaciones de “mayor y mejor uso”, una metodología ampliamente utilizada en otros países, pero que aún tiene amplio potencial de crecimiento en México.

Profesionalizar para transformar

Cuando habla de profesionalización, Javier no se refiere únicamente a obtener certificaciones.

Habla de cambiar la mentalidad.

Consciente de que el sector inmobiliario necesitaba nuevas herramientas, decidió complementar su experiencia práctica con formación en dirección de empresas inmobiliarias, aspectos legales, gestión estratégica y estudios de posgrado.

Su objetivo era darle sustento académico a una actividad que muchas veces depende exclusivamente de la experiencia.

“La evolución del sector exige que dejemos de improvisar y empecemos a tomar decisiones con información, metodología y responsabilidad.”

Y esa evolución ya está ocurriendo.

La gentrificación necesita menos discursos y más soluciones

Pocos temas generan tanta conversación como la gentrificación.

Mientras algunos la señalan como consecuencia directa del desarrollo inmobiliario, Javier propone una lectura más amplia.

Considera que el verdadero desafío no es detener la inversión, sino encontrar mecanismos para que el crecimiento beneficie tanto a las comunidades existentes como a quienes buscan acceder a una vivienda.

México enfrenta un déficit habitacional importante y las ciudades seguirán creciendo. La cuestión es cómo gestionar ese crecimiento con inteligencia.

Para lograrlo, insiste en la necesidad de crear espacios de diálogo entre desarrolladores, autoridades, inversionistas y ciudadanos.



“No podemos hablar de ciudades sostenibles si dejamos fuera a las personas que les dan vida.”

La inteligencia artificial también puede diseñar mejores ciudades. Lejos de ver la tecnología con desconfianza, Javier la observa como una aliada.

Visualiza un futuro donde la inteligencia artificial y el análisis avanzado de datos permitan evaluar en tiempo real la viabilidad financiera, ambiental, técnica y social de un proyecto antes de iniciar su construcción.

Sin embargo, advierte que la abundancia de información no garantiza mejores decisiones.

“La data por sí sola no resuelve nada. El verdadero valor está en saber interpretarla.”

Para él, el potencial de estas herramientas radica en anticipar necesidades de infraestructura, identificar patrones de crecimiento urbano y planificar desarrollos más eficientes y sostenibles.

No se trata de reemplazar el criterio humano, sino de enriquecerlo.

Construir sin perder la esencia

Si pudiera rediseñar el futuro urbano de México, Javier comenzaría por proteger aquello que hace únicas a las ciudades: su identidad.

Considera que los nuevos proyectos deben respetar la historia, las tradiciones y la escala de las comunidades donde se desarrollan. El progreso no debería borrar el pasado, sino dialogar con él.

Cada inversión tendría que dejar una huella positiva en el entorno, aportar valor público y fortalecer el tejido social.

En su visión, un desarrollo exitoso no es el que vende más rápido, sino el que logra integrarse de manera natural a la vida cotidiana de quienes lo rodean.

El emprendedor que decidió cuestionar las reglas

Más allá de los planos y las regulaciones, la historia de Javier Alamilla es la de un profesional que decidió desafiar una práctica instalada desde hace años.

En lugar de aceptar que las cosas siempre se han hecho así, eligió preguntar cómo podrían hacerse mejor.

Su apuesta es por un desarrollo inmobiliario más colaborativo, más informado y profundamente humano.

Un modelo donde la tecnología impulse decisiones inteligentes, donde la rentabilidad conviva con la responsabilidad social y donde el crecimiento urbano no signifique perder identidad, sino fortalecerla.

La visión E+E

Las ciudades del futuro no serán definidas únicamente por sus rascacielos o por la sofisticación de su arquitectura. Serán recordadas por la calidad de vida que ofrezcan, por la manera en que integren innovación con comunidad y por su capacidad para generar oportunidades sin dejar a nadie atrás.

La propuesta de Javier Alamilla es, en esencia, una invitación a cambiar la pregunta.

En lugar de preguntarnos qué podemos construir, quizá deberíamos empezar a preguntarnos:

¿Qué tipo de ciudad queremos heredar a las próximas generaciones y qué decisiones estamos tomando hoy para hacerla posible? 

SELIDER

“SEMINARIO DE LÍDERAZGO”:

FORMANDO LÍDERES PARA TRANSFORMAR LA SOCIEDAD

En una época donde la participación juvenil es fundamental para construir una mejor sociedad, SELIDER se ha consolidado como un espacio de formación y desarrollo para jóvenes con vocación de liderazgo y servicio.

SELIDER (Seminario de Líderes) es una organización juvenil sin fines de lucro que tiene como misión identificar, reconocer y desarrollar el potencial de liderazgo de los jóvenes, impulsándolos a asumir un compromiso social a través de acciones y proyectos que beneficien a sus comunidades. Desde su fundación, ha promovido valores como la responsabilidad, el respeto, la honestidad, el trabajo colaborativo y el servicio a los demás.

SELIDER reúne a jóvenes interesados en generar un impacto positivo en su entorno mediante seminarios, conferencias, actividades de servicio social, proyectos comunitarios y espacios de formación integral. Estas experiencias permiten a los participantes desarrollar habilidades de liderazgo, pensamiento crítico, trabajo en equipo y participación ciudadana.

Uno de los principales objetivos de la organización es formar líderes socialmente responsables, capaces de identificar las necesidades de su comunidad y actuar para contribuir a su solución. A través de sus programas, SELIDER busca que los jóvenes comprendan que el liderazgo no consiste únicamente en dirigir, sino en servir, inspirar y generar cambios positivos para el bienestar colectivo.

A lo largo de los años, miles de jóvenes han participado en las actividades de SELIDER, convirtiéndose en agentes de cambio dentro de sus escuelas, universidades, organizaciones y comunidades. Su impacto se refleja en proyectos sociales, horas de servicio comunitario y en la formación de ciudadanos comprometidos con la construcción de un México más justo y solidario.

SELIDER continúa siendo un referente para aquellos jóvenes que desean desarrollar su potencial, fortalecer sus valores y demostrar que el liderazgo auténtico nace del compromiso con los demás y del deseo de transformar positivamente la realidad que los rodea. 



WOBI

WORLD BUSINESS FORUM MÉXICO 2026:

LAS IDEAS QUE ESTÁN TRANSFORMANDO EL LIDERAZGO

En un entorno donde la inteligencia artificial, la innovación y los cambios constantes están redefiniendo la manera de hacer negocios, el liderazgo requiere una nueva visión. Bajo esa premisa, el World Business Forum México 2026 reunirá los próximos 10 y 11 de noviembre a algunos de los pensadores y expertos más influyentes del mundo para compartir las ideas que están marcando el futuro de las organizaciones.

Organizado por WOBI y con sede en Expo Santa Fe, el encuentro celebra este año su 25 aniversario en México, consolidándose como uno de los foros de liderazgo y management más importantes de América Latina.

La agenda reunirá a líderes de talla internacional que abordarán algunos de los desafíos más relevantes para las organizaciones: desde la innovación y la estrategia hasta el marketing, la creatividad y el impacto de la inteligencia artificial.

Entre los conferencistas destacan Francis Ford Coppola, quien compartirá su visión sobre creatividad y liderazgo; Renée Mauborgne, referente mundial en estrategia y coautora de Blue Ocean Strategy; Rita McGrath, una de las voces más influyentes en innovación y crecimiento; Greg Hoffman, ex Chief Marketing Officer de Nike; David Rowan, experto en tecnologías emergentes e inteligencia artificial; Nathalie Nahai, especialista en comportamiento humano y tecnología; y Carl Lewis, leyenda olímpica que trasladará al mundo empresarial las claves del alto rendimiento.

Más que un ciclo de conferencias, el World Business Forum ofrece un espacio donde miles de líderes, empresarios y tomadores de decisión se reúnen para intercambiar ideas, conocer tendencias y reflexionar sobre los retos que definirán el futuro de sus organizaciones.

Hoy, liderar implica mucho más que reaccionar al cambio. Significa anticiparlo, cuestionar lo establecido y encontrar nuevas formas de generar impacto dentro y fuera de las organizaciones. 





EL MUNDIAL DE LAS OPORTUNIDADES

EL MUNDIAL DE LAS OPORTUNIDADES

POR: EDITORIAL €+€

Hay momentos que cambian el rumbo de una empresa. Y hay eventos que cambian el rumbo de países enteros.

El Mundial es uno de ellos.

A finales de junio, cuando la conversación global gira en torno a los partidos decisivos, las selecciones sorpresa y las estrellas que buscan hacer historia, existe una realidad mucho más poderosa que está pasando casi desapercibida: la economía mundial también está compitiendo.

Cada pase genera contenido. Cada estadio lleno impulsa el turismo. Cada aficionado consume transporte, hospedaje, gastronomía, tecnología y entretenimiento. Cada ciudad sede se convierte en un escaparate internacional. Y cada empresario tiene una decisión que tomar: ser espectador o aprovechar el momento.

Porque el Mundial nunca ha sido solo fútbol. Es una demostración de cómo una pasión compartida puede movilizar inversiones, transformar infraestructura, acelerar la innovación y abrir puertas comerciales que permanecen mucho después de que se entrega el trofeo.

El partido invisible que mueve miles de millones

Cuando pensamos en un Mundial, imaginamos camisetas, goles y celebraciones. Pero detrás de ese espectáculo existe una maquinaria económica gigantesca.

En cuestión de semanas, millones de personas cruzan fronteras, reservan vuelos, ocupan hoteles, utilizan aplicaciones de movilidad, compran productos locales, generan contenido en redes sociales y consumen servicios digitales a una velocidad extraordinaria.

Para las grandes corporaciones representa una exposición global. Para las pequeñas y medianas empresas, una oportunidad de crecer. Y para los emprendedores, un laboratorio vivo donde probar ideas frente a un mercado internacional.

En otras palabras, el Mundial convierte la atención en dinero, la emoción en consumo y la visibilidad en oportunidades de negocio.

Tres países anfitriones, una misma vitrina... pero desafíos muy distintos

México: convertir la pasión en prosperidad

México llega al Mundial con una ventaja invaluable: sabe recibir al mundo.

Su historia futbolística, su riqueza cultural y su capacidad para conectar emocionalmente con millones de visitantes lo convierten en uno de los grandes protagonistas del torneo. Pero el verdadero desafío no está en llenar los estadios; está en aprovechar esa atención para fortalecer el turismo, impulsar a las empresas locales y acelerar proyectos de infraestructura y digitalización.

Este es el momento para demostrar que el talento mexicano no solo organiza grandes eventos, sino que también puede liderar innovación, hospitalidad y emprendimiento a escala internacional.

Estados Unidos: donde el deporte es una industria

Estados Unidos entiende algo que pocos países han perfeccionado: el deporte no solo genera entretenimiento, genera negocios.

Cada estadio es una plataforma tecnológica. Cada experiencia está diseñada para monetizar datos, servicios y patrocinios. El espectáculo continúa antes, durante y después del partido.

Sin embargo, también enfrenta retos importantes: costos elevados, logística compleja y la necesidad de equilibrar crecimiento económico con sostenibilidad y calidad de vida en las ciudades sede.

El Mundial será una prueba de su capacidad para seguir liderando la economía de los grandes eventos.

Canadá: el poder de crecer con visión de futuro

Canadá aporta una narrativa distinta.

Su apuesta no se basa únicamente en atraer visitantes, sino en demostrar que es posible organizar un evento global con una visión de largo plazo, priorizando infraestructura útil, innovación y sostenibilidad.

El país buscará que el legado no termine cuando los aficionados regresen a casa, sino que permanezca en la calidad de sus ciudades, sus servicios y su competitividad.

La conversación incómoda que también debemos tener

Hablar del Mundial solo desde el entusiasmo sería una visión incompleta.

Los grandes eventos internacionales también generan preguntas difíciles.

¿Quién paga las inversiones? ¿Qué ocurre con las comunidades locales cuando aumentan los precios? ¿Qué sucede con la infraestructura construida una vez que termina el torneo? ¿Cómo se protege el medio ambiente frente a la llegada masiva de visitantes? ¿Los beneficios económicos llegan realmente a las pequeñas empresas o se concentran en unos cuantos actores?



La historia demuestra que algunos países han convertido el Mundial en un motor de desarrollo, mientras que otros han enfrentado estadios subutilizados, gastos difíciles de recuperar o beneficios inferiores a las expectativas.

El éxito no depende del evento en sí, sino de la estrategia con la que se aprovecha.

Los estadios también cuentan historias

Detrás del concreto, el acero y las pantallas gigantes existen símbolos que representan décadas de cultura, identidad y evolución.

El Estadio Azteca: donde la historia siempre vuelve a empezar

Pocos lugares en el planeta pueden presumir el legado del Estadio Azteca.

Ha sido escenario de momentos que marcaron generaciones y volverá a colocarse en el centro de la conversación mundial. No solo es un recinto deportivo; es un patrimonio emocional para millones de personas y un recordatorio de que México ocupa un lugar privilegiado en la historia del fútbol.

Dallas: la arquitectura del entretenimiento

Más que un estadio, es una declaración de principios.

Su diseño, tecnología y capacidad reflejan cómo el deporte moderno se ha convertido en una experiencia inmersiva donde convergen innovación, hospitalidad y negocios.

Vancouver: el ejemplo de una nueva generación de sedes

Con una visión enfocada en sostenibilidad y uso multifuncional, representa una tendencia que probablemente definirá el futuro de los grandes recintos: espacios pensados para servir a la comunidad mucho después del último partido.

Lo que un empresario debería aprender del Mundial

El campeonato deja una enseñanza poderosa.

Las mayores oportunidades rara vez están donde todos ponen la atención.

Mientras millones observan quién anota el siguiente gol, otros están cerrando contratos internacionales, lanzando startups, construyendo alianzas estratégicas, fortaleciendo sus marcas personales, desarrollando soluciones tecnológicas y captando clientes que jamás habrían imaginado.

Los empresarios que crecen no son necesariamente quienes tienen más recursos, sino quienes identifican antes que los demás hacia dónde se moverá el mercado.

El verdadero legado

Dentro de algunos años, pocos recordarán el marcador exacto de muchos partidos.

Pero las ciudades que mejoraron su infraestructura seguirán beneficiándose. Las empresas que se internacionalizaron gracias al torneo seguirán creciendo. Los emprendedores que aprovecharon la ola de atención continuarán construyendo nuevas oportunidades.

El Mundial dura unas semanas.
Su legado puede durar décadas.

La pregunta E+E

Cuando el último silbatazo anuncie el final del torneo y las luces del estadio se apaguen, ¿tu empresa recordará el Mundial por los goles que vio... o por las oportunidades que tuvo el valor de convertir en realidad? **e**



VOZINHA:

EL PORTERO QUE CONVIRTIÓ UNA NOCHE DE FÚTBOL EN UNA LECCIÓN DE LIDERAZGO Y PERSEVERANCIA

En un Mundial donde las grandes estrellas acaparan los reflectores, un hombre de 40 años demostró que los momentos que transforman una carrera pueden llegar cuando menos se esperan.

Josimar Dias, conocido mundialmente como Vozinha, portero de la selección de Cabo Verde, protagonizó una de las historias más inspiradoras del torneo al convertirse en el héroe del histórico empate sin goles frente a España. Con una actuación sobresaliente bajo los tres palos y múltiples atajadas decisivas, fue elegido el mejor jugador del encuentro y puso a su país en el centro de la conversación futbolística internacional.

Sin embargo, el verdadero impacto ocurrió fuera del campo. En cuestión de horas, sus redes sociales pasaron de tener una audiencia relativamente pequeña a sumar millones de seguidores, convirtiéndose en un fenómeno global y demostrando el enorme poder que tiene hoy la visibilidad digital cuando se combina con una actuación extraordinaria.

Detrás de ese éxito hay una historia de perseverancia. Vozinha construyó una carrera lejos de los grandes reflectores, jugando durante años en diferentes ligas y manteniendo la ilusión de representar a Cabo Verde hasta alcanzar, a los 40 años, el escenario más importante del fútbol mundial. Su ejemplo rompe con la idea de que las oportunidades tienen fecha de caducidad.

La historia de Vozinha trasciende el deporte. Es un recordatorio de que la preparación silenciosa puede desembocar en un momento decisivo capaz de cambiar una vida. También refleja cómo el reconocimiento internacional puede surgir de la autenticidad, el esfuerzo sostenido y la capacidad de responder con excelencia cuando llega la oportunidad.

En el mundo empresarial ocurre algo similar. Muchas compañías y líderes trabajan durante años sin grandes titulares hasta que un proyecto, una innovación o una decisión estratégica los coloca bajo los reflectores. La diferencia entre aprovechar ese instante o dejarlo pasar suele estar en la preparación previa.

Vozinha no solo detuvo los ataques de una de las selecciones favoritas del Mundial. También abrió una conversación sobre la resiliencia, la constancia y el impacto que una sola actuación excepcional puede tener en la reputación personal y profesional. Su historia demuestra que nunca es tarde para alcanzar el reconocimiento y que, en ocasiones, un solo día puede redefinir toda una trayectoria. **E**





Experiencias **CULINARIAS** *a la francesa!*

¡Grandes clásicos de Francia en nuestra
Mesa del Chef, para grupos de 4 a 8 personas!

3 tiempos \$793 MXN*

• Dúo de Salmón • Cachete de Res • Tarta Tatin •

4 tiempos \$1,172 MXN*

• Ensalada Maison • Sopa de Cebolla • Confit de Pato • Crème Brûlée •

De *lunes a domingo* de 13:00 a 23:00 hrs.

T. 33 3678 1234 *Ext.* 7312

InterContinentalGuadalajara

Av. Moctezuma 3515, Ciudad del Sol, Zapopan, Jalisco

*Precios por persona, en pesos mexicanos e impuestos incluidos. El precio incluye únicamente alimentos. No incluye bebidas ni vinos. Mínimo 4 personas y máximo 8. Se podrá ordenar a la carta con un costo de \$3,500 MXN por el espacio, acreditados sólo para consumo de alimentos.



GRUPO PRESIDENTE®
HOTELES, RESTAURANTES Y ASISTENCIA EN EL RETIRO



EL MOVIMIENTO AMBIENTAL QUE CONECTA CIUDADANÍA *y FUTURO*

por: JOSÉ GAUCOT BEHAR



Hablar de medio ambiente en las ciudades fronterizas parecía limitarse a diagnósticos, crisis y señalamientos. Contaminación, residuos, escasez de agua y deterioro urbano eran temas que normalmente se abordaban desde la urgencia, pero pocas veces desde la construcción colectiva de soluciones.

En Tijuana entendimos que ninguna transformación ambiental será sostenible si no involucra a la ciudadanía. De esa convicción nació Tijuana Verde, una de las esferas de Tijuana Innovadora enfocada en generar conciencia, participación y acción comunitaria alrededor de los retos ambientales de nuestra región.

Más que una agenda ecológica, Tijuana Verde busca construir cultura ambiental. Porque cuidar el entorno no depende únicamente de gobiernos o especialistas. También depende de ciudadanos informados, jóvenes involucrados y alianzas capaces de conectar distintos sectores alrededor de un propósito común.

La sostenibilidad como participación ciudadana

Cuando se habla de sostenibilidad, muchas veces se piensa exclusivamente en infraestructura verde o tecnología ambiental. Pero la sostenibilidad también se construye desde la educación, la colaboración y el sentido de comunidad.

Por eso, desde 2015, Tijuana Verde ha impulsado proyectos enfocados en formación, investigación, diálogo y acción comunitaria.

Uno de los ejemplos más importantes es la Feria Ambiental Académica, que este año celebrará su décima edición. En este espacio, estudiantes de preparatoria y universidad desarrollan proyectos enfocados en soluciones ambientales reales para la ciudad y la región. A lo largo de estos años, han participado 18 instituciones educativas, se han presentado 502 proyectos y más de 1,900 jóvenes han formado parte de esta iniciativa. Además, el



proyecto ha involucrado a más de 200 maestros y ha recibido a más de 7,300 asistentes.

Y más allá de las cifras, lo importante es que una nueva generación de jóvenes entiende que el medio ambiente también es un espacio de innovación.

La frontera como espacio de colaboración

Uno de los grandes aprendizajes de Tijuana Verde ha sido entender que los retos ambientales no reconocen fronteras políticas.

El agua, el aire, los residuos y los ecosistemas compartidos exigen colaboración binacional. Por ello surgió Green Ágora, una plataforma de diálogo y encuentro donde participan organizaciones, especialistas y ciudadanos de ambos lados de la frontera.

Hasta ahora se han realizado 51 sesiones binacionales Green Ágora —39 en Tijuana y 12 en San Diego— con la participación de 57 organizaciones, 59 conferencistas invitados y más de 2,100 asistentes. Porque los desafíos ambientales requieren menos protagonismos individuales y más construcción colectiva.

El Río Tijuana como símbolo de corresponsabilidad

Uno de los proyectos más importantes impulsados por Tijuana Verde es la Iniciativa Río Tijuana, un esfuerzo que durante tres años ha trabajado para generar información, participación y colaboración alrededor de uno de los ecosistemas más relevantes de la frontera.

La iniciativa ha desarrollado 22 presentaciones públicas, tres formatos Pechakucha y 36 proyectos presentados por aliados. Actualmente impulsa el proyecto piloto Tijuana River Index, enfocado en generar indicadores sobre la condición del río y fortalecer la toma de decisiones alrededor de este ecosistema binacional.

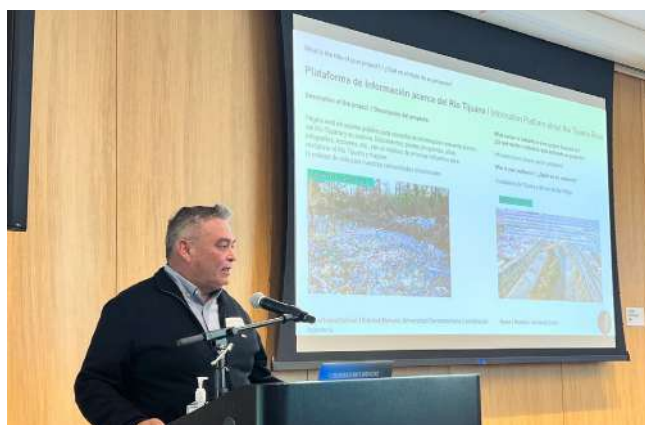
Además, próximamente se realizará la primera medición de cantidad y calidad del agua que transita por el Río Tijuana, un paso importante para avanzar hacia soluciones sustentadas en información técnica y participación multisectorial.

La sostenibilidad también necesita presencia en el espacio público, y es por eso que desde Tijuana Verde hemos impulsado intervenciones ambientales, jornadas de limpieza y alianzas comunitarias enfocadas en recuperar espacios urbanos y fortalecer la participación ciudadana. Hasta ahora se han intervenido 18 espacios públicos con la participación de más de 1,280 ciudadanos y 57 organizaciones aliadas.

Estas acciones pueden parecer pequeñas frente a los grandes retos ambientales globales, pero tienen un impacto profundo al generar apropiación comunitaria y fortalecer la idea de que la ciudad también pertenece a quienes la cuidan.

Ese es el verdadero propósito de Tijuana Verde. Se trata de ayudar a construir una cultura ambiental capaz de transformar la relación entre las personas y la ciudad que comparten.

Las ciudades más resilientes no serán únicamente las más modernas o tecnológicas. Serán aquellas capaces de construir ciudadanía consciente. 





TECNOLOGÍA CON PROPÓSITO:

LOS EMPRENDIMIENTOS QUE PRUEBAN QUE LO SOCIAL Y LO RENTABLE NO ESTÁN EN CONFLICTO

Hay un prejuicio viejo que sigue rondando las mesas de inversión: que lo que transforma también cuesta, que el impacto social y la rentabilidad son fuerzas que se jalan en sentidos opuestos. New Ventures lleva años desmontando esa premisa, y E+E se suma a ese esfuerzo. Gracias a la colaboración entre ambas organizaciones, este reportaje pone en primer plano a tres emprendimientos que no eligieron entre hacer el bien y hacer negocio — eligieron ambas cosas a la vez.

Los tres forman parte del MAP (Mexico Accelerator Programme), la iniciativa de New Ventures que acompaña a emprendimientos de impacto con mentoría estratégica, acceso a redes y capital inteligente. El hilo que los une es claro: los tres están usando inteligencia artificial para resolver problemas de inclusión que el mercado convencional ha ignorado durante décadas. Y los tres están demostrando, con datos, que la tecnología con propósito es también tecnología con modelo.



otherAI

Other AI: cuando el lenguaje lo es todo

Valeria tenía cuatro años y aún no podía comunicarse con su familia. Nació con discapacidad auditiva y, como miles de niñas y niños en México, llegó a la edad escolar sin haber tenido acceso a un lenguaje natural. En su casa no se hablaba lengua de señas mexicana. En su comunidad no había docentes especializados. Y el sistema educativo no estaba diseñado para ella.

La historia de Valeria no es una excepción: es la norma. En México, el 7.6% de la población —más de 2.3 millones de personas— vive con alguna discapacidad auditiva. Más del 90% de los niños sordos nacen en familias oyentes que desconocen la LSM, lo que retrasa su desarrollo cognitivo desde los primeros años. La brecha no es solo educativa: es emocional, social y estructural.



Other AI nació en Jalisco para atacar exactamente ese punto ciego. Su producto central, SignaPlay, es una aplicación móvil que enseña lengua de señas mexicana mediante un avatar animado impulsado por inteligencia artificial y contenido alineado al currículo escolar. No es un diccionario de señas: es un sistema de aprendizaje que acompaña a las familias desde casa, antes de que empiece la escolarización formal.

La solidez técnica del proyecto descansa en SignWave, un corpus lingüístico desarrollado junto con Gallaudet University —la institución referente en educación para Sordos a nivel mundial— que garantiza precisión cultural y lingüística. No es IA genérica aplicada a un problema específico: es inteligencia diseñada desde adentro del problema.

El impacto toma forma concreta: familias que integran la LSM en su comunicación diaria, niñas y niños que alcanzan hitos lingüísticos antes de entrar a la escuela, y escuelas que comienzan a ver la lengua de señas como práctica cotidiana y no como excepción.

“Con cada descarga se abre un camino: una familia comienza a adoptar la lengua de señas mexicana en casa. Esto combate el aislamiento y abre oportunidades educativas reales para sus hijos desde la primera infancia.”

El argumento de inversión es tan sólido como el social: un mercado de millones de familias subatendidas, tecnología escalable y una barrera de entrada altísima para cualquier competidor que quiera replicarlo sin el respaldo científico y cultural que Other AI ya construyó.



Simón: aprender donde ya estás

Cambia el contexto, pero la lógica de la exclusión se repite. En colonias urbanas marginadas de toda América Latina, vendedores de tiendas de abarrotes, trabajadores de punto de venta y micro-minoristas sostienen cerca del 40% del comercio minorista de la región. Sin embargo, el 83% de ellos no terminó la secundaria, lo que limita no solo sus ingresos, sino su capacidad de tomar decisiones informadas en el día a día.

La respuesta convencional —plataformas e-learning, cursos certificados, aulas digitales— no llega hasta ellos. No por falta de voluntad: por falta de tiempo, conectividad y relevancia. Nadie diseñó esos productos pensando en una persona que trabaja doce horas de pie y tiene cinco minutos entre cliente y cliente.

Simón sí lo hizo.

Su propuesta es tan elegante como efectiva: microaprendizajes prácticos distribuidos vía WhatsApp, disponibles incluso sin conexión. Contenidos breves, contextualizados, diseñados desde la realidad del territorio. No interrumpen el trabajo: lo mejoran. Cada módulo dura lo que tarda en llegar un cliente. Cada contenido responde una pregunta que el usuario ya tenía pero nunca supo a quién hacérsela.

Los números hablan con claridad:

- Más de 20,939 trabajadores certificados
- 90% aplica lo aprendido semanalmente
- Reducción de hasta 40% en tiempos de onboarding
- 19 empresas clientes que ven el impacto en su operación

La teoría de cambio de Simón es directa: aprender, aplicar, ganar confianza, tomar mejores decisiones, crecer. No es contenido. Es un cambio de comportamiento. Y ese cambio de comportamiento tiene un valor medible para las empresas que los contratan —en productividad, en retención, en ejecución comercial— y para las personas que los usan, en movilidad económica real.

Para los inversionistas de impacto, Simón representa algo poco común: una solución que genera valor simultáneamente para el individuo, la empresa y el sistema. Raro encontrar ese triple retorno con tracción demostrada.

Manos de Guerrero: cuando la tecnología aprende a hablar otro idioma. En los municipios de la Costa Chica de Guerrero —Ometepec, Tlacoachistlahuaca, Xochistlahuaca— miles de mujeres artesanas sostienen economías familiares con técnicas que forman parte del patrimonio cultural del país. Bordados, textiles, artesanías con siglos de historia. Y, sin embargo, muchas de ellas permanecen fuera del alcance de los mercados, las herramientas digitales y las oportunidades de crecimiento.

Las barreras son conocidas: conectividad limitada, informalidad económica, distancia geográfica, ausencia de capacitación relevante. Pero hay una más, menos visible y más profunda: la mayoría de las soluciones digitales disponibles fueron diseñadas desde realidades urbanas, para usuarios con tiempo, dispositivos de gama media y acceso estable a internet. No para ellas.



Manos de Guerrero parte de una premisa distinta: la tecnología debe adaptarse a las personas, no al revés. New Ventures desarrolló esta iniciativa como un programa híbrido —presencial y digital— que acompaña a las artesanas en temas de ventas, redes sociales, diseño, finanzas personales, sostenibilidad y pagos digitales. No a través de cursos abstractos, sino de talleres en territorio, videos prácticos, audios de acompañamiento, infografías y retos semanales.

El componente tecnológico central es Jacinta, una asistente virtual desarrollada por ECUBI que operaba vía WhatsApp y brinda acompañamiento continuo durante el proceso formativo. Diseñada específicamente para contextos de baja conectividad, Jacinta permite interacción sin necesidad de plataformas complejas ni curvas de aprendizaje empinadas. Es IA, sí, pero IA que habla el idioma de sus usuarias.

Hasta ahora, el programa suma 504 mujeres inscritas y 625 asistencias a talleres y actividades formativas en territorio. Además de la capacitación,

el programa abre rutas concretas de acceso a mercado: viajes a ferias artesanales nacionales, apoyos económicos para producción y movilidad, y procesos de vinculación con empresas para el desarrollo de productos comerciales. La artesana y diseñadora Paulina Jiménez forma parte del programa como referente de inspiración para las participantes.

La iniciativa es posible gracias al apoyo de Fomento Social Banamex y la colaboración de aliados como SEFODECO Guerrero, Fundación ADO, TEKITI, ECUBI y Héroes Digitales. Una arquitectura de alianzas que cubre conectividad, inteligencia artificial, capacitación comercial y movilidad.

Manos de Guerrero no es solo un programa de capacitación. Es una apuesta por demostrar que la inclusión digital en comunidades rurales es posible, rentable y replicable, si se diseña con humildad y desde el territorio.

El paradigma que ya no se sostiene

Other AI, Simón y Manos de Guerrero son tres historias distintas con una misma estructura: identificaron una exclusión que el mercado normalizó, construyeron una solución tecnológica diseñada desde y para esa exclusión, y demostraron que ese diseño tiene viabilidad económica.

La inversión de impacto no es filantropía con apellido. Es capital inteligente que apuesta por negocios donde el problema social es el mercado, donde la escala del desafío define la escala de la oportunidad. Y el MAP de New Ventures está apostando por exactamente esos emprendimientos: los que resuelven lo que nadie más quiso ver, con tecnología que pocos se tomaron el tiempo de adaptar.

El paradigma que dice que lo social y lo rentable son incompatibles no lo sostiene ningún dato. Lo sostiene la inercia de quienes nunca se asomaron a ese lado del mercado.

Estos tres emprendimientos son una invitación a asomarse.

Para conocer más sobre el MAP (Mexico Accelerator Programme) de New Ventures y los emprendimientos de impacto que acompaña, visita: sites.google.com/nvgroup.org/map/inicio 



CALIFORNIA ESCAPES & NETWORKING

CAMINATAS CON PROPÓSITO: DONDE
LAS MEJORES CONVERSACIONES
Y COLABORACIONES SUCEDEN EN
MOVIMIENTO

En el mundo de los negocios, muchas de las conexiones más valiosas no ocurren en una oficina ni en una sala de juntas. Ocurren cuando las personas tienen el espacio para conversar, compartir experiencias y construir relaciones auténticas.

Caminatas con Propósito nació con la idea de reunir a emprendedores, líderes y profesionales en un ambiente diferente: al aire libre, lejos de las distracciones diarias y enfocados en el bienestar, el crecimiento personal y la creación de conexiones significativas.

Cada caminata es una oportunidad para intercambiar ideas, encontrar inspiración y recordar que el éxito empresarial también depende de nuestra salud física, mental y emocional.

Porque al final, los negocios crecen a través de las relaciones, y las relaciones se fortalecen cuando caminamos juntos hacia un propósito común. 

por: maría reyes



EL PUNTO DE ENCUENTRO DE LOS DIRECTIVOS

Mucho más que un evento



APRENDIZAJE



INSPIRACIÓN



NETWORKING

El **World Business Forum** es el punto de partida de una experiencia de liderazgo que se extiende los **365 días del año**, con **ventajas exclusivas**:

Acceso on-demand a los
World Business Forum de todo el mundo

+300 horas de contenido
de management

Evento presenciales exclusivos
para WOBI Members

Más
información

Contáctanos para conocer más sobre el evento
y los beneficios incluidos.

+52 55 5002 3232

+52 55 6493 5155

info.mx@wobi.com



BEYOND BUSINESS:

LA CIUDAD QUE CONSTRUYE TUS PRÓXIMOS GRANDES NEGOCIOS

Por qué Ciudad de México y Guadalajara se han convertido en los destinos favoritos de empresarios, inversionistas y emprendedores que buscan algo más que una reunión de trabajo.

Hubo una época en la que viajar por negocios significaba aterrizar, asistir a reuniones, cerrar acuerdos y regresar a casa.

Ese modelo quedó atrás.

Hoy, los líderes más visionarios entienden que los mejores viajes son aquellos que combinan estrategia, inspiración, cultura, bienestar y conexiones humanas. Saben que una conversación durante una cena puede convertirse en una inversión multimillonaria, que una caminata por un barrio creativo puede detonar una nueva idea de negocio y que una visita a un museo puede ofrecer una perspectiva distinta para resolver un problema empresarial.

En ese mapa de oportunidades, Ciudad de México y Guadalajara destacan como dos de los destinos más dinámicos de América Latina.

No solo reciben turistas. Atraen talento, capital, innovación y comunidades que están redefiniendo el futuro de los negocios.

CIUDAD DE MÉXICO: LA CAPITAL DONDE LAS IDEAS ENCUENTRAN ESCENARIO

La Ciudad de México tiene una capacidad extraordinaria para reinventarse.

En una misma jornada puedes desayunar con un fondo de inversión en Polanco, recorrer una galería en San Miguel Chapultepec, descubrir una startup en la Roma Norte y cerrar el día con una cena de autor en el Centro Histórico.

Es una ciudad donde la creatividad convive con las finanzas y donde las industrias tradicionales dialogan constantemente con la innovación.

Cinco experiencias Beyond Business

1. Convierte una caminata en una sesión estratégica
Olvida las salas de juntas por un momento. Colonias como Roma Norte, Condesa o Juárez ofrecen un ambiente ideal para conversaciones informales que muchas veces generan mejores ideas que una presentación de PowerPoint.
2. Haz networking donde menos lo esperas
Las cafeterías, hoteles boutique y espacios de coworking de la ciudad se han convertido en puntos de encuentro para emprendedores, creativos e inversionistas nacionales e internacionales.
3. Invierte en cultura para potenciar tu creatividad
Museos, arquitectura, diseño y gastronomía alimentan una habilidad esencial para cualquier empresario: la capacidad de observar desde nuevas perspectivas.
4. Agenda tiempo para el bienestar
Un líder agotado toma decisiones más lentas. Incluir una caminata en

Chapultepec, una sesión de ejercicio o una experiencia gastronómica consciente también forma parte de una agenda ejecutiva inteligente.

5. Piensa en ecosistemas, no solo en reuniones

La Ciudad de México concentra universidades, aceleradoras, corporativos, fondos de inversión y comunidades emprendedoras que generan oportunidades mucho después de terminar una visita.

CIUDAD DE MÉXICO: DONDE CADA CALLE PUEDE CONVERTIRSE EN UNA IDEA DE NEGOCIO

Cinco experiencias que todo empresario debería vivir en CDMX

Convertir una caminata en una reunión estratégica.

Visitar espacios de diseño, arte o arquitectura para estimular la creatividad. Probar conceptos gastronómicos que redefinen la experiencia del cliente.

Conectar con emprendedores en espacios de coworking y eventos de innovación.

Dedicar unas horas al bienestar personal: un líder con claridad mental toma mejores decisiones.

GUADALAJARA: DONDE LA TECNOLOGÍA HABLA ESPAÑOL CON ACENTO MEXICANO

Si la Ciudad de México es el corazón financiero del país, Guadalajara representa uno de sus laboratorios de innovación más interesantes.

Conocida como el "Silicon Valley mexicano", la ciudad ha consolidado un ecosistema que combina talento universitario, empresas tecnológicas, manufactura avanzada y una creciente comunidad de startups.

Pero lo más valioso de Guadalajara no está únicamente en sus parques tecnológicos.

Está en su capacidad para equilibrar modernidad con identidad cultural. Aquí conviven la inteligencia artificial, el mariachi, el diseño industrial, la gastronomía contemporánea y una calidad de vida que atrae a profesionales de todo el mundo.

Cinco razones para incluir Guadalajara en tu agenda

- Es un punto estratégico para conectar con empresas tecnológicas y talento especializado.
- Ofrece una excelente infraestructura para congresos, innovación y networking.
- Su ecosistema emprendedor favorece colaboraciones entre universidades, corporativos y startups.
- Mantiene una fuerte identidad cultural que enriquece cualquier experiencia de negocios.
- Permite combinar productividad con una agenda de bienestar y estilo de vida.



Hay empresarios que viajan para cambiar de perspectiva.

Un café en una colonia creativa, una conversación improvisada en un lobby de hotel, una visita a un mercado local o una caminata por un distrito financiero pueden convertirse en el punto de partida de una alianza estratégica, una inversión o una idea capaz de transformar un negocio.

En 2026, el concepto de business travel evolucionó. Ya no se trata únicamente de asistir a una convención o cerrar una negociación. Se trata de entender ecosistemas, descubrir tendencias, crear relaciones auténticas y encontrar inspiración donde otros solo ven

VIAJAR YA NO ES UN GASTO. ES UNA INVERSIÓN EN VISIÓN

Las empresas que liderarán la próxima década serán aquellas cuyos líderes mantengan una mentalidad abierta al aprendizaje continuo.

Y viajar sigue siendo una de las maneras más efectivas de conseguirlo.

Cada ciudad ofrece respuestas a preguntas distintas.

- ¿Cómo están cambiando los hábitos de consumo?
- ¿Qué experiencias están conquistando a las nuevas generaciones?
- ¿Cómo diseñan espacios las marcas más innovadoras?
- ¿Qué tecnologías ya están transformando industrias completas?
- ¿Qué conversaciones están marcando la agenda económica?

Las respuestas rara vez aparecen en un informe.

Suelen encontrarse recorriendo una calle.

EL NUEVO LUJO ES TENER TIEMPO PARA OBSERVAR

Durante mucho tiempo, el éxito de un viaje de negocios se medía por la cantidad de reuniones agendadas.

Hoy, los empresarios más estratégicos lo miden por la calidad de las conversaciones que tuvieron y las ideas que trajeron de regreso.

Por eso, al planear una visita a Ciudad de México o Guadalajara

, vale la pena dejar espacios sin agenda.

Visitar un mercado local.

Entrar a una librería.

Descubrir una cafetería independiente.

Conversar con un fundador emergente.

Preguntar más de lo que se habla.

Porque la inspiración suele aparecer cuando dejamos de perseguirla.

LA GUÍA E+E: CÓMO APROVECHAR UN VIAJE MÁS ALLÁ DE LOS NEGOCIOS

Antes de despegar

- Investiga el ecosistema empresarial de la ciudad.
- Agenda una reunión con alguien fuera de tu industria.
- Identifica una tendencia local que quieras estudiar.

Durante tu estancia

- Cambia una reunión tradicional por una caminata o desayuno.
- Observa cómo interactúan las personas con los espacios urbanos.
- Toma notas de ideas, hábitos y experiencias que puedan inspirar tu empresa.

Al regresar

- Comparte aprendizajes con tu equipo.
- Convierte una observación en una iniciativa concreta.
- Mantén vivas las relaciones creadas durante el viaje.

EL MEJOR DESTINO ES EL QUE TE TRANSFORMA

Ciudad de México y Guadalajara son mucho más que polos económicos.

Son laboratorios de creatividad, resiliencia y colaboración.

Son lugares donde conviven historia y tecnología, tradición e innovación, cultura y negocios.

Y quizá esa sea la lección más importante para cualquier emprendedor: las organizaciones que prosperan no son las que permanecen inmóviles, sino las que se atreven a explorar, escuchar y evolucionar.

La próxima gran oportunidad para tu empresa podría no estar en una hoja de cálculo ni en una videollamada.

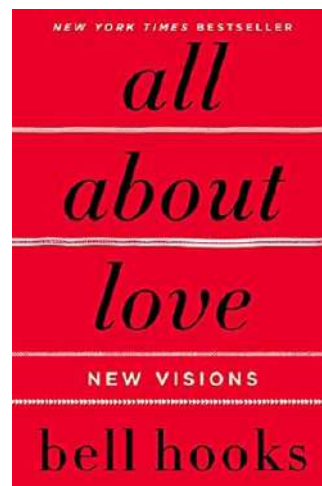
Podría estar en una conversación casual con un emprendedor local, en un concepto que descubras mientras recorres una colonia histórica o en una idea que nazca al observar cómo una ciudad resuelve sus desafíos cotidianos.

Porque viajar no siempre cambia el destino. A veces, lo que cambia es la forma en que decides construir el futuro de tu negocio. 

PAOLA LAZO**DIRECTORA GENERAL
FUNDACIÓN MARISA
RECOMIENDA:**

All About Love, de la escritora y activista afroamericana bell hooks. “Es un libro que te invita a entender las relaciones con el otro de una manera distinta: desde la compasión, el respeto, la dignidad y la igualdad. Y como las desigualdades de género son relacionales, ese cambio en cómo nos miramos unos a otros es el principio de todo.”

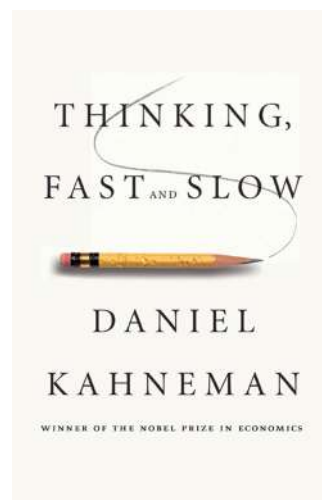
Para los hombres que quieran entrar a esa conversación, hooks también publicó The Will to Change, una versión del mismo planteamiento dirigida específicamente a hombres. “Les ayuda a mirarse a sí mismos y a las mujeres de una manera más amorosa, como un vínculo de posibilidad y no de conflicto.”

**THINK, FAST AND SLOW****COUNTRY MANAGER MÉXICO
& LATAM HEAD AT BBVA SPARK
RECOMIENDA:**

Uno de los libros más influyentes es Thinking, Fast and Slow, de Daniel Kahneman. La obra cuestiona la idea de que las personas actuamos siempre de forma racional y sostiene que nuestras decisiones están profundamente influenciadas por las emociones y los sesgos cognitivos.

“Me encanta este libro porque gran parte de la teoría económica asume que los humanos somos racionales, y yo coincido con Kahneman en que somos emocionales. Nos mueve el miedo, la pasión o el amor, cosas que no salen en un Excel”, comenta Rodrigo.

Para él, esta visión ha sido clave para comprender mejor el comportamiento humano y el valor del behavioral finance en la toma de decisiones.

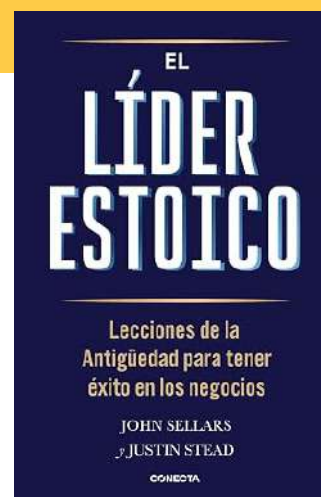


EL LÍDER ESTOICO:

SABIDURÍA CLÁSICA PARA EL LIDERAZGO MODERNO

Lecciones de la Antigüedad para Tener Éxito en los Negocios, John Sellars y Justin Stead trasladan las enseñanzas del estoicismo al mundo empresarial. A partir de las ideas de filósofos como Séneca, Epicteto y Marco Aurelio, los autores muestran cómo la serenidad, el autocontrol y la resiliencia pueden convertirse en herramientas clave para liderar con eficacia.

El libro sostiene que los mejores líderes no son quienes reaccionan con impulsividad ante la presión, sino quienes mantienen la claridad mental, toman decisiones con criterio y se enfocan en aquello que realmente pueden controlar. Una lectura que demuestra que una filosofía nacida hace más de dos mil años sigue ofreciendo respuestas valiosas para los desafíos del liderazgo actual.



LIDERAZGO QUE CONECTA:

EL PODER DE LAS RELACIONES AUTÉNTICAS

En Liderazgo que Conecta, Raúl Argüelles propone una visión del liderazgo centrada en las personas y en la capacidad de construir vínculos genuinos. El autor sostiene que los resultados sostenibles no dependen únicamente de la estrategia o el talento individual, sino de la confianza, la empatía y la comunicación que un líder logra generar en su equipo.

A través de experiencias y reflexiones prácticas, el libro invita a desarrollar un estilo de liderazgo basado en la escucha activa, la colaboración y el propósito compartido. Su mensaje es claro: cuando un líder conecta de manera auténtica con quienes lo rodean, inspira compromiso, fortalece la cultura organizacional y crea las condiciones para que las personas alcancen su máximo potencial.

Más que una guía de gestión, es una invitación a liderar desde la cercanía, la coherencia y el impacto humano.



DOMINA EL ARTE DE LAS VENTAS:

LA FILOSOFÍA COMERCIAL DE PABLO MOCH

Pablo Moch presenta una visión moderna de la actividad comercial basada en la confianza, la preparación y el entendimiento profundo del cliente. El autor sostiene que vender no consiste en presionar o convencer, sino en identificar necesidades, generar valor y construir relaciones de largo plazo.

Con un enfoque práctico y orientado a resultados, el libro comparte estrategias para mejorar la comunicación, fortalecer la negociación y desarrollar una mentalidad de crecimiento. Su principal mensaje es que el éxito en las ventas nace de la combinación entre conocimiento, empatía y disciplina, cualidades que permiten crear experiencias positivas tanto para el cliente como para el vendedor.

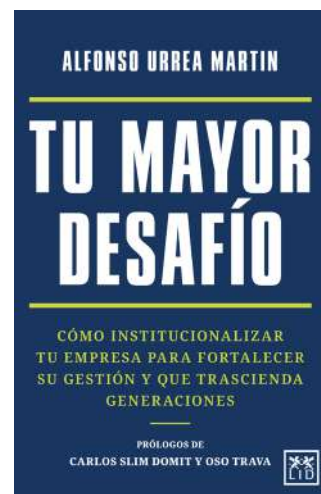


TU MAYOR DESAFÍO:

EL RETO MÁS IMPORTANTE ESTÁ EN UNO MISMO

Alfonso Urrea invita al lector a mirar hacia el interior y reconocer que los principales obstáculos para crecer, tanto en la vida como en los negocios, suelen estar en la propia mentalidad. A través de reflexiones y herramientas prácticas, el autor explora temas como la disciplina, el liderazgo personal, la resiliencia y la toma de decisiones.

El libro propone que el verdadero cambio comienza cuando una persona asume la responsabilidad de su desarrollo y enfrenta sus miedos con determinación. Más que una obra de motivación, es una guía para transformar los desafíos cotidianos en oportunidades de aprendizaje y construir una versión más sólida y consciente de uno mismo.



¿HACER DINERO O HACER EMPRESA?

EL DILEMA DE LOS
EMPRENDEDORES

UNA REFLEXIÓN SOBRE EL
LIDERAZGO CONSCIENTE Y EL
IMPACTO SOCIAL.

OSCAR IBARRA

HACER
DINERO



HACER
EMPRESA

CÓMO CONSTRUIR
UN NEGOCIO
QUE TRASCIENDA



En un ecosistema empresarial que enfrenta cuestionamientos cada vez más profundos sobre su impacto social y ambiental, la obra *Hacer dinero o hacer empresa*, de Óscar Ibarra, emerge como una brújula indispensable para el emprendedor moderno. Más que un manual de gestión, este texto es una invitación a repensar el sentido de construir organizaciones en una era donde la rentabilidad ya no puede ser el único fin.

Óscar Ibarra no habla desde la teoría abstracta. Con más de treinta años de trayectoria asesorando a gigantes como Nestlé, Procter & Gamble, Colgate-Palmolive, y como fundador de COM Consultores de Marcas, su perspectiva está forjada en la práctica real. Hoy, desde una etapa reflexiva de su carrera, comparte un aprendizaje acumulado que trasciende el sector privado para tocar lo público y lo social, ofreciendo una visión integral de lo que significa liderar hoy en día.

El eje central de su propuesta plantea una disyuntiva provocadora: ¿Es suficiente generar utilidades o ha llegado el momento de hacer empresa? Ibarra cuestiona frontalmente el modelo tradicional obsesionado con la rentabilidad de corto plazo. En su lugar, propone una evolución hacia organizaciones con un propósito claro, visión de largo plazo y una responsabilidad sistémica que reconozca que ninguna empresa opera en el vacío.

Uno de los conceptos más potentes introducidos en el libro es el de la “empresa Ubuntu”. Inspirado en la filosofía africana que reza “yo soy porque nosotros somos”, Ibarra traslada la noción de interdependencia al mundo de los negocios. Bajo este paradigma, la empresa deja de ser una máquina de eficiencia para convertirse en un ecosistema vivo. En este modelo, los colaboradores, clientes, proveedores, la comunidad y el entorno natural no son meros recursos que explotar, sino partes interesadas fundamentales en la creación de un valor que sea genuinamente compartido.

La riqueza del libro radica en su capacidad para aterrizar la filosofía en herramientas concretas. No se limita a la reflexión ética; ofrece una guía práctica sobre cómo transitar hacia modelos más humanos. Desde la redefinición del lenguaje que usamos en la oficina hasta metodologías para priorizar relaciones clave, el autor entrega un mapa de ruta para aquellos líderes que sienten que el modelo actual está agotado pero no saben cómo dar el primer paso hacia el cambio.

El texto también destaca la compatibilidad inseparable entre la rentabilidad y la ética. Para Óscar, generar prosperidad económica no tiene por qué sacrificar la dignidad humana ni el equilibrio del entorno. Al contrario, las empresas que logran integrar estos elementos son las que están destinadas a perdurar y florecer en un futuro complejo y exigente.

Finalmente, hacer dinero o hacer empresa es un llamado a la introspección. Interpela al lector para que cuestione sus creencias sobre el éxito y la competencia. En un momento de encrucijada global, Óscar Ibarra nos ofrece una alternativa clara: evolucionar hacia empresas que no solo generen riqueza, sino que también dejen un bienestar tangible y un legado duradero para las próximas generaciones. 

CUIDAR LO COMÚN:

EL VERDADERO DESAFÍO DEL
LIDERAZGO QUE TRASCIENDE
GENERACIONES



Vivimos en una época donde el crecimiento acelerado, la rentabilidad y los resultados inmediatos suelen dominar las conversaciones empresariales. Sin embargo, ¿qué sucede cuando el éxito financiero no es suficiente para garantizar la permanencia de una organización? ¿Qué permite que algunas empresas sobrevivan generaciones mientras otras desaparecen en el camino?

Estas son algunas de las preguntas que explora Jorge Paoli en su libro *Cuidar lo común*, una obra que trasciende el ámbito de las empresas familiares para convertirse en una profunda reflexión sobre la naturaleza humana, la cooperación y el liderazgo.

A través de historias, experiencias personales, casos inspirados en situaciones reales y analogías provenientes de la naturaleza, la historia y las ciencias sociales, Paoli plantea una idea poderosa: los grandes desafíos empresariales son, en realidad, desafíos humanos.

Durante nuestra conversación para *Empresarios + Emprendedores*, el autor compartió una reflexión que resume la esencia de su obra:

“La empresa familiar es un laboratorio extraordinario para entender cómo cooperamos los seres humanos cuando se mezclan intereses económicos, poder, reconocimiento y afectos. Lo que aprendemos ahí puede aplicarse a cualquier organización, comunidad o proyecto humano.”

El valor de cuidar aquello que compartimos

Para Paoli, “lo común” es todo aquello que compartimos con otros: la confianza, las relaciones, la cultura organizacional, los espacios de convivencia, las instituciones e incluso los sueños colectivos.

El problema es que muchas veces damos por sentado esos bienes compartidos y nos enfocamos únicamente en maximizar beneficios individuales. Cuando eso ocurre, explica el autor, las organizaciones comienzan a deteriorarse desde dentro.

La solución no está únicamente en crear más reglas, sino en desarrollar una cultura de cuidado, responsabilidad compartida y colaboración consciente.

“No es suficiente el cariño o la confianza inicial para sostener una organización cuando crece. Se necesitan mejores

mecanismos de cooperación, gobernanza y acuerdos que permitan resolver las diferencias y proteger aquello que todos construyen juntos.”

Romper el ciclo de las empresas que desaparecen

Existe un dicho popular que aparece en distintas culturas del mundo: “Padre fundador, hijo administrador, nieto destructor.”

Las estadísticas parecen respaldarlo. Según diversos estudios citados por Paoli, apenas alrededor del 30% de las empresas familiares sobreviven a la segunda generación, y menos del 5% llegan a la cuarta.

Sin embargo, el autor rechaza la idea de que este destino sea inevitable.

Tras analizar organizaciones centenarias e incluso algunas que han sobrevivido más de mil años, encontró patrones comunes: culturas sólidas, liderazgo basado en el servicio, procesos meritocráticos y reglas claras de convivencia.

“Claro que se puede romper ese ciclo. Las estadísticas son difíciles, pero existen organizaciones que lo han logrado. Lo que comparten es una cultura fuerte, principios claros y mecanismos de gobernanza que trascienden a las personas.”

El KPI más importante: la confianza

En un mundo obsesionado con indicadores financieros, Paoli propone mirar un indicador que pocas empresas miden de manera sistemática: la confianza.

Para él, la confianza es el activo invisible que sostiene cualquier organización exitosa.

“Las organizaciones donde existe confianza pueden cooperar mejor, innovar más rápido y generar menos costos de supervisión y control. Cuando la confianza desaparece, aparecen estructuras rígidas, conflictos y desgaste.”

La confianza impacta directamente en la relación con colaboradores, clientes, proveedores y comunidades. Sin ella, afirma, ninguna organización puede sostenerse en el largo plazo.

El liderazgo que deja legado

Uno de los hallazgos más interesantes de su investigación es que las organizaciones más exitosas y duraderas no suelen estar lideradas por figuras egocéntricas o carismáticas que concentran toda la atención.

Por el contrario, destacan por cultivar liderazgos colaborativos, orientados al servicio y comprometidos con fortalecer al equipo por encima de la figura individual.

Cuando la cultura es sólida, el liderazgo deja de depender de una sola persona y se convierte en una capacidad colectiva.

Una reflexión para los emprendedores de hoy

Más allá de las empresas familiares, cuidar lo común es una invitación para todos aquellos que están construyendo proyectos, comunidades, emprendimientos o movimientos de impacto.

La pregunta de fondo no es únicamente cómo crecer, sino cómo construir algo capaz de perdurar.

Porque al final, el verdadero legado no se mide solamente por lo que una organización produce, sino por la calidad de las relaciones que es capaz de generar, cuidar y transmitir a quienes vendrán después.

En tiempos donde todo parece acelerarse, quizá la ventaja competitiva más importante del futuro sea justamente aquello que Jorge Paoli propone recuperar: el arte de cuidar lo que compartimos. **E**

QUERIDA COMUNIDAD E+E:

Bienvenidos a una nueva edición de Empresarios + Emprendedores, “El Mundial de las Oportunidades”. Una edición que nos recuerda que el futuro pertenece a quienes se atreven a imaginarlo, construirlo y compartirlo.

En estas páginas encontrarán historias de líderes, emprendedores, innovadores y agentes de cambio que están transformando industrias, comunidades y vidas. Cada entrevista es una muestra de que los grandes proyectos nacen de una visión, pero crecen gracias a las personas que creen en ella.

En esta edición de estos meses tan especiales, también quiero reconocer a las madres y padres que inspiran con su ejemplo. A quienes todos los días enseñan que el verdadero liderazgo se construye con amor, compromiso, resiliencia y propósito. Ellos son, muchas veces, los primeros impulsores de nuestros sueños.

Gracias a nuestros lectores, aliados, anunciantes, colaboradores y entrevistados por formar parte de este ecosistema que sigue creciendo. Hoy E+E es mucho más que una revista: es una comunidad que conecta ideas, oportunidades y personas que desean generar impacto.

Y esto es solo el comienzo. Seguimos expandiendo nuestra presencia a través de nuevas plataformas, eventos y espacios de conexión que nos permitirán llegar más lejos, amplificar más voces y construir juntos una red cada vez más sólida de empresarios, emprendedores y líderes con propósito.

Los invito a seguir siendo parte de esta historia. Porque las mejores oportunidades no solo se encuentran: se crean cuando caminamos juntos.

Con gratitud,



MÓNICA MUÑOZ ROLDÁN
Directora General
Revista E+E

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

CONSTRUCTORAS

+ 8,000 Empresas
+ 380,000 Empleos

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



BANCOS

+ 50 Empresas
+ 300,000 Empleos



¡Escanéame!

Censo Económico 2019, INEGI

Voz de las Empresas



Consejo de la Comunicación



EL COLEGIO NACIONAL

**Un espacio que reúne a 40 de
las mentes más brillantes en las
ciencias y las artes en México...
A tu alcance**

colnal.mx



Conferencias
Conciertos
Exposiciones
Congresos
Coloquios
Teatro
Mesas de diálogo
Presentaciones editoriales
Centro de documentación
Librería y cafetería

 [ColegioNacional.mx](https://www.facebook.com/ColegioNacional.mx)

 [elcolegionacionalmx](https://www.youtube.com/elcolegionacionalmx)

 [@ColegioNal_mx](https://twitter.com/ColegioNal_mx)

  [elcolegionacional](https://www.snapchat.com/add/elcolegionacional)

