



REINVENCIÓN

LA FÓRMULA DE LOS HOSPITALES PARA ENFRENTAR AL COVID-19

Forbes

CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA

ORGULLO

LA MODELO DOMINICANA HIANBRA MARTÍNEZ HACE ECO FUERA DE LAS FRONTERAS

DICIEMBRE • 2020 / ENERO • 2021



ANDRE R. GUTTFREUND
GANADOR DEL OSCAR



MARÍA LÓPEZ VIGIL
PREMIO CERVANTES CHICO

LOS MÁS Creativos DE LA REGIÓN

EL TRABAJO ARTÍSTICO DE CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA HA DESLUMBRADO A LOS CRÍTICOS MÁS EXIGENTES DEL MUNDO, POR LO QUE LLEGA A LOS PÚBLICOS GLOBALES Y LOS RECINTOS MÁS IMPORTANTES A NIVEL INTERNACIONAL.



JIMÉNEZ DEREDIA
EL ESCULTOR DE LAS ESFERAS



ADRIANA GONZÁLEZ
1^{ER} LUGAR EN OPERALIA

REAL ESTATE, UN SECTOR CON SIGNOS DE RECUPERACIÓN <<

¿Es hora de viajar por tu salud?



U.S. News & World Report, 2020-2021

Hable con nuestro equipo de Servicios para pacientes globales.
Ohio: 216.505.4731 | Florida: 954.256.0840

Es hora de viajar a Cleveland Clinic.

Obtenga atención médica de categoría mundial.

En todo el mundo, Cleveland Clinic es reconocido como líder en atención médica. Desde la investigación revolucionaria del cáncer hasta la cirugía cardíaca de última generación, aquí ocurren innovaciones que salvan vidas, todos los días.

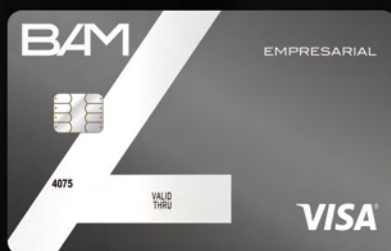
Estamos tomando las precauciones de seguridad más estrictas y disponibles con el fin de asegurarnos de estar listos cuando usted y sus seres queridos más nos necesiten. Tenga la seguridad de saber que, pase lo que pase, nuestro equipo de expertos estará aquí, siempre listo.





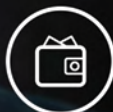
BAM

Poder elegir,
sí es un beneficio



Transforma tus puntos
en lo que necesitas.

Abono al saldo
de tu tarjeta



Canje de
puntos a millas



Canje de puntos
en comercios



Además obtén lo siguiente:

- Tasa de cambio preferencial
- Bono de bienvenida de 10,000 puntos
- Herramientas de control y monitoreo de gastos

Solicítala en bam.com.gt

*Aplican condiciones

SAMSUNG



Make their year,
with Galaxy



f SamsungLatinoamerica

SAMSUNG ELECTRONICS LATINOAMERICA

@SamsungLatin

SamsungLatin

www.samsung.com/latin

Galaxy S20 FE



Imagen Simulada.
La disponibilidad de colores puede variar
según el país o el operador/distribuidor.

contenido

69



EN PORTADA: ANDRE R. GUTTFREUND (CINEASTA, EL SALVADOR), MARÍA LÓPEZ VIGIL (ESCRITORA, NICARAGUA), JIMÉNEZ DEREDIA (ESCUADOR, COSTA RICA), ADRIANA GONZÁLEZ (CANTANTE, GUATEMALA).

12 • ESTRELLAS DEL CIBERESPACIO

Niños, niñas y adolescentes de Latinoamérica y el Caribe arrasan en internet por su enorme creatividad.

14 • EL SISTEMA EN EVIDENCIA

La pandemia mostró el rezago de la educación digital en América Latina y abrió todavía más las brechas en el manejo de nuevas tecnologías entre los estudiantes.

16 • SE RESISTE A LA CRISIS

En 2020 se prevé que la economía guatemalteca cierre en -1.5%, pero en el 2021 se recuperará hasta llegar a 3.5%, según estima el Banco de Guatemala.

18 • EL PESO LOGÍSTICO

Reducir los costos del transporte de carga representa un aspecto clave para mejorar la competitividad en el sector logístico de República Dominicana.

20 • EN REINVENCIÓN

Los emprendedores de Costa Rica aprovechan las plataformas tecnológicas para reinventar sus modelos de negocio y lanzar nuevos proyectos en plena recuperación económica.

24 • POR LA EDUCACIÓN

Un grupo de emprendedores panameños desarrolló una aplicación que busca simplificar la recolección, análisis y seguimiento continuo de datos sobre la experiencia en torno a la educación.

LOS MÁS
Creativos
DE LA REGIÓN





34 • EN JAQUE

Los centros de enseñanza privados de República Dominicana enfrentan el desafío de garantizar la calidad de la educación virtual para mantener la matrícula activa y evitar caer en la quiebra.

7

ESPECIALES

44 • UN REPUNTE INCIPIENTE

El sector inmobiliario muestra signos de recuperación, pero hasta dentro de dos o tres años volverá a números precrisis.

DINERO EN JUEGO

109 • A PRUEBA DE PANDEMIAS

A pesar de que la NFL fue sorprendida por el coronavirus, el valor de sus equipos aumentó este 2020. Los dueños de las franquicias saben que, después de todo, esos asientos vacíos se volverán a llenar algún día.

LIFE

113 • BURBUJAS PARA CELEBRAR

Bodegas emblemáticas presentan ediciones que suman significado a una de las bebidas más festivas por excelencia.

OPINIÓN

26 • RECESIÓN CON ROSTRO DE MUJER / Nuria Marín

28 • BASES PARA UN PACTO FISCAL / Miguel Collado

REPORTAJES

30 • LA REINVENCIÓN

Los hospitales enfrentan la crisis sanitaria con innovación, mientras que las empresas tecnológicas desarrollan productos para dar a la población acceso a los servicios del sector salud.

directorio

EDITOR EN JEFE
HUGO SALVATIERRA
hsalvatierra@forbeslatam.net

EDITOR ADJUNTO
ROBERTO ARTEAGA
rarteaga@forbes.com.mx

EDITOR FORBES LIFE
ALBERTO ROMERO
aromero@forbes.com.mx

DIRECTORA DE ARTE
CYNTHIA MONTERROSA

EDITOR DE FOTOGRAFÍA
FERNANDO LUNA

COEDITORA
FELIVIA MEJÍA
fmejia@forbeslatam.net

COMMUNITY MANAGER
MÓNICA GARDUÑO
mgarduno@forbeslatam.net

JEFA DE DISEÑO
ALEJANDRA SAAVEDRA

EDITORA DE FOTOGRAFÍA
ANGÉLICA ESCOBAR

COORDINADOR WEB
ISRAEL PANTALEÓN
ipantaleon@forbeslatam.net

CORRECTOR DE ESTILO
ALAIN PRIETO

JEFE DE DISEÑO
RODRIGO RUIZ

DIRECTORA DE PRODUCCIÓN
LAURA VEGA

DIRECTORA DE CIRCULACIÓN
ERÉNDIRA SÁNCHEZ

COLABORADORES

ESTUARDO GASPARICO, MIRNA GUTIÉRREZ, SHEILA RAMÍREZ, ISABEL TRINIDAD, ELISA MARGARITA HERNÁNDEZ, ROBERTO ZÚÑIGA, IRENE MALFANTI, MARINE CESSAT-BEGLER, DAVID ESCOBAR

8

DIRECTOR DE FINANZAS
SEBASTIÁN CASTRO

ASISTENTE ADMINISTRATIVA
MILDRED PEDRAZA

DIRECCIÓN COMERCIAL
PRINT / DIGITAL / EVENTOS
MARGARITA GONZÁLEZ
mgonzalez@forbeslatam.net

EQUIPO COMERCIAL
KARLA CARDONA
(GUATEMALA)
kcardona@forbeslatam.net

JUAN CARLOS DOMÍNGUEZ
(REPÚBLICA DOMINICANA)
jdominguez@forbeslatam.net

LIORA MISHKIN
(MÉXICO)
liora@forbeslatam.net

MERY DISLA
(REPÚBLICA DOMINICANA)
mdisla@forbeslatam.net

PATRICIO GARRIDO
(PANAMÁ)
pgarrido@forbeslatam.net

COORDINADORA DE EVENTOS
YOLANDA GÓMEZ
ygomez@forbeslatam.net

PRESIDENTE PARA
AMÉRICA LATINA
MARIANO MENÉNDEZ

SR. VICEPRESIDENT SALES
LATIN AMERICA (MIAMI)
DALIA SÁNCHEZ
dsanchez@groupbrands.net

PRESIDENTE PARA MÉXICO
Y CENTROAMÉRICA
MARCO LANDUCCI LERDO DE TEJADA

FORBES CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA, Año 7, No. 76 diciembre 2020 - enero 2021, es una publicación mensual editada y publicada por Media Business Generators, SA de CV. Boulevard Manuel Ávila Camacho 126, piso 8, Col. Lomas de Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, CP 11000, Ciudad de México, Tel. 5520 0044, por contrato y bajo licencia de Forbes Media LLC. Editor responsable: Hugo Salvatierra Arreguín: hsalvatierra@forbeslatam.net. Con número de reserva de derechos al uso exclusivo emitido por el Indautor, 04-2012-11210382400-102; número de certificado de licitud de título y de contenido No. 15572. Media Business Generators no se hace responsable por los contenidos de la publicidad expresada por sus anunciantes, si bien llegado el caso investigará la seriedad de los mismos. Las opiniones expresadas por los autores no representan, en ningún caso, la postura del editor y la editorial. Prohibida su reproducción parcial o total. Impresa en Albacrome, S. A. de Capital Variable. Autopista Comalapa, Km 13.5, colonia San Marcos, San Salvador, El Salvador.

FORBES CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA EDITION es una publicación de Media Business Generators, SA de CV, en virtud de un acuerdo de licencia con Forbes Media LLC, 499 Washington Blvd, Jersey City, NJ 07310. FORBES es una marca comercial utilizada bajo licencia de FORBES LLC.

© 2012 Media Business Generators, SA de CV. © 2012 FORBES, todos los materiales publicados en la edición de Forbes Estados Unidos. Todos los Derechos Reservados.

Estar clasificado como uno de los mejores hospitales de los Estados Unidos significa mucho para nosotros. Y podría significar mucho para usted.



Este año, U.S. News & World Report nos reconoció como uno de los mejores hospitales de los Estados Unidos, destacando en múltiples especialidades médicas para adultos: neurología & neurocirugía, cardiología & cirugía cardiovascular, cáncer, gastroenterología & cirugía gastrointestinal y geriatría.

Los mejores médicos, en uno de los mejores hospitales, están aquí para atenderle.

StLukesHealth.org/BSLMCInternational
international@stlukehealth.org
Tel: +1 832-355-3350
Texas Medical Center, Houston, Texas –
U.S.A



**Baylor St. Luke's
Medical Center**

Baylor
Medicine

A CONTRACORRIENTE

HISTÓRICAMENTE, CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA (CARD) SE HA CARACTERIZADO POR DAR GRANDES ARTISTAS AL MUNDO: EN LETRAS, MÚSICA,

pintura, cine e incluso, en tiempos más modernos, en las artes digitales. Sin embargo, no destaca por ser una región que capitalice las industrias creativas.

Por lo tanto, siguen saliendo “garbanzos de a libra” que ponen en alto a sus países en las vitrinas más importantes del mundo, pero más que por una política pública, debido al talento propio y por el esfuerzo individual, de la familia o de alguien que los impulsó para capacitarse en el ámbito local y después buscar otros horizontes.

Esta historia se seguirá repitiendo mientras los gobiernos no entiendan que hay que impulsar estas disciplinas, pues pueden dejar grandes derramas económicas y una infinidad de fuentes de empleo.

Mediciones como el *Global Innovation Index 2020*, elaborado por Cornell University, INSEAD y World Intellectual Property Organization (WIPO), muestran que en este ámbito CARD no ha hecho el trabajo a nivel política pública y empresarial.

Basta ver los resultados que las naciones de este bloque han tenido en el pilar “Sector de producción creativa”, que evalúa el rol de la creatividad para la innovación en activos intangibles, bienes y servicios creativos y creatividad en línea.

Ninguno de los países de CARD, e incluso de Latinoamérica y el Caribe, se encuentran en el primer cuarto de tabla del ranking, en el que, de 131 naciones y territorios analizados, destacan Hong Kong (China, 1º/61.6 puntos de 100), Suiza (2º/60.0) y Luxemburgo (3º/55.0).

Los mejores calificados de la región son Costa Rica (53º/26.8) y Panamá (55º/26.2), que están en el segundo bloque, junto con Jamaica, México, Chile, Uruguay, Armenia, Filipinas, Qatar y Rusia, entre otros. Le siguen El Salvador (74º/19.2), Guatemala (81º/18.1) y República

Dominicana (82º/17.8), posicionados en el tercer nivel, al lado de naciones como Argentina, Brasil, Paraguay, Colombia, Ecuador, Trinidad y Tobago, Georgia, Sudáfrica, Albania y Marruecos.


Finalmente, Honduras (104º/12.9) aparece al principio de la sección de los más rezagados, donde están Bolivia, Camboya, Senegal, Pakistán, Nigeria y otros.

A pesar de esta realidad, los artistas de CARD continúan dando sorpresas, incluso en disciplinas en las que no se les tiene tan visualizados, como el caso de la guatemalteca Adriana González, quien el año pasado obtuvo el primer lugar del concurso Operalia 2019, organizado por el tenor Plácido Domingo.

También podemos ver el logro de su connacional, Eduardo Castillo, ganador de una mención en el Prix de Versailles 2019, uno de los reconocimientos más prestigiados de la arquitectura del sector comercial.

Esto, sin mencionar a quienes han destacado en artes más recurrentes de la región, como María López Vigil (cuentista nicaragüense), quien obtuvo un Premio Iberoamericano Cervantes Chico o Daniel Santacruz, cantante dominicano, quien acaba de alzar su primer Grammy Latino.

Y claro, también hallamos a los consagrados, entre los que están el salvadoreño Andre R. Gutfreund, ganador de un Oscar en la década de 1970, o el escultor costarricense Jiménez Deredia, primer no europeo en llevar a cabo una escultura para la Basílica de San Pedro, en el Vaticano.

La región no se puede quejar por falta de talento, así que sólo falta que gobiernos y empresas se decidan a impulsar de manera sistemática la creatividad, para que algún día sea referente de la llamada ‘economía naranja’... y acceder a los millones que trae consigo. 



HUGO SALVATIERRA ARREGUÍN

EDITOR EN JEFE PRINT

hsalvatierra@forbeslatam.net

frontal

8.8%

CAYÓ EL COMERCIO
INTRARREGIONAL EN EL BLOQUE
CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA
DOMINICANA EN EL PRIMER
TRIMESTRE DEL AÑO

Fuente: BID, noviembre 2020

WORLD PHOTO/GETTY IMAGES



Yael DANON

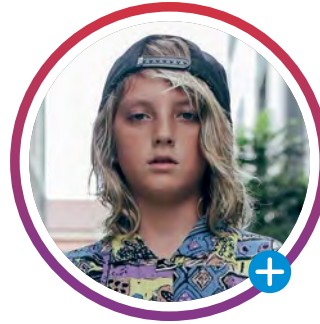
PANAMÁ

yaeldanon_ ✨

36.1 K

SEGUIDORES

Instagram



**EZRAH THE SHARK
DORMON-ROSEN**

PANAMÁ

eztheshark ✨

104 K

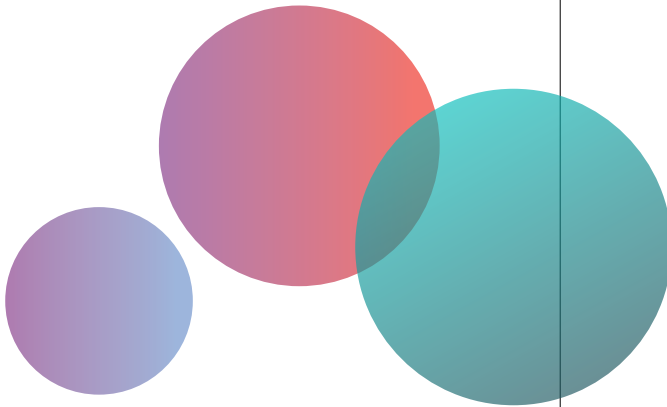
SEGUIDORES

Instagram

Es conocida por haber sido la ganadora de la Categoría Juvenil de la competencia Israel Got Talent 2019, después de que presentó una interpretación única de la canción *Wonderwall* de Oasis. Aunque nació en Panamá, la adolescente de 14 años creció con sus padres en Israel. Entre sus sencillos se encuentran *Dreaming On*, *To Change* y *Extraño*, canción que refleja cómo se sienten los jóvenes durante la pandemia del coronavirus.

Con 15 años de edad, ha estudiado los métodos tradicionales del tatuado y postea fotos de su trabajo. Además de ser modelo, publica videos de sí mismo surfando y patinando. Ha sido patrocinado y representado por Adidas y Vans en Panamá.

12



ESTRELLAS DEL CIBERESPACIO

Niños, niñas y adolescentes de Latinoamérica y el Caribe arrasan en internet por su enorme creatividad.

POR KARINA GONZÁLEZ FAUERMAN



LOGAN

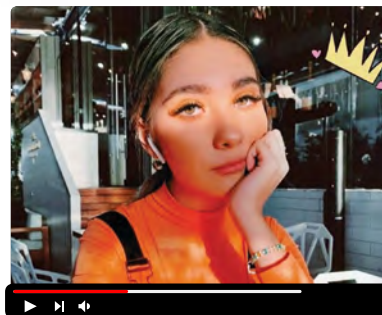
MÉXICO

@elpequenlogan ✨

10.2 K

SEGUIDORES

TikTok



**AMARA LEGUIZAMON
PASCAGAZA**

COLOMBIA

Amara que Linda

8.25 K ✨

SEGUIDORES

YouTube

Este niño de tres años de edad inició su andar por las redes sociales a través de la cuenta de su mamá en TikTok (ahora tiene la suya propia). En sus videos sorprende por sus educadas respuestas. Su famosa frase "No estoy enojado" fue una de las que lo catapultaron en esta app. Está nominado a los Kids' Choice Awards México 2020.

Con 17 años, Amara es conocida por ser la medio hermana del youtuber Ami Rodríguez. Hace vlogs divertidos en compañía de su familia y amigos en los que habla de su vida cotidiana. Es popular en TikTok (12.6 millones de seguidores) mediante sus sincronizaciones labiales y bailes de moda.



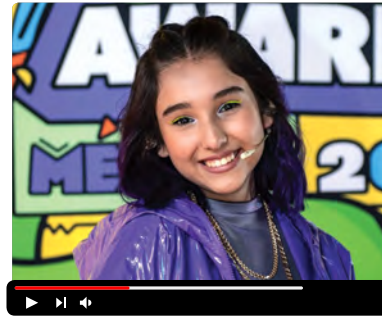
JADEN MICHAEL
REP. DOMINICANA

Jadenmichael ✨

8.6 K
SEGUIDORES

INSTAGRAM

Comenzó su carrera como actor a los tres años con *Nick Jr.* y *Barrio Sésamo*. Prestó su voz en *Dora la exploradora* y *Team Umizoomi*. Michael es más conocido por su papel como David Díaz en el largometraje *Custodia*. El también protagonista de la película *Vampiros vs el Bronx* tiene 17 años.



JIMENA VALLE
"GIBBY"

MÉXICO

Gibby ✨

11.4 M

SEGUIDORES

YOUTUBE

Youtuber mexicana de 13 años cuyos vlogs de comedia y escenas cómicas tratan de anécdotas escolares, retos graciosos, tutoriales de cocina y manualidades, entre otros.

En 2017 hizo una pequeña animación en *Lego Batman* con Warner. Recibió el Botón de Diamante de YouTube en mayo de 2020.

Instagram, YouTube o TikTok son escaparate del talento de diferentes niños, niñas y adolescentes de América Latina y el Caribe, quienes ya sea en un escenario frente al público, desde su casa o en cualquier locación ordinaria, sorprenden a sus seguidores a través de sus creativas publicaciones.

A su corta edad, poseen un enorme carisma que les ha permitido ganar fama internacional y, por supuesto, generar "kilométricos likes" que se traducen en cuantiosas sumas de dinero.

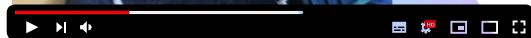
A continuación presentamos a algunas de las estrellas más populares del momento en el mundo virtual.

YIM MAICOL
REP. DOMINICANA

Yim Maicol

8.6 K
SEGUIDORES

YOUTUBE



En su canal de YouTube se encuentran diferentes canciones; algunas de las más famosas son *Yo no quiero sopa yo lo que quiero pica pollo* y *Carta a mi papá*. Participó en la película de comedia-crimen *La Maravilla*.



EL SISTEMA QUEDÓ EN EVIDENCIA

La pandemia mostró el rezago de la educación digital en América Latina y abrió todavía más las brechas en el manejo de nuevas tecnologías entre los estudiantes.

POR ALFREDO ASCENCIÓN

En América Latina la educación superior no estaba preparada para reaccionar ante una pandemia como la propiciada por el Covid-19, que obligó al distanciamiento social. Esto, debido a que es una de las industrias menos digitalizadas del mundo, lo que ha complicado la impartición de clases virtuales.

Esta región todavía tiene bastantes pendientes en la materia. El problema radica en que muchas instituciones experimentan carencias como bajo presupuesto, poco acceso a internet, falta de visión en el uso de tecnologías y poca o nula capacitación para que los profesores enseñen por medio de herramientas digitales, explica José Guadalupe Escamilla de los Santos, director de la Escuela de Graduados en Educación de la Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey, en México.

Incorporar estas innovaciones a la educación hace que haya más y diferentes maneras para poder impartir clases e investigar, y como consecuencia fortalecer las cátedras que se le brindan a los alumnos, puntualiza el especialista.

Ahonda que en la mayoría de los países de Latinoamérica la educación ha aumentado bastante en cobertura, pero que está fragmentada, motivo por el que no se brinda de manera adecuada, ya que cada instancia tiene planes y programas diferentes, lo que impide que no se pueda poner sobre la mesa una política para mejorarla.

Escamilla de los Santos puntualiza que durante el periodo de pandemia la calidad ha bajado en comparación con otras épocas, debido a la falta de



SE REQUIEREN POLÍTICAS PÚBLICAS –UNA VISIÓN MÁS DE ESTADO–, ADEMÁS DE TENER EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS AUTÓNOMAS, COMO LAS UNIVERSIDADES, UNA VERSIÓN MÁS ESTRATÉGICA DEL USO DE LA TECNOLOGÍA"



internet, herramientas digitales y a que no se sabía cómo operar a distancia.

Esto ha propiciado un aumento en las brechas digitales y socioeconómicas que viven las diversas naciones, así que es preciso mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje por medio de las nuevas tecnologías, explica el académico del Tecnológico de Monterrey.

Por lo tanto, con el fin de incorporar las innovaciones en la educación primero “se requieren políticas públicas –una visión más de Estado–, además de tener en las instituciones educativas autónomas, como las universidades, una versión más estratégica del uso de la tecnología”, puntualiza.

Añade que las escuelas públicas, al ser financiadas por el gobierno, tienen menos motivaciones para cambiar, ya que siguen recibiendo dinero y no les interesa abrirse a ideas diferentes y más si su estrategia les está funcionando.

En contraste, las instituciones privadas, que están basadas en el mercado, buscan nuevas maneras para hacer más eficaz y atractivo el aprendizaje que brindan a sus alumnos, para así poder atraer más personas a su institución, pues tienen que estar compitiendo tanto con escuelas privadas como con las que reciben presupuestos del Estado. **■**



Contáctanos



Vive la experiencia del cine en tu hogar

Instala tu propio y exclusivo cine en cualquier lugar de tu hogar con el CineBeam Laser 4K de LG.

Con 2,700 ANSI resulta en un brillo potente, produciendo imágenes claras en un ambiente de interior, sin ninguna alteración al brillo.

Resolución 4K | Proyección hasta 120" | HDR 10



HU85LA



LG CineBeam AI ThinQ

GUATEMALA SE RESISTE A LA CRISIS

En el 2020 se prevé que la economía guatemalteca cierre en -1.5%, pero en el 2021 se recuperará hasta llegar a 3.5%, según estima el Banco de Guatemala.

POR ESTUARDO GASPARICO M.

La economía guatemalteca fue la menos dañada de Latinoamérica por la crisis del Covid-19, debido a que las medidas de prevención evitaron una ola de contagios más alta y fue posible flexibilizar el confinamiento de una forma ordenada y progresiva, asegura Sergio Recinos, presidente del Banco de Guatemala.

Además, la Junta Monetaria de este banco central decidió bajar la tasa de interés líder en 75 puntos básicos, para que el costo del crédito no se incrementara, y el Congreso de la República aprobó ampliaciones

presupuestarias por 2,600 millones de dólares para financiar programas sociales destinados a apoyar a las familias más vulnerables, a las empresas y a cotizantes del Seguro Social.

El sector menos afectado fue el financiero, pues la baja de la tasa líder ayudó a una reducción del costo del dinero y a incentivar la demanda.

También se abrieron dos ventanillas de liquidez, se flexibilizó el cómputo del encaje



bancario y fue modificado el reglamento de riesgo crediticio.

“Sin medidas de esta naturaleza se cae en un círculo vicioso porque los bancos exigen flujo de efectivo, las empresas se quedan sin demanda y el problema se profundiza”, explica el funcionario.

Sobre el nivel general de precios, este subió en octubre más del 5% debido al encarecimiento de vegetales, el transporte y electricidad, aparte de los daños ocasionados por varias tormentas tropicales.

Recinos destaca que muchos países experimentaron depreciaciones en el tipo de cambio porque hubo salida de capitales.

Dice que eso no sucedió en Guatemala, donde el dólar se mantiene en alrededor de 7.70 quetzales y cuando se ha registrado alguna variación importante, el Banco de Guatemala ha participado en el mercado cambiario. Como resultado, la depreciación hasta noviembre era de sólo 1%.

“Los indicadores económicos de Guatemala se han comportado muy bien, lo que permite prever un crecimiento económico de 3.5% en 2021. En caso de alguna eventualidad mayor, se podría analizar otro movimiento en la tasa líder actual, que ahora es de 1.75%, lo que sería suficiente para apuntalar el crecimiento, pero sólo si la inflación no aumenta”, asegura. **F**

GUATEMALA: ESTIMACIÓN DE CRECIMIENTO ECONÓMICO 2020-2021 (%)

LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA GUATEMALTECA EN EL 2021 SON POSITIVAS

	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	REVISIÓN EN OCTUBRE
	2020	2021
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3	2.7
Explotación de minas y canteras	-6.6	6.2
Industrias manufactureras	-0.5	3.2
Suministro de electricidad, agua y servicios de saneamiento	-1.5	3.7
Construcción	-6.1	7
Comercio y reparación de vehículos	-2.4	3.2
Transporte y almacenamiento	-9.4	4.6
Actividades de alojamiento y de servicio de comida	-15.4	4.8
Información y comunicaciones	2.1	2.9
Actividades financieras y de seguros	5.3	5.7
Actividades inmobiliarias	3.3	3.9
Actividades profesionales, científicas y técnicas	-0.2	3.3
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	-2.3	2.4
Administración pública y defensa	3.4	2.3
Enseñanza	-4.6	3.5
Salud	-0.8	4
Otras actividades de servicios	-7.2	3.6
PRODUCTO INTERNO BRUTO	-1.5	3.5

Fuente: Banco de Guatemala

AHORA USTED ELIGE

la forma de recibir
sus pagos.

Venda más desde su empresa o negocio
con nuestras soluciones digitales:



Venda electrónicamente recibiendo el pago de Tarjetas de Crédito y Débito desde su sitio web.



Genere códigos QR en su POS para que sus clientes le paguen utilizando Banca Móvil.



Ventas por teléfono: reciba sus pagos con solo introducir el número de tarjeta de su cliente en el POS.



POS inalámbrico: realiza el cobro donde esté su cliente.



Botón de pago y API de Wompi: genere botones de pago para sus productos o personalice la experiencia de pago en su app o sitio web a través de API.



EL PESO LOGÍSTICO

Reducir los costos del transporte de carga representa un aspecto clave para mejorar la competitividad en el sector logístico.

POR FELIVIA MEJÍA

18

El precio del transporte representa una carga muy pesada para la logística de los comerciantes de República Dominicana, pues la tarifa del traslado terrestre de mercancía es de alrededor de 6.43 dólares por kilómetro, lo que coloca al país como el segundo más caro comparado

con Centroamérica, donde el costo promedio de ese servicio ronda los 4.41 dólares, de acuerdo con un análisis elaborado por el Centro Regional de Estrategias Económicas Sostenibles (CREES).

En momentos en que la media isla está enfocada en convertirse en el hub logístico del Caribe, mejorar esos

COSTO DEL TRANSPORTE DE CARGA

EL PROMEDIO DE CENTROAMÉRICA ES DE 4.41 DÓLARES POR KILÓMETRO (CIFRAS EN DÓLARES POR KILÓMETRO)

GUATEMALA	2.52	<div style="width: 25%;"></div>
COSTA RICA	3.02	<div style="width: 30%;"></div>
EL SALVADOR	3.26	<div style="width: 33%;"></div>
NICARAGUA	3.99	<div style="width: 40%;"></div>
PANAMÁ	4.43	<div style="width: 45%;"></div>
R. DOMINICANA	6.43	<div style="width: 70%;"></div>
HONDURAS	7.27	<div style="width: 78%;"></div>

Fuente: Centro Regional de Estrategias Económicas Sostenibles, 2020

precios representa un aspecto clave para hacer más atractiva la oferta local frente a Centroamérica.

De hecho, Honduras es la nación con la tarifa más elevada (7.27 dólares por km), seguida de Quisqueya y Panamá (4.43 dólares por km).


El presidente de la Asociación Dominicana de Operadores Logísticos, Alexander Schad, atribuye las elevadas tarifas del transporte de carga a que prevalece una flota de camiones que sobrepasa los 18 años de fabricación, cuando el promedio debe ser de nueve; entonces, el costo de la ineficiencia se transfiere al consumidor final.

“Urge modificar la flota de vehículos y también a los mal llamados sindicatos de camioneros, porque realmente no lo integran obreros, sino un grupo de pequeños empresarios”, reconoce el líder empresarial.

En este sentido, la iniciativa privada pide reevaluar las tarifas de los peajes de las principales provincias del país para hacer más competitivos los costos.

Esto, debido a que un análisis que realizó la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) concluyó que a pesar de que el gobierno construyó dos avenidas de circunvalación para agilizar el transporte de carga hacia y desde Santo Domingo y Santiago de los Caballeros, muchos choferes evitan ese trayecto porque el costo del peaje es hasta 10 veces mayor en comparación con las viejas autopistas.

La agrupación propone que se reduzca a la mitad el costo de los peajes en esas avenidas de circunvalación, con lo que se logrará un aumento de 65% en la circulación de camiones de carga en esas rutas, hecho que repercutirá en un incremento de la recaudación tributaria por ese concepto.

Celso Juan Marranzini, presidente de la AIRD, opina que el país debe aumentar su inversión para continuar mejorando la infraestructura del transporte de carga. Y expone que las alianzas público-privadas representan una opción importante para cumplir con ese objetivo. 

EMISIONES LATINOAMERICANAS CON PERSPECTIVAS POSITIVAS

EXOR apunta a que el clima en general ha mejorado gracias a la definición electoral en Estados Unidos y una vacuna próxima contra el COVID-19.



La definición del panorama electoral en Estados Unidos y las esperanzas de que la farmacéutica Pfizer lance pronto su vacuna contra el COVID-19 han mejorado las perspectivas de los mercados en general y, en particular, para las emisiones latinoamericanas, explicó César Addario, VP regional de EXOR LATAM C.A.

“El repunte ha sido positivo para el mercado primario y vemos un tono que, pese a la incertidumbre política en Estados Unidos, es positivo y verá operaciones de pre fondeo para las necesidades de emisores enfocados en amplias

necesidades en el 2021”, explicó el especialista.

El ambiente es promisorio para los emisores latinoamericanos, agregó. En general, las empresas de la región están buscando recursos para refinanciar una parte de su deuda, pero también para gastos de capital y capital de trabajo.

Durante la segunda semana de noviembre, la región reportó un flujo neto de salidas de 22 millones de dólares, frente a un flujo neto de entrada de 176 millones de dólares la semana previa. “Fue la primera semana de flujo de salida, las cuatro anteriores se vio un flujo de entrada. Las salidas provinieron principalmente de Colombia, con 32 millones de dólares”, apuntó Addario.

Las salidas de la semana fueron impulsadas principalmente por bonos en moneda local (55 millones de dólares en total), pero compensadas por entradas en bonos en divisa fuerte (89 millones de dólares).

Addario comentó que un elemento a tomar en cuenta es que el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) presentó un programa de apoyo y reactivación económica, que dispone de un billón de dólares de liquidez para los bancos centrales miembros, pudiéndose otorgar a cada una de las instituciones monetarias —Guatemala, El Salvador, Costa Rica, República Dominicana, Belice— recursos por hasta 200 millones de dólares.

“En lo que respecta a Centroamérica, hemos tenido algunas noticias positivas, como que la contracción económica en Guatemala fue menos severa que la media global y regional, y podría crecer un 4 % en 2021”, destacó Addario.

EMPRENDEDORES EN REINVENCIÓN

Iniciativas costarricenses aprovechan las plataformas tecnológicas para reinventar sus modelos de negocio y, en otros casos, para lanzar nuevos proyectos en plena recuperación económica.

POR JOSÉ ROBERTO ARTEAGA

Los emprendedores de Costa Rica luchan por reinventarse. Como consecuencia, las empresas aprovechan las plataformas digitales para crecer y subsistir, mientras que nacen nuevos proyectos productivos para impulsar la reactivación económica tras la aparición del Covid-19.

Los emprendedores “hemos tenido una participación en las mesas de diálogo con el gobierno y otros actores por la importancia [que tenemos], y que en la reactivación económica seamos un sector sumamente atendido, con una prioridad alta”, asegura Ana Yann Carmona Álvarez, quien se desempeña como

presidenta de la Asociación de Emprendedores de Costa Rica (Asecric).

Estos empresarios han luchado para ser tomados en cuenta en las políticas de recuperación económica costarricense. Su importancia no es menor: 97.6% de la actividad empresarial corresponde a la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Algunos emprendimientos se adecuaron a las restricciones y reinventaron sus modelos para continuar con su operación, mientras que otros proyectos tuvieron que frenar sus actividades, sobre todo, aquellas unidades productivas que están relacionadas con el segmento de servicios.

Sin embargo, Carmona Álvarez reconoce que también han surgido nuevas iniciativas en plena crisis sanitaria. Los negocios relacionados con la tecnología han despegado.

67%

DE LOS EMPRENDIMIENTOS SON LIDERADOS POR EMPRESARIAS

97.6%

DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL CORRESPONDE A LA PARTICIPACIÓN DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

95%

DE LAS PERSONAS QUE EMPRENDEN LO HACEN POR GUSTO Y CON EL FIN DE CREAR DESARROLLO SOCIAL

“Es una época en la que nos toca cambiar y seguir impulsando al máximo la resiliencia. Es una era mundial en la que los emprendimientos han tenido un crecimiento muy importante”, dice Carmona Álvarez.

Además, argumenta que muchas personas han emprendido por necesidad, pero basados en conocimientos especializados, lo cual también trae un crecimiento económico para el país.

El 95% de las personas que emprenden lo hacen por gusto y para crear desarrollo social, de acuerdo con los asociados de la Asecric.

En este proceso, las mujeres han jugado un rol determinante. Se estima que un 67% de las iniciativas de negocio son lideradas por empresarias, mientras que el resto lo encabezan hombres, de acuerdo con datos de la asociación; aunque la cifra bien podría ser mayor, ya que existen empresarias que no tienen conciencia del papel económico que les otorga su negocio.

“En Costa Rica hay mucho talento, pero hay que ofrecerle educación. Necesitamos ayudar al emprendedor, porque la región centroamericana puede ser igual de próspera, pero necesitamos alfabetizar y concientizar sobre los procesos de emprendimiento”, propone. **F**



EL BRAZO DIGITAL

Los bancos consideran en sus planes de crecimiento establecer alianzas con los emprendimientos fintech para complementar su oferta en Guatemala y elevar la penetración de sus servicios.

POR ROBERTO ARTEAGA

No todos los bancos miran a las firmas del sector fintech como una amenaza. Las instituciones financieras tradicionales están convencidas que las alianzas con las empresas del sector tecnológico les ofrecen oportunidades para crecer y llegar a nuevos clientes.

“Los bancos tenemos un mercado que atender y ciertas capacidades. Las fintech nos dan mayor escalabilidad sin generar un alto costo”, asegura en entrevista Michel Caputi, director general corporativo de Bantrab, en Guatemala.

Las fintech pueden abrir brecha para que los bancos tradicionales tengan la oportunidad de ofrecer servicios con los que no cuenta una firma de este mercado tecnológico y financiero.

En Guatemala no existe una regulación específica en el caso de las fintech, lo que hace que sus transacciones al público puedan ser limitadas. “Nosotros como banco podemos otorgar otra escala de servicios a clientes que ya se empiezan a sentir más cómodos con el manejo de sus finanzas a través de estos medios”, explica Caputi.

Por ejemplo, Bantrab está explorando una alianza con Hugo App, una aplicación de

envíos a domicilio, para ofrecer servicios financieros a las pequeñas y medianas empresas (Pymes).

Los bancos tienen el reto de contar con una mayor capacidad tecnológica instalada. “Tenemos partners cada vez más potentes y más seguros. Por ejemplo, estamos construyendo ecosistemas con Google o Amazon, ya que cuentan con una nube y disponibilidad de servicios”, dice Michel.

En Guatemala, 50% de los emprendimientos fintech se enfoca en ofrecer soluciones orientadas a mejorar los niveles de inclusión financiera, y destaca entre los países con mayor porcentaje de proyectos dirigidos a segmentos excluidos o subatendidos en la región, de acuerdo

con el último informe *Fintech América Latina 2018*, publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo.

La apuesta en Guatemala es elevar la bancarización, ya que sólo un 35% de la población tiene activo un servicio contratado con las instituciones financieras. La educación es clave para lograr este objetivo: “La herramienta tecnológica por sí misma no va a bancarizar a las personas. Entonces hay que acompañarla de una estrategia con impacto social”, dice el directivo.

Michel Caputi participa como juez en certámenes como Roads to Innovate, competencia centroamericana que busca el fortalecimiento del ecosistema emprendedor.

“Los emprendimientos que más van a tener éxito son los que de alguna forma están ayudando a la humanidad a complementar o facilitar su vida”, asegura. **f**

50%

DE LOS EMPRENDIMIENTOS FINTECH OFRECEN SOLUCIONES PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA

3%

DEL TOTAL DE EMPRENDIMIENTOS FINTECH EN LA REGIÓN SE CONCENTRA EN GUATEMALA, COSTA RICA, REPÚBLICA DOMINICANA, PANAMÁ, EL SALVADOR, PARAGUAY, BOLIVIA, HONDURAS Y NICARAGUA

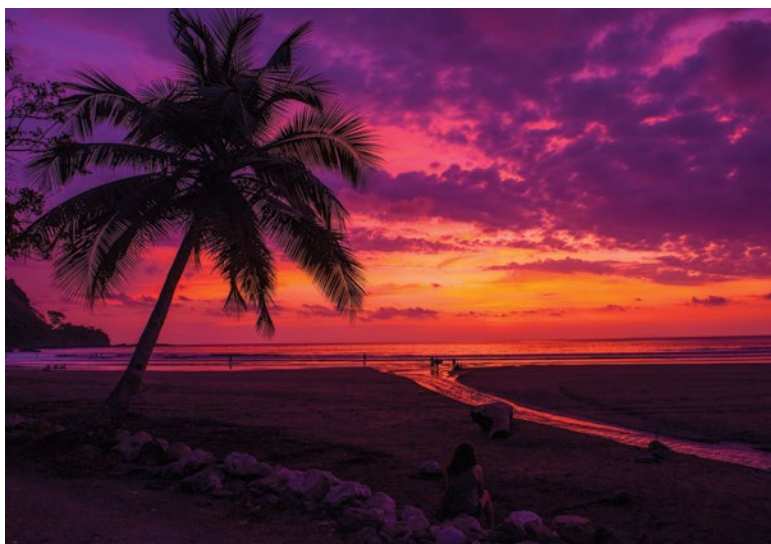
Fuente: BID



OXÍGENO PARA EL TURISMO

El gobierno de Costa Rica asegura que los planes para reactivar el turismo podrían robustecerse con recursos para apoyar el empleo generado por esta actividad de la economía.

POR ROBERTO ARTEAGA



22

El turismo de Costa Rica comienza a despertar poco a poco. Luego del desplome que tuvo debido a las restricciones implementadas para evitar el contagio del Covid-19, las autoridades preparan nuevas medidas para darle oxígeno a las empresas del sector.

El gobierno negociará con el Banco Interamericano de Desarrollo una iniciativa para apoyar o subsidiar las fuentes de trabajo en esta área, indica Gustavo Segura Sancho, ministro de Turismo de la nación.

“En la Asamblea Legislativa hay un ambiente muy positivo para el proyecto de ley, que apunta a la creación de un fondo garantizado, que permitirá a las empresas turísticas obtener créditos con la banca comercial”, ahonda el funcionario.

Para 2021, se estima que el sector turístico pueda generar entre 1,500 y 1,800 millones de dólares en ingresos y los primeros pasos para lograr la recuperación económica ya han sido implementados.

En noviembre pasado, la autoridad costarricense autorizó el ingreso de residentes de todos los países del mundo y se flexibilizaron las medidas de acceso: “Hemos trabajado en estrecha colaboración con nuestras aerolíneas asociadas, no sólo para recuperar las rutas de vuelo anteriores de Costa Rica, sino para crear nuevas rutas de vuelo a los principales


mercados de viajes en Estados Unidos y en todo el mundo, incluidos los vuelos de Aeroméxico y Volaris a la Ciudad de México y Cancún, con el objetivo de aumentar el turismo durante esta temporada de vacaciones y más allá”, puntualiza el ministro.

El turismo representa un 8.2% del Producto Interno Bruto (PIB) del país centroamericano y, por ello, es importante recuperar las cifras del pasado.

“En este momento, no puedo decir cómo se verá afectada esta porción del PIB, pero estoy seguro de que la industria turística de Costa Rica se recuperará”, explica el funcionario.

“Afortunadamente, muchos de nuestros negocios turísticos han aprovechado este tiempo para mejorar sus servicios, capacitar a los empleados y fortalecer sus procesos de salud y seguridad, y los lugareños han viajado dentro del país”, ahonda.

Los viajeros internacionales que llegan a Costa Rica principalmente provienen de Estados Unidos, Canadá y México.

“Mi objetivo es equilibrar las necesidades emocionales, físicas y financieras a corto plazo de los interesados en la industria del turismo, sin perder de vista la tarea a largo plazo de garantizar que Costa Rica siga siendo un actor clave en el turismo internacional”, argumenta Segura Sancho. 

MOVIMIENTOS MIGRATORIOS

ENERO - SEPTIEMBRE 2020

VÍA	LLEGADAS	%VARIACIÓN
TODAS LAS VÍAS	889,218	-62.7
INTERNAMIENTO	725,187	-63.1
AÉREA	672,901	-63.4
JUAN SANTAMARÍA	473,273	-65.6
DANIEL ODUBER Q.	199,166	-56.7
TERRESTRE Y FLUVIAL	211,927	-60.6
MARÍTIMA	4,390	-40.4




VÍA AÉREA

PAÍSES Y/O ZONAS	LLEGADAS	%VARIACIÓN
TOTAL	672,901	-63.4
AMÉRICA DEL NORTE	460,930	-62.4
CANADÁ	101,239	-37.4
ESTADOS UNIDOS	343,616	-65.5
MÉXICO	16,075	-76.6
AMÉRICA DEL SUR	39,264	-70.0
ARGENTINA	7,532	-68.4
BRASIL	5,227	-71.2
CHILE	5,131	-64.4
COLOMBIA	9,160	-70.5
PERÚ	3,220	-71.2
URUGUAY	1,177	-65.8
EUROPA	130,919	-59.3
ALEMANIA	21,192	-56.3
AUSTRIA	2,371	-52.9
ESPAÑA	11,341	-76.5
FRANCIA	28,910	-45.3

Fuente: Ministerio de Turismo de Costa Rica

RICK FRIEDMAN / GETTY IMAGES

Un mundo
de beneficios
por disfrutar
con Infinite

www.fedecredito.com.sv • Call Center 2221-3333 •   



Queremos darte una mano



Vive la exclusividad de la **Tarjeta de Crédito Visa Infinite del SISTEMA FEDECREDITO** y recibe beneficios especiales:

- 15,000 FEDEPUNTOS de bienvenida*
- Membresía gratis**
- Acumulación de FEDEPUNTOS por cada dólar en consumo en compras a nivel nacional e internacional:
 - 3 FEDEPUNTOS por compras en aerolíneas y hoteles
 - 2 FEDEPUNTOS por compras en restaurantes
 - 1 FEDEPUNTO en el resto de establecimientos
- 4 entradas gratis*** en el año a salones VIP de todos los aeropuertos del mundo



*Por compras acumuladas de US \$3,000 en los primeros 3 meses. **Membresía gratis durante el primer año. ***Tarjetas titulares y adicionales tienen 4 entradas gratis en el año - La tarifa de entrada a salas VIP para acompañantes desde su primera visita y para tarjeta habientes desde su quinta visita es de US \$32.00. Para más información visita: www.loungekey.com/es/visainfinitesistemafedecredito o descarga la App Lounge key™.

TASA DE INTERÉS EFECTIVA ANUAL MÁXIMA: VISA Infinite 28.74% | TASA DE INTERÉS NOMINAL: 24.99%. MEMBRESÍA: US \$150.00 o gratis* por consumo mínimo anual. PROGRAMA DE PROTECCIÓN: US \$75.00. COMISIONES: Retiro de efectivo 5.65 % sobre el monto, cargo mínimo US \$5.65; sobregiro US \$20.00; reposiciones de tarjetas US \$10.00; reposición de PIN gratis. RECARGOS: Cheques rechazados US \$5.00, incumplimiento de pago hasta US \$30.00. (Valores incluyen IVA).

SOMOS LA RED FINANCIERA CON MAYOR COBERTURA NACIONAL



EMPRENDER POR LA EDUCACIÓN

24

Un grupo de emprendedores panameños desarrolló una aplicación que busca simplificar la recolección, análisis y seguimiento continuo de datos sobre la experiencia en torno a la educación.

POR **MIRNA GUTIÉRREZ**

CONVIDEA

JESÚS RIQUELME, ISAAC DE LEÓN,
AYCOL CUERVO Y VICENTE PITY

Un docente no cumple con las expectativas de sus alumnos en clase, pero nadie del grupo se atreve a decirle nada. Esta historia es común en muchas escuelas, pero un grupo de jóvenes panameños decidió convertirla en una idea de negocio para obtener una mejor educación.

Así fue como Jesús Riquelme, Isaac De León, Maycol Cuervo y Vicente Pitty, fundaron Convidea, emprendimiento que empezó a operar en 2019, con una inversión inicial de 120 dólares.

A través de una encuesta de satisfacción, la plataforma, basada en una aplicación, brinda informes que permiten a las organizaciones educativas conectar mejor con sus alumnos y orientar su proceso de mejora continua. Cuenta con una herramienta de monitoreo que realiza un análisis global de la experiencia del grupo; y otra de gestión, con la que se pueden visualizar los datos individualmente.

El próximo año tienen contemplado agregar variables como asistencia, calificaciones, orientación

vocacional, entre otras, para obtener un perfil más completo.


“Queremos lograr una transformación en los entornos educativos de América Latina, ya sea mejorando las prácticas de los docentes o la interacción con el estudiante”, afirma Jesús Riquelme, cofundador de Convidea.

Ante la pandemia de Covid-19, los emprendedores tuvieron que reorientar su estrategia y adaptarse a la nueva normalidad. En Panamá, algunos centros educativos tuvieron que cerrar sus puertas, perdiendo a algunos elementos de su plantilla estudiantil, por lo que las negociaciones que Convidea tenía con algunas organizaciones se detuvieron.

Para hacer frente a esta crisis, el emprendimiento adaptó la plataforma y crearon cuentas particulares para docentes, reforzaron su presencia en redes sociales, comenzaron a realizar webinars con especialistas en temas de educación para atraer a más usuarios, y ofrecer consultorías sobre retención y captación de nuevos alumnos.

Asimismo, reestructuraron sus costos, que hoy van desde los 10 dólares mensuales para el plan particular, con funcionalidades limitadas, hasta 57 dólares por el plan institucional por cada grupo de estudiantes al año, con funciones avanzadas.

Riquelme comenta que, ante la crisis de salud y financiera, los colegios se están dando cuenta de la importancia de retener a sus educandos, por lo que consideran que 2021 será un año de crecimiento.

“A futuro buscamos ser un asistente automatizado que mejore las experiencias educativas”, indica. 

+100

ACTIVIDADES REALIZADAS

8

ORGANIZACIONES USUARIAS

+30%

DE LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA DESERTA EN PANAMÁ

Fuente: Convidea

CONVIDEA

GESTIÓN AMBIENTAL EN UN ENTORNO BANCARIO

Consciente del papel que juega como promotor en la región mantiene un compromiso firme sobre la gestión y cuidado ambiental, el cual se encuentra plasmado en su Política Ambiental y Social.



Presidente Ejecutivo de BCI
Dr. Dante Mossi

El Banco Centroamericano de Integración Económica asume el compromiso de impulsar una agenda de competitividad regional, entendida como el conjunto amplio de elementos económicos, sociales e institucionales que propicie desarrollo equilibrado e incluyente.

En los últimos años ha encaminado sus esfuerzos en la adopción de buenas prácticas y estándares internacionales que permitan minimizar el impacto negativo de sus operaciones en el ambiente, los cuales se traducen en la consolidación de las siguientes iniciativas corporativas:

- CERTIFICACIÓN ISO 14001: 2015 - Sistema de Gestión Ambiental (SGA) En junio 2020, el BCIE logró,

por segundo año consecutivo, la certificación ISO14001:2015 Sistema de Gestión Ambiental en las actividades administrativas y operativas que se desarrollan en su edificio Sede, lo cual lo acredita como ambientalmente sostenible, promoviendo buenas prácticas ambientales: el consumo de energía eléctrica, papel y agua; la generación de energía renovable y la gestión adecuada de los residuos.

- CERTIFICACIÓN CARBONO NEUTRALIDAD

Alineado con la iniciativa impulsada por el gobierno de Costa Rica, desde el año 2017 ha realizado esfuerzos en su Oficina de Representación con el objetivo de calcular la huella de carbono para realizar acciones de reducción y compensación de las emisiones

atmosféricas generadas en su operación, tales como: la adquisición de un vehículo híbrido y adquisición de certificados de carbono.

- CERTIFICACIÓN LEED

Comprometido con la sostenibilidad ambiental el BCIE obtuvo en su Oficina de Representación en El Salvador la certificación de Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental (Leadership in Energy & Environmental Design - LEED, por sus siglas en inglés) bajo la categoría oro por su operación y mantenimiento.

BCIE COMPROMETIDO CON SOLUCIONES SOSTENIBLES Y GRAN IMPACTO SOCIAL

Para el BCIE, la emisión de bonos verdes es un proyecto ambicioso, que favorecerá la canalización de fondos desde los mercados financieros internacionales hacia proyectos orientados a fortalecer la sostenibilidad del medio ambiente y la mitigación del impacto al cambio climático en sus países miembros.

Por otra parte, BCIE impulsa en Nicaragua la ejecución del Proyecto Bio-CLIMA: Acción Climática Integrada para Reducir la Deforestación y Fortalecer la Resiliencia en las Reservas de la Biosfera Bosawás y Río San Juan

El Programa Centroamericano de Reconstrucción Resiliente permitirá fortalecer los sistemas nacionales de preparación y respuesta a las emergencias o desastres que afectan a los países. El banco facilitará recursos para la preparación de proyectos de adaptación al cambio climático susceptibles de financiamiento y financiar operaciones que permitan a los países prevenir y enfrentar los desastres naturales.

RECESIÓN CON ROSTRO DE MUJER



26



LA ENCRUCIJADA DE LAS EMPRESAS ES TOMAR ACCIONES O PERDER ESE TALENTO FEMENINO QUE AGREGA VALOR EN TODOS LOS INDICADORES”

EMPRESARIA Y ANALISTA
Twitter: @Nuria_MarinR

Adiferencia de la crisis económica de 2008, que afectó con fuerza las actividades productivas con mayor presencia de hombres, la crisis provocada por la Covid-19 tiene rostro de mujer, al punto que los países de habla inglesa han acuñado el término “Shecession”.

Los cierres de fronteras han impactado como nunca en el turismo y los negocios de hospitalidad, que tienen alta presencia de mujeres, sumado a las limitaciones de circulación y cierres intermitentes en el comercio, restaurantes y bares que, son de amplia participación femenina.

La coyuntura actual ha promovido la renuncia al apoyo del servicio doméstico que en América Latina representa el 11% de las mujeres trabajadoras de la región.

El efecto en Costa Rica durante octubre se traduce en el aumento del desempleo a un alarmante 23.2%, que desagregado por sexo resulta un 29.1% de mujeres. A esa cifra debemos agregar el subempleo en donde históricamente hay una mayor participación femenina.

En los países donde ha mejorado lentamente la economía y la recuperación de los empleos perdidos (por ejemplo, Estados Unidos) las cifras muestran cómo son las mujeres las que más despacio se están beneficiando de esa recuperación.

Un estudio realizado en 2017, en Costa Rica, sobre el uso del tiempo no remunerado, demostró que desde antes de la era Covid-19 la relación entre hombres y mujeres en las horas destinadas al cuidado y labores del hogar era de tres a uno, en perjuicio femenino.

La pandemia no ha hecho más que aumentar esa relación, pues diversos estudios muestran cómo son ellas quienes

han asumido en mayor proporción el cuidado de los menores, ahora en casa durante las 24 horas de los 7 días de la semana, así como la supervisión de sus avances educativos.

Responsables por la protección de la salud de sus familias, en muchos casos de sus padres y madres, población de mayor riesgo, unida a las preocupaciones por la incertidumbre económica y la amenaza de los empleos, las mujeres han apoyado el ingreso familiar con vulnerables emprendimientos, y se les ha demandado responsabilidades difíciles de alcanzar. Y esto se agrava con el aumento de la violencia intrafamiliar.

El efecto ya ha sido valorado por el estudio *Women in the Workplace 2020*, elaborado por la consultora McKinsey y el proyecto Lean In, que evidencia cómo las empresas están sufriendo una creciente hemorragia de talento femenino, que amenaza los lentos pero continuos avances obtenidos en Estados Unidos en los últimos seis años.

Una de cada tres mujeres está valorando renunciar o cambiar a un trabajo con menos deberes para sobrellevar todas sus responsabilidades; se trata de trabajadoras con hijos, pero también de mujeres con altas obligaciones para quienes la virtualidad les obliga estar disponibles las 24 horas.

La encrucijada de las empresas es tomar acciones o perder ese talento femenino, que múltiples estudios han demostrado cómo agrega valor en todos los indicadores, incluida la rentabilidad.

De ahí que se recomiende optar por esquemas más flexibles y sostenibles que concilien la vida profesional y familiar, adaptar las expectativas a la nueva normalidad, contrarrestar los estereotipos de género y apoyar a los empleados en su nueva realidad.

Es positivo que la Covid-19, por lo menos, pueda significar un punto de inflexión y cambio en las empresas, lo que beneficiará no sólo a las mujeres, sino a los trabajadores en general. **F**



MAPFRE SALUD ARS, UNA NUEVA ERA EN RD

La aseguradora se consolida en el país como una de las más importantes del sector

Derivado de la nueva realidad que vivimos por la actual pandemia de Covid-19, la demanda de empresas y productos que respondan de manera eficaz a las necesidades de salud de los individuos, inspirando la confianza requerida de que estarán protegidos en todo momento bajo los estándares más altos de calidad y servicio, es cada día más imperativo.

Por ello, en República Dominicana los grandes buques del sector de aseguradoras se han unido para dar paso a una nueva etapa, en la que Grupo MAPFRE y Centro Financiero BHD León acordaron la adquisición del 51% de las acciones de ARS Palic por parte del grupo español, dando origen a MAPFRE Salud ARS, con lo que consolidan su posición como uno de los jugadores de mayor importancia entre los proveedores de seguros del país.

Esta suma de esfuerzos se ha desarrollado para brindar la mayor

certeza a sus clientes actuales, de que sus operaciones se realicen respetando los valores que han caracterizado individualmente a estas compañías, haciendo hincapié en la vocación de servicio, integridad, productividad y la innovación continua. Es por ello que durante la transición, los planes de salud básicos y prepagados, las coberturas y la amplia red de prestadores de ARS Palic permanecerán sin cambios.

Entre los grandes beneficios que conlleva esta sinergia, es que sus más de 900 mil afiliados y aquellos que se sumen a confiar su salud en MAPFRE Salud ARS, tienen la seguridad de estar respaldados por una empresa que cuenta con una cartera de más de 20,000 millones de pesos dominicanos en primas anuales en el mercado dominicano, una amplia red de protección con más de 8,000 prestadores de servicios entre médicos, clínicas, hospitales y farmacias, además de

690 colaboradores comprometidos a brindar la mejor atención en sus 12 sucursales y 17 puntos de servicio.

Por otro lado, MAPFRE Salud ARS representa una mayor contribución al bienestar del país, a través de una comprometida política de responsabilidad social empresarial y los más de 20 programas de Prevención y Promoción de la salud que implementan, sobre temas como la diabetes, hipertensión, salud reproductiva, inmunización, entre otros, con los que se busca que cada vez más dominicanos tengan la información necesaria para tener un mejor y más saludable estilo de vida.

Asimismo, se suman a los esfuerzos de Fundación MAPFRE para lograr el bienestar y progreso social a través de acciones sociales, culturales, prevención y seguridad vial, por mencionar algunas y que benefician a más de 9.6 millones en 31 países con la ayuda de 11,300 voluntarios.

BASES PARA UN PACTO FISCAL



28

“
**UN RÉGIMEN
TRIBUTARIO
COMPLEJO
Y ONEROSO
INCENTIVA LA
EVASIÓN Y
LA ELUSIÓN”**

DIRECTOR DE
INVESTIGACIONES DEL CENTRO REGIONAL DE
ESTRATEGIAS ECONÓMICAS SOSTENIBLES, CREES.
Twitter: @miguelcdf

República Dominicana tiene pendiente, desde hace cinco años, un Pacto Fiscal ordenado por la Ley de Estrategia Nacional de Desarrollo. El efecto de las medidas relacionadas con la pandemia de Covid-19, junto con el deterioro acumulado de más de una década consecutiva de déficits fiscales y de distorsiones en el sistema tributario, imponen que ese pacto se haga realidad lo más pronto posible.

La deuda pública consolidada como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) fue de 54% en 2019; actualmente supera el 69%. La relación de gasto de intereses como porcentaje de los ingresos tributarios es superior al 31%. Este último indicador, que ya está siendo usado por calificadoras de riesgo soberano, es una señal de alerta.

En adición, existen indicadores que muestran que el complejo sistema tributario afecta la competitividad.

¿Cuántas horas al año destina un emprendedor dominicano para cumplir con sus obligaciones tributarias? Un total de 317 horas. Esto es 87 más que el promedio de sus pares de Centroamérica, según el informe *Doing Business*; y 158 más que en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Mientras tanto, la tasa de impuesto a las ganancias que efectivamente pagan las empresas es superior al 29%; en Centroamérica el promedio es de 19%; y en los países OCDE es de apenas 14%.

Dos reformas contribuirían a mejorar el panorama actual. El país debería tener una ley de Responsabilidad Fiscal, y

realizar una reforma al Código Tributario. Ambas completarían los requerimientos del artículo 36 de la Ley de Estrategia Nacional de Desarrollo.


Nadie pudo prever la pandemia de Covid-19. Sin embargo, finanzas públicas más fuertes habrían colocado al país en una mejor posición fiscal para enfrentarla. Una legislación en materia de responsabilidad fiscal, que contenga reglas fiscales sólidas, ayudaría a ordenar y a fortalecer las finanzas públicas de República Dominicana.

La ley sería una señal positiva para los agentes económicos. Esta legislación debería crear un fondo soberano que se usaría para ir reduciendo la deuda pública y para enfrentar eventualidades futuras, como son los fenómenos de la naturaleza.

Para más robustez, podría ser la oportunidad para fortalecer, de forma institucional, la capacidad fiscalizadora del Congreso Nacional. Y para mayor credibilidad, debería incluir su propio régimen de consecuencias ante violaciones a la misma.

Para fortalecer la economía dominicana es necesario un cambio profundo en el régimen tributario. El sistema actual afecta la competitividad y limita las inversiones al colocarnos en desventaja ante países que tienen legislaciones más simples, junto con climas de negocios más sólidos.

Un régimen tributario complejo y oneroso incentiva la evasión y la elusión, así como las actividades informales. El establecimiento de empresas al margen de las legislaciones vigentes, el empleo informal, el contrabando y las falsificaciones son actividades estimuladas por un sistema como el actual. En consecuencia, el régimen tributario imperante reduce la propia capacidad recaudatoria al disminuir las bases imponibles.

Una verdadera reforma fiscal integral deberá estar en la agenda pública temprano en el año 2021. La situación que atraviesa la economía ha creado un momento oportuno para introducir reformas que fortalezcan los fundamentos de la economía, y en el área fiscal existen muchas oportunidades para mejorar. 

reportajes

“LOS QUE VAN A SUFRIR Y TENDRÁN UN 2021 COMPLICADO SON **LOS METROS CUADRADOS NUEVOS, YA QUE ESTÁN BAJANDO LOS PRECIOS DE ALQUILER EN OFICINAS EXISTENTES TIPO AAA, CORPORATIVAS Y DE COWORKING**”

-MÓNIQUE CÉSPEDES,
PARTNER CENTROAMÉRICA
Y EL CARIBE DE 4S REAL ESTATE



POR JOSÉ ROBERTO ARTEAGA

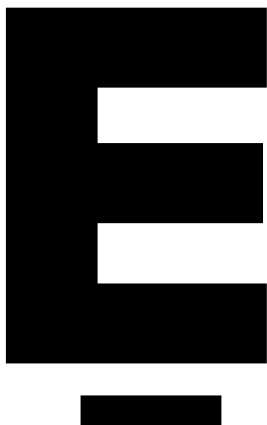
30



LA REINVENCIÓN DE LA SALUD

KDP / GETTY IMAGES

LAS CADENAS DE HOSPITALES TRADICIONALES INNOVAN PARA ENFRENTAR LA CRISIS SANITARIA OCASIONADA POR EL COVID-19; MIENTRAS, LAS EMPRESAS DE TECNOLOGÍA VIVEN UN BOOM EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS ENFOCADOS EN EL ACCESO DE LA POBLACIÓN A LOS SERVICIOS DEL SECTOR SALUD.



El momento para reinventarse ha llegado. Los hospitales y servicios de salud han sido los primeros que han asumido la responsabilidad de lograr un cambio significativo frente a la pandemia de Covid-19. La tecnología y el tiempo son factores clave para la transformación en medio de la crisis sanitaria.

“Es una oportunidad muy grande para reinventarnos, rediseñar modelos y lanzar productos”, asegura Ricardo Vásquez, gerente general de Grupo Hospitalario La Paz, basado en Guatemala.

Al mal paso, darle prisa. Así es como las empresas de la región miraron el desafío que les representaba la crisis y decidieron hacer los cambios que les permitirían atender a los pacientes con coronavirus, así como a los que padecen otras enfermedades.

Grupo Hospitalario La Paz, que tiene más de 1,300 colaboradores en diferentes turnos y servicio, observó los acontecimientos mundiales y se preparó para enfrentar los retos de infraestructura médica.

“Sin tecnología no hubiéramos podido adaptarnos a la velocidad que logramos hacerlo”, asegura Vásquez. El reto fue mostrar a los usuarios de la cadena de hospitales que había procesos en los hospitales para garantizar la atención de todos los pacientes, con el propósito de evitar que la gente dejara de atenderse

de padecimientos distintos al SARS-CoV-2.

Sin embargo, los hospitales no han sido la única historia escrita durante esta emergencia. El sector de la salud ha experimentado la entrada de nuevos jugadores tecnológicos que ofrecen servicios de atención médica para el grueso de la población. La insurtech Asistensi es uno de los nuevos protagonistas en la región.

“Al ser una empresa que nació en plena pandemia [“covidian”] estamos creciendo a un muy buen ritmo y tenemos planes muy concretos para ampliar nuestra oferta a otros países en el corto plazo”, asegura Andrés Simón González-Silén, presidente ejecutivo y cofundador de Asistensi.

Así es como la empresa intenta atender a un mercado con grandes necesidades en términos de salud. El equipo de Asistensi planea abrir nuevas operaciones en Latinoamérica y tiene como meta estar presente en al menos 10 países más para 2025.

INNOVAR PARA SERVIR

En 2002, Vásquez inició su trayectoria profesional en Banco Industrial; con una formación académica de ingeniero industrial trabajó en áreas como la de servicio al cliente y tarjetas de crédito. Tras 14 años de carrera en la institución financiera dio un giro a su carrera y llegó a Grupo Hospitalario La Paz.

En el año 2017, el ejecutivo asumió varios retos en la cadena de nosocomios. Uno de ellos fue alinear los intereses del hospital y los profesionales de la salud para atender a más pacientes.

1 DE CADA 2
LATINOAMERICANOS NO TIENE
COBERTURA DE SALUD DE NINGÚN TIPO

En ese entonces, no imaginó que en 2020 enfrentaría uno de los retos más grandes en su carrera: una pandemia.

El 7 de enero de 2020, el grupo hospitalario ya contaba con un grupo de expertos para asesorarse en la emergencia y prepararse para atender a los pacientes que llegarían a los hospitales en los meses siguientes. La formulación de escenarios fue la opción que tomaron.

La cadena de hospitales decidió implementar protocolos y prepararse frente a la llegada de la pandemia a Guatemala. Una de las decisiones clave fue aislar parte de la infraestructura médica para atender pacientes y tener una ventaja competitiva en el mercado.

“Nosotros aislamos hospitales por completo y no sólo un área específica”, dice.

El primer paso fue garantizar el acceso al material de protección necesario para el personal médico y realizar pruebas de antígeno para detectar el virus en cualquier paciente que ingresara al hospital, lo que les permitió ubicar casos asintomáticos, que recibieron aislamiento y atención diferenciada.

El hospital hizo la contratación de especialistas médicos, como lo son los infectólogos, quienes participaron en la formulación de la estrategia de atención a los pacientes y el uso eficiente de los recursos médicos.

De los cuatro infectólogos que asesoraron al gobierno de Guatemala, dos de ellos forman parte de la plantilla médica de los hospitales.

La empresa destinó cuatro hospitales, de un total de seis, para atender a los pacientes de Covid-19: “Hemos podido ayudar a la recuperación de más de 500 pacientes, de los cuales la mayoría se recuperaron. Eso es bastante alto para las cifras de atención de la medicina privada en Guatemala”, dice el ejecutivo.

La atención brindada incluye a mujeres embarazadas con pruebas positivas de Covid-19, lo que trajo la necesidad de instalar un área especial de pediatría. Los hospitales realizaron un cambio en las instalaciones de gases médicos para poder brindar más oxígeno a una mayor cantidad de personas.

“Esto permitió atender a múltiples pacientes de cuidado intensivo”, dice Vásquez.

En marzo de este año, Guatemala reportó al primer contagiado en su territorio y los hospitales La Paz ya contaban con toda la estrategia para enfrentar un virus desconocido para todos.

“El tiempo nos dio la razón. En mayo y junio, que fueron meses muy altos [por números de contagios], nosotros estuvimos atendiendo más de 60 hospitalizados al día”, reporta Vásquez.

El sistema fue adaptado para adecuarse a los constantes cambios. Así fue como decidieron también ofrecer servicios de telemedicina.

Hoy, tras la baja en el número de pacientes que eran atendidos, el siguiente paso ha sido comenzar con una reconversión de los hospitales destinados a personas que padecían coronavirus, para atender nuevamente a la población en general.

“Podimos ir abriendo y controlando los diferentes volúmenes para ajustar nuestra capacidad instalada a nuestra demanda”, dice el directivo.

MEDICINA TECNOLÓGICA

Mientras tanto, a kilómetros de ahí, en Venezuela nacía una empresa destinada a atender a los migrantes y sus familias en sus necesidades de servicios de salud. Su nombre es Asistensi.

Andrés González-Silén, Luis Enrique Velásquez Díaz y Armando Baquero Ponte no podían permanecer indiferentes ante la pandemia que enfrenta el mundo. Con una trayectoria de más de 16 años en la atención médica primaria en Latinoamérica, los tres profesionistas decidieron fundar una nueva empresa.

Así fue como nació Asistensi durante febrero de 2020 en Venezuela. La marca ofrece a la población una cobertura para emergencias médicas a través del uso de tecnología, como es el caso de la telemedicina,



SIEMPRE ALERTA

Para Grupo Hospitalario La Paz es hora de seguir innovando y no bajar la guardia.

y lo hace entre los migrantes, quienes pueden adquirir planes de seguros para la atención de emergencias médicas de sus familiares dentro de sus países de origen.

Asistensi brinda planes de seguros con atención médica inmediata, cobertura de hospitalización y cirugía de emergencia.

Su oferta se basa en telemedicina ilimitada (Asistensi s.o.s), con atención médica durante todo el día, entrega de medicamentos para enfermedades agudas, traslados en ambulancias y cobertura de 5,000 o 10,000 dólares para hospitalización y cirugía de emergencia en clínicas privadas.

“A través de Asistensi s.o.s recibimos el aval de la Academia Nacional de Medicina [máximo organismo gremial de la salud en el país] y de la Sociedad Venezolana de Puericultura y Pediatría, por el valor científico de nuestra Plataforma de Telemedicina Digital; lo cual es un apoyo fundamental que nos permite ayudar a más personas”,

asegura Andrés Simón González-Silén, presidente ejecutivo y cofundador de Asistensi.

A través de un servicio vía internet y llamadas telefónicas, la firma intenta atender las necesidades de los pacientes.

Durante estos meses de operación, la empresa reporta que un 94% de las llamadas son atendidas en menos de 20 segundos, 93% de los casos que requieren atención domiciliaria reciben respuesta en menos de 45 minutos, y 80% de los casos que requieren traslado de emergencia se atienden en 30 minutos.

“Estamos muy orgullosos de poder decir que el 100% de los clientes que han tenido que ingresar a un centro de salud por una emergencia, han sido cubiertos en un 100%, quedando demostrado que nuestras coberturas están adaptadas a las necesidades del mercado”, asegura el cofundador de la empresa.

Desde su creación y hasta la fecha, Asistensi s.o.s. ha recibido más de 50,000 solicitudes canalizadas.

“Somos una startup covidian, iniciamos operaciones recientemente en Venezuela y ya contamos con más de 1,000 beneficiarios en el país. Nuestra operación es muy eficiente y orientada a la optimización de recursos a través de un modelo de negocios integral, altamente tecnológico y exportable. Hemos invertido principalmente en tecnología, capacidad operativa, talento y mercadeo para lograr alcanzar nuestros objetivos de largo plazo”, explica González Silén.

Uno de los principales retos de la empresa es la optimización del uso de los medios digitales para posicionarse entre los migrantes alrededor de todo el mundo.

ADAPTARSE AL CAMBIO

Las empresas no pierden de vista el desarrollo de la pandemia en Europa y Estados Unidos. Los nuevos confinamientos ante el aumento de los contagios encienden los focos de alarma en otras regiones. Para

160,000 MDD

EN REMESAS FUERON ENVIADOS CON EL PROPÓSITO DE CUBRIR GASTOS DE SALUD DE LOS FAMILIARES DE MIGRANTES QUE PERMANECIERON EN SUS PAÍSES DE ORIGEN

Grupo Hospitalario La Paz es hora de seguir innovando y no bajar la guardia.


Hoy, ya queda abierto sólo un hospital de la compañía para atender a pacientes con Covid-19, aunque se mantienen atentos al desarrollo de la pandemia para adecuar sus capacidades y atender a nuevos convalescientes en sus instalaciones.

“El recurso humano es lo más importante en nuestro hospital. El personal fue realmente quien atendió de primera mano a los pacientes y mostraron formas creativas de sacar una sonrisa”, dice Vásquez.

Mientras tanto, Asistensi prepara su expansión hacia toda América Latina. La

compañía cree que el modelo de negocio atiende a una población migrante con características similares, y que ofrece oportunidades.

“La realidad de los migrantes es muy parecida en varios países de Latinoamérica y otras regiones del mundo. Muchos de ellos no tienen soluciones prácticas para cuidar la salud de sus familiares en sus países de origen. Por esto, nuestra misión es ‘hacer de los migrantes los héroes que cuidan la salud de sus seres queridos que se quedan en casa’”, dice González-Silén.

Nada será igual tras esta etapa que han vivido las compañías de salud. Vásquez lo entiende bien y se mantiene atento al presente y el futuro: “Ninguna empresa, persona o país volverá a ser igual después del Covid-19. Ahora somos empresas con estructuras más delgadas, que nos permiten crecer más y adaptarnos con mayor velocidad al cambio”. 

XXXII CERTAMEN PERMANENTE DE INVESTIGACIÓN

Doctor Manuel Noriega Morales 2020-2021

en las áreas temáticas:
Monetaria, Cambiaria, Crediticia, Bancaria, Administrativa y Jurídica

Primer lugar: *Diploma y US\$ 10,000.00*
Segundo lugar: *Diploma y US\$ 7,000.00*
Tercer lugar: *Diploma y US\$ 4,000.00*

Consulte bases y guía para el registro de trabajos de investigación en: banguat.gob.gt

Departamento de Recursos Humanos
7a. avenida, 22-01, zona 1, ciudad de Guatemala 01001
Teléfonos: (502) 2429-6000 o (502) 2485-6000
Extensiones: 5301 o 5302; Fax: (502) 2429-6086 y 2485-6041
Correo electrónico: recursos.humanos@banguat.gob.gt

Última fecha para el registro de trabajos:
9 de abril de 2021 a las 16:00 horas (hora de Guatemala).

Doctor Manuel Noriega Morales. Primer presidente del Banco de Guatemala. Tuvo a su cargo el equipo de expertos nacionales y extranjeros de alto rango intelectual que lograron realizar, entre 1945 y 1946, la Segunda Reforma Monetaria y Bancaria de Guatemala, considerada una obra recia y trascendental que la administración pública colocó al servicio de los altos intereses del país, dentro del plan de las realizaciones revolucionarias de la época.



POR FELIVIA MEJÍA

EL VIRUS QUE PUSO EN JAQUE A LAS ESCUELAS

ORLANDO BARRIA / EFE

34



LOS CENTROS DE ENSEÑANZA PRIVADOS ENFRENTAN EL DESAFÍO DE GARANTIZAR LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN VIRTUAL PARA MANTENER LA MATRÍCULA ACTIVA Y EVITAR CAER EN LA QUIEBRA.

E

El descenso de la matrícula en las escuelas y universidades del sector privado de República Dominicana ha sido inevitable, lo que ha puesto en apuros económicos a una significativa cantidad de esas instituciones, a pesar de que aseguran garantizar la calidad de la docencia en el modelo virtual que ha impuesto la situación de pandemia.

El nivel inicial, que acoge a niños con edades hasta los cinco años de edad, ha sido el más golpeado, con una baja de alrededor del 50% del total de estudiantes que debieron inscribirse en el nuevo año escolar 2020-2021, según estimaciones de la Asociación de Instituciones Educativas Privadas (Ainep), que reúne a más de 300 colegios de todo el país.

Cerca de 318,000 niños corresponden al nivel inicial, de los cuales 128,930 están en las escuelas públicas, mientras que 179,478 se forman en centros privados, indican datos del Ministerio de Educación.

Por otro lado, las universidades, a diferencia de los colegios, comienzan a reponerse de una baja estudiantil que alcanzó el 10% en los primeros meses de la crisis sanitaria.

En la caída de la matrícula de los colegios incide que el ingreso familiar ha disminuido por las pérdidas de empleo, la baja actividad en el sector informal y la reducción de la recepción de remesas, indicó un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) titulado *La educación en tiempos del coronavirus*.

“

En este año creo que alrededor del 25% de las instituciones privadas no van a poder sostenerse y por ende cerrarán, y sus niños tendrán que ser asumidos por el sector público”

ANTON TEJEDA

ASOCIACIÓN DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS PRIVADAS

Aunque los impactos de una caída de ingresos en la asistencia escolar es multifactorial, la evidencia sugiere que una crisis prolongada provocaría la disminución de la matrícula estudiantil también en el sector público, especialmente en ciertos grupos poblacionales de menores posibilidades económicas, pronostica el organismo multilateral.

El impacto negativo que sufre el sector privado, como consecuencia de la nueva realidad, ya se refleja en estadísticas económicas oficiales, que arrojan una contracción de un 8% en los servicios educativos en el primer semestre del año, lo cual lo convierte en el renglón productivo que más alto índice de decrecimiento demostró en el primer semestre del año, de acuerdo con el análisis del Banco Central de la República Dominicana (BCRD).

La entidad financiera informa que esa situación obedece a rebajas fuera de temporada en la tarifa escolar que algunos colegios privados han experimentado en ese periodo, en respuesta a la interrupción de la docencia en modo presencial como medida de prevención ante la propagación del nuevo coronavirus.

En este sentido, se registraron disminuciones en la tarifa escolar de la primaria (-10.68%), secundaria (-11.27%) y preescolar (-11.30%), así como en la enseñanza universitaria (-4.08%) y clases de idiomas (-7.90%), según el BCRD.

“En este año creo que alrededor del 25% de las instituciones privadas no van a poder sostenerse y por ende cerrarán, y sus niños tendrán que ser asumidos por el sector público”, vaticina Anton Tejada, presidente de la Ainep.

Alrededor de 3,500 colegios privados acogen unos 635,000 estudiantes, mientras que las escuelas del sector público registran una matrícula de poco más de dos millones de jóvenes.

LA REINVENCIÓN

A mediados de marzo, los centros educativos inesperadamente se vieron compelidos a concluir de manera virtual en los dos meses siguientes el periodo escolar 2019-2020, utilizando plataformas de comunicación gratuitas como Microsoft Teams, Google Meet o Zoom.

A pesar de que en principio el gobierno valoró la posibilidad de que el siguiente año escolar iniciara en agosto de manera presencial, siguiendo protocolos de seguridad sanitaria, finalmente optó por el modelo completamente virtual, debido a que aún no se controlaron los contagios por Covid en la isla.

Esta modalidad de enseñanza remota está siendo implementada a una velocidad sin precedentes. Como ocurre en muchos países de América Latina y el Caribe, según el informe del BID antes citado, en República Dominicana la docencia

actual se caracteriza por contar con una combinación de soluciones y medios de primera generación (materiales impresos, radio y televisión) y de segunda generación (plataformas, sistemas de gestión de aprendizajes) para entregar contenido y mantener algún nivel de interacción entre escuelas y estudiantes.

Uno de los principales desafíos de los dominicanos ha sido contar con la conectividad y los equipos tecnológicos adecuados. En este país apenas el 13% del universo estudiantil más vulnerable tiene acceso a una computadora para hacer las tareas escolares, una cifra por debajo de la media de la región de América Latina y el Caribe, que ronda el 30%, de acuerdo con el informe del Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de la OCDE (PISA, por sus siglas en inglés) de 2018.

Para enfrentar esa realidad, el gobierno invirtió alrededor de 465 millones de dólares (MDD) en dotar de equipos a los maestros y estudiantes del sector público. Además, declaró como prioridad nacional reducir la brecha digital, para lo cual ordenó la elaboración un plan que incluye licitar para el año que viene la operación de la tecnología 5G en el país.

Aunque oficialmente la fecha para las clases fue fijada para el 2 de noviembre, colegios que estaban listos empezaron en agosto la docencia. Pero reintegrarse a un nuevo año escolar representó para muchos contratar su propio sistema de aprendizaje virtual e invertir en capacitación, tanto de maestros, como de padres y estudiantes, en cuanto a cómo desenvolverse con el método de enseñanza a distancia.

El presidente de Ainep detalla que centros afiliados a ese gremio han invertido hasta 10,000 dólares sólo en infraestructura que garantice la conectividad de los maestros. Sumado a eso compraron licencias para comunicación en plataformas como Zoom, que tienen un costo de entre 100 y 150 dólares al mes por cada maestro, dependiendo del plan, ya que las versiones gratuitas

que funcionaron para cerrar la pasada jornada, hoy ya no satisfacen las necesidades.

Para centros de educación superior como la Universidad Iberoamericana, prepararse para las clases virtuales ha implicado una inversión de alrededor de 575,000 dólares en la adquisición de nuevas licencias de software, plataformas y simuladores, sobre todo para las clases de odontología, que son en su mayoría prácticas, así como en la adecuación de la infraestructura para implementar protocolos de bioseguridad y equipar aulas para clases híbridas y la contratación de nuevo personal especializado en e-Learning, detalla Odile Camilo Vincent, vicerrectora académica de la institución.

“El año que viene será un año difícil también y tendremos que seguir creando condiciones que

10,000

DÓLARES HAN INVERTIDO ALGUNOS COLEGIOS DE REPÚBLICA DOMINICANA EN INFRAESTRUCTURA PARA LA CONECTIVIDAD DE LOS MAESTROS



SOBRE LA MARCHA

Las instituciones educativas deberán contar con la infraestructura necesaria para ofrecer una verdadera educación virtual, más allá de clases en video.



CCK

Afiliada a **Ketchum**

HOY PONEMOS LA MIRADA EN EL FUTURO,

deseando que vengan tiempos mejores,
tiempos de alegría y esperanza para todos.

Y aunque sabemos que el camino no será
fácil, como tus aliados y como empresa de
comunicación estaremos aquí para
acompañarte y apoyarte,

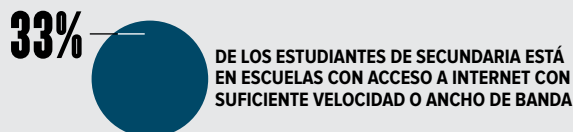
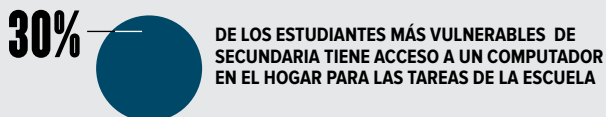
para que juntos continuemos
construyendo relaciones de valor.

Equipo CCK Centroamérica



BACHE REGIONAL

LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA PARA LA EDUCACIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE TIENE GRANDES REZAGOS (DATOS DE PISA, 2018)



38

requieren inversión para un regreso seguro y paulatino de nuestros profesores y estudiantes”, apunta Camilo.

Aunque los costos de matrículas se mantienen igual, porque según los centros educativos sus gastos fijos continúan siendo los mismos, una gran parte, como el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC), ofreció a sus estudiantes facilidades de pago, en empatía con la difícil situación económica de muchas familias.

“Todo puede representar una oportunidad y estas condiciones nos llevan a reflexionar intensamente, y aquellos que logremos asimilar las lecciones saldremos fortalecidos”, opina el rector saliente de Intec, Rolando Guzmán.

Además, el directivo resalta que la Asociación Dominicana de Rectores de Universidades (ADRU) gestionó con las

empresas telefónicas que los alumnos universitarios tuvieran una tarifa especial para la contratación de servicios de internet. Asimismo, canalizaron a finales de septiembre con el gobierno una ayuda económica directa al estudiante para que puedan completar el pago de su matrícula.

Para el denominado “Bono Estudio Contigo” el gobierno destinó 4 millones de dólares para que vuelvan a clases alrededor de 30,000 estudiantes universitarios que abandonaron sus estudios.

“El gran reto ya no es impartir docencia de manera virtual, eso ya está relativamente bajo control, el desafío ahora es garantizar altos niveles de calidad de la enseñanza y que para lograrlo utilicemos todos los mecanismos posibles para la virtualidad”, indica Guzmán.

Por otro lado, instituciones que ofrecen capacitación

empresarial, como Intrus, han reestructurado todos los procedimientos y la estrategia de promoción de sus programas, además de que emplearon tiempo y realizaron inversión económica en la formación de sus docentes.

“Cambió el medio, pero no el propósito; lo que hicimos fue crear nuevas propuestas concebidas totalmente digitales y preservamos intactos nuestros programas presenciales, porque estamos seguros que eventualmente volveremos a impartirlos”, explica Ney Díaz, presidente de Intrus.

S.O.S. EDUCATIVO

El presidente de Ainep aboga por que desde el gobierno se implementen soluciones que puedan ayudar a la supervivencia de los colegios más vulnerables, sin que esas medidas signifiquen descuidar el bienestar del estudiante, como por ejemplo, que se le permita a los centros preescolares impartir docencia de manera semipresencial o presencial con una mínima cantidad de estudiantes, para evitar aglomeraciones.

Además, propone que se exima a los colegios de pagar el impuesto anticipo y el 2% que deben pagar al Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional o que les permitan acceder a préstamos bancarios con tasa cero.

El presidente de Intrus opina que el país pudiera evaluar buenas prácticas que se ejecutan en Chile, como la Franquicia Tributaria, que es un incentivo que permite a las empresas contribuyentes clasificadas, descontar del pago de impuestos los gastos relacionados con capacitación y/o evaluación y certificación de competencias laborales, en un monto de hasta el 1% de la planilla anual de remuneraciones imponibles.

La formación virtual vino para quedarse, por lo que ahora los servicios deben evolucionar hacia esa nueva realidad de la manera más conveniente posible. **1**



El desafío ahora es garantizar altos niveles de calidad de la enseñanza y que para lograrlo utilicemos todos los mecanismos posibles para la virtualidad”

ROLANDO GUZMÁN

INTEC

DE LA UNIÓN SURGEN
GRANDES COSAS



ARS PALIC AHORA ES MAPFRE SALUD ARS

ARS Palic, tu **ARS** que te ha cuidado siempre y te ha brindado la mejor atención en nuestro país y **Grupo MAPFRE**, empresa aseguradora mundial, se unen para ser **MAPFRE SALUD ARS**.

Evolucionar, ir para el futuro, lo mejor de cada uno con la finalidad de cuidarte aún más.



MAPFRE SALUD | ARS
¡UNIDOS SOMOS MÁS!

CLEVELAND CLINIC: PROGRAMAS DE SALUD PARA EJECUTIVOS MUY OCUPADOS

Cleveland Clinic Ohio y Cleveland Clinic Florida ofrecen a ejecutivos exámenes completos y convenientes que pueden cambiar el curso de sus vidas

En momentos tan difíciles como los que estamos viendo actualmente debido a la pandemia del coronavirus (COVID-19), prestarle un mayor cuidado a la salud es más importante que nunca. Ante esta situación, los ejecutivos de una empresa no enfrentan solamente los desafíos típicos de sus cargos profesionales, los cuales pueden causarles estrés, ansiedad y retraimiento, sino que también el cuidado de su salud se complica aún más debido a sus obligaciones y viajes frecuentes, razón por la cual pueden ser más propensos a contraer el virus.

“La pandemia ha cambiado al mundo y también a la industria del cuidado de la salud. Ahora, la salud personal, la higiene y hasta los lugares que se frecuentan forman parte de un protocolo donde el objetivo principal es mantenerse saludable”, dijo Richard Lang, MD, MPH Presidente del Departamento de Salud para Ejecutivos de Cleveland Clinic en Ohio. “Bajo estas circunstancias, Cleveland Clinic mantiene su compromiso de dar la mejor atención a sus pacientes y familias, así como de garantizar su seguridad”.

PROGRAMAS DE SALUD PARA EJECUTIVOS

El sistema de Cleveland Clinic, ha sido clasificado entre los mejores hospitales



de Estados Unidos y cuenta con programas de salud dedicados específicamente a los ejecutivos directivos de empresas. Estos programas se adaptan a ciertas restricciones de horarios y les permite hacerse exámenes físicos para enfrentar a tiempo cualquier anomalía que se presente. Cleveland Clinic Ohio ofrece el Executive Health Physical Examinations (Exámenes físicos de

salud para ejecutivos), y Cleveland Clinic Florida, uno de los centros médicos más modernos e innovadores en el Sur de la Florida, ofrece el Huizenga Executive Health Program (Programa de salud Huizenga) para ejecutivos, cuya finalidad, en ambos casos, es ayudar a profesionales muy atareados y a sus cónyuges a ocuparse eficientemente de su salud.



“Es importante que se tomen un tiempo para cuidarse, porque una salud óptima es clave para una vida activa y significativa. Usted desea un servicio de primera con una espera mínima, y eso es lo que le ofrecemos”, comentó el doctor Lang. “Nuestros profesionales de la salud así lo entienden. Por esa razón, hemos combinado servicios médicos y de bienestar de clase mundial para brindarle un examen físico más completo de salud para ejecutivos, optimizado y disponible”.

“El programa de salud para ejecutivos que ofrecemos en Cleveland Clinic Florida tiene como objetivo identificar, reducir y eliminar los riesgos para la salud; promover el bienestar; descubrir posibles problemas de salud; y facilitar un tratamiento rápido y experto de aquellos problemas que se presenten”, dice por su parte el doctor Robert A. Piloto, MD, especialista en Medicina Interna y Director del Departamento de Salud para Ejecutivos de Cleveland Clinic Florida. “Contamos con un equipo de médicos calificados, líderes en sus campos de práctica y que aportan un alto grado de experiencia personal”.

“Un aspecto clave de nuestro programa para ejecutivos es que somos conscientes del tiempo que tienen los ejecutivos para realizarse las pruebas físicas. Por eso, durante solamente una visita, un especialista en medicina interna hace una consulta en profundidad y se lleva a cabo un conjunto de pruebas, todo dentro de la clínica”, continúa el doctor Piloto. “Una vez terminada esta evaluación, el paciente recibe la ‘Hoja de ruta para una mejor salud’, un informe escrito que detalla todas las conclusiones, así como recomendaciones para cambios en el estilo de vida y cuidados de seguimiento”.

EVALUACIÓN ANUAL DEL ESTADO DEL EJECUTIVO

“Las evaluaciones ejecutivas se crean para cada individuo y se adaptan a la edad, género, antecedentes familiares, antecedentes personales y otros factores de riesgo”, dice el doctor Lang. “En el examen físico del ejecutivo se incluye por lo general un examen fisi-

co completo, que comprende un panel completo de análisis de sangre, así como controles de enfermedades cardíacas y vasculares, radiografía de tórax, electrocardiogramas, prueba de esfuerzo cardíaco (después de 40 años) y cribado vascular”.

Además, ambos programas realizan pruebas de detección que identifican enfermedades antes de que comiencen a causar problemas, para ello realiza evaluación de riesgos tales como colonoscopías o sigmoidoscopia flexible (después de los 50 años) para el cáncer de colon, examen para la detección de cáncer de próstata, incluyendo la prueba de PSA (Antígeno Prostático Específico), Papanicolaou Para Cáncer Cervical (sólo para mujeres), Mamografía (sólo para mujeres) y detección del cáncer de piel.

Otras pruebas, tales como el análisis de sangre que incluye conteo sanguíneo completo para detectar anemia, leucemia y otros trastornos sanguíneos; perfil metabólico completo para detectar enfermedades hepáticas o renales, gota y diabetes; panel de colesterol completo;

examen de hormona tiroidea; análisis de orina para detectar diabetes, trastornos de los riñones y la vejiga, se realizan bajo estos programas de salud para ejecutivos.

Completan estos exámenes las pruebas que se realizan de visión y audición; pruebas a la salud en general, como espirometría para evaluar la función pulmonar, pruebas de densidad ósea, y visita de ginecología (solo para mujeres) y una evaluación de la aptitud física.

Poner en funcionamiento un beneficio de salud para ejecutivos es una inversión a largo plazo para cualquier organización. Representa el primer paso en la construcción de una cultura corporativa centrada en el bienestar y la prevención, y garantiza la vitalidad de sus líderes en los próximos años.

La pandemia del coronavirus nos afecta a todos, pero Cleveland Clinic continúa tomando las precauciones necesarias para que sus pacientes se sientan seguros cuando están en sus instalaciones.

Si tiene preguntas relacionadas con el programa de salud para ejecutivos, comuníquese con una de nuestras oficinas de Global Patient Services para pacientes internacionales llamando al **216.505.4731 en Ohio o al número 954.256.0840 en Florida** ó visite clevelandclinic.org/LatinAmerica.

Para ver la reciente sobre COVID-19, visite nuestro sitio web: clevelandclinic.org/coronavirus.





EMPRESA PANAMEÑA DE ALIMENTOS - EPA

MARCAS CERCANAS A LA GENTE A TRAVÉS DE LA OMNICANALIDAD

El holding que agrupa a reconocidas marcas panameñas como Café Durán, Pascual, Pastas La Suprema y Aceites SuperFry, apunta a una estrategia comercial a la vanguardia de los nuevos hábitos de consumo.

Si algo dejó claro la crisis de la pandemia del Covid-19 es que la integración del mundo online y offline llegó para quedarse, y con ello la aceleración de la transformación digital que muchas empresas, sobre todo las más innovadoras, ya habían comenzado a transitar.

Es el caso de Empresa Panameña de Alimentos, Epa, el holding que agrupa a varias marcas de reconocida trayectoria en el mercado panameño, como la emblemática Café Durán, las galletas

y snacks Pascual y otras marcas alimenticias de reconocida calidad como pastas La Suprema y aceites SuperFry.

La innovación es un key driver de esta compañía, que ya mucho antes de la pandemia venía trabajando en optimizar la experiencia de compra de sus clientes, tanto B2B como B2C, a través de la tecnología.

“Hoy tenemos disponibles catálogos digitales de nuestro portafolio para que nuestra fuerza de ventas interactúe con sus clientes, plataformas para que

nuestros clientes o clientes prospectos realicen sus pedidos en línea, portales digitales para que los consumidores finales compren desde diferentes plataformas electrónicas con múltiples formas de acceder a ellas, y herramientas para hacer pedidos electrónicos de los productos de nuestros Durán Coffee Store. Adicionalmente tenemos presencia en los market places digitales de nuestros clientes B2B” señaló Nicolás Giraldo Vicepresidente Comercial de la compañía.

LA OMNICANALIDAD LLEGÓ PARA QUEDARSE

La pandemia ha impulsado las ventas online, y las marcas trabajan para interconectar todos sus canales mejorando la experiencia de compra. Al respecto Giraldo comenta, “una premisa fundamental de nuestra filosofía de desarrollo de negocio es que nuestros productos estén disponibles en todos los puntos de venta en los que nuestros consumidores esperan encontrarlos. Ahora que estos puntos de venta no solamente son físicos sino también digitales, es nuestra obligación estar presentes en cada uno de estos canales. Para las marcas la omnicanalidad es un imperativo y para el consumidor es una opción práctica y conveniente. La omnicanalidad sin duda llegó para quedarse”

¿Cuál es el reto más grande que supone una estrategia omnicanal?

Definitivamente tiene que ver con cumplir la promesa de servicio y la cobertura requerida en términos geográficos. Diseñar múltiples sitios digitales con catálogos de productos, actualmente es relativamente sencillo y económico, pero entregar esos productos en la puerta de las casas de los consumidores a nivel nacional y en corto tiempo, es un reto enorme por todos los recursos físicos y operacionales que esto implica; es decir, a nuestro juicio, el mayor reto que supone la estrategia omnicanal es la capacidad de hacerla amplia en cobertura y puntual en el cumplimiento de la



EPA EN CIFRAS CORPORATIVAS

GENERA MÁS DE
1400 EMPLEOS DIRECTOS.

COMPRA MÁS DEL 50% DE LA
COSECHA NACIONAL DE CAFÉ.

INVERTIRÁ US\$ 20 MILLONES
EN UNA NUEVA PLANTA PARA
CAFÉ DURÁN, QUE SERÁ LA
MÁS MODERNA DE LA REGIÓN.

CON SUS POLÍTICAS DE RSE
IMPACTA EN 7 DE LOS
17 OBJETIVOS DE DESARROLLO
SOSTENIBLE.

DURANTE LA CRISIS SANITARIA,
HA DONADO CERCA DE
70 TONELADAS DE PRODUCTOS
AL BANCO DE ALIMENTOS Y
MÁS DE 2 TONELADAS DE CAFÉ
PARA EL CONSUMO DIARIO DEL
PERSONAL SANITARIO QUE
COMBATE LA PANDEMIA.

promesa de servicio. Por tanto, más que un reto digital es un reto logístico y de administración de la data.

¿Qué ha provocado o les ha enseñado el coronavirus con relación al consumidor?

Que el consumidor se adapta rápidamente a las condiciones que le brinda su contexto. Esta crisis sanitaria nos tomó por sorpresa a todos (o casi todos) los países del mundo, no

había preparación para enfrentar una situación de esta envergadura y no había un manual de instrucciones que dijera cómo actuar en caso de una situación de esta magnitud; si bien dentro de todos los manuales de crisis que tenemos en las empresas existía el capítulo “pandemia”, realmente no era el foco de trabajo de mitigación o preparación que se priorizaba.

En este sentido el consumidor rápidamente se adaptó a las nuevas condiciones, tomó por instinto las decisiones que consideró más apropiadas y a través de este comportamiento modeló las nuevas tendencias de consumo que hoy todas las empresas incorporamos para el desarrollo de nuestras estrategias. El consumidor terminó estando más preparado de lo que él mismo se imaginaba.

¿Qué impacto han tenido estas nuevas tendencias en cada una de sus marcas y la lealtad de los consumidores a las mismas?

El impacto ha sido bastante positivo, el consumidor ante una situación volátil y compleja se ha refugiado en todo lo que le genera confianza, es por esto que el panameño ha optado por consumir las marcas líderes de los productos nacionales que sabe que son la mejor opción para ellos y para sus familias.

Nuestras marcas han aumentado de forma importante su participación de mercado desde la declaración de la crisis sanitaria y las presentaciones de mayor contenido son las que han pasado a adquirir mayor relevancia.

Nuestro compromiso con la preservación y generación de empleo en Panamá, invertir e implementar acciones concretas que ayuden en la recuperación económica del país, permiten que la preferencia de los consumidores por nuestras marcas se vea reflejado en un mejor mañana para Panamá. Así como lo venimos diciendo con nuestra marca Café Durán “Prefiere Panamá, Prefiere Café Durán”, de igual forma la preferencia por las marcas nacionales redundará en una mejor recuperación económica para el país.

POR MIRNA GUTIÉRREZ

EL SECTOR INMOBILIARIO COMIENZA A MOSTRAR SIGNOS DE RECUPERACIÓN, AUNQUE SERÁ HASTA DENTRO DE DOS O TRES AÑOS CUANDO VOLVERÁ A NÚMEROS PRECRISIS.

UN REPUNTE INCIPIENTE

44

L

La pandemia por Covid-19 ha puesto en pausa la demanda de nuevos inmuebles y ocasionado un retraso en las iniciativas de desarrollo en Centroamérica y República Dominicana (CARD). Por fortuna, algunos segmentos comienzan a mostrar una recuperación, y se estima que a finales de 2021 el sector inmobiliario repunte para llegar a cifras precrisis en 2023 o 2024.

Durante los primeros meses de la emergencia sanitaria predominó una gran

incertidumbre que desaceleró la actividad inmobiliaria, generando grandes cuestionamientos sobre el futuro de la industria, debido a las medidas de restricción de desplazamiento y distanciamiento social impuestas por las autoridades en cada país.

Pero desde el segundo semestre ha habido signos de recuperación en algunos segmentos, principalmente por la presión de la iniciativa privada para iniciar la reactivación económica, menciona Danny Quirós, director de investigación de mercados de Newmark Knight Frank Centroamérica.

El sector enfrenta desafíos significativos. De acuerdo con estimaciones preliminares, el estrés económico sensibilizará los precios de manera generalizada en la región y la parálisis de la economía ha minimizado las transacciones de bienes raíces, mientras que los inmuebles en fase constructiva fueron inmovilizados total o parcialmente en algunos países.

Asimismo, las modificaciones en los patrones de consumo, ahora destinados a atender necesidades más básicas crearán distorsiones en las etapas de reactivación, imponiendo retos para mantener el nivel de precios y comercializar los excesos de oferta acumulada, señala el reporte Impacto del Covid-19 en el sector inmobiliario, de SCRiesgo.

Las empresas han disminuido su nivel transaccional, lo que ha significado una baja temporal en la demanda. Esto se traduce en bajas cifras de absorción neta (metros cuadrados que se compran o rentan mensualmente), lo que ha replicado en un paulatino aumento en la tasa de vacancia (desocupación).

Por ejemplo, previo a la pandemia, en Costa Rica la tasa de disponibilidad era de alrededor de 11%-12% y hoy es de 14%, explica José Ignacio González, director de investigación de mercados de Cushman & Wakefield/AB Advisory.

Añade que en términos generales durante estos meses las empresas se han mostrado cautelosas y están priorizando la sostenibilidad de su negocio. A pesar de ello,



las grandes transacciones se siguen dando, y en especial las compañías relacionadas con Inversión Extranjera Directa (IED) han continuado con sus proyectos de expansión y crecimiento a largo plazo.

Quirós analiza la situación de la región:

Costa Rica es de los países menos afectados, ya que cuenta con un mercado de oficinas sólido, gracias al establecimiento de empresas multinacionales en el área de servicios y también en el área industrial de manufactura avanzada y dispositivos médicos.

Panamá tiene un firme posicionamiento en logística multimodal debido a su ubicación geográfica e importantes obras de infraestructura. También, durante el último quinquenio ha logrado el establecimiento de gran cantidad de sedes corporativas multinacionales, debido a los incentivos fiscales y migratorios que ofrece la ley SEM (régimen especial para el establecimiento y operación de Sedes de Empresas Multinacionales).

Guatemala representa un mercado emergente e interesante para los inversionistas

2024

AÑO EN EL QUE EL SECTOR INMOBILIARIO PODRÍA RECUPERAR EL RITMO QUE TENÍA PREVIO A LA LLEGADA DEL COVID-19

70%

CAYERON LAS VENTAS DE VIVIENDA RESIDENCIAL EN LA REGIÓN DEBIDO A LA PANDEMIA: 4S REAL ESTATE

foráneos, gracias a su ubicación estratégica cerca de México y Estados Unidos, un crecimiento sostenible de la economía y capacidad para operaciones de servicios y manufactura.

En Honduras y El Salvador la actividad industrial y logística se ha mantenido, en especial lo relacionado con la maquila, en tanto que en Nicaragua el sector inmobiliario lleva varios años en niveles bajos debido a su panorama político y socioeconómico, dice González.

El panorama en República Dominicana ha mostrado desaceleración en la oferta y la demanda para proyectos

Paseo 27

Santo Domingo, República Dominicana

INVERSIÓN: **22 MDD**

FECHA: **2022-2023**

El proyecto incluye una torre residencial de ocho pisos con 45 departamentos, y una plaza comercial con 39 locales distribuidos en tres niveles, además de cine, restaurantes, terrazas al aire libre y gimnasio.

Cityzen

Costa Rica

INVERSIÓN: **ND**

FECHA: **2021**

Desarrollo de uso mixto integrado por 25,000 m² de espacio de oficinas clase A+, hotel, zona comercial y gastronómica, y torre de residencias. El proyecto contará con certificaciones LEED y Edge.

West Resort

Panamá

INVERSIÓN: **37.2 MDD**

INAUGURACIÓN: **2022**

Complejo que incluirá un hotel de 118 habitaciones operado por la marca Viceroy Hotels and Resorts, además de villas privadas, restaurantes, albercas, spa, gimnasio, salas de meditación, espacios para reuniones, entre otras amenidades.



terminados o reventas, y se devolvieron alquileres de locales y apartamentos. Pero en proyectos en proceso o de inversión que ofrecen tiempos a largo plazo se ha mantenido el interés y se siguieron reservando de manera virtual, señala Claudia Castillo, expresidenta de la Asociación de Agentes y Empresas Inmobiliarias (AEI).

Además, la industria hotelera ha sufrido las mayores afectaciones debido al cierre total o parcial de fronteras y de operaciones de las terminales de transporte internacional, así como la parálisis global de la industria turística. En segundo lugar se encuentra el retail, que como consecuencia de las medidas de distanciamiento social registra espacios vacíos en centros comerciales que se venden o alquilan.

Industria y oficinas son los que menos sufrieron. Si bien están sin gente, no significa que estén desocupadas ya que muchos propietarios e inquilinos han llegado a acuerdos para una disminución temporal de la renta. En el caso del sector logístico, a pesar de que durante los primeros meses de la pandemia tuvo afectaciones, se ha mantenido fuerte en general en la región.

EL PRONÓSTICO

González comenta que existe interés en invertir en activos industriales y logísticos,

en especial en proyectos clase A. De hecho, hay proyectos interesantes de oficomercio y ofibodegas, ya que la tendencia es que las empresas busquen una solución que integre todo en un mismo lugar.

En Costa Rica, a pesar de que hay cautela, el segmento de oficinas es sólido, debido a que hay alrededor de 175,000 personas que trabajan en actividades relacionadas con IED, por lo que a futuro tiene buenas perspectivas.

El especialista asevera que en términos generales se espera que el cierre de 2020 y el inicio de 2021 sean lentos, cautelosos, y sin mucho movimiento, pero que haya un repunte a finales de 2021 y principios de 2022, para llegar a cifras precrisis en 2023-2024, y en algunos países hasta 2025.

Cabe mencionar que estas estimaciones van de la mano de la recuperación de la economía, la disponibilidad de una vacuna y una mejora en la percepción de la gente. **F**

Céntrico

Guatemala

INVERSIÓN: **57 MDD**

FECHA: **2020-2022**

Proyecto de uso mixto con zona comercial y cuatro torres de 14 niveles y cerca de 500 apartamentos con amenidades como gimnasio, espacios de coworking, áreas verdes, terrazas, y lounge bar, además de alrededor de 1,000 espacios de estacionamiento.

Latitud 18

República Dominicana

INVERSIÓN: **70 MDD**

INAUGURACIÓN: **2023**

Complejo de 52,770 m² distribuidos en dos torres de 20 niveles, Marriot Hotel con 208 habitaciones y Aloft Hotel con 192, además de café, restaurantes con terraza, gimnasio, 2,000 m² de espacios para reuniones y cuatro niveles de estacionamiento subterráneo.



EDICIÓN MATUTINA

**LUNES A
VIERNES | 6:00 A. M.**

  @TReporta telemetro.com

MERCADO DE CONTRASTES

LA CRISIS DEL COVID-19 ESTÁ GENERANDO PRESIÓN EN LOS DIFERENTES SEGMENTOS DE LA VIVIENDA, AUNQUE EN SITIOS COMO REPÚBLICA DOMINICANA CONTINÚA EL INTERÉS POR LA SEGUNDA RESIDENCIA.

El desempleo a causa de la emergencia sanitaria generará en el sector vivienda incumplimientos en las obligaciones de pago de inquilinos y compradores, por lo que los desarrolladores buscan formas de financiamiento más accesibles para incentivar la compra. A pesar de ello, en Centroamérica y República Dominicana (CARD) la adquisición de inmuebles residenciales registra un repunte.

Ante dichos incumplimientos es probable que los gobiernos impongan restricciones a las restituciones de inmuebles por incumplimiento de pagos y obliguen a los propietarios a realizar conciliaciones; y las aseguradoras de

cánones de renta de edificaciones residenciales se enfrenten a problemas financieros en el corto plazo, explica el reporte *Impacto del Covid-19 en el mercado inmobiliario*, de la consultora Deloitte.

Mónica Céspedes, partner Centroamérica y el Caribe de 4S Real Estate, dice que el segmento alto ya presentaba una sobreoferta versus su demanda, y la pandemia incrementó este problema, registrando una caída en las ventas de aproximadamente 70%.

Asimismo, se ha registrado una ligera disminución en los

precios de inventario ya construido, y se ha optado también por la modalidad de renta con opción a compra, pero el cambio más evidente es en el financiamiento, pues los desarrolladores buscan facilitar la adquisición para evitar procesos engorrosos de la aprobación del banco, así que están ofreciendo planes flexibles y por periodos de 10 a 15 años para el pago del inmueble.

A pesar de este panorama adverso se prevé una mejora en algunos segmentos del sector. De acuerdo con información de Central America Data, en los países de la región, cerca de 4 millones de personas están buscando comprar o rentar una propiedad residencial.

Lo anterior se explica porque hoy la gente está tomando más conciencia de la importancia que tiene su vivienda, acortando sus gastos en otros rubros y dando más valor a otros elementos, comenta Céspedes.

Por ejemplo, a partir de mayo en República Dominicana se produjo una reactivación importante del mercado de segunda residencia en zonas de playa como Punta Cana, Bávaro, La Romana, Juan Dolio, Samaná, Jarabacoa y Constanza.

Y de junio a la fecha ha habido un movimiento de compra de dominicanos en el exterior en proyectos residenciales y de segunda vivienda. En ese proceso se han implementado estrategias de inmobiliarias en asociación con constructores para lograr mejores ofertas en pagos de reserva, precios de feria (exposiciones) y planes de pago más flexibles, explica Claudia Castillo, expresidenta de la Asociación de Agentes y Empresas Inmobiliarias (AEI).

El mercado de CARD ha reconfigurado sus necesidades en las características de los inmuebles y hoy busca lugares más verdes y con mayor esparcimiento, así como complejos que reduzcan la movilidad.

Al respecto, José Ignacio González, director de investigación de mercados de Cushman & Wakefield/AB Advisory, comenta que el sector continuará viendo proyectos de uso mixto que se han popularizado en la última década en Costa Rica, Guatemala y Panamá, porque los inquilinos no tendrán que desplazarse grandes distancias, lo que mejorará su calidad de vida. **F**



Gracias por informarte con nosotros



 EXCLUSIVO
Cable Onda
CANAL 28 / 1028


TU REFERENCIA

  
ECOTVPANAMÁ
www.ecotvpanama.com

FUERA DE PELIGRO

A PESAR DEL AUMENTO DEL TELETRABAJO, EL MERCADO DE OFICINAS DE CENTROAMÉRICA CONTINÚA CON CIERTA ESTABILIDAD, AUNQUE EXPERIMENTA UN PERIODO DE AJUSTE.

Durante los primeros meses de la crisis, el trabajo remoto ha sido una constante para la mayoría de las empresas del mundo, incluidas las de Centroamérica. A pesar de ello, no se ha registrado el cierre de operaciones ni una reducción considerable de espacios en este mercado.

Se espera que la vacancia (desocupación) global de oficinas reporte un aumento que oscila entre 20% y 40%, hasta colocarse en alrededor de 15% y 16%, mientras que los precios de alquiler proyectan una reducción de entre 10% y 12%, de acuerdo con cifras del *Estudio Global del Impacto de la Pandemia en el Sector de Oficinas y Perspectivas de Recuperación* elaborado por Cushman & Wakefield.

José Ignacio González, director de investigación de mercados de Cushman & Wakefield/AB Advisory, percibe que en el caso de Centroamérica el golpe puede ser menor porque se ha asegurado la continuidad de los negocios en medio de la crisis, por lo que las perspectivas son optimistas.

Por ejemplo, el aumento en la disponibilidad en Costa Rica se debe a que las oficinas han mostrado una importante migración de usuarios de inmuebles clase C hacia facilidades más eficientes, lo que ha elevado la disponibilidad por el desuso de estos inmuebles.

En Panamá la tendencia obedece a un crecimiento desmedido del inventario que llevó al mercado a una fase de sobreoferta según el ciclo inmobiliario, explica Danny Quirós, director de investigación de mercados de Newmark Knight Frank Centroamérica.

González coincide al señalar que este país tiene una gran cantidad de metros cuadrados, pero ha tenido una tasa de disponibilidad alta que ha llegado incluso a cifras de 25% o 30%, situación que venía dándose desde hace 12 o 18 meses. Ya se veía una ligera corrección, pero la pandemia detuvo este proceso.

Los sectores que generan mayor ocupación son el terciario, bancario, de seguros, financiero, call centers, entre otros, y a pesar de que fueron los más afectados, ya están volviendo a la normalidad y sus empleados retornan a sus lugares de trabajo. Sin embargo, debido a las medidas sanitarias se va a mantener una reducción de 20% en su ocupación, pero se espera que para finales de 2021 vuelvan a niveles similares a los meses previos al Covid-19.

“Los que van a sufrir y tendrán un 2021 complicado son los metros cuadrados nuevos, ya que están bajando los precios de alquiler en oficinas existentes tipo AAA, corporativas y de coworking y esto presenta un reto para la nueva oferta”, subraya Mónica Céspedes, partner Centroamérica y el Caribe de 4S Real Estate.

Quirós piensa que en 2021 habrá un ajuste entre la oferta y la demanda debido a la reactivación de los requerimientos que estuvieron pausados durante el presente año y la cautela de los desarrolladores en la construcción de nueva oferta.

Asimismo, una menor densificación podría contrarrestar el impacto negativo causado por un aumento en el trabajo remoto. Si efectivamente se convierte en una tendencia relevante, podría disminuir el impacto en la demanda causado por el teletrabajo, pues si el espacio



Los que van a sufrir y tendrán un 2021 complicado son los metros cuadrados nuevos, ya que están bajando los precios de alquiler en oficinas existentes tipo AAA, corporativas y de coworking”

MÓNIQUE CÉSPEDES

PARTNER CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE DE 4S REAL ESTATE

requerido por colaborador antes del Covid-19 era de 8 m² y ahora es de 12 m², esto implicaría un incremento en el área requerida per cápita de 50%, lo que contrarrestaría los efectos negativos, señala el reporte de Cushman.





ACCIONES QUE LOS OPERADORES EN CARD ESTÁN LLEVANDO A CABO PARA MANTENER LA OPERATIVIDAD

- Reestructuraciones de personal. Solicitud de refinanciamientos o nuevas líneas de crédito para garantizar la liquidez durante el tiempo de pandemia.
- Reciclaje de terrenos, lo que permitirá diversificar riesgos así como mantener una estrategia *asset light* (basada en modelos de gestión o franquicia, y no en propiedad).
- Suspensión de contratos de los proyectos en etapa de construcción hasta tener más certidumbre.
- Cierre parcial de algunas operaciones.
- Ofrecer descuentos agresivos a la población local.
- Solicitud de subsidios a los gobiernos.
- Mantener el flujo de efectivo.

Fuente: 4S Real Estate

EL DÍA QUE EL TURISMO SE DETUVO

LA CRISIS DEL COVID-19 IMPACTÓ SERIAMENTE LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS HOTELES, LOS CUALES TENDRÁN QUE ADAPTARSE A LOS REQUERIMIENTOS DE LA NUEVA NORMALIDAD.

Los viajes prácticamente se detuvieron debido a la pandemia del Covid-19, lo que repercutió en bajos niveles de ocupación hotelera. Ante este panorama, los operadores y los dueños se están enfrentando a la falta de demanda, no sólo en la ocupación por el turismo y viajes de trabajo, sino también por la cancelación de eventos corporativos de grandes dimensiones.

En abril la ocupación hotelera en Centroamérica registraba niveles inferiores a 10% y los equipos de gestión tuvieron que asegurar los flujos de efectivo y las operaciones, así como analizar la terminación de contratos en su equipo de trabajo. El sector tendrá algunos activos que están en peligro y otros se venderán, lo que abrirá el interés de los inversores de capital privado, señala información de GRI Club.

El panorama parece mejorar ante la reactivación de algunas economías, y la ocupación eleva sus números; por ejemplo, en agosto Guatemala alcanzó 20%, de

acuerdo con la Cámara de Turismo de Guatemala (Camtur).

En Costa Rica, la cadena Marriot International anunció en noviembre la reapertura de cuatro de sus propiedades con la implementación de tecnologías de limpieza como rociadores electrostáticos y equipos de protección, además de un rediseño interior para garantizar la sana distancia.

Pero también hay nuevos proyectos en puerta en la región. En este sentido, el grupo turístico RCD Hotels construirá Latitud 18, desarrollo con un modelo de turismo ejecutivo, que estará

ubicado en Santo Domingo, República Dominicana.

Mónique Céspedes, partner Centroamérica y el Caribe de 4S Real Estate, prevé que para finales de este año el sector seguirá por debajo de la ocupación, debido al miedo de un rebrote y a las restricciones de movilidad que aún siguen vigentes.

Para la recuperación es fundamental la coordinación internacional y público-privada, trabajar con los gobiernos en mecanismos que apoyen a las aerolíneas y la conectividad, contar con los mismos protocolos en todos los hoteles a nivel mundial, y realizar pruebas para detectar el virus y permitir viajar a la gente sólo con resultados negativos, dijo Gloria Guevara Manzo, presidenta y CEO del WTTC (Consejo Mundial de Viajes y Turismo), en el marco de la Conferencia de Inversión en Hoteles y Turismo para Latinoamérica y el Caribe (SAHIC).

“Vamos en el camino correcto y esperamos salir adelante y recuperarnos más rápido de lo estimado. Si hacemos lo correcto esto nos puede ayudar a reducir el tiempo de recuperación que tomaría de tres a cuatro años a sólo 18 meses, lo que sería un gran avance”, afirmó Guevara.

EN ESTADO DE CONGELACIÓN

EL SEGMENTO COMERCIAL INMOBILIARIO DEBERÁ RECONFIGURARSE DEBIDO A QUE FUE UNO DE LOS MÁS GOLPEADOS POR LA CRISIS DEL COVID-19.

52

El retail es uno de los sectores con mayores afectaciones a causa de las restricciones de movilidad impuestas por los gobiernos. Para sobrevivir a la crisis, los inmobiliarios tuvieron que flexibilizarse con sus arrendatarios y de cara al futuro deberán continuar con el diseño de proyectos arquitectónicos con espacios abiertos.

Los centros comerciales registran un alto índice de desocupación, pero los acuerdos registrados han sido de corto plazo y de buena intención por parte de los propietarios para retener a sus inquilinos, y no significan un cambio en los contratos de arrendamiento, expresa Danny Quirós, director de investigación de mercados de Newmark Knight Frank Centroamérica.

A su vez, José Ignacio González, director de investigación de mercados de Cushman & Wakefield/AB Advisory, tiene una lectura distinta, pues desde su punto de vista se han dado negociaciones para cambiar las condiciones

originales de los contratos para, por ejemplo, pagar sólo el costo de mantenimiento, en otros casos 50% de la renta, o bien 50% y el resto al finalizar el periodo del contrato.

En el caso de República Dominicana en plazas y locales comerciales se ha retirado una gran parte de marcas, pero otras han surgido aprovechando el momento, y se ha registrado una baja de precios de entre 20% y 25% en los alquileres, dice Claudia Castillo, expresidenta de la Asociación de Agentes y Empresas Inmobiliarias (AEI).

En la región centroamericana, el porcentaje de desocupación varía según el tipo de plaza, siendo el más afectado hasta ahora el fashion mall (venta de ropa y artículos de uso personal) con 20% de desocupación y

una disminución de 25% en el precio de renta, señalan datos de 4S Real Estate.

Los especialistas consideran que para hacer frente a la pandemia los propietarios deberán reinventarse e implementar sistemas para la bioseguridad y el cumplimiento de las medidas de distanciamiento social, además de incluir áreas verdes y espacios al aire libre. De igual modo, sugieren crear experiencias sensoriales, tendencia que ya venía creciendo con el objetivo de generar más de una relación de compra-venta.

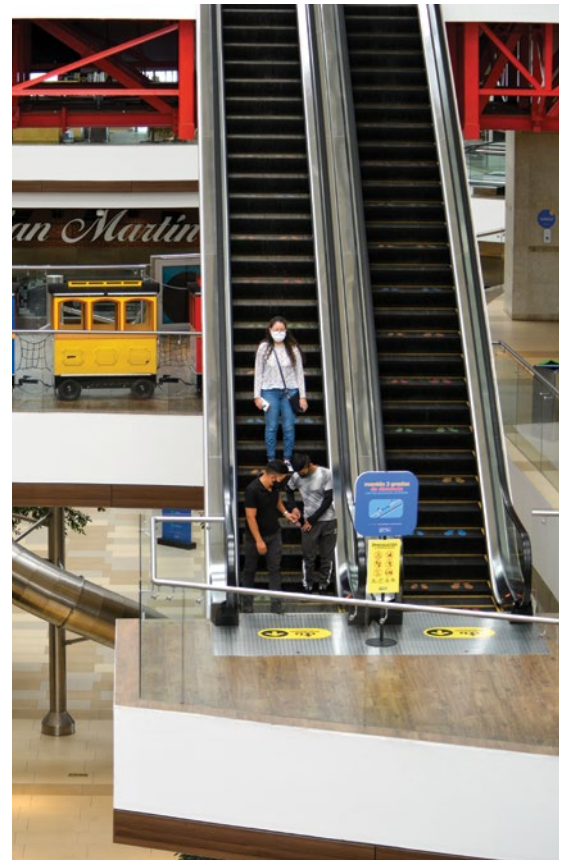
En la región las plazas comerciales están lejos de desaparecer a pesar de la crisis, ya que por la falta de áreas verdes en las principales ciudades, éstas forman parte del esparcimiento de la población.

“Los centros comerciales son y seguirán siendo la extensión espacial de la sociedad y seguirán evolucionando hacia un modelo más orientado al ocio y el entretenimiento”, opina Quirós. **F**

IMPACTOS DE LA PANDEMIA (CENTROAMÉRICA / POR CONCEPTO)

PLAZA	% DE DESOCUPACIÓN	% DE DISMINUCIÓN DE RENTA
FASHION MALL	20%	25%
LIFE STYLE CENTER	15%	15%
STRIP MALL	10%	10%





Fuente: 4S Real Estate



DECCIO SERRANO/PHOTO VIA GETTY IMAGES

SEMANA FORBES DE SOSTENIBILIDAD

Expertos de **empresas**, la sociedad civil y organismos multilaterales analizarán el avance de los **negocios sostenibles** en **Centroamérica y América Latina**.

 FORBESCENTROAMÉRICA
 FORBES_CENTROAMERICA
 @FORBE_CA
 FORBES CENTROAMÉRICA

 REVISTA FORBES RD
 REVISTAFORBESRD

WWW.FORBESCENTROAMERICA.COM

MÁS ALLÁ DE LAS GOTAS, SEGURIDAD HÍDRICA EN CENTROAMÉRICA

El desarrollo económico y social se debe a la capacidad de salvaguardar dicho recurso natural. La creación de planes a largo plazo y coaliciones multiinstitucionales serán las herramientas más eficaces para cerrar brechas y alcanzarlas.

Por Kathia Elizondo



Cuando hablamos de sostenibilidad es necesario considerar que el factor de éxito para alcanzarla se encuentra en lograr el equilibrio de su punto triple cuando el desarrollo social, económico y ambiental coexisten en armonía.

De acuerdo con UN Water, la seguridad hídrica se define como “la capacidad de una población de salvaguardar el acceso sostenible en cantidades adecuadas de agua y calidad aceptable para sustentar los medios de vida, bienestar humano, desarrollo socioeconómico y garantizar la protección contra la contaminación transmitida por el agua y los desastres naturales relacionados con el agua, así como preservar los ecosistemas en un clima de paz y estabilidad política”.

La seguridad hídrica soporta la sostenibilidad ambiental, el crecimiento

económico, estabilidad política, salud de la población y reducción de impacto de los desastres naturales. Estas últimas dos han cobrado especial relevancia en los últimos meses durante la actual crisis de COVID 19 y devastadores eventos como la Tormenta ETA el pasado noviembre. Cuando mencionamos que la primera barrera de prevención ante un virus es el lavado de manos e higiene, limitamos la posibilidad de protegerse a aquellos que no cuentan con servicios básicos de agua segura o en las ciudades con limitada capacidad del recurso; o que ante un desastre pierden sus hogares y todas sus pertenencias y la prioridad es la supervivencia y el levantar sus comunidades.

Centroamérica es una región privilegiada en oferta hídrica, ya que cuenta con aproximadamente 20,000 m³/habitante/año; muy por encima de 1,700 m³/habitante/año que se consideran como el límite de estrés hídrico y de los 6,000 m³/habitante/año disponibles a nivel mundial.

No obstante, existe una abismal diferencia entre países. Por ejemplo, Panamá registra hasta 33,000 m³/habitante/año, Costa Rica cuenta con 23,000, Guatemala 7,000 y 2,000 en República Dominicana, de acuerdo con datos del Banco Mundial y la FAO. Adicional, es importante mencionar que la cantidad de agua existente en el país no es estrictamente agua disponible para su uso o consumo.

Considerando la realidad en la que viven los países centroamericanos, hay tres retos que resaltan: disminuir la brecha de acceso a agua de calidad y servicios de saneamiento en todas las regiones; evitar la restricción de disponibilidad de agua por contaminación relacionada a malas prácticas humanas (agrícolas, domiciliarias e industriales), y la construcción de



comunidades capaces de afrontar desastres naturales y resilientes ante los cambios

Para lograr el acceso de agua y servicios de saneamiento es necesario un sistema eficiente de inversión para la construcción de infraestructura que permita llevar agua a todos los usuarios y posteriormente tener la capacidad de tratar dichas aguas, según datos del FOCARD-APS (Foro Centroamericano y República Dominicana de Agua Potable y Saneamiento) y se estima que un 68.7% del agua residual es vertida sin tratamiento adecuado.

La inversión necesaria para mejorar la calidad de los servicios y cumplir con el derecho a agua y saneamiento en la región es de 7,706 millones de dólares. El tema de financiamiento es un reto por sí solo, y es necesario una estrategia con instrumentos económicos que le permitan a los países el desarrollo de iniciativas y que se encuentren integrados en las legislaciones vigentes.

Es claro que la región no presenta una escasez en el recurso sino en la disponibilidad para ser utilizada en los hogares y sectores productivos a causa de la contaminación de las fuentes o la mala gestión de éstas. Este reto es aún más complejo pero las solu-

ciones que se apliquen deben estar construidas de la mano de cambios de comportamiento y responsabilidad de los usuarios y acompañado de una legislación que lo soporte. El integrar a los usuarios a la conversación aumenta la eficiencia y las probabilidades de éxito y sostenibilidad de las soluciones propuestas.

El tercer reto es la creación de comunidades resilientes ante los efectos del cambio climático como desastres naturales, variaciones climáticas y cambios en las épocas de lluvia y en los efectos que esto tiene en los servicios productivos y ecosistémicos. Centroamérica por su ubicación geográfica es altamente vulnerable a estos impactos, desde inundaciones y lluvias torrenciales hasta prolongados periodos de sequía que difícilmente estamos preparados para afrontar. Se necesitan soluciones que reduzcan esta vulnerabilidad y mejoren la resiliencia comenzando por la conservación de las áreas naturales y maximización de los servicios ecosistémicos.

Es una necesidad el llevar esta conversación de seguridad hídrica hacia la cooperación y conversación regional e internacional para poder ofrecer soluciones sostenibles y de impacto a escala.

VIAJES A FAVOR DEL MEDIO AMBIENTE



- **Debido al éxito del plan piloto en Costa Rica, este concepto se estará replicando en Colombia, Ecuador y Perú.**
- **La plataforma de movilidad estima que para el 2040, el 100 % de los viajes, en todo el mundo, se realizarán en vehículos que no producen emisiones.**
- **En Costa Rica, 267 mil usuarios ya han compensado 30 mil toneladas de CO2 en sus viajes en el último año.**

El Covid-19 ha venido a revolucionar la forma en que las personas se comunican y adquieren productos. Hoy el consumidor es más consciente y mientras retoma su vida cotidiana quiere colaborar en la reactivación verde del planeta.

A medida que los gobiernos, empresas automotrices y ONG's invierten millones en educar a la población del mundo sobre las ventajas de los vehículos eléctricos, la crisis ayudó a que los consumidores estén más comprometidos con el ambiente y por ende, busquen productos que también favorezcan al planeta.

Uber, en octubre de este año, comunicó metas globales en materia de sostenibilidad: Para el 2025 anunció ayuda para que cientos de miles de socios colaboradores realicen la transición a vehículos eléctricos. También para el 2030, la app de Uber funcionará como una plataforma de movilidad sin emisiones en Canadá, Europa y Estados Unidos. Además, para el 2040 el 100% de los viajes en todo el mundo se realizarán en vehículos que no producen emisiones o mediante micro movilidad y transporte público.

Según El Estado de la Movilidad Eléctrica en América Latina y el Caribe 2019, entre enero de 2016 y septiembre de 2019, se registraron casi 6.000 vehículos eléctricos livianos *en América Latina y el Caribe. Aunque es un notable avance, todavía estamos lejos de tener una red operable para vehículos eléctricos, teniendo en cuenta que una de las principales fa-

lencias es la existencia de redes para la recarga de vehículos eléctricos y la estandarización de la infraestructura, de los sistemas de gestión y de la comercialización de la recarga.

Basados en realidades locales y encuestas realizadas a los usuarios activos de Uber en Costa Rica, se concluyó que el impacto ambiental es el tercer factor de decisión más importante al momento de generar una compra. Uber toma la decisión de comenzar un viaje hacia una movilidad más sostenible en los mercados de Latinoamérica, con enfoque en la innovación, mediante opciones de productos con bajas emisiones o que compensen sus emisiones y ofreciendo material informativo a los usuarios y socios colaboradores sobre el impacto de sus opciones de movilidad.

Uber Planet es un concepto que nació en el 2019, que se alinea a la iniciativa global de Uber para aumentar la conciencia en temas de sostenibilidad y reducir el impacto ambiental. Con este producto, los usuarios pueden compensar la huella de carbono que generan en los viajes que realicen en Uber Planet mediante el pago de un pequeño monto extra que luego se utiliza para comprar Certificados de Emisiones Reducidas CER's emitidos por las Naciones Unidas. Más de 267 mil usuarios han realizado al menos un viaje en Uber Planet en el último año.

"En Uber queremos continuar apoyando a las ciudades a hacer una recuperación verde ante el Covid-19. La pandemia nos ha obligado a replantearnos nuestras acciones y hoy el consu-

midor está más consciente en temas de sostenibilidad. A través de Uber Planet queremos continuar moviéndonos como sociedad hacia nuevas modalidades y productos que se acoplen a los retos actuales", comentó Carolina Coto, Gerente de Comunicación de Uber Centroamérica y el Caribe.

De acuerdo con Coto, en Costa Rica gracias a los usuarios de Uber Planet se han compensado más de 30 mil toneladas de CO2, que son invertidos en proyectos locales (Proyecto Eólico Orosí en Liberia y en el Hidroeléctrico El General en Braulio Carrillo). Y se lanzó una campaña de concientización en la reducción de emisiones de carbono mediante eco-conducción, llamada Eco-Ride. "Es nuestra responsabilidad como la plataforma de movilidad más grande del mundo abordar de manera más agresiva el desafío del cambio climático. Queremos hacer nuestra parte para reconstruir mejor e impulsar una recuperación ecológica en las ciudades brindando opciones a los usuarios de la app de Uber", indicó.

Gracias al buen recibimiento que ha obtenido este producto en Costa Rica, la empresa replicó el concepto en Colombia y próximamente, lo hará en Ecuador y Perú, con el objetivo de construir una plataforma de movilidad sostenible en la región.

Con Uber Planet, Uber está tomando este momento como una oportunidad para concientizar y crear una cultura de reducción del impacto ambiental y así convertirse, en Costa Rica y en la región, en un socio más fuerte en la lucha contra el Cambio Climático.

Uber Planet

Nuestro viaje por el cambio

En 2019 nos planteamos el objetivo de ser una aplicación más amigable con el medio ambiente, esto con el fin de contribuir a Costa Rica en su meta de ser una economía moderna, verde, libre de emisiones, resiliente e inclusiva.

2019

85% 41% 89%

Están preocupados o muy preocupados por la contaminación ambiental.

No están familiarizados con mecanismos de reducción de la huella de carbono.

Le interesa educarse en productos o servicios para disminuir la huella de carbono.

LE PREGUNTAMOS A LOS USUARIOS QUÉ PENSABAN AL RESPECTO Y ESTO FUE LO QUE DESCUBRIMOS:



EL IMPACTO AMBIENTAL ES EL **3ER. FACTOR** MÁS IMPORTANTE EN LAS DECISIONES DE COMPRA.



Costa Rica

El 1er. país en contar con **Uber Planet**

En octubre de 2019 lanzamos **Uber Eco**, ahora **Uber Planet** producto que le brinda al usuario la opción de compensar la huella de CO₂ de ese viaje, por un pequeño monto adicional que se invierte localmente en estrategias para la reducción de emisiones, mediante la compra de bonos de carbono de las Naciones Unidas (CERs) con la ayuda de Anaconda carbon | AED

ANACO₂ NDA CARBON |

Resultados Uber Eco

A Octubre 2020



510 viajes
Hizo el usuario que más ha usado Uber Eco



En km equivalen a **3,590 vueltas al planeta** a través del Ecuador



Compensamos un total de **30,582 Toneladas de CO₂**

El mismo peso de **170 ballenas azules**



Colombia, Ecuador y Perú
Próximos mercados en lanzar Uber Planet



Proyectos beneficiados con los CERs en Costa Rica
-Planta eólica Orosí
-Hidroeléctrica El General

Uber Eco ahora se llama Uber Planet

Y ahora más que una opción, es una estrategia de sostenibilidad que suma aliados para aumentar el impacto positivo de los costarricenses en el medio ambiente.

Más acciones sostenibles a la hora de reciclar, viajar y conducir.



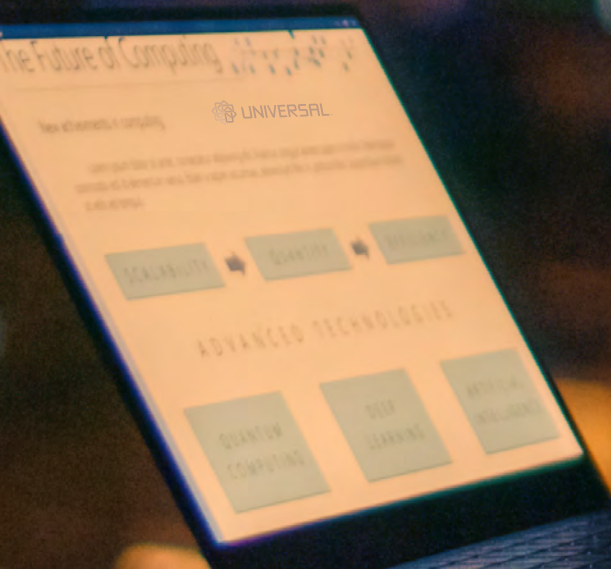
Nuevo nombre, mismo propósito: seguir contribuyendo al medio ambiente de Costa Rica y del mundo.

Uber Planet Viajes para el cambio

LIDERAZGO • CONFIANZA
INNOVACIÓN • RESPONSABILIDAD

MÁS DE 55 AÑOS INNOVANDO

TRANSFORMANDO
EL PRESENTE, CREANDO
UN MEJOR FUTURO.



SEGUROS • SERVICIOS • INVERSIONES • FIDEICOMISOS



UNIVERSAL®

GESTIÓN DE ENERGÍA CON PROPÓSITO: SUSTENTABILIDAD

HÉCTOR MARTÍNEZ

Gerente de desarrollo del negocio de soluciones de infraestructura de Schneider Electric para América Latina.

Cada vez más las empresas juegan un papel determinante en la responsabilidad de construir un mundo mejor para todos. Ya no se trata solo de una tarea de los individuos o instituciones, las empresas con visión de futuro hacen de la sostenibilidad parte de su estrategia comercial. Una estrategia que tiene, incluso, un impacto positivo en clientes y comunidad. La crisis actual derivada de la pandemia ha sido capaz de realzar a las compañías que contribuyen a que el entorno sea más sostenible y la sociedad más justa, acelerando la necesidad de muchas empresas de buscar una rentabilidad social, además de económica.

Dentro de este panorama, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), impulsados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) juegan un rol importante. Con metas específicas que deben alcanzarse de aquí a 2030, estos objetivos globales adoptados por los líderes mundiales en el año 2015 buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para la ciudadanía. En Schneider Electric los ODS forman la base de nuestro Impacto de Sostenibilidad de Schneider (Schneider Sustainability Impact -SSI), que guía nuestras contribuciones para abordar el cambio climático, acabar con la pobreza, mejorar la salud y reducir la desigualdad. De hecho, integramos la sustentabili-



dad en los incentivos de desempeño personal de ejecutivos y líderes de tal manera que desde el 2019, el 20% de los planes de incentivos de la empresa para 50 mil empleados se basan en los resultados de SSI y éstos representan el 30% de los planes de incentivos a largo plazo para los principales líderes de Schneider.

El año pasado decidimos acelerar nuestras acciones para un futuro más sostenible, lo que significa empujar nuestro objetivo de neutralidad de carbono en cinco años, de 2030 a 2025, comprometernos con emisiones operativas netas cero para 2030 y asegurar una cadena de suministro neta cero para 2050. Pero no es suficiente establecer metas, también debemos demostrar progreso. Ahí es donde entra en juego nuestro Impacto de Sostenibilidad de Schneider.

Hasta la fecha, hemos ayudado a

nuestros clientes a ahorrar 89 millones de toneladas de CO2, lo que equivale a las emisiones producidas por 18,9 millones de automóviles de pasajeros conducidos durante todo un año. Nuestro nuevo Proyecto de Empaque Verde nos ayuda a reducir el uso de película plástica en 97 mil metros cuadrados, suficiente para cubrir 14 campos de fútbol. Hemos aumentado la cantidad de residuos que recuperamos del 8% al 95% desde 2012 y en 2019 mantuvimos 11 mil toneladas de residuos fuera de los vertederos, más que el peso de la Torre Eiffel.

Pero no solo eso, hemos sido capaces de mantener a las personas en el centro de nuestras políticas: la compañía logró una tasa de contratación del 25,8% de mujeres, una rotación similar para hombres y mujeres, y anunció Schneider LGBTQ + y Allies, abierto a todos los interesados en la inclusión.

Hasta la fecha, 840 millones de personas en el mundo todavía carecen de acceso a la electricidad. Esta cifra es inferior a los 1.200 millones de 2010, pero debemos hacer aún más. Como parte de nuestro programa de formación profesional, para finales de 2020 formaremos a 400 mil personas en gestión energética. A la vez, para brindar acceso a la electricidad en África, en asociación con otras entidades suministramos una central eléctrica de energía múltiple que entrega electricidad y calor para riego e iluminación, piscicultura, transformación agrícola y, pronto, agua potable sin emisiones de CO2. También lanzamos el tercer fondo de impacto en 2019, dirigido a 350 millones de personas sin acceso a la energía en India, Bangladesh, Myanmar, Indonesia y Filipinas, e impulsamos el Acelerador de Soluciones de Innovación Social para Abordar la Pobreza Energética, que ha apoyado a 45 innovadores sociales en 15 países.

La sostenibilidad no es solo lo que hacemos, es quienes somos. Para ser exitosas, las empresas de mañana deberán llevarla en el corazón de sus acciones. Esa es una victoria de todos.

A medida que el mercado de centros de datos sigue creciendo, nos seguiremos centrando en las iniciativas de eficiencia y sostenibilidad. Echa un vistazo a algunos de los hallazgos de un reciente estudio del sector para entender la perspectiva que tienen los operadores de housing sobre el impacto de los programas de sostenibilidad estratégica.

Para el 50 % de las organizaciones, los requisitos de sus clientes son el factor más importante.



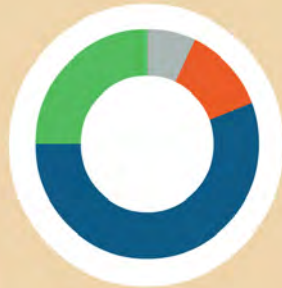
El 43 % de las organizaciones tiene un programa de sostenibilidad estratégica para mejorar el diseño, construir y explotar la infraestructura.



Hoy, el 26 % de las organizaciones puntúa la eficiencia y sostenibilidad como muy importante para la diferenciación competitiva, en comparación con el 57 % de hace tres años.



El 56 % de los encuestados asegura estar haciendo un seguimiento de sus métricas operativas.



[Descárgate el informe](#)

Un informe de 451 Research® encargado por Schneider Electric



COCA-COLA REFUERZA SUS COMPROMISOS CON LA SOSTENIBILIDAD

**Impulsa proyectos de agua
y recuperación de residuos**

El Sistema Coca-Cola (conformado por la Compañía Coca-Cola y sus socios embotelladores Coca-Cola FEMSA, La Constancia y Cervecería Hondureña) reafirma su compromiso con el desarrollo sostenible de su negocio y el de las comunidades donde opera. Actualmente, el Sistema Coca-Cola se centra en temas relacionados con agua y empaques.

En el caso de agua, el Sistema Coca-Cola posee a nivel centroamericano el proyecto “Agua por el Futuro”, cuyo objetivo es devolverle a la naturaleza el 100% del agua que se utiliza para la producción de las bebidas contribuyendo con su disponibilidad de agua en el futuro.

La meta estaba para cumplirse este año, sin embargo, el objetivo se alcanzó desde 2016 y se mantienen las inversiones en las diferentes iniciativas que incluyen reforestación, conservación de cuencas, áreas protegidas, la agricultura y ganadería sostenible, con el fin de fomentar la permanencia de agua en el medio ambiente.

En Centroamérica se han desarrollado actividades de conservación y reforestación en más de 1.939,6 hectáreas en distintas cuencas hidrográficas, lo que representa devolverle a la naturaleza más de 2.037.200 metros cúbicos de agua, el equivalente a 814,88 piscinas olímpicas.

A nivel de empaques, la Compañía Coca-Cola mantiene la visión para recolectar el equivalente al 100% de los empaques que emite al mercado para el año 2030.

“En tema de recuperación de residuos hemos dado pasos firmes en los diferentes países de la región. En el caso de El Salvador y Honduras lanzamos con nuestros socios embotelladores La Constancia y Cervecería Hondureña el proyecto “Hagámosla Circular” bajo el cual cada botella PET que sale de estas plantas de producción, será recolectada, reciclada y transformada de nuevo en resina plástica reciclada grado alimenticio para la producción de nuevas botellas”, señaló William Segura, gerente de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad de Coca-Cola para Centroamérica.

Así mismo, en Guatemala en conjunto con Coca-Cola FEMSA se trabajó de la mano con WWF en la creación de una plataforma de información denominada “Recíclalos”, la cual busca entre otras acciones facilitar actividades para formar una cultura de consumo responsable y mejorar las prácticas de separación y acopio de residuos, con el fin de aumentar la tasa de recuperación de materiales reciclables, principalmente PET.

En Costa Rica y Guatemala lanzamos los programas denominados “Barrio sin Residuos” y “Colonia sin



Residuos” con los cuales buscamos incentivar a los consumidores finales a separar las botellas plásticas desde sus casas y llevarlos a puntos de venta seleccionados a cambio de diferentes incentivos. Las botellas que se recolectan en los puntos de venta participantes son retiradas por gestores ambientales y se les da el tratamiento adecuado con el fin de que la resina pueda usarse en la producción de nuevas botellas para bebidas. Estos

proyectos se extenderían por el resto de los países de la región.

El objetivo del Sistema Coca-Cola es impulsar la economía circular al recolectar el equivalente al 100% de nuestros empaques no solo para producir nuevos envases, sino que además provee materia prima a otras las industrias. Si aumentamos la recolección, debería haber más PET reciclado para que todos lo utilicemos y tener un mundo sin residuos.

PHILIP MORRIS INTERNACIONAL SE ENCAMINA A UN FUTURO SOSTENIBLE Y LIBRE DE HUMO



Philip Morris Internacional acelera sus esfuerzos para cumplir con su misión de liberar al mundo del humo.

La compañía está enfocando sus recursos en el desarrollo, la comprobación científica y la comercialización responsable de productos libres de humo que son una mejor opción que seguir fumando, con el objetivo de sustituir completamente los cigarrillos lo antes posible.

Estas acciones corresponden a la estrategia de la compañía, en la que la sostenibilidad es un eje transversal que tiene cuatro pilares fundamentales: Transformar el Negocio, Impulsar la Excelencia Operacional, Gestionar el Impacto Social y Reducir la Huella Ambiental. En cada uno de ellos, PMI ha revisado cuáles son sus retos más

importantes, tomando en cuenta a un amplio grupo de partes interesadas, incluyendo a los consumidores y a sus colaboradores, con el propósito de dar prioridad a las áreas donde su trabajo puede dejar huella.

TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO

Hace algunos años, la compañía se dio cuenta que tanto el fumador adulto, como su círculo, comenzaron a pedir un cambio y mejores alternativas para aquellos que van a continuar fumando.

Requirió más de una década, del esfuerzo y colaboración de más de 430 científicos, de una inversión de más de 7200 millones de dólares, y de una profunda transformación de la forma en que trabaja la compañía para desarrollar un sistema innovador que calienta

el tabaco sin quemarlo y demostrar mediante la ciencia que, aunque no es libre de riesgo, es una alternativa mejor al cigarrillo tradicional.

Al calentar el tabaco, no se genera humo, sino que se obtiene un aerosol que emite en promedio 95% niveles más bajos de químicos dañinos en comparación con el humo del cigarrillo¹. Por ello, los niveles de tóxicos inhalados por los fumadores que cambian a este sistema se reducen significativamente.

Philip Morris comenzó a trabajar en esto por 3 razones:

1. Porque es su deber: Se sabe que fumar es perjudicial para la salud y lo mejor para cualquier persona es dejar de fumar. Según la Organización Mundial de la Salud, de los 1,100 millones de fumadores que existen actualmente, la gran mayoría continuarán

1. INFORMACIÓN IMPORTANTE: Esto no necesariamente equivale a una reducción del riesgo del 95%. Fuente: "95% menos" representa reducciones promedio en los niveles de una amplia gama de químicos dañinos (excluyendo nicotina) en comparación con el humo del cigarrillo de referencia.

fumando hacia 2025, por lo que es necesario buscar la forma de disminuir el riesgo de daño en su salud.

2. Porque puede: Hoy cuenta con la tecnología necesaria para desarrollar estas alternativas, y para poder demostrar mediante la ciencia que son mejores que los cigarrillos tradicionales.

3. Porque la sociedad lo está demandando: la compañía realizó una encuesta en más de 30.000 personas, que mostró que más de un 80% de los participantes quiere tener información sobre estas alternativas y quiere tener acceso a las mismas.

“Somos la única empresa tabacalera cuyos esfuerzos se centran en la sustitución de los cigarrillos por productos libres de humo. En la región, la alternativa IQOS ya se encuentra disponible en Guatemala, República Dominicana, Curazao y desde octubre en Costa Rica. Nuestra meta es que para el 2025 el 40 por ciento de nuestros ingresos provengan de alternativas libres de humo. Actualmente representan más de 18 por ciento”, comentó Ana Russo, Directora General de PMI para Centroamérica y Caribe.

Además, la plataforma libre de humo IQOS, fue aprobado por el FDA de USA para comercializarse como un producto de riesgo modificado, lo cual valida la investigación y la ciencia con que la compañía ha desarrollado estas alternativas y la oportunidad que representa para los adultos fumadores.

EXCELENCIA OPERACIONAL

Philip Morris tiene como objetivo que todos sus productos sean comercializados de manera responsable, poniendo al consumidor en el centro. La compañía pasó de un modelo B2B a incluir un modelo B2C con la gama de productos libres de humo.

Se trabaja en la prevención del acceso a sus productos por parte de los menores de edad, por lo que, para 2023, los dispositivos electrónicos libres de humo vendrían equipados con tecnología de verificación de edad.

Como parte de la excelencia opera-



cional, toda la cadena de suministro trabaja al 100% bajo estándares de sostenibilidad, se tiene una política de privacidad de datos de sus consumidores y se realizan esfuerzos para la prevención del comercio ilícito.

IMPACTO SOCIAL

La empresa promueve el respeto de los derechos humanos en toda su cadena de valor. El 92% de las fincas productoras de materia prima ha implementado prácticas laborales monitoreadas. Para 2019, no se encontró ningún incidente de trabajo infantil en más del 99 por ciento de las más de 300.000 granjas de tabaco monitoreadas y, para 2025, se propone tener cero trabajo infantil en su cadena de suministro de tabaco.

PMI procura ir más allá de los beneficios que establecen las legislaciones locales. Es así, como en más de 77 mercados las licencias de maternidad ofrecen más beneficios que la ley local y se ha logrado implementar la licencia de paternidad en 71 países. A esto se suman sus iniciativas de apoyo a la comunidad LGBTIQ+ en más de 27 mercados.

En 2018, PMI fue la primera empresa en recibir la Certificación Global Equal - Salary, que asegura que paga por

igual tanto a mujeres como hombres por igual trabajo, en todos los países donde opera. Mientras tanto, las mujeres representan el 41% total de la compañía y continúa realizando esfuerzos para disminuir esa brecha.

REDUCIR LA HUELLA AMBIENTAL

En materia de protección ambiental, destaca su objetivo de alcanzar cero emisiones netas de carbono en todas sus fábricas para 2030 y tiene como meta ser Carbono Neutral en toda su cadena de valor para el año 2050.

PMI cuenta con campañas de recolección de colillas en casi todos los mercados donde opera. En Costa Rica, junto con la Municipalidad de Belén, la Regencia Química de la Universidad de Costa Rica y la Fundación Five Minutes, se está lanzando la campaña educativa “Dale Rumbo a tus Colillas”, recolección de colillas de cigarrillos e investigación para el destino sostenible que se les pueda dar.

La compañía continúa en este proceso de transformación con el objetivo de dejar de ser solo una empresa tabacalera, para pasar a ser una empresa de ciencia, innovación y tecnología, orientada hacia el consumidor.

Al comprar productos
en NaturAceites

estás premiando



las prácticas
responsables



NaturAceites
Responsables por Naturaleza

Capullo
35 AÑOS



LA PALMICULTURA SOSTENIBLE ES POSIBLE

Existe una importancia de promover un mercado que recompense las operaciones responsables y que promuevan buenas prácticas sociales, respeto a los derechos humanos y la creación de valor para la sociedad al momento de extraer aceites vegetales.

POR: HÉCTOR HERRERA,
Gerente de Sostenibilidad de NaturAceites

El aceite vegetal ocupa el segundo lugar entre los productos de mayor consumo alimenticio en el mundo. Un producto con tan alta demanda y tan relevante en los hogares alrededor del planeta debe obligarnos a preguntar: ¿Cómo podemos producir y abastecer el consumo y demanda de la forma más responsable y sostenible posible?

Pensar en el aceite de palma como una alternativa sostenible pareciera ser disruptivo en un contexto mundial donde el mismo es percibido como algo negativo por malas prácticas registradas por parte de algunos productores, principalmente asociados a la región de mayor producción mundial, el Sudeste Asiático.

De todas las fuentes alternativas de aceite vegetal (colza, girasol, soya), la palma requiere menos tierra, menos agua, menos fertilización química, menor aplicación de herbicidas y menos energía para producir más aceite. Técnicamente, es una mejor solución para la provisión de aceite para consumo humano e industrial. Su éxito depende de la responsabilidad y sostenibili-

dad bajo la cual es producido pues, como cualquier actividad humana, también genera impactos que deben atenderse y minimizarse.

En un mundo sin aceite de palma, los impactos de obtener aceite vegetal serían mucho más altos para satisfacer la demanda mundial. De acuerdo con un estudio del Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), el cambio del aceite de palma hacia otras fuentes implicaría utilizar hasta nueve veces más tierra que la actualmente destinada para dicho propósito, así como más agua, fertilizantes químicos, herbicidas, y más energía para obtener la misma cantidad de aceite.

NaturAceites ha apostado por la producción de aceite de palma sostenible bajo un modelo de responsabilidad ambiental y social periódicamente auditado en campo por terceros independientes a través de la certificación de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por

sus siglas en inglés).

Por ello, actualmente el 50% del aceite que producen está certificado bajo este sello de sostenibilidad y, gracias al compromiso de productores asociados a nuestra cadena de suministro, esperamos que este porcentaje se eleve a 70% al finalizar el 2020.

En un mercado donde aproximadamente 5 de cada 10 productos que se pueden encontrar en los supermercados contienen algún derivado del aceite de palma, elegir productos que cumplan con parámetros de producción sostenible y responsable se hace cada vez más importante pues nuestras decisiones individuales, unidas, pueden generar cambios positivos en el mundo. En este trayecto, los modelos de certificación como el de RSPO pueden aportar constructivamente orientando al consumidor y al mercado a valorar un sello que acredite esas buenas prácticas ambientales y sociales en la palmicultura, tal como ocurre con otros cultivos e industrias.

NaturAceites sabe que el camino hacia una industria palmicultora sostenible es tarea de todos, desde las plantaciones hasta consumidores y clientes. Por eso, en nuestro rol de productores, trabajamos continuamente para mejorar las prácticas de operación y hacer vivo el compromiso de ser responsables con la naturaleza.

FORO | Forbes PERSPECTIVAS

LA RUTA DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA 2021

EVENTO
VIRTUAL

ENERO
2021

El Foro Forbes Perspectivas: La ruta de la reactivación económica 2021 se convertirá en un think tank que detonará ideas para delinear el rumbo que deberá tomar la región en sectores estratégicos como: turismo, construcción, logística, agroindustria, manufactura, banca y tecnología.

SAVE
THE
DATE

-  FORBESCENTROAMÉRICA
-  FORBES_CENTROAMERICA
-  @FORBE_CA
-  FORBES CENTROAMÉRICA
-  REVISTA FORBES RD
-  REVISTAFORBESRD

WWW.FORBESCENTROAMERICA.COM

PARA MÁS INFORMACIÓN:
EVENTOSCA@FORBESLATAM.NET

LOS MÁS *Creativos* DE LA REGIÓN



EL TRABAJO ARTÍSTICO DE CENTROAMERICANOS Y DOMINICANOS HA DADO LA VUELTA AL MUNDO Y ROBADO EL CORAZÓN DEL PÚBLICO, PERO TAMBIÉN HA SIDO CAPAZ DE GANAR EL RESPETO DE LOS CRÍTICOS MÁS EXIGENTES.

Investigación: Alain Prieto y Ángeles Francia

Fotografías interiores: Getty Images, Facebook personales, petición individual y archivo FORBES LATAM.

JIMÉNEZ
DEREDIA

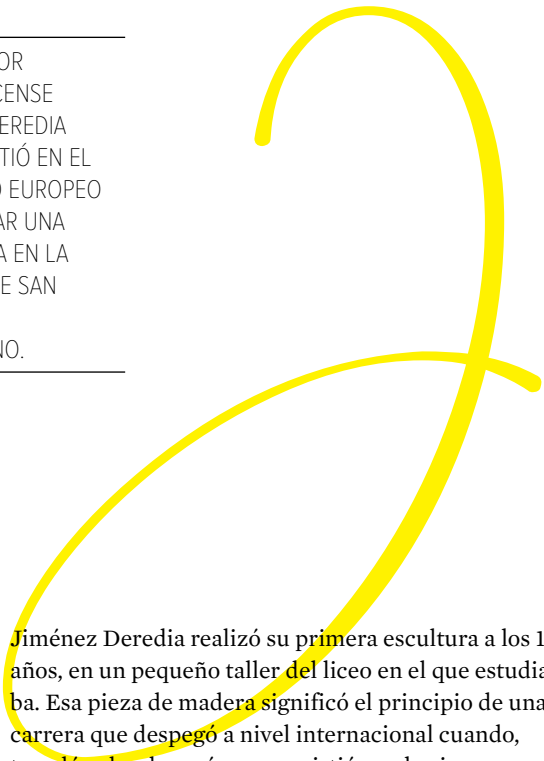
COSTA RICA • ESCULTOR

EL
misterio
DE LA ESFERA

POR HUGO SALVATIERRA ARREGUÍN

FOTO IRENE MALFANTI

EL ESCULTOR
COSTARRICENSE
JIMÉNEZ DEREDIA
SE CONVIRTIÓ EN EL
PRIMER NO EUROPEO
EN REALIZAR UNA
ESCULTURA EN LA
BASÍLICA DE SAN
PEDRO, EN
EL VATICANO.



Jiménez Deredia realizó su primera escultura a los 13 años, en un pequeño taller del liceo en el que estudiaba. Esa pieza de madera significó el principio de una carrera que despegó a nivel internacional cuando, tres décadas después, se convirtió en el primer no europeo en llevar a cabo una escultura en la Basílica de San Pedro, en Ciudad del Vaticano.

De padre radiotécnico y madre dedicada al hogar, a los 14 años recibió una beca para estudiar el bachillerato en el Conservatorio de Castella y luego continuó sus estudios por dos años en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Costa Rica, hasta que se trasladó a la Academia de Bellas Artes de Carrara, Italia, y posteriormente cursó arquitectura en la Universidad de Florencia.

Hoy tiene su taller entre Carrara y Pietrasanta, donde trabaja con materiales como piedra, granito, mármol, madera y bronce. Su obra es una búsqueda de las grandes respuestas existenciales de los seres humanos: de dónde venimos, qué hacemos en el planeta y hacia dónde vamos.

Está convencido de que somos polvo de estrellas en transmutación, motivo por el que nos estamos transformando en todo momento (nacemos, crecemos, envejecemos y morimos) y somos partícipes del gran proceso del Universo.

Al buscar sus raíces y los símbolos que las representan, el artista encontró la esfera precolombina que elaboraron los borucas, una cultura que se desarrolló en el Sur de Costa Rica, la cual, de alguna manera, logró sintetizar la cosmogénesis (secuencias de eventos del desarrollo del Universo) en esferas de piedra.

2006


LE OFRECEN LA CIUDAD DE FLORENCIA PARA HACER UNA EXPOSICIÓN EN SITIOS COMO PLAZA DE LA REPÚBLICA, EN EL ATRIO DE LA GALERÍA DE LOS OFICIOS, PALACIO PITTI Y JARDÍN DE BÓBOLI

“Entonces, una génesis como la mía, que inicia como una esfera o como un huevo y que se transforma en una mujer nos está hablando primero de la transmutación de la materia, después nos está hablando del tiempo que pasa y después nos está hablando del espacio, nos está hablando de lo que somos nosotros: tiempo y espacio”, explica Jiménez Deredia.

El principio de su carrera fue bastante difícil, pero los primeros reconocimientos llegaron a finales de la década de 1970, cuando comenzó a hacer exposiciones personales en museos. Otro punto de quiebre fue cuando a mediados de los años 80 realizó una gran escultura para la ciudad de París.

Pero su despegue llegó cuando el Papa Juan Pablo II lo invitó a realizar la escultura de San Marcelino Champagnat para la Nicchia (nicho) hecha por Miguel Ángel entre 1544 y 1564. De este modo, en el año 2000 se convirtió en el primer no europeo con una obra en la Basílica de San Pedro.

Su trabajo ha sido expuesto en espacios públicos como el parque la Versiliana, en Pietrasanta, en los sitios más emblemáticos de Florencia, en La vía sagrada del Foro Romano, todos en Italia, pero también en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica, en donde ha llevado su visión del ser humano y el Universo a miles de personas.

“Creo que mi arte es un arte de esperanza, un esfuerzo, una tentativa para comprender el ser; la esfera siempre es símbolo del ser y lo circular siempre habla de nuestro esfuerzo para integrar a nuestros contrarios, entonces hay un diálogo entre el espectador y la obra”, describe. 

POR HUGO SALVATIERRA ARREGUÍN

FOTO MARINE CESSAT-BEGLER

EL LLAMADO DEL

alma

TRAS GANAR OPERALIA, LA CANTANTE GUATEMALTECA TRABAJA PARA CONSOLIDAR SU CARRERA EN LOS ESCENARIOS MÁS IMPORTANTES DEL MUNDO.

72

El primer lugar del concurso Operalia 2019 puso los ojos de la música en la guatemalteca Adriana González, quien sabe que esto apenas es el inicio, pues la voz de un cantante de ópera llega al pico de su madurez a los 45 o 50 años, así que sigue tocando puertas para interpretar papeles relevantes y presentarse en los escenarios más importantes del mundo.

Al hablar de sus orígenes recuerda que tuvo dos influencias: su primera maestra de canto, quien le dijo que, independientemente del género de su preferencia, debía aprender una técnica clásica. La otra fue María Callas, de quien su madre escuchaba las grabaciones hechas al final de su carrera, cuando su vibrato ya estaba inestable.

“Música hay tanta en el mundo, pero cuando te llama tan específicamente al alma y una expresión tan única, no puedes decir que no y fue así que comencé a conocer todo el mundo lírico, todo el mundo de la ópera”, cita González.

Pronto vinieron los primeros frutos, cuando en 2009 ganó el premio Artista Revelación de la

Hemeroteca Nacional de Guatemala. Pero la realidad es que resulta muy difícil construir una carrera de cantante de ópera en su país, porque no es un género que se interprete regularmente en el Teatro Nacional.

Por fortuna, en Europa conoció al director de orquesta Iñaki Encina Oyón, quien hasta el día de hoy es su mentor. “Él me dijo: ‘mira, sé que estás interesada en ópera, tienes una voz muy interesante, por qué no pruebas ir a París, allá hay una ópera estudio [Ópera National de Paris] y eso es algo que permite a los jóvenes cantantes comenzar una carrera’”, narra González.

Un año más tarde, en 2013, su también amigo le dio la primera oportunidad para hacer ópera en escena, con una orquesta y en un contexto profesional.

Pronto vinieron los reconocimientos y en 2016 ganó el primer premio en el Concurso Otto Edlmann (Viena); en 2017 obtuvo el 2o premio en el Concurso Francisco Viñas en el Gran Teatro del Liceo (Barcelona) y el Prix Lyrique 2017, del Círculo Carpeaux (París).

Dos años más tarde recibió el 1er premio en Operalia, la

competición mundial de ópera fundada por Plácido Domingo, donde también ganó el Premio Pepita Embil de zarzuela.

Recientemente, junto con Encina Oyón, lanzó su primer álbum titulado *Dussaut & Covatti: Mélodies*, enfocado en el género de la *mélodie* francesa de principios del siglo XX; este año fue nominado al Deutschen Schallplattenkritik Preis 2020 (Premio de la crítica discográfica alemana).

A pesar de los reconocimientos, González también piensa en el futuro lejano: “Miren a [Plácido] Domingo, a Leo Nucci, son ejemplos de hombres que todavía cantan hasta los 60, 80 años. Entonces, eso es lo que uno quiere a largo plazo, seguir haciendo música toda su vida. Esa es la meta principal”.

Por lo pronto, la guatemalteca continúa consolidando su carrera y en los próximos meses se presentará en el Gran Teatro del Liceo (Barcelona), en la Ópera de Fráncfort, en la Ópera de Rouen (Normandía) y hará su debut en Tokio, el cual se tuvo que posponer debido al Covid-19. Y claro, comenzará a grabar su segundo disco, también con Encina Oyón. 

ADRIANA
GONZÁLEZ

GUATEMALA • CANTANTE DE ÓPERA



2019

AÑO EN EL QUE GANÓ
OPERALIA, LA COMPETICIÓN
MUNDIAL DE ÓPERA

EL OSCAR

centroamérica

CON LA EXPERIENCIA DE QUIEN HA GANADO UN OSCAR Y DIRIGIDO Y PRODUCIDO EN ESTADOS UNIDOS, EL SALVADOREÑO ANDRÉ R. GUTTFREUND AHORA TRABAJA PARA IMPULSAR EL CINE EN SU PAÍS.

74

Mientras André R. Gutfreund se encontraba en Londres, en 1970, recibió una llamada de Walter Béneket, ministro de Educación de El Salvador, quien lo comisionó para formar parte del equipo que lanzaría los canales 8 y 10, destinados a la cultura y la educación. Ese suceso fue determinante para que cambiara el teatro por el cine y a la postre ganara un Oscar.

Como parte de este proyecto tuvo que ir a Estados Unidos en busca de asesores, donde se enteró que Roberto Rossellini, cineasta y padre del neorrealismo italiano, estaba interesado en conocer a profundidad lo que se llevaba a cabo en el país centroamericano.

Luego de ser invitado por el gobierno, junto con Tony Villani, director del American Film Institute de Los Ángeles, el italiano llegó para dar dos semanas de capacitación en El Salvador, donde Gutfreund dirigía la obra de teatro *Rosencrantz y Guildenstern están muertos*.

Después de que vio la puesta en escena, Rossellini dijo al joven centroamericano que había dirigido como cineasta, por lo que le dio una beca para estudiar una maestría en el Conservatorio del American Film Institute, donde se hizo amigo del documentalista

Peter Werner, con quien decidió hacer su tesis y por lo tanto su propia película.


Leyeron muchos textos hasta que encontraron el cuento *En la región de hielo* (*In the Region of Ice*), escrito por Carol Oates, quien nunca antes había autorizado una adaptación de su obra al cine, pero aceptó tras leer el guión, así que dedicaron los siguientes seis o siete meses al rodaje y luego a lanzarlo en festivales.

“Nunca soñamos que se nos iba a nominar para el Oscar [1977] y definitivamente nunca, nunca concebimos que podíamos con nuestra primera película ganar el Oscar [Mejor Cortometraje Dramático], así que todo fue una sorpresa y todo fue un proceso que nos llenó mucho de una manera, pues totalmente inesperada”, recuerda Gutfreund.

En ese momento el salvadoreño tenía 30 años y supo que su destino estaba entre las cámaras. Y así ocurrió, pues a lo largo de su carrera ha dirigido películas como *Femme fatale* (Republic Pictures, con el actor Colin Firth) y *Breach of Contract* (Producciones HG), así como episodios en series entre las que están *Periodistas* (España), *Superboy, L. A. Law* y *Picket Fences* (en Estados Unidos).

Como productor, además de *En la región de hielo*, llevó a cabo las películas *A Perfect Match* (CBS y Lorrimar), *The Abduction of Kari Swenson* (Producciones NBC), *Little Match Girl* (Producciones NBC) y *Cabalgando con la Muerte* (Productora Metropolitana).

Luego de andar por el mundo, Gutfreund volvió a El Salvador hace nueve años para impartir talleres de cine ficción y compartir sus experiencias, pero al mismo tiempo identificar y formar nuevo talento.

“Entonces empecé varios proyectos con lo que yo llamo *taller hechura*, adonde al mismo tiempo que estamos aprendiendo y enseñando estamos produciendo, pero que se pueda garantizar una mínima formación y una mínima calidad de producto al mismo tiempo. Eso ha sido mi misión desde que vine y eso es lo que sigo haciendo”, enfatiza. 

ano

ANDRE R.
GUTTFREUND

EL SALVADOR · CINE

EL OSCAR

(PREMIO DE LA ACADEMIA)

Película: *En la región de hielo*

Productor: Andre R. Gutfreund

Categoría: Mejor Cortometraje Dramático

Otorgado por: Instituto Americano de Cinematografía

MARÍA LÓPEZ VIGIL
SE CONVIRTIÓ EN
UN REFERENTE
DE LA LITERATURA
INFANTIL, LO
QUE LA LLEVÓ A
GANAR EL PREMIO
IBEROAMERICANO
CERVANTES CHICO.

MARÍA
LÓPEZ VIGIL

NICARAGUA
LITERATURA INFANTIL

Historia CON RAÍCES

POR HUGO SALVATIERRA ARREGUÍN

FOTO ROBERTO ZÚÑIGA



María López Vigil nació en La Habana, Cuba, donde vivió una niñez y adolescencia feliz en compañía de sus hermanos. Ese entorno se convirtió en una raíz profunda que con el paso de los años le permitió desarrollar su creatividad literaria y convertirse en la primera persona que gana el Premio Iberoamericano Cervantes Chico, en 2019.

En su país de origen, esta narradora vivió “el amanecer” de la Revolución Cubana, pero luego se exilió en España, donde ingresó al convento, del que salió años más tarde, pues consideraba que ahí no estaba Dios. Luego estudió Periodismo en Barcelona, profesión que desempeñó durante siete años en Madrid.

En 1981 llegó a Nicaragua, país del que adquirió la nacionalidad. “Creo que venir a Nicaragua es lo que me hizo capaz de escribir literatura infantil, porque en Nicaragua no había una literatura infantil propia y apropiada para los niños de aquí, con palabras, con historias, con realidades nicaragüenses, yo quise llenar ese vacío”, recuerda.

López Vigil se considera feminista y a lo largo de los años se ha desempeñado en diversas facetas: ha sido comunicadora, escritora de series radiales de temas religiosos, colaboradora en revistas de análisis político y ha publicado literatura testimonial, así como libros para niños.

“Pero yo no me considero una persona con carrera literaria, soy una artesana de la palabra”, deja claro.

Su historia en el género comenzó a raíz de un concurso organizado por la Cooperación Sueca, llamado “Los niños queremos cuentos”, para el que

2019

AÑO EN EL QUE GANÓ LA PRIMERA EDICIÓN DEL PREMIO IBEROAMERICANO CERVANTES CHICO, INCENTIVADO POR LA ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS

escribió el libro *Un güegüe me contó*, que mediante varias historias narra desde el origen de Nicaragua hasta la llegada de los españoles: describe a los dioses masculinos y femeninos, los ancestros y la evolución de la población. Evidentemente, esta obra fue la ganadora del certamen.

López Vigil reconoce que no hubiera escrito ninguno de sus libros sin su hermano Nivio, quien es un ilustrador que cuenta con un centenar de libros infantiles en España. Desde su punto de vista, es imposible que una publicación guste a los más pequeños si no tiene este tipo de imágenes.

“Cuando me dieron el premio Cervantes Chico yo dije en el discurso que todo Quijote necesita un Sancho y el Sancho Panza que tuve yo escribiendo fue mi hermano”, recuerda.

Prácticamente, López Vigil ha realizado todas sus publicaciones con Nivio, menos la última: *Dennis Martínez, el chavalito relámpago*, que narra la historia del pelotero nicaragüense del mismo nombre, quien se convirtió en el primer latino en ganar un juego perfecto en las Grandes Ligas.

Otro de sus libros, *Cinco noches arrechas*, está integrado por los cuentos *El cura sin cabeza*, *El cadejo* (perro espectral), *La Cegua* (mujer que espanta a los hombres en el camino), *La carreta nagua* y *El Caballo de Arrechavala*, todas ellas narraciones que han sido contadas oralmente en prácticamente toda América Latina, pero la escritora centroamericana quiso narrarlas en la contemporaneidad de Nicaragua.

Su creatividad no para, por lo que ahora planea, junto con su hermano, escribir un libro sobre los personajes de la Navidad, pues desde su punto de vista son más que solamente Santa Claus, Los Reyes Magos o el Niño Jesús. **fb**

**DANIEL
SANTACRUZ**

CANTAUTOR
REPÚBLICA
DOMINICANA

78

**EL HOMBRE
DE LA**
*Bachata
azul*

POR FELIVIA MEJÍA

FOTO ISABEL TRINIDAD

CON SU SELLO PARTICULAR, EL CANTAUTOR DOMINICANO DANIEL SANTACRUZ SE HA CONVERTIDO EN UN EMBAJADOR MUNDIAL DE LA BACHATA.

Sin lugar a dudas, el cantautor dominicano Daniel Santacruz se encuentra en el punto más alto de sus 17 años de carrera como solista, luego de que hace algunas semanas ganara su primer Latin Grammy, al que había sido nominado ocho veces desde 2003.

El también productor y arreglista de merengue y bachata se llevó el trofeo en la categoría de Mejor Álbum de Merengue y/o Bachata gracias a su séptima producción titulada *Larimar*, nombre que tomó de la singular piedra preciosa que únicamente se extrae en su isla natal.

A lo largo de su trayectoria, Santacruz ha recibido tres Premios Lo Nuestro, tres Billboard de la Música Latina, 12 galardones de la Sociedad Americana de Compositores, Autores y Editores (ASCAP) y dos Premios Soberano, que es el más trascendente reconocimiento al arte en su natal República Dominicana.

Su nombre de pila es Daniel Cruz Sánchez, pero cuando emprendió el camino de la música decidió combinar sus dos apellidos para formar uno solo, con la intención de honrar a su madre Milagros Sánchez, que escribe libros de poemas y de quien, dice, también recibió una fuerte influencia musical, aunque ella no es cantante profesional.

“Soy un agradecido de Dios de poder tener la bendición de crear, ese don de combinar melodías y letras y algo que no existía de repente traerlo a la vida”

El artista se expresa tímido al enumerar sus logros, y humilde cuando se refiere a la proyección mundial de su obra, que ha deleitado a una amplia fanaticada en Portugal, España, Italia, Francia, Rusia, Australia, Uruguay, Perú, Colombia, México, Estados Unidos y Argentina, entre otros países.

Santacruz compuso, junto con su hermano Manny, la canción *Deja Vu*, para Prince Royce y Shakira, así como otros temas que han grabado Reik, Héctor Acosta, Andy Andy, Grupo Ilegales, el desaparecido dúo Monchy y Alexandra, Frank Reyes, Wason Brazobán, Eddy Herrera, Milly Quezada, José Feliciano y Tito Rojas, entre otros.

Hace seis años tuvo lugar el lanzamiento de su tema *Lento*, el cual, a pesar del paso del tiempo, continúa siendo el favorito en sus conciertos. En el reciente verano esta melodía, al ritmo africano kizomba, agitó la red social TikTok con más de 530,000 videos subidos por usuarios.


De niño aprendió de su abuela materna, quien era pianista, que la música “es el arte de bien combinar los sonidos y el tiempo”. Ella también le enseñó muy básicas lecciones de música. Sin embargo, en ese entonces el artista no se sentía tan atraído por los acordes, por lo que prestaba poca atención a la abuela.

Fue hasta su adolescencia cuando se enamoró de verdad de la música. A sus 20 años formó parte de una banda de merengue denominada Massá y dos años más tarde pasó a la orquesta Rikarena.

Mientras se encontraba de gira por Colombia con esta última banda, a finales de los 90, Santacruz se compró su primera guitarra y decidió aprender de manera empírica cómo tocarla y a componer canciones. A partir de ahí la inspiración ha permanecido de manera imparable.

“La creatividad es una fuerza muy poderosa, soy un agradecido de Dios de poder tener la bendición de crear, ese don de combinar melodías y letras y algo que no existía de repente traerlo a la vida, que nazca una canción es un fenómeno, eso lo valoro muchísimo, y poder cantarla es un adicional grandísimo”, expresa.

En medio de la incertidumbre sanitaria que este año agobia al mundo, Daniel Santacruz mantiene encendida su creatividad para ofrecer sus nuevas canciones, enmarcadas en el álbum *Larimar*, que busca convertirse en un aliciente musical que, como él dice, deja fluir “una energía bonita que va y se devuelve”.

“Tal vez este no ha sido mi tiempo más inspirado para escribir muchas canciones, pero sí pude sacar un disco que para mí es el más especial que he hecho hasta ahora en toda mi carrera y creo que es el que más he disfrutado”, añade el vocalista de 43 años. 

**MANNY
CRUZ**

CANTAUTOR
REPÚBLICA
DOMINICANA

80

UN
merengue
ROMÁNTICO

POR FELIVIA MEJÍA

FOTO ISABEL TRINIDAD

LAS LETRAS DEL DOMINICANO
MANNY CRUZ HAN
CONQUISTADO A LAS GRANDES
AUDIENCIAS, CONVIRTIÉNDOSE
EN UNO DE LOS PRINCIPALES
EXPOSITORES DE LA NUEVA
GENERACIÓN DEL MERENGUE
ROMÁNTICO.

A Manny Cruz le puede llegar la inspiración en el momento menos esperado, incluso disfrutando de un espectáculo, como ocurrió en un recital en el que actuaba una de sus sobrinas y sentado entre el público sintió la necesidad de escapar del auditorio para grabar en su teléfono móvil *Santo Domingo*, una canción en honor a su ciudad natal.

El tema alcanzó un millón de visualizaciones en YouTube en apenas seis días, lo que significó una acogida abrumadora que se ha convertido en una constante este año con los temas que ha lanzado el cantautor dominicano de 37 años.

“La creatividad representa todo, sin eso no hay nada, no nacen las canciones, ni todas las melodías, por lo que le doy gracias a Dios que me dio este poquito de creatividad para crear estas canciones que la gente ha abrazado de manera increíble todos estos años”, reflexiona el artista, uno de los más destacados representantes de la nueva generación de intérpretes del merengue romántico.

Cruz fue vocalista de varias agrupaciones y en 2010 tuvo un intento fallido como solista. Por fortuna supo levantarse de ese descalabro y hacer que llegaran los éxitos: en tres años ha conquistado un premio Latin Billboard, dos Latin American Music Awards, un Sociedad Americana de Compositores, Autores y Editores (Ascap) y tres nominaciones al Grammy Latino.

Aunque nació en Quisqueya, a los 14 años de edad, Emmanuel Cruz Sánchez o Manny Cruz, emigró a Estados Unidos junto con sus padres. Allí decidió estudiar *Music Business*, en la Miami Dade College, inspirado por su hermano, conocido artísticamente como Daniel Santacruz, quien ya había iniciado una carrera musical.

A los 24 años regresó a la media isla decidido a escribir su propia historia como cantante, por lo que se unió a las orquestas de merengue Rikarena y más tarde a la de Kinito Méndez. También formó parte del grupo Ilegales y trabajó como promotor del proyecto musical de la literata Rita Indiana y de su hermano Daniel.

En 2010 decidió presentar su propio proyecto como solista interpretando merengue, pero no funcionó. Fue un tiempo muy difícil, recuerda el artista, sobre todo económicamente, ya que invirtió todos sus ahorros en ese sueño trunco.

“Agradezco mucho a mi hermano Daniel porque en esos momentos que la pasé muy mal, que no sabía qué iba a pasar con mi carrera, que iba en declive, que tenía mucha incertidumbre, él me ayudó mucho a nivel emocional y económico, porque esta carrera emocionalmente juega mucho contigo, no es fácil, es como una montaña rusa”, argumenta.

Antes de que en 2017 volviera a intentar ser solista, Cruz participó en musicales de teatros, grabó jingles comerciales y formó parte del grupo de pop Aura por casi cuatro años.

“Yo no cambiaría la trayectoria que he atravesado, pasé momentos de muchas vicisitudes, he hecho mi fila, una fila muy larga de 2007 para acá, y yo creo que todo eso me ha enseñado a valorar más cada peldaño que subo, cada canción que lanzo y veo cómo la gente lo acepta; cada nominación, cada premio lo valoro grandemente porque me costó mucho llegar a donde estoy, aunque sé que falta mucho camino por recorrer”, reconoce.

Este año grabó los temas *Imaginar me sin ti*, junto al puertorriqueño Elvis Crespo; *Yo quisiera ser*, con la merenguera Miriam Cruz, *Dime que sí*, con el grupo Ilegales y un homenaje a Juan Luis Guerra.

“Yo veo el merengue más vivo que nunca, desde mi óptica, lo que ha pasado conmigo es algo sumamente increíble”, afirma.

Y los planes no paran en Manny, por lo que ahora está en el proceso de grabación de un merengue que interpretará a dúo con su hermano Daniel, el cual esperan presentar a inicios del año próximo. **1**

“Le doy gracias a Dios que me dio este poquito de creatividad para crear estas canciones que la gente ha abrazado de manera increíble todos estos años”



HÉCTOR MANUEL VALDEZ

CINE
REPÚBLICA DOMINICANA

Es egresado de la Universidad de McGill, en Montreal. En 2013 filmó *Al sur de la inocencia*, su primer largometraje. Luego vino *Melocotones (Peaches)*, premiada en 2017 como Filme del Festival, en el Raindance Film Festival, en Reino Unido, considerado la máxima cita del cine independiente en Europa. Con su cinta *Malpaso* (2019) ganó en septiembre el Premio a la Mejor Película Internacional en el New York Latino Film Festival 2020.



DIEGO CALDERÓN ARMIÉN

DANZA
PANAMÁ

Reconocido en Rusia como Artista Revelación 2019, inédito en un país de legendarios exponentes danzísticos. Diego se convirtió en el primer varón panameño en graduarse en la Academia del Ballet Bolshói. Desde las filas del Teatro Académico Ópera y Ballet de Samara, en septiembre recibió el galardón La Musa de Samara por su protagónico en *Las tres máscaras del rey*. Está nominado al prestigioso premio ruso La Máscara Dorada en 2021, por su papel de Nurali en el ballet *La fuente de Bakhchesaray*.



SERGIO RAMÍREZ

LITERATURA
NICARAGUA

En enero de este año, las palabras –ahora dirigidas a los niños– del laureado escritor, periodista y abogado masatepino (portada *Creativos Forbes 2018*) fueron galardonadas una vez más. *Los pájaros que volaron del cuadro* es uno de los ganadores del premio Fundación Cuatrogatos 2020, organización educativa ubicada en Miami, EU. Autor de más de 60 títulos, el prolífico Premio Cervantes 2017 escribió su primer cuento a los 14 años y publicó su primer libro en 1963, a la edad de 21.



ÁLVARO TORRES

MÚSICA
EL SALVADOR

Siempre vigente, en junio ofreció un concierto vía streaming en beneficio de los afectados por la pandemia y la tormenta tropical Amanda. Oriundo de Usulután, el cantautor es considerado el más internacional de los salvadoreños. Grabó su LP debut a los 21 años y tiene más de 50 discos en su haber. En los años 1980 colocó una veintena de canciones en el Hot Latin Songs de Billboard en EU, incluidas de *Punta a punta* y *Buenos amigos*, en dúo con Selena Quintanilla.



ROGER ROQUE

ARTES DIGITALES
HONDURAS

Entre más de 2,000 propuestas presentadas, en julio pasado logró el segundo lugar del concurso para diseño de fondos de pantalla, Actitud Redmi, que lanzó la rama española de la multinacional Xiaomi. En noviembre de 2019, el nacido en Choluteca, Honduras, había recibido Mención Honorífica en el III Festival de Cortometrajes 24Frames, en Madrid, España, al Mejor Corto de Animación Tradicional, con su trabajo *Un globo para ti*.



ALEJANDRO ARROYO ALBERTO

MÚSICA
EL SALVADOR

Nacido en Santa Tecla, se preparó inicialmente en el Cemar de su país. Siendo el único centroamericano entre 13 concursantes, ganó en noviembre de 2019 el primer lugar del V Concurso Internacional de Piano Federico Chopin Lima-Perú, considerado el certamen de piano más importante de Sudamérica. Es finalista para 2021 en la Competencia Internacional de Piano de la Texas State University, EU, donde antes logró el Patrick W. Price Award.



ROCÍO ESCOBAR

FOTOGRAFÍA
COSTA RICA

Multipremiada, está considerada una de las pioneras de las lentes femeninas costarricenses, y estuvo “entre los primeros fotógrafos digitales del país”. Su escuela de fotografía es, hoy por hoy, uno de los máximos referentes en su nación. Especialmente activa durante la pandemia, en meses recientes lanzó desde su academia una serie de masterclasses online en forma gratuita, que brindan habilidades y fundamentos a estudiantes y profesionales.



MARÍA ECHEVERRI

DISEÑO DE JOYERÍA
HONDURAS

En 2019 fue designada Artista del Año en Mantua, Italia, y ganó este agosto el International Prize New York City por sus logros artísticos. Contribuyó con su colección en plata *Bloom of Life* (premiada en la Bienal de Florencia en 2019) para la edición británica de la revista *Vanity Fair*. Acreditada como joyera profesional por el Gemological Institute of America, vende su marca en la tienda Dreems de Nueva York y en su showroom, House of ME, en San Pedro Sula.

POR HUGO SALVATIERRA ARREGUÍN

FOTO DAVID ESCOBAR

Diseño SIN PRESUNCIÓN

EDUARDO J. CASTILLO,
GANADOR DE UN PRIX
VERSAILLES 2019,
ESTÁ CONVENCIDO
QUE LOS PROYECTOS
ARQUITECTÓNICOS Y
URBANÍSTICOS TIENEN
QUE CONVIVIR CON EL
MEDIOAMBIENTE.



**EDUARDO
CASTILLO**

GUATEMALA • ARQUITECTURA

DE NIVEL INTERNACIONAL

Premio: Gran Prix 2019, Palmarés continental América Central, del Sur y el Caribe

Categoría: Centros Comerciales

Reconocimiento: Mención exterior

Proyecto: Ciudad del Este Fase Uno

Ubicación: Curridabat, Costa Rica

A lo largo de su carrera, Eduardo J. Castillo Cortés se ha dado a la tarea de diseñar arquitectura amigable con el medioambiente, pero fue hasta el año pasado cuando sus esfuerzos verdaderamente dieron grandes frutos, cuando le notificaron que estaba entre los ganadores del Prix Versailles debido al proyecto Ciudad Del Este Fase Uno, ubicado en Curridabat, Costa Rica.

Este galardón, en el que obtuvo una mención, reconoce lo mejor de las construcciones de corte comercial a nivel internacional y tiene la misión de fomentar la interacción entre la cultura y la economía, motivo por el que es respaldado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Unión Internacional de Arquitectos (UIA, por sus siglas en francés). Castillo Cortés incursionó en el mundo de la arquitectura debido a que su padre también se dedicaba a esa profesión, por lo que desde muy pequeño estuvo en contacto con ella.

“Yo empecé, de joven, a interesarme por la arquitectura y la construcción, pero también era músico y en realidad como que la música me llevó a viajar por todos lados y a conocer distintas ciudades y a entender cómo funcionaban y eso es lo que en verdad me apasionó”, recuerda el guatemalteco.

Como consecuencia, cursó la carrera de Arquitectura en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala, pero se transfirió a Estados Unidos en 1999, donde se graduó en la Maestría de Arquitectura del Savannah College of Art & Design, en 2003. En ese país colaboró con el estudio Sottile & Sottile, en Savannah, Georgia, y con la firma Dover Kohl & Partners, de Coral Gables, en Florida.

Después de esa experiencia, hace más de 15 años decidió fundar su propio despacho, Castillo Arquitectos, con la finalidad de desarrollar diseño urbanístico, arquitectónico y de desarrollo inmobiliario para la iniciativa privada o el gobierno, bajo un concepto que siempre tiene en consideración al medioambiente.

“Para nosotros lo más importante es el proyecto y el lugar. No estamos tratando de generar arquitectura tal vez icónica, sino en realidad qué es lo mejor para el proyecto, para el lugar y para el usuario que va a hacer uso de estos edificios y estas ciudades todo el tiempo”, reflexiona.

Su despacho ha ganado dos Charter Awards, del Congress for the New Urbanism, primero por el diseño del vecindario La Candelaria, en Antigua, Guatemala, y luego por la planificación urbana para el municipio de Curridabat, Costa Rica. Con la primera etapa de Ciudad del Este también se hizo acreedor de un premio Obras Cemex.

Sobre todo trabaja en Centroamérica y el Caribe, aunque como consultor ha colaborado en Estados Unidos, China y Turquía. Incluso, en la actualidad lleva a cabo el proyecto de una casa en Texas y recientemente lo llamaron para hacer “algo” en Lima, Perú.

“Creo que tenemos un despacho pequeño, pero con mucho talento, entonces poder recrear otra célula en otro lugar, eso sería interesante”, reconoce.

Sus ganas de incursionar en nuevas áreas no paran, así que espera pronto tener la oportunidad de trabajar en la renovación de edificios ubicados dentro de centros históricos, con la finalidad de darles nueva vida. **R**



FRANKLIN DELGADO

ARTES PICTÓRICAS
HONDURAS

Oriundo de Tegucigalpa, Franklin realiza retratos naturalistas de gran formato donde ahonda en los detalles más precisos a escala, obteniendo figuras vívidas y objetos cotidianos con rasgos fotorrealistas. Estudioso de la anatomía humana, los animales, la luz y los volúmenes, logra escenas vivas con grafito, carboncillo, hojas de oro y acuarelas. En septiembre y octubre pasados, Franklin se unió a otros 36 artistas de origen latino en la muestra virtual de 360°, organizada por el Museo de Arte Contemporáneo de Georgia, estado de la Unión Americana donde radica. Es egresado de la Universidad Francisco Morazán (San Pedro Sula) y posee una maestría en Bellas Artes y Pintura por el Savannah College of Art and Design. Con su retrato *The Dour Desire to Endure* ganó en 2018 el Gran Premio del Helen Sheridan Memorial, en el Kalamazoo Institute of Arts, Michigan.



LUIS MEDRANO CARLES

ARTES DIGITALES
PANAMÁ

Artista visual, egresado de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Panamá, es el primer panameño galardonado con el premio Emmy en las categorías de Diseño y Animación, y el único panameño ganador de tres Emmy de televisión. En su carrera fue director de arte en la cadena CBS New York en 2015-2016. Fundó la empresa The Motion Orchestra y es autor del *Manual de Animación: Orquestación de Movimiento*.



WINGSTON GONZÁLEZ

LITERATURA
GUATEMALA

La revista alemana *Signaturen* ha dicho que sus versos muestran una "sintaxis fragmentada, quebrada que juega con el lenguaje y lo lleva al canto". Presentó *Qué haré con mi lugar en el cielo* en la Bial de Arte de Toronto, en 2019. Este año ha realizado lecturas bilingües de *No Budu Please* para la Universidad de Nueva York. En 2015 ganó el Premio Mesoamericano de Poesía Luis Cardoza y Aragón, con su poemario *traslaciones*.



VÍCTOR CAÑAS

ARQUITECTURA
COSTA RICA

Estudió en México e Inglaterra, y fundó su despacho hace 45 años. En agosto, transmitió en streaming para la Universidad Internacional de Las Américas un recorrido por sus obras donde destaca la integración de la naturaleza, como en sus casas EOS o Los Guanacastes (2019). Tres veces ganador del Premio Mayor de la Bial de Arquitectura y Urbanismo de Costa Rica (máximo nacional), Víctor es el primer centroamericano que se convirtió en miembro honorario del Instituto Americano de Arquitectos.



LUCHY PLACENCIA

LITERATURA
REPÚBLICA DOMINICANA

En noviembre de 2019 Luchy volvió a encabezar las notas culturales dominicanas. Fue premiada como una de las cinco finalistas del Premio Literario Amazon, con *La niñez de Vega*. La novela, de rasgos históricos y sociales, destacó entre 2,400 obras candidatas de 40 países. Comunicadora por la Universidad Autónoma de Santo Domingo, también es fotógrafa y ha conseguido diferentes premios como el Any Color de la organización New Color.



CHEF MONI

GASTRONOMÍA
HONDURAS

En fincas de Wampusirpi (en la Mosquitia hondureña), impulsa a 200 familias indígenas que cultivan cacao. Mónica Pedemonte, mejor conocida como Chef Moni, fundó en 2006 Palato, marca que realiza barras de chocolate hechas con granos nativos y empacadas a mano. Además, posee una decena de tiendas en Tegucigalpa y San Pedro Sula. Hace un año obtuvo nueve medallas regionales y un bronce mundial en los International Chocolate Awards.



BEATRIZ CORTEZ

ARTES PLÁSTICAS
EL SALVADOR

Este año ganó el premio Frieze Art LIFEWTR Sculpture, con su propuesta *Glacial Erratic*. Para Beatriz, su obra expuesta en Norteamérica, Colombia y en su natal El Salvador, hace un recuento de los movimientos del planeta y la naturaleza de la migración. Posee una maestría en Bellas Artes por el Art Institute of California y es catedrática en el Departamento de Estudios Centroamericanos en la Universidad Estatal de California, Northridge.



LA MAGIA DE



**OSMANY
RODRÍGUEZ**

PRODUCTOR, GUIONISTA Y
DIRECTOR
REPÚBLICA DOMINICANA

DESPUÉS DE QUE LOS PREMIOS EMMY RECONOCIERAN SU TRABAJO PARA LA TELEVISIÓN, OZ RODRÍGUEZ AHORA INCURSIONA EN CINE, CON UNA PELÍCULA QUE YA SE POSICIONA ENTRE LAS FAVORITAS DE NETFLIX.

POR FELIVIA MEJÍA

Producir y dirigir audiovisuales en época de pandemia es una vivencia novedosa aún para un experimentado cineasta como Osmany Rodríguez, dominicano con casi dos décadas de trabajo en Estados Unidos, la mitad de ellos dirigiendo *Saturday Night Live* (SNL), el programa humorístico más emblemático de la televisión norteamericana.

En estos días, muchas conversaciones virtuales y un equipo de ocho personas para grabar dentro del set, cuando antes se utilizaban 100, caracterizan la nueva dinámica de la producción para cine y televisión que vive Osmany, llamado Oz Rodríguez entre sus colegas.

“Sí ha sido difícil, todo ha cambiado, pero a mí me encanta el reto de averiguarlo; yo creo que eso lo aprendí de SNL, que si no se puede hacer tal cosa se busca la manera de cómo resolver”, expresa el artista, que nació en Cuba, pero se crió en la República Dominicana, país del que heredó nacionalidad por parte de su padre.

“Todo es diferente, el mundo te fuerza a cambiar, a ser más creativo; hay que adaptarse, pero hay que seguir contando historias porque es importante, a la gente le gusta y precisamente en estos momentos la gente quiere entretenimiento”, opina.

Tras graduarse de Comunicación Publicitaria en República Dominicana, Rodríguez partió a California en el año 2002, a estudiar cine, su verdadero sueño, en Los Angeles Film School.

De ahí fue a trabajar en el portal web funnyordie.com realizando cortos cómicos y luego lo ficharon en SNL, para que



El mundo te fuerza a cambiar, a ser más creativo; hay que adaptarse, pero hay que seguir contando historias”


dirigiera los segmentos de videos pregrabados que se presentan en el show, una labor que desempeñó por un lapso de ocho años, hasta hace dos meses.

“Esa gente de SNL son como mi familia, estoy muy honrado de formar parte de ese equipo, esa siempre es mi casa y si me llaman estaré ahí”, dice.

Después de casi 20 años de producir audiovisuales para plataformas web y la televisión, Rodríguez presentó el reciente octubre su primera producción cinematográfica: *Vampires vs The Bronx*, una comedia que narra la historia de unos niños que descubren la presencia de estos seres en el barrio neoyorkino The Bronx.

“Me tomó casi tres años realizar esta película, entre concebir el concepto, escribir el guión y filmarla; todo eso fue un proceso de descubrimiento para mí porque no era escritor y todo eso es nuevo para mí, además de que quería encontrar los personajes dominicanos adecuados”, apunta el creativo caribeño.

Al otro día de estrenarse en Netflix, el filme ocupaba la posición número ocho entre las favoritas de esa plataforma.

Pero eso no significa que dejará de lado la producción para televisión, un trabajo con el que ha sido reconocido con un premio Emmy el año pasado, precisamente por el documental corto *Creating Saturday Night Live*. Ahora mismo Osmany Rodríguez está dirigiendo *Kevin can F*** himself*, una serie para el canal de televisión AMC, a la vez que idea cuál será su próxima película. 



**RUBÉN
BLADES**

MÚSICA
PANAMÁ

Los logros académicos de Rubén no se quedan atrás de sus éxitos musicales. A principios de 2019 recibió de la Universidad de Harvard la Medalla al Arte, siendo el primer latino en obtener este prestigiado reconocimiento. Egresado de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de Panamá, en 1974, y de Harvard, en 1985, Rubén también posee tres doctorados honorarios por las Universidad de Berkeley, el Lehman College de Nueva York y el Berklee College of Music de Boston, todos en estudios humanistas. Es Embajador contra el Racismo por la ONU y ha sido escritor, excandidato presidencial, exministro de Turismo y activista. “Ha impregnado los muchos aspectos de su notable carrera con una humanidad profunda y una intensidad apasionada...”, publicó Larry Bacow, presidente de la Universidad de Harvard.



**SEBASTIÁN
LOJO**

CINE
GUATEMALA

Rompiendo las limitaciones de producción, edición y filmación en sitio, Sebastián (egresado de la London Film School) es en 2020 uno de los nominados del Festival de Cine de Rotterdam en la categoría Bright Future con su cinta *Los Fantasma*, proyectada en febrero en el Festival de Cine de Berlín. Dirigir en Guatemala ha sido su principal objetivo, mostrando las aristas incómodas de la ciudad, con un fuerte mensaje sobre la comunidad LGTBI.



**ANTONELLA
SUDASASSI**

CINE
COSTA RICA

Su ópera prima *El despertar de las hormigas* ganó este 2020 el Premio Platino al Cine y Educación en Valores, que reconoce a lo mejor del cine iberoamericano; es la primera costarricense que lo consigue. La cinta de bajo presupuesto, que debutó en el Festival de Cine de Berlín, le valió una nominación a los Premios Goya. En 2016, su corto *La Niñez* fue proyectado en una decena de países y fue el Mejor Cortometraje Centroamericano en el Festival Ícaro 2018.



**LUIS
ENRIQUE**

MÚSICA
NICARAGUA

El príncipe de la salsa por primera vez estuvo nominado, junto al C4 Trío, al premio Grammy en su edición 2020, en la categoría de Mejor Álbum de Música Tropical con *Tiempo al tiempo*. En noviembre de 2019, el mismo álbum ganó dos Latin Grammy en las categorías de Mejor Álbum Folklórico y Mejor Arreglo Musical por la canción *Sirena*. Originario del municipio de Somoto, Nicaragua, grabó su primer disco en EU en el ya lejano 1986.



**SERGIO
MONTÚFAR**

FOTOGRAFÍA
GUATEMALA

Desde niño tuvo fascinación por el cielo. En julio su foto *Surfing the Milky Way* le valió el primer lugar de los Photo NightScape Awards 2020, en Francia. Sergio es un activista dedicado a la recuperación de la vista del cielo sin contaminación lumínica. Se profesionalizó como astrofotógrafo en el Observatorio Nacional de la Plata en Argentina. Con su proyecto *Pinceladas Nocturnas* relata a través de sus fotografías diferentes historias sobre las ciencias astronómicas.



**YEINNER
CHICAS**

DANZA
NICARAGUA

Viviendo con una escoliosis, su médico le indicó que dejara de bailar: “Si me voy a quedar, va a ser en el escenario”. Domina la danza contemporánea, urbana y experimental. Su obra *Entre*, que aborda el drama del confinamiento, fue presentada en Zaragoza, España, en agosto. Se ha presentado en México, Noruega, Costa Rica, Alemania, Finlandia, Rusia y España. Es productor del Festival de Danza Contemporánea Maryley, en Masaya.



**GABRIEL
CASTILLO**

CÓMIC
REPÚBLICA DOMINICANA

Sus dibujos de personajes vivos y ambientaciones son realistas, definidos, con carácter. Egresado de la Escuela Nacional de Artes Visuales (ENAV), ganó a finales de 2019 la medalla de bronce en el 13th Japan International Manga Award (instituido por el gobierno japonés en 2007), con su novela gráfica histórica *Palma Sola*. Admirador del expresionista español Joaquín Sorolla, Gabriel también es profesor en Altos de Chavón, escuela de artes con sede en La Romana.

FO- RO FORBES

MUJERES PODEROSAS

TECNOLOGÍA, NEGOCIOS, DEPORTES, INFLUENCERS, COMUNICACIÓN, ONGs, desde todas esas trincheras conoceremos el papel protagónico de la mujer. Este espacio representa la posibilidad de generar ideas innovadoras a grandes problemáticas en la región.

f FORBESCENTROAMÉRICA
@ FORBES_CENTROAMERICA
t @FORBE_CA
in FORBES CENTROAMÉRICA

f REVISTA FORBES RD
@ REVISTAFORBESRD
WWW.FORBESCENTROAMERICA.COM



MASTERCARD, UNA EMPRESA COMPROMETIDA CON LA EQUIDAD DE GÉNERO

Los esfuerzos de la compañía buscan una cultura en la que todas las personas sean aceptadas en igualdad de condiciones.

Mastercard, como empresa líder de tecnología de pagos, trabaja activamente en crear un cambio sobre el papel que juegan las mujeres en la región y el mundo. Su esfuerzo radica en ofrecer a las mujeres opciones en las que se puedan realizar, desenvolver y empoderar.

Como parte de los esfuerzos que Mastercard realiza a nivel interno, está la Red de Liderazgo de Mujeres (Women's Leadership Network o WLN), una comunidad que apoya y desarrolla asociaciones entre varios grupos para generar valor y crear oportunidades para que las líderes femeni-

nas colaboren, se conecten y crezcan; construyendo programas de educación, oportunidades de mentoría, entre otros.

Los temas de equidad de género son de gran relevancia, por lo que Mastercard ha promovido una cultura en la que todos se acepten por igual, y ha demostrado su compromiso en este tema de muchas maneras:

Globalmente, 29% de los puestos superiores son de mujeres

El 39% de la fuerza laboral global es femenina

En Centroamérica y el Caribe, las mujeres representan el 42% de la fuerza laboral y un 35% del equipo de liderazgo.

“Nosotras como mujeres somos poderosas, fuertes y valientes. En la casa u oficina, hacemos la diferencia; por eso, mi mensaje es que sean perseverantes y no se den por vencidas en alcanzar lo que tanto anhelan. Somos una fuente de inspiración, las reto a que se rodeen de personas que las insten a ser extraordinarias y a hacer la diferencia en su entorno, así lograremos una sociedad de cambio y más equitativa”, dijo Kristine Matheson, Country Manager de Mastercard para Costa Rica, Honduras y Nicaragua, durante su participación en el Foro Forbes “Mujeres Poderosas”.

A manera de extrapolar lo que la empresa realiza en lo interno y reforzar ese trabajo, Mastercard impulsa un ecosistema donde se visualice la equidad de oportunidades, en el que las mujeres encuentren caminos para realizarse en el ámbito personal y profesional, desde edades tempranas y sin una brecha social que se los impida.

Por eso, la compañía lidera proyectos que ofrecen apertura a la equidad, como:

Leads Mujer: en colaboración con INCAE, esta es una plataforma dirigida para fortalecer y enriquecer



EN LA REGIÓN CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE, 42% DE LAS MUJERES EN MASTERCARD SON MUJERES.

las capacidades y los conocimientos de las emprendedoras de la región. Les permite a las participantes conocer y desarrollar las habilidades para fomentar su pensamiento estratégico, la capacidad de tomar riesgos, un buen manejo de las finanzas y la capacidad de comunicar con eficiencia e impacto ideas de negocio.

Girls4Tech: pretende educar a un millón de niñas en STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemática) para el 2025.

Estos programas permiten una colaboración más equitativa en la sociedad, desde pequeñas edades hasta una edad adulta.

En Mastercard las mujeres siempre tendrán apoyo y respaldo, ya que se busca fomentar un entorno más equitativo y de empoderamiento, tanto dentro como fuera de la empresa, en la que el sector femenino explote su potencial para alcanzar lo que anhelan.





UN VIAJE HACIA LA EQUIDAD DE GÉNERO

La empresa de tecnología otorga 18 semanas de licencia de paternidad y maternidad a sus colaboradores con el fin de atraer y retener el talento.

En el marco del Foro de Mujeres Poderosas, Uber dio a conocer varias acciones que realizan dentro de la organización con el fin de atraer y retener el talento femenino. Actualmente, en Costa Rica, Uber cuenta con más de 450 colaboradores y el 58% de ese personal son mujeres.

De acuerdo con Miriam Manrique, Gerente General de Uber Centroamérica, la empresa está comprometida con la equidad de oportunidades sin considerar raza, religión o sexo. “En Uber creamos espacios adecuados para que las personas logren conectar con su misión personal y empresarial”, indicó.

Asimismo, informó sobre algunas acciones que implementan a favor de la equidad de género a nivel interno con sus colaboradores y de forma externa con los socios colaboradores registrados en la app de Uber:

BUENAS PRÁCTICAS INTERNAS

En el caso de Uber, se cuenta con Grupos de Recursos para Empleados (ERG) que son grupos de colaboradores que se encargan de mejorar la cultura y garantizan que la compañía ofrezca mejores servicios para toda la comunidad.

Además, otorgan apoyo en la maternidad y paternidad brindando a sus colaboradores (tanto a hombres como mujeres) 18 semanas de pago completo como licencia de maternidad o paternidad.

También generan espacios para que las mujeres jóvenes se conecten con otras mujeres que tienen posiciones de liderazgo, durante estas sesiones reciben mentoría, capacitaciones y herramientas para que triunfen en la empresa.

En 2019 capacitaron al equipo de respuesta a incidentes con sesiones sobre violencia basada en género, esto de la mano con Voces Vitales, que es una organización sin fines de lucro que impulsa la participación de la mujer en la sociedad.

“Nos llena de orgullo saber que gracias a estas iniciativas, el Centro de Excelencia (CoE) de Costa Rica, que es el centro que brinda soporte a 15 países de Latinoamérica, fue reconocido por el Instituto Internacional de Great Place to Work, como uno de los mejores lugares para trabajar en la región Centroamericana y del Caribe. Asimismo, este año Uber Centroamérica también fue reconocido como uno de los mejores lugares para trabajar”, mencionó Manrique.



Añadió que este año el CoE obtuvo un reconocimiento por las Buenas Prácticas Laborales para la Igualdad de Género del INAMU, por la política de Maternidad y Paternidad.

VIAJES CON RESPETO

Con el fin de promover la equidad de género, Uber se unió con PROMUNDO, empresa líder en promoción de la justicia de género a nivel global, para implementar un proyecto de sensibilización acerca de este tema con los socios colaboradores en todo Latinoamérica.

Por aparte, junto con Efecto Boomerang -organización que apoya a las empresas mediante la implementación de estrategias de negocio y comunicación con enfoque de género- se realizó la iniciativa Viajes con Respeto, en el que más de 3,000 socios colaboradores registrados en la app de Costa Rica, han completado las sesiones para sensibilizarlos en temas sobre qué es el acoso y cómo prevenirlo.

Uno de los objetivos de Uber ha sido alejarse de los estereotipos de género y apostar aún más por el compromiso en la inclusión e igualdad, con el objetivo de brindarle a las mujeres más oportunidades en puestos de liderazgo, ya que para la empresa es fundamental la construcción de una cultura donde todos se sientan bienvenidos, apoyados y desafiados.





LA MUJER EN EL EJERCICIO DEL PODER

Estamos a 100 años de lograr la paridad de género a nivel global. ¿Cuál es la apuesta de la empresa farmacéutica para acortar brechas?

En medio de la crisis mundial que atravesamos las empresas y familias se hicieron conscientes del poder conector que tienen las mujeres para agilizar el entorno en el que se desenvuelven. Por ello, es importante que la igualdad de género cada vez sea más en los puestos de liderazgo.

De acuerdo al Foro Económico Mundial, nos encontramos a casi 100 años (99.5) para alcanzar la paridad de género a nivel global. Y es que casi concluyendo el 2020 menos del 10% de los puestos de liderazgo son ocupados por mujeres.

Las mujeres son las principales impulsoras en familias y organizaciones, desde su poder conector y aprovechando el poder creativo y crítico

HACE...

**... 100 años
las mujeres no
podían votar**

**... 40 años no
podían participar
en maratones**

**... 30 años no
podían participar
en campeonatos
internacionales
de fútbol**

permiten agilizar y des-complejizar su entorno, así lo describió Ana Argento, Gerente General de Sanofi Pasteur para Pacífico, América Central y el Caribe en el Foro Forbes "Mujeres Poderosas.

El Covid demostró la relevancia del rol de la mujer en medio de la adversidad. Para muestra tan solo basta con saber que en el sector salud, la ayuda humanitaria es liderada por el género femenino. A nivel global, el 70% de los equipos de profesionales de la salud está integrado por mujeres.

"Como mujeres hemos



**A NIVEL GLOBAL, EL
70% DE LOS EQUIPOS DE
PROFESIONALES DE LA
SALUD ESTÁ INTEGRADO
POR MUJERES.**

**“COMO MUJERES
HEMOS SIDO
CAPACES DE
RECONECTAR,
PRIORIZAR Y
CONSOLIDAR EN
UN SOLO ESPACIO
EL BALANCE DE
CONVIVENCIA,
TRABAJO,
EDUCACIÓN EN
ESTA ÉPOCA DE
PANDEMIA”.**

**ANA ARGENTO,
GERENTE GENERAL DE
SANOFI PASTEUR PARA
PACÍFICO, AMÉRICA
CENTRAL Y EL CARIBE**

EN BÚSQUEDA DE CURAR LA DESIGUALDAD

Con más de 100,000 colaboradores alrededor del mundo; y la región Centroamérica y el Caribe 44% de las posiciones de liderazgo en Sanofi están cubiertas por mujeres.

Con orgullo, la representante de Sanofi destacó que cada vez se encuentran más cerca del cumplimiento de su meta 50/50 para 2025 en materia de igualdad de género. "Esto nos está permitiendo acelerar la cultura de innovación y transformación, impulsada por la creatividad y por la colaboración.

Por último, Ana Argento hizo una invitación para descomplejizar y simplificar los entornos a través del poder conector que tienen las mujeres y así vivir experiencias memorables para un mejor futuro hoy.

sido capaces de reconectar, priorizar y consolidar en un solo espacio el balance de convivencia, trabajo, educación en esta época de pandemia", describió Argento, asimismo resaltó el llamado que tiene el género para la generación de equilibrio, apalancándose de su energía y capacidades.

Cerrar la brecha claramente es posible, solamente basta con ver cuánto terreno se ha ganado en los últimos 100 años.

LA IGUALDAD DE GÉNERO EN EL MUNDO DE LA TECNOLOGÍA

Dar acceso a la tecnología a las mujeres, así como empoderarlas y educarlas en la materia serán factores claves para eliminar el sesgo que hay en esta industria.

Con este azote tan grande que nos ha dado nuestra actual realidad, la aceleración que hoy vivimos no solo se ha visto reflejada en los negocios, también los seres humanos han sido parte de ello; sin lugar a duda cómo estamos interactuando y cómo nos hemos apropiado de la tecnología ha sido un resultado.

Bajo esta lógica, es un buen momento para imaginar un futuro con igualdad de género y empoderamiento, ya que cada vez más niñas y adolescentes abrazan más asignaturas

como informática y matemáticas. “Elas tendrán un papel relevante en el proceso de transformación digital y esto ayuda a que cada vez más haya mujeres en las mesas de decisiones importantes” dijo Leonardo Ramírez, Vicepresidente de Oracle para Centroamérica y Caribe.

EMPODERAMIENTO FEMENINO EN LA TECNOLOGÍA

De acuerdo con Ramírez, hay tres puntos importantes que se deben considerar para que una mujer comience a emprender en el ámbito de la tecnología:

Perder el miedo.

Romper con el estigma de que el empoderamiento en América Latina solamente está a cargo de los hombres. De hecho, la participación de las mujeres no es menor.



Las mujeres tienen que ser decididas en su pasión a toda costa.

AGENTE DE CAMBIO: LA TECNOLOGÍA

“Es importante que las mujeres tengan acceso a la tecnología porque es un habilitador y facilitador para proveer un servicio que las inserte en lo digital y así interconectarse con el mundo y tener participación activa en redes para promover, participar y apoyar a otras mujeres” resaltó el Vicepresidente.

Asimismo, destacó que esta situación podría actuar en beneficio de las mujeres, ya que daría acceso a la oportunidad de descubrir nuevas carreras que están surgiendo a raíz de la transformación digital. Así como la oportunidad de explorar el auto-entrenamiento virtual y pueda adquirir conocimientos y destrezas que le puedan servir como un trampolín para su crecimiento.

PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN TECNOLÓGICA

Para poder asegurar un puesto igualitario de la mujer en esta cuarta revolución industrial y todos debemos trabajar fuerte en ello. Según Leonardo Ramírez, las empresas tie-



nen un papel importante para reducir la brecha de género para que no existan en el futuro.

Y la forma de hacerlo es rompiendo los estereotipos de género que hay dentro de la industria, la cual está estigmatizada como una labor solamente realizada por los hombres. Por ejemplo, menos del 5% de adolescentes de 15 años desea estudiar una carrera del área de tecnología o matemáticas.

Oracle ve una oportunidad para trabajar fuerte y cambiar este aparente pensamiento programado y mejor ayudar a los adolescentes en

etapas tempranas con orientación profesional, conozca las carreras enfocadas al mundo de la tecnología y pueda tomar una decisión informada.

En este sentido, la empresa ha puesto en marcha iniciativas como Oracle Academy, un programa sin fines de lucro que busca dar habilidades digitales a futuras generaciones, así como enviar a mujeres líderes a escuelas para más jovencitas estén enteradas sobre carreras que van de la mano de la ciencia, tecnología y matemáticas, con el fin de que se den cuenta que no es un tema exclusivo de los hombres.



REPÚBLICA DOMINICANA, UN PAÍS CON PARIDAD EN LOS NEGOCIOS

El país caribeño cuenta con una estadística favorable para el mundo empresarial en términos de equidad de género; no obstante, queda mucho por recorrer en el ámbito político.



En República Dominicana, estadísticamente, 50% de los puestos gerenciales son ocupados por mujeres, lo cual coloca al país en un puesto privilegiado en materia de equidad de género, así lo describió Yvette Marichal, encargada de la Dirección General de Cine de República Dominicana (DGCINE).

De acuerdo con la Directora General, dicha estadística se atañe al interés y el espíritu emprendedor que tienen las mujeres de este país y su búsqueda constante de nuevas oportunidades educativas. Además de que lo describió como actor sumamente

importante, ya que el emprendimiento es una semilla sembrada desde casa.

“La mujer dominicana es muy emprendedora desde muy jovencita y no se conforma con una licenciatura, sino que va más allá, por eso el porcentaje es alto. Esto les permite a estas mujeres llegar a puestos gerenciales” destacó Marichal.

MUJERES EXITOSAS, LA RESPONSABILIDAD DE SER UN MODELO

Asimismo, reconoció el gran peso simbólico que representan las mujeres líderes de negocio para la juventud ya que son un ejemplo para las niñas dominicanas. “A mayor responsabilidad, mayor recono-

cimiento” precisó.

Los sectores de catering y servicios de alimento son principalmente liderados por mujeres que han llegado a dichos puestos con base a esfuerzos y sacrificios, mismos que les han ayudado a ser hoy por hoy un modelo a seguir para más compatriotas.

SECTOR PÚBLICO, ASIGNATURA PENDIENTE

Por último, Yvette Marichal resaltó que el panorama venturoso que hay en el sector privado en términos de paridad no es proporcional en el sector público. De hecho, todavía falta mucho por desarrollar para al mismo porcentaje.



Ministerio de Cultura
DGCINE
 DIRECCIÓN GENERAL DE CINE
 REPÚBLICA DOMINICANA

¡ES MUY *Fácil y Seguro*
 RODAR EN EL PARAÍSO!
**SUÉÑALO,
 LO TENEMOS**
 República Dominicana



25% CFT*
 *Crédito Fiscal Transferible



EXENCIÓN ITBIS



FACILIDADES
 ÓPTIMAS PARA LA
COPRODUCCIÓN,
 GRACIAS AL APOYO
 DEL SECTOR PRIVADO



VUELOS DIARIOS
 DESDE Y HASTA
 EEUU Y EUROPA



www.dgcine.gob.do

f @dgcinerd @dgcinedo

PANTENE: DESAFIAR LO ESPERADO Y APOYAR A LA GENTE

La marca líder de belleza lanzó una nueva campaña con el fin de redefinir la belleza y celebrar el estilo de cada persona.

El cabello es más que un peinado recogido o una estructura lacia. De hecho, se trata de un recurso tan importante de cómo las personas se muestran al mundo. Así lo ve y describe Pantene en su campaña “Mi pelo lo dice todo”.

La idea nació a partir de la misión misma de la empresa, así lo expuso Lorena Ferreyros, directora de marketing e innovación para el cuidado del cabello, que relató cómo actualmente es importante para la marca estar siempre a lado de las mujeres y apo-

yarlas. Algo que ya hace desde hace varias décadas.

“Hoy más que nunca el empoderamiento, tomar decisiones propias y aceptar otros puntos de vista han sido importantes” destacó la directiva, además de que las personas están buscando ver más representatividad así como tolerancia con otros estilos de personalidades.

UNA CAMPAÑA QUE DA LA VOZ AL CABELLO

En América las personas tienen mucho que decir sobre el pelo sobre cómo debe usarlo y se crean reglas implícitas. Las mujeres muchas veces no se animan a experimentar con su cabello por miedo al qué dirán.

“Una marca líder en el mundo de

la belleza tiene la responsabilidad de redefinir la belleza y

mostrar la fuerza de las mujeres en el mundo de hoy, y celebrar el estilo de cada persona y desafiar estereotipos” dijo Ferreyros en el Foro Forbes “Mujeres poderosas”.

Con esta iniciativa, Pantene logró un gran engagement y participación récord en el lanzamiento y una respuesta positiva con usuarios en redes sociales viéndose reflejados y diciendo qué dice su pelo.

La misión de la compañía ha sido brindar a las mujeres más días con un cabello increíble. Y es que como expertos saben perfectamente que los días en que la cabellera luce espectacular las mujeres actúan más confiadas y pueden afrontar todo lo que venga hacia adelante de manera distinta. Es decir, las mujeres se sienten más felices, más como ellas mismas.





CUANDO ELLOS DICEN

“CLÁSICA”



MI PELO DICE

“INNOVADORA”

PANTENE

UN PELO PANTENE LO DICE TODO



UNA PERSPECTIVA POSITIVA AL LIDERAZGO FEMENINO

La importancia de darle mayor peso al rol de la mujer en puestos estratégicos tendrá como resultado empresas más prósperas y sociedades más empáticas.

Ciertamente la brecha de liderazgo femenino en el entorno laboral es aún un reto, ya que se se entremezclan varios elementos factores como lo son el social, laboral, las limitaciones de carácter cultural y el acceso a vías de desarrollo.

Y el camino para la disminución de dicha circunstancia no debe ser a través de un contexto de lucha, más bien desde una perspectiva positiva, “desde el terreno de nuestras ideas y nuestra capacidad en los procesos de toma de decisiones”, así lo describió Antonia Antón, Vicepresidente Ejecutivo Senior de Gestión Humana, Transformación Cultural, Administración de Créditos y Cumplimiento del Banco Popular Dominicano.

Por ello, destacó la importancia de ofrecer una mirada distinta a la complejidad de los problemas concretando soluciones para todos. Cuanto más consistencia exista en esta acción más tangibles podrán ser los avances.

La equidad, el respeto a la diversidad y la apertura a la actuación de la mujer en el espacio laboral libre de discriminaciones y prejuicios se logra a partir del trabajo sobre la cultura empresarial a través de la apertura de caminos para que se incursione en terrenos concebidos como más complejos pero ha demostrado alta eficiencia, por ejemplo, la tecnología.

Para la Vicepresidente existen seis grandes beneficios de la presencia femenina en los entornos clave en las empresas que son la eficiencia, prudencia, eficacia de dar seguimiento, objetivos claros, la comunicación más abierta y directa, y un mayor enfoque en los intereses de la colectividad.

UN BANCO CON ADN DE EQUIDAD

Desde su fundación, el Banco Popular Dominicano ha tenido una planilla con una importante participación femenina. Todo gracias a una cultura organizacional que reconoce como vital y gran catalizador el rol de la mujer dentro de la compañía.

“Actualmente, la presencia femenina en la organización alcanza un 60%. Los puestos de altos ejecutivos son ocupados en un 34% por mujeres” relató la Vicepresidente Antonia Antón, quien además destacó que los temas de participación femenina han evolucionado con mayor empuje que en el promedio de otras empresas.

Aunque queda un largo camino por recorrer, sobre todo en la región Latinoamericana, en los que prevalecen estereotipos que hacen presentes esa barrera invisible denominada “el techo de cristal”, hoy el papel de las mujeres en la actividad empresarial es cada vez más visible, resaltó Antón.



POPULAR

Unidos, nada nos detiene.

Gracias a nuestros clientes, empleados y accionistas hacemos realidad cada día los sueños de miles de personas. Con su confianza, continuaremos creando impactos positivos en la economía, la sociedad y el medioambiente.

Sigamos elevando el compromiso, impulsando el crecimiento y la innovación con una visión sostenible.

Founding Signatory of:



UNEP
FINANCE
INITIATIVE

PRINCIPLES FOR
RESPONSIBLE
BANKING

A tu lado, siempre.

www.popularenlinea.com
Telebanco 809-544-5555



@Popularenlinea



Banco Popular Dominicano



UNIVERSIDAD GALILEO: ¿INSPIRAR A LAS FUTURAS MUJERES EN LA CIENCIA



Existe una cultura en la que los estereotipos marcan una tendencia en la decisión de carrera en las mujeres: los hombres son los que pueden destacar en áreas científico-matemáticas. Desgraciadamente esto abre una gran brecha de género.

La representación de las mujeres en áreas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas sigue siendo baja. Menos del 30% de los científicos a nivel mundial son mujeres, esto quiere decir que hay mucho trabajo por hacer para lograr involucrar cada vez al género en un área que no es exclusiva.

Existe, en buena medida, un miedo y pre concepción equivocada de una carrera como la ingeniería, ya que se sigue pensando que estas ciencias son naturales

para los hombres, mientras que las mujeres tienen mayor cabida en áreas como las artes y el dibujo, así lo describió Andrea Lara, Directora de maestría en Ingeniería biomédica en la Universidad Galileo, Guatemala en el Foro Forbes “Mujeres Poderosas.

Como institución educativa, la Universidad Galileo se ha encargado de animar a las niñas y adolescentes a quitar el estigma sobre materias científico-matemáticas. “Desde pequeñas nos estamos enfrentando a los estereotipos y van a seguir

sesgando nuestro interés” recalcó Lara.

De acuerdo con la académica, existen estudios que demuestran que dichos roles de género inculcados desde pequeños afectan directamente a las decisiones de qué carrera cursar. Por eso, es importante romper estas brechas a partir de quitar la idea que las carreras STEM solamente están enfocadas para los hombres.

MENOS DEL 30% DE LOS CIENTÍFICOS A NIVEL MUNDIAL SON MUJERES

Para lograrlo, es importante despertar el interés entre las niñas y jóvenes a través de iniciativas realizadas por organizaciones que busquen fomentar la participación en áreas de ciencia y tecnología. Y esto se logra, según

Lara, con cuatro claves:

Las niñas necesitan modelos a seguir, saber que existen mujeres en los campos de ciencia y tecnología.

Romper estereotipos a través de mujeres que han desarrollado una carrera en estas áreas y su aportación

Mostrar las aplicaciones de la ciencia y que es muchísimo más que matemáticas, física y programación. Es decir, cómo se puede apoyar a otras carreras desde la ingeniería

Incluir la perspectiva femenina y la importancia que las mujeres se involucren en las áreas de desarrollo e investigación.

Por último, destacó que es necesario fomentar la participación de estos movimientos a los padres “porque al final la forma en que nosotros pensamos viene de raíz de lo que nos dicen nuestros padres”.



**DESARROLLANDO
TECNOLOGÍA DE
PUNTA, AL SERVICIO
DE LA SALUD.**

ESTUDIA:

Maestría en Ingeniería Biomédica

Postgrado en Biomecatrónica

**LAS PRIMERAS DE SU
TIPO EN GUATEMALA**

Una especialidad que potencia los conceptos de Ingeniería aplicados a la Medicina; Maestría de alto nivel que promueve la creatividad tecnológica en función de la salud humana.

Especialidad:

Instrumentación Médica.
Imágenes Médicas.
Biomecatrónica.



Galileo
UNIVERSIDAD

Más información en:

**7a. Avenida final, Calle Dr. Eduardo Suger Cofiño, zona 10.
PBX. (502) 2423-8000 Ext. 4310 y 7710 - biomedica@galileo.edu
www.galileo.edu/fisicc**

INFLUENCERS: OTRAS VOCES FEMENINAS DE LA REGIÓN



INFLUENCERS: OTRAS VOCES FEMENINAS DE LA REGIÓN

INFLUENCERS GUATEMALA



MARCELA TÁNCHEZ

Especialidad : (deportes, moda, etc.)
Nutrición, fitness y emprendimiento
social-empresarial

instagram: @marcefitness
facebook y tuiter: marcefitnessgt

Ser mujer es una cualidad, es tener un gran corazón, fuerte para afrontar cualquier obstáculo para alcanzar nuestras metas. Ser mujer me ha ayudado a ser fuerte de mente para lograr objetivos sin perder la ternura del corazón para poder apoyar y aportar a los demás. Aunque la vida nos presente obstáculos y nos cierre puertas, siendo una mujer fuerte y positiva he logrado entender que siempre hay ventanas que podemos abrir y dejar entrar la luz. Vivo bajo el lema de actuar de manera individual por el bien colectivo.



KARLA RUIZ COFIÑO

Especialidad

(deportes, moda, etc.) Estratega Digital Especialista en Redes Sociales

www.KarlaRuiz.com
https://linktr.ee/kruizguate
https://www.facebook.com/karlaruiz
http://instagram.com/kruizGuate
https://twitter.com/kruizGuate
http://www.linkedin.com/in/karlaruiz
https://www.youtube.com/c/KarlaRuizCofiño
http://pinterest.com/kruizGuate/
http://www.behance.net/karlaruiz

El hecho de ser mujer en un mundo empresarial dominado por hombres, poco a poco me fue llevando a comprometerme a ser la mejor versión de mí, para demostrar que es posible ser exitosa y así abrir brecha y dejar un camino establecido para las futuras generaciones de jóvenes y niñas, que lo único que necesitan es saber que sí es posible y tener ejemplos a seguir.

Como mujer emprendedora, trabajando en la industria de tecnología, un

espacio principalmente dominado por hombres, y proveniente de Guatemala, un país latino donde el machismo es parte de la cultura, he experimentado todo tipo de acoso sexual que se puedan imaginar. Me tomó muchos años entrenarme para finalmente ser capaz de adoptar un comportamiento de cero tolerancia hacia cualquier tipo de falta de respeto hacia mí y las personas que trabajan a mi alrededor, especialmente las mujeres. Desde una broma misógina enviada a un grupo de WhatsApp, comentarios antifeministas en una reunión de negocios, hasta un cliente que pide cerrar un negocio solo si es durante una cena... Aprendí a aprovechar cada oportunidad que tengo para hablar sobre la violencia de género, tratando de fomentar conciencia sobre este tema tan importante.

Esta situación dio forma a quien soy el día de hoy y a lo que considero mi éxito. Cada semana me encuentro asesorando a mujeres sobre cómo utilizar herramientas y técnicas para no verse afectadas por este problema cotidiano. He participado en muchos eventos, foros y campañas contra el acoso sexual y la violencia de género y esto me llevo poco a poco a comprometerme con a ser un modelo a seguir, predicando con el ejemplo, creando una imagen positiva a seguir para otras mujeres, especialmente para jóvenes y niñas.



**MARÍA DOLORES MOLINA UBACH,
LOLA**

Especialidad

Deportista, agricultora, empresaria y emprendedora de El Mercadito de Lola

Instagram: @elmercaditodelola
Facebook: El Mercadito de Lola

Desde pequeña he transitado por espacios pensados sólo para hombres. Siempre he sido deportista y amante de los animales. Pasé por softball, football, equitación, hasta llegar al triatlón, en donde conocí el ciclismo, deporte que me llevó a ser seleccionada olímpica. Al terminar la etapa olímpica en mi vida, después de competir en Atenas 2004, me pude dedicar a mi granja en Masagua, Escuintla. Otro espacio dominado por hombres me presentó sus retos, acostumbrada a ser la única mujer me fui haciendo camino en la agricultura guatemalteca, con paciencia y demostrando con acciones de lo que soy capaz. Un camino duro, pero con pasos firmes he ido logrando el respeto de los agricultores. Es lindo ver que tanto en el ciclismo como en la agricultura somos cada vez más mujeres, no estamos solas.



LUCHI COSENZA

Especialidad

Activista salud mental y amor propio / Emprendimiento

Instagram y Facebook / cuentaplatos

Lo único que me define a mi como persona es que soy una mujer completa, las demás etiquetas que he elegido para mí se vuelven efímeras dependiendo de las circunstancias. Soy una mujer que pone sus talentos al servicio de mi comunidad cuentera inspirando a otras mujeres por medio de la empatía, el amor y la liberación de juicio, al ser mujer conecto con mis hermanas y eso ayuda a que puedan sentirse en confianza de ser parte de un espacio que las impulsa a crecer y ser mejores. Mi único fin

con Cuenta Platos es inspirar a las personas a sacar lo mejor de ellas, no se trata de mí, se trata de ellas reflejadas en mi historia y sin duda ser mujer ayuda a que puedan reconocerse en mi reflejo.

INFLUENCERS REPÚBLICA DOMINICANA



YADHIRA V. PIMENTEL RICHARDSON

Especialidad

Periodista especializada en temas de maternidad y familias, Educadora de padres en Crianza Positiva, Voz comercial y Narrativa, Coach, Speaker, Maestra de Ceremonias y Directora de Multimedios Madre SOS.

@madresos @yadhriapimentel

Crecí en un hogar donde tanto mami como papi siempre me impulsaron a cumplir mis sueños, soplaron mis alas, me enseñaron a dar lo mejor de mí, a prepararme y a hacer las cosas con amor y compromiso sin importar mi género, siempre vi en casa a dos personas que trabajaban y que se respetaban mutuamente y además se apoyan entre sí.

Amo y disfruto ser mujer, tener esa combinación de dulzura, fortaleza, valentía, delicadeza y disciplina que aprendí con el ejemplo de mi madre me han permitido crear una plataforma dedicada a orientar familias y a transformar hogares del caos a la armonía con Crianza Positiva por más de 10 años desde nuestro programa de radio, revista digital, blog, cápsulas de tv y nuestras charlas, talleres y conferencias.

Ser mujer, esposa, hija, madre, emprendedora y empresaria me han llevado a estar en un constante ejercicio de autoconocimiento y crecimiento personal para lograr seguir en el camino disfrutando cada logro alcanzado y aprendiendo de cada error cometido siendo ambos partes importantes de mi historia.



DASHIRA SUSANA MARTÍNEZ MEJÍA

Especialidad

Salud, comunicaciones, códigos médicos, internacional.

@dashiramartinez en Instagram, Facebook y @dashiram en twitter. LinkedIn y Youtube.

Ser mujer ha sido clave para mi desarrollo profesional, ya que me permite combinar mis competencias con compasión, empatía y sabiduría para manejar diferentes situaciones. Como mujer me he desarrollado en diferentes ámbitos, como en la comunicación, la cual me ha abierto muchas puertas y me ha permitido conectar con la gente de manera constante, a través de los diferentes medios. En el ámbito de la salud, he fortalecido mi carrera con el turismo médico y los códigos internacionales, los cuales son un gran aporte mundial para las estadísticas en materia de salud.

Como fémina me siento feliz con los logros obtenidos, soy la primera mujer certificada en mercadeo para el turismo médico en la República Dominicana y la primera codificadora médica certificada en el país, estas credenciales me han permitido además participar de proyectos de acreditación hospitalaria y estrategias de comunicación para centros de salud enfocadas a nivel internacional.

INFLUENCERS EL SALVADOR Y COSTA RICA



CÉLIDA MAGAÑA

País: El Salvador

Especialidad

Comunicadora y Consultora de imagen.

IG: @celidamagana FB: Célida Magaña

Ser mujer no debe considerarse de por sí un obstáculo para alcanzar el éxito o cumplir metas, en mi caso el ámbito en el que me desempeño (comunicaciones, periodismo) no está cerrado para nadie y menos cuando se trabaja con pasión y se persevera, el éxito puede definirse de muchas maneras, para mí se alcanza cuando se disfruta no solo el resultado, sino también el camino, cuando se está consciente que el aprendizaje es constante y no termina nunca, y no está basado solo en el crecimiento económico o profesional sino también en la construcción de un mejor ser humano cada día.



NATALIA GARCÍA SALAS

País: Costa Rica

Especialidad

Periodista Licda. en Producción de Medios. Ganadora del Premio al Periodis-

mo 2017. Especialidad en Coberturas Judiciales, Desastres y Emergencias. Periodista de Sucesos.

IG @natigarcia_tv
 FB @NataliaGarciaTV
 TW @ngarcia_s

Después de años de carrera, puedo decir que se rompió el molde en el que muchas veces nos encasillaron. Con mi trabajo, dejé de escuchar que las mujeres no podían tirarse a la calle para hacer una cobertura periodística en lugares complicados u hostiles, de difícil acceso o largas jornadas sin horarios de comida y sueño. En el campo somos fuertes, nuestro cuerpo resiste, aunque la sociedad mantiene el trillado: "ella no puede".

Logré un balance con mis obligaciones laborales, familiares y personales. Formé y maduré una voz de fuerza, de poder y esperanza para las mujeres que no la tuvieron o no la tienen. Día a día lucho por esa igualdad de oportunidades.

La seguridad del éxito radica en eso, en demostrarnos a nosotras -en primer lugar- de la capacidad que tenemos, empoderarse de las nuevas experiencias, aprender de los errores y aplaudir las metas obtenidas.



FERNANDA BRAVO

País: Costa Rica

Especialidad

Moda & Estilo de Vida

@curvesonvogue

Ser una mujer en el mundo profesional y de liderazgo es el reto más grande

y satisfactorio, ha involucrado romper con estereotipos, no sólo los que la sociedad ha impuesto, sino los que yo tengo de mí misma.

He aprendido a ser intencional con cada paso que doy y entender que tengo que utilizar mi plataforma para ayudar a otras mujeres a surgir.

Sin importar la idea o el plan que otros tengan para mí, lo importante es mantenerme fiel a mi esencia.

Ser mujer es poder, fuerza, vulnerabilidad y todas las cosas en el medio... y eso está bien.



MIREILLE MELÉNDEZ

País: El Salvador

Especialidad

En relaciones públicas y comunicaciones.

Redes Sociales

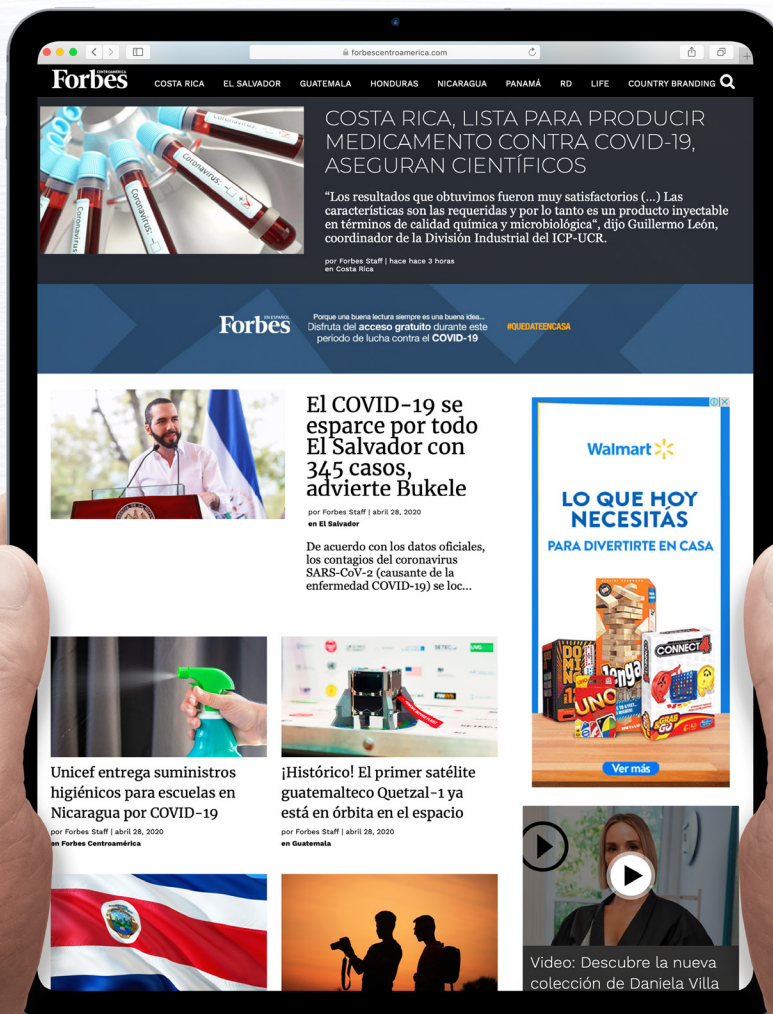
Instagram: @mireillemelendeztv

FB: Mireille Meléndez

Antes del primer año de vida de mi hijo Mateo, sentí que el chip de mi vida había cambiado, encontré en la maternidad el motor que me hizo buscar mis sueños. Jamás olvidaré uno de los mejores consejos que me han dado "Enfócate en lo que deseas", eso me hizo entrar en razón porque, se trata de vivir el presente mientras se moldea el futuro que queremos disfrutar en el mañana. Los últimos años de mi vida se consolidan, en una palabra, perseverancia, soy fiel creyente que nada sucede como un golpe de suerte, somos la suma de pequeños esfuerzos que se transforman en grandes logros.

VISITE:
WWW.FORBESCENTROAMERICA.COM

La fuente global para los negocios y toma de decisión empresarial. La mejor manera de **mantenerte informado.**



DINERO EN JUEGO • NFL

FRONTRUNNER

¿QUÉ HAY DE
NUEVO?



¿QUIÉN ES EL
SIGUIENTE?



MARK DAVIS
DUÑO DE
LAS VEGAS RAIDERS



A PRUEBA DE PANDEMIAS

A PESAR DE QUE LA NFL FUE SORPRENDIDA POR EL CORONAVIRUS, EL VALOR DE SUS EQUIPOS AUMENTÓ ESTE 2020. LOS DUEÑOS DE LAS FRANQUICIAS SABEN QUE, DESPUÉS DE TODO, ESOS ASIENTOS VACÍOS SE VOLVERÁN A LLENAR ALGÚN DÍA.

DAVID BECKER AP, STEPHEN DAVIS, MATIUREN, GETTY IMAGES

La NFL está de regreso, trayendo consigo los dos estadios más caros jamás construidos: el SoFi Stadium, de Stanley Kroenke, con un valor de 5,000 millones de dólares (MDD), en Los Ángeles; y el Allegiant Stadium, de Mark Davis, con un valor de 1,900 MDD, en Las Vegas.

Estas sedes fueron la piedra angular de dos reubicaciones de franquicias y ayudaron a impulsar los valores de esos equipos: Los Angeles Rams ahora tienen un valor de 4,000 MDD, un incremento del 176% en cinco años; Las Vegas Raiders aumentaron su valor 117% en el mismo período, alcanzando 3,100 MDD.


Desafortunadamente, los estadios SoFi y Allegiant abrieron en un escenario de asientos y palcos vacíos, ya que las restricciones por el virus mantendrán a los fanáticos en ambas ciudades ausentes durante toda la temporada. Aún así, las valoraciones de los Rams y Raiders aumentaron año tras año en 2020, al igual que todas las demás franquicias de la NFL, excepto los Cincinnati Bengals, que se mantuvieron fijos y son el equipo menos valioso de la liga, con 2,000 MDD.

El valor promedio de la franquicia (3,050 MDD) ha aumentado un 7% con respecto al año pasado y supera por primera vez los 3,000 MDD. Esto se debe a que la mayoría de los banqueros consideran los ingresos potenciales de 5,000 MDD o más que los propietarios de la NFL probablemente tomarán sólo por este año.

Se espera que el *gravy train* [el tren de las ganancias] de la NFL, que en 2019 produjo ingresos operativos promedio (ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) de 109 MDD por equipo, retome la marcha desde donde se detuvo.

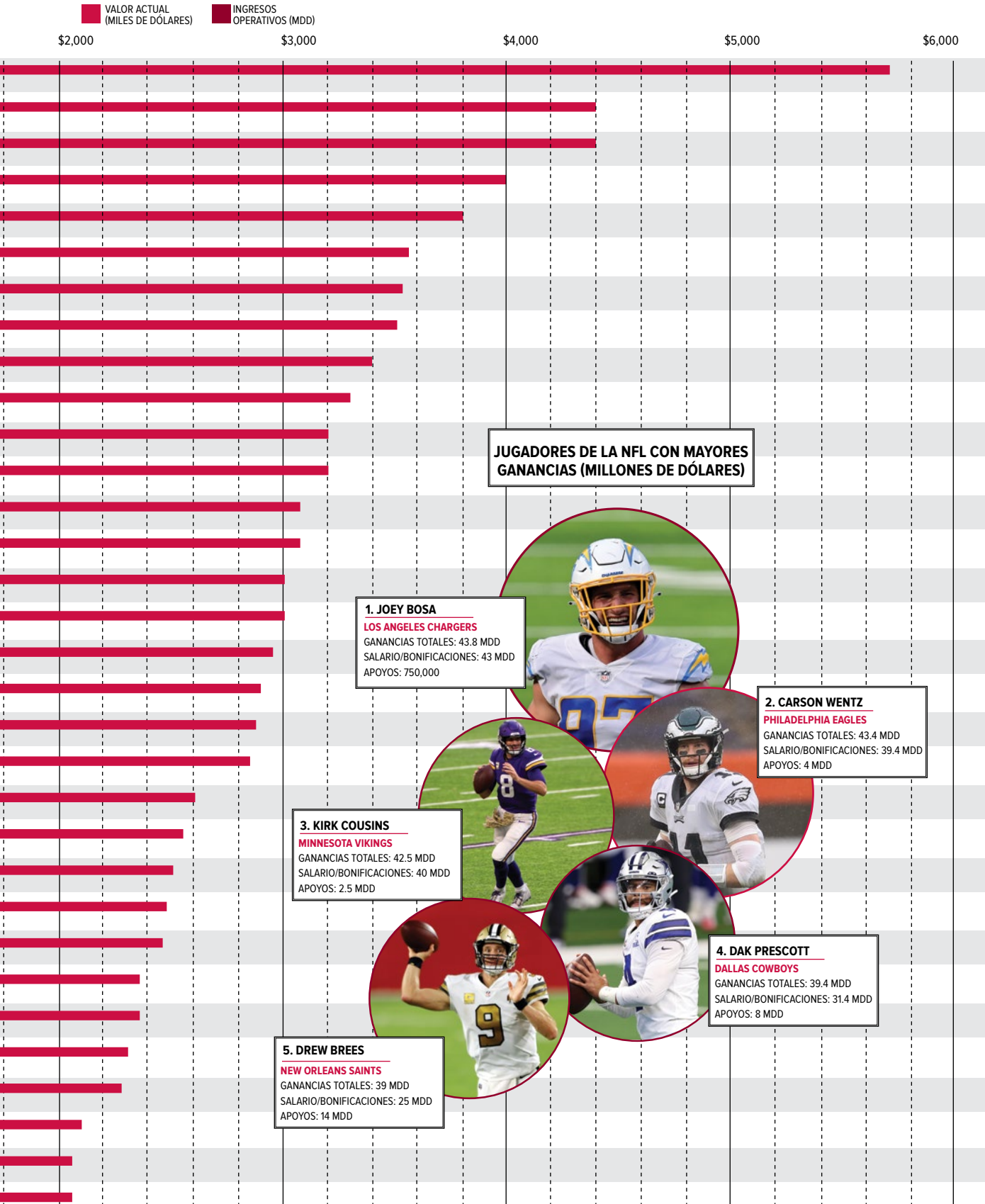
Los acuerdos nacionales de derechos de medios de comunicación de la liga, que se dividen por partes iguales entre los 32 equipos, promedian 7,500 MDD por año, con negociaciones en curso para lograr acuerdos televisivos aún más lucrativos que iniciarán en 2023.

La NFL no tiene rival en la televisión, ya que representa 42 de los 50 programas más vistos en 2019, y el nuevo acuerdo de negociación colectiva agregó más inventario de televisión: dos juegos de playoffs adicionales a partir de esta temporada.

Otro factor que mantiene las valuaciones altas: los equipos de la NFL rara vez cambian de manos; la retención de los propietarios alcanza un promedio de cuatro décadas. “Podría llevar 30 años” conseguir un equipo, asegura el banquero de inversiones deportivas Sal Galatioto, quien dice conocer al menos a media docena de multimillonarios que buscan comprar una franquicia. “Ese factor de escasez mantiene altos los valores”. 

VALOR DE LAS FRANQUICIAS





[HARRY HOW, GREGORY SHAMUS, STEPHEN MATUREN, TOM PENNINGTON, MIKE EHRMANN] GETTY IMAGES

LAS GANANCIAS Y LOS INGRESOS POR OPERACIONES CORRESPONDEN A LA TEMPORADA 2019 Y SE REFIEREN AL IMPORTE NETO DE LA CAPTACION DEL ESTADIO UTILIZADO PARA EL SERVICIO DE DEUDA POR ESTADIO. EL VALOR ACTUAL ES EL VALOR EMPRESARIAL (CAPITAL MÁS DEUDA NETA) DE CADA EQUIPO BASADO EN LOS ACTUALES CONVENIOS DE SUS ESTADIOS (A MENOS QUE LOS ESTADIOS NUEVOS NO ESTÉN CONSIDERADOS). LOS INGRESOS POR OPERACIÓN SON LAS GANANCIAS ANTES DE INTERESES, IMPUESTOS, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.



Amelia Reyes Mora, Eduard Gottschalk

AF Comunicación Estratégica conecta marcas con sus audiencias

Experiencia, creatividad y rapidez de respuesta caracterizan el trabajo apasionado que realiza este equipo para sus clientes.

AF Comunicación Estratégica (AF) gestiona la percepción y el fortalecimiento de la reputación de sus clientes para que posicionen sus marcas estableciendo relaciones a largo plazo, que les permitan obtener mayor reconocimiento ante sus grupos de interés. Sus líderes cuentan con más de 30 años de experiencia colaborando con empresas multinacionales y nacionales.

AF está integrado por expertos en las áreas de Comunicación, Relaciones Públicas, Psicología, Marketing Digital, Mercadeo, Publicidad y Organización de Eventos. Es un equipo que propone **ideas innovadoras** para **ofrecer soluciones efectivas** a sus clientes. *“Nos apasiona lo que hacemos, creemos en hacer las cosas bien, convencer con el ejemplo, creamos historias coherentes que impacten y persuadan”*. Amelia Reyes Mora, presidenta de AF Comunicación Estratégica.

“La calidad del trabajo de AF es excepcional, se refleja en los resultados que obtienen mes a mes. Son profesionales con valores y alta calidad profesional, un equipo de trabajo confiable. Nos han acompañado y asesorado en proyectos retadores de la organización, siempre con propuestas estratégicas muy integrales, basados en análisis y criterio de expertos con mucha experiencia en comunicación”. Marco A. Calvo, director de Comunicaciones, Habitat para la Humanidad América Latina y Caribe.

AF cuenta con una sólida reputación en la República Dominicana y un amplio conocimiento del entorno que le permite anticiparse a las necesidades de sus clientes para **conectar** marcas y empresas con sus públicos.

“En el país han logrado colocarnos en un mejor posicionamiento, con una calidad inigualable. Las atenciones y direcciones para realizar actividades son oportunas e invaluable. Son los colaboradores No. 1 de Cleveland Clinic”. Julieta Javier, representante Cleveland Clinic.

AF utiliza herramientas tecnológicas para mejorar el conocimiento de los clientes sobre su sector, industria o mercado. *“La comunicación digital es el presente en constante transformación, por ello ofrecemos el servicio de **escucha digital** para brindar un marco de protección, **minimizando el riesgo reputacional** a través de sistemas de detección temprana y alertas predictivas; aprovechamos las tendencias y noticias para destacar las historias de nuestros clientes”*. Eduard Gottschalk, vicepresidente de AF Comunicación Estratégica.

La firma presta servicios a empresas líderes locales e internacionales en diferentes industrias, incluyendo salud, turismo de salud, farmacéuticas, banca, tecnología, educación, organizaciones sin fines de lucro, turismo, consumo masivo, entre otros.

Mediante sus aliados estratégicos pone a la disposición de sus clientes las mejores prácticas del sector, como lo muestra su alianza con la reconocida firma **Comunicación Corporativa (CCK)**, empresa líder de relaciones públicas en Centroamérica.

Asimismo, es miembro de **Worldcom Public Relations Group**, red internacional de agencias independientes que suma la experiencia, contactos y el conocimiento de más de 2,000 profesionales de la comunicación en 49 países.



afcomunicacion.com



809 473 4541



República Dominicana



ALIANZA ESTRATÉGICA
INTERNACIONAL



life

¡A celebrar!

DESPIDE AL 2020 ELIGIENDO ALGUNO DE LOS LANZAMIENTOS DE CHAMPAGNE MÁS IMPORTANTES DE LA TEMPORADA.

113



POR SHEILA RAMÍREZ

BODEGAS EMBLEMÁTICAS
PRESENTAN EDICIONES
QUE SUMAN SIGNIFICADO
A UNA DE LAS BEBIDAS
MÁS FESTIVAS
POR EXCELENCIA.

Burbujas para celebrar

Es cierto que el 2020 ha sido un año desafiante. El momento de valorar lo aprendido, de brindar por la vida y por la unión, a pesar de la distancia física entre seres queridos, ha llegado. También, es momento de decir ¡salud! por las oportunidades que descubrimos en la complejidad y por los retos que se avecinan. Es momento de brindar con champagne.

La denominación de origen controlada Champagne es única, pero con la capacidad de ofrecer una multitud de apasionantes facetas íntimamente vinculadas con las bondades del terruño francés. Para las bodegas históricas de la región que forman parte de la familia LVMH, esta temporada de fin de año es muy significativa. Por esa razón, alistaron presentaciones especiales que hacen énfasis en los valores humanos.

LAZOS QUE IMPORTAN

Moët & Chandon ha desarrollado una línea de cajas de regalo de edición limitada que celebran la promesa de un mejor futuro. La firma partió del lazo que adorna sus botellas y lo dejó volar hasta asumir la forma de un árbol de navidad cuya punta se pierde en las alturas, como símbolo de esperanza. Con su textura dorada y su trazo vanguardista, el estuche rinde homenaje al carácter vibrante de Moët Impérial.



¡SALUD!

Una botella de champagne de 750 ml posee alrededor de 49 millones de burbujas.

LIBERTAD CREATIVA

La historia de convergencia creativa entre Dom Pérignon y Lenny Kravitz fue materializada en una botella de edición limitada, disponible en Vintage 2008 y Rosé Vintage 2006, con un acabado de metal forjado a mano en la superficie del icónico escudo. Esta colaboración refleja la actitud y estilo de vida del artista que ha sabido trascender fronteras culturales y generacionales a través de la música, el diseño, la fotografía y el cine. También acentúa la fe que tiene la maison en el poder de la creación que se renueva constantemente.

UNA VIDA DE COLORES

La artista japonesa Yayoi Kusama envía un mensaje alegre al mundo entero con

una creación única, alegre y colorida, hecha específicamente para Veuve Clicquot. La flor opulenta simboliza la energía, el amor y la celebración de la vida. En tanto, los característicos lunares de sus obras se modifican como burbujas de champagne para encarnar La Grande Dame 2012.

VISIÓN SUSTENTABLE

Mientras se prepara para su centenario aniversario, Ruinart profundiza en su compromiso de preservar los suelos que son principio de vida, así como en transmitir el savoir fair consagrado. El particular enfoque de la firma en el desarrollo sostenible la ha convertido en pionera de empaques totalmente reciclables y moldeados para adaptarse a las representativas curvas de la botella.

De esta manera, las propuestas suman emociones al champagne: una de las creaciones vitivinícolas capaces de despertar todos los sentidos de una manera única, al añadir el componente sonoro de la efervescencia. **FB**

CÓDIGOS DE SERVICIO

PARA DISFRUTAR AL MÁXIMO DE LAS EXCEPCIONALES CUALIDADES DEL CHAMPAGNE, ES ESENCIAL CONSIDERAR ALGUNOS ASPECTOS BÁSICOS PARA SU ELECCIÓN, SERVICIO Y DEGUSTACIÓN.

• EL DOSAJE

Según la cantidad de azúcar residual, expresada en gramos por litro, es:
 Brut. Menos de 12 gr.
 Demi-sec. Entre 32 y 50 gr.
 Sec. Entre 17 y 32 gr.
 Extra dry. Entre 12 y 17 gr.
 Doux. Más de 50 gr.
 Extra brut. Entre 0 y 6 gr.
 Brut nature. Menos de 3 gramos.

• LA COPA

Debe ser suficientemente alta y amplia para permitir que las burbujas tengan espacio

para evolucionar, pero al mismo tiempo, debe ser más estrecha en la parte alta para concentrar los aromas.

• LA TEMPERATURA

Entre 8-12°C Para lograr este rango. Es recomendable meter la botella en una cubitera con agua y cubos de hielo por 20 minutos.

• LA APERTURA DE LA BOTELLA

Quitar el alambre y el papel metálico con la ayuda de la cinta de apertura prevista a

este efecto. Después, sujetar firmemente el tapón y el cuerpo de la botella, evitando dirigirla hacia personas u objetos.

Finalmente, girar suavemente el tapón para que salga sin dejar escapar el vino.

• EL SERVICIO

Verter el champagne hasta dos tercios de la copa. Antes de degustarlo hay que esperar unos minutos para poder percibir toda su riqueza.



ORGULLO
DOMINICANO

POR ÁNGEL GARCÍA

EL NOMBRE DE HIANDRA MARTÍNEZ HACE ECO EN EL MUNDO DE LA MODA INTERNACIONAL. SU BELLEZA CARIBEÑA LA HA LLEVADO A LUGARES QUE NI ELLA MISMA IMAGINÓ, Y SUS PASOS CONTINÚAN DEJANDO HUELLA.

Hiandra Martínez acapara las portadas de las revistas de moda y su presencia se ha vuelto habitual en las pasarelas de todo el mundo, convirtiéndose en una de las top models latinas más exitosas del momento.

Originaria de Peralta, en República Dominicana, Hiandra atiende la llamada de *FORBES Life* desde su actual residencia en Nueva York para relatar el inicio de su carrera. Ella recuerda que fue animada por su familia cuando se presentó a su primer casting a los 16 años. Para su sorpresa, resultó seleccionada el mismo día.

“Desde entonces me dediqué sólo a eso. Nunca falté a los castings, hacía todo lo posible por llegar a ellos. Ya no me veía en ninguna otra carrera”, destaca la joven modelo que en 2017 debutó en la campaña de Anthony Vaccarello para la histórica maison Saint Laurent. Cada paso en el universo del modelaje le ha traído grandes enseñanzas que hoy considera valiosas para compartir con otros talentos.

“Creo que un buen consejo para las nuevas modelos es que siempre sean lo más naturales que ellas se sientan, y que no se dejen llevar por lo que otras personas consideren el prototipo de lo que es ‘lindo’; lo más importante es que sean ellas mismas”, subraya quien también ha sido testigo de los cambios que se gestan en el desafiante universo del modelaje, el cual se abre a nuevos rostros, figuras y etnias, alejándose de los clásicos arquetipos. Esta apertura, comenta, ha sido una gran oportunidad para mostrar con orgullo su origen.

Así es como Hiandra contribuye a transformar la imagen de la mujer latinoamericana ante los ojos del mundo. Una

mujer que impacta por sus raíces, su sencillez y forma de ver la vida: “Me considero una mujer sencilla y tímida a la que aún le cuesta trabajo expresarse delante de mucha gente. No soy buena para hablar en público, siempre he tenido miedo y creo que toda la vida lo voy a tener”.

Sus ganas de alcanzar nuevas metas la mueven al despertar cada mañana, tanto como el deseo de ayudar a su familia, a la cual está muy unida no obstante encontrarse lejos por motivos profesionales.

“Quiero llegar a ser un ícono. No me conformaría ahora mismo con sólo quedarme aquí. Quiero llegar a ser una modelo más reconocida, no sólo en Latinoamérica, sino en el mundo entero. Quiero que las personas vean en mí inspiración, que sepan de dónde vengo”, expresa con la fuerza que le da saberse auténtica. **F**

CLOSE-UP

¿Qué significa para ti ser dominicana?

Es un orgullo increíble; no pediría algo más. Somos personas con mucho amor, sumamente divertidos y cálidos.

Menciona un fracaso del que hayas aprendido mucho.

Que, sin querer, se te ‘suben los humos’ al estilo latino. He aprendido a mantener los pies firmes sobre la tierra.

Para ti, ¿qué es la felicidad?

Es sentirte bien contigo misma, en todos los aspectos. También es importante tener claro que la felicidad es momentánea.

Para ti, ¿lujo es...?

Estar con mi familia.

¿Una faceta que te gustaría explorar en el futuro?

Me gustaría ser empresaria.



DIGITALIZACIÓN, UN PROCESO RENTABLE

EL AUMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN QUE LA PANDEMIA TRAJÓ CONSIGO PUEDE AYUDAR A LAS EMPRESAS NO SÓLO A INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA, SINO TAMBIÉN A MEJORAR SIGNIFICATIVAMENTE EL BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES.

DIEGO RIVERA

**COFUNDADOR
Y CEO DE QÜILO**

POR MIRNA GUTIÉRREZ

1. COMUNICACIÓN MÁS EFICIENTE

Con plataformas que integran la administración a través de aplicaciones móviles se puede establecer una comunicación fluida con los empleados, facilitando el intercambio de ideas, la búsqueda de soluciones y el trabajo en equipo.



2. MONITOREO DE BIENESTAR

A través de encuestas personalizadas, registros de temperatura y monitoreo de síntomas, las compañías pueden evaluar constantemente el bienestar físico, mental y emocional de sus trabajadores, para así tomar acciones de impacto.



4. COMUNIDAD Y CULTURA ORGANIZACIONAL

Con la creciente adopción del trabajo remoto, las empresas que digitalicen procesos e interacciones con sus colaboradores podrán mejorar su cultura organizacional, para así adaptarse a nuevos cambios rápidamente y crear entidades más resilientes.



3. TRANSPARENCIA

Una buena digitalización de los procesos operativos en las organizaciones y en los departamentos de capital humano brinda transparencia a la administración y a los colaboradores, quienes podrían revisar temas de pagos, prestaciones y vacaciones en tiempo real.



5. MAYOR PRODUCTIVIDAD

Al digitalizar las distintas áreas de trabajo se eliminan los procesos presenciales, por ejemplo, solicitar una constancia para vacaciones puede realizarse en segundos por medio de una app móvil, lo que reemplaza la presencia física en las instalaciones y reduce tiempos de respuesta.





SENTÍ EL SABOR™

Disfrutemos

JUNTOS COMO NUNCA
EN ESTA NAVIDAD





ROLEX

EL NUEVO OYSTER PERPETUAL

El Oyster Perpetual es la expresión del Oyster en su forma más pura. Fue el primer reloj Rolex en integrar el movimiento Perpetual en una caja hermética y, con su nueva selección de esferas en toda una gama de colores y acabados, sigue siendo un clásico inconfundible hoy en día.

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL 41

DISTRIBUIDORES OFICIALES ROLEX:

MERCURIO JOYEROS, PANAMA - FS RICHARD, GUATEMALA
JOYERÍA LA JOYA, EL SALVADOR - ROSE JOYEROS, COSTA RICA.