

Forbes

CENTROAMÉRICA

LEERLA ES NEGOCIO | JUNIO-JULIO 2025

CLAUDIA PAZ Y PAZ
EX FISCAL GENERAL DE
GUATEMALA

LAURA LÓPEZ SALAZAR
GERENTE GENERAL DE
PROCIMER EN COSTA RICA

OLGA CANTILLO
PRESIDENTA EJECUTIVA
DE LATINEX EN PANAMÁ



50 MUJERES PODEROSAS



REACH FOR THE CROWN





EL YACHT-MASTER



• **CONTENIDO** •

PÁGINA

36



50 MUJERES PODEROSAS

DESDE SUS DIVERSAS POSICIONES, ESTAS MUJERES LEVANTAN LA VOZ Y TRANSFORMAN SUS ENTORNOS, DANDO RIENDA SUELTA A UNA SINGULAR VISIÓN PARA ENFRENTAR Y RESOLVER PROBLEMAS, Y PARA IMAGINAR Y CONSTRUIR UN MUNDO MÁS EQUITATIVO.

FOTOCOMPOSICIÓN DE PORTADA POR HUGO FABELA CON FOTOGRAFÍAS DE KENNETH ARRIETA Y LEONARDO LEGUIZAMO, TOMADAS EN MAYO DE 2025 EN SAN JOSÉ, COSTA RICA Y PANAMÁ, PANAMÁ

FRONTAL

12. LA BRECHA DE GÉNERO EN EL ÁMBITO DIGITAL EXISTE PESE A LA APERTURA DE OPORTUNIDADES.

La industria tech abre la oportunidad a la participación equitativa entre hombre y mujeres, dada la alta demanda de talento, pero lo cierto es que la brecha de género en este sector es relevante y ocurre en varios ámbitos.

18. LA RETINA, PUERTA QUE SE ABRE PARA DETECTAR ENFERMEDADES CONS INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

La startup costarricense Ainnova Tech diseñó una herramienta apoyada en la IA para detectar enfermedades en etapa temprana al escanear la retina, entre éstas la diabetes, lo que permite tratar a tiempo algunas secuelas.

OPINIÓN

20. LA BRECHA MASCULINA / Nuria Marín

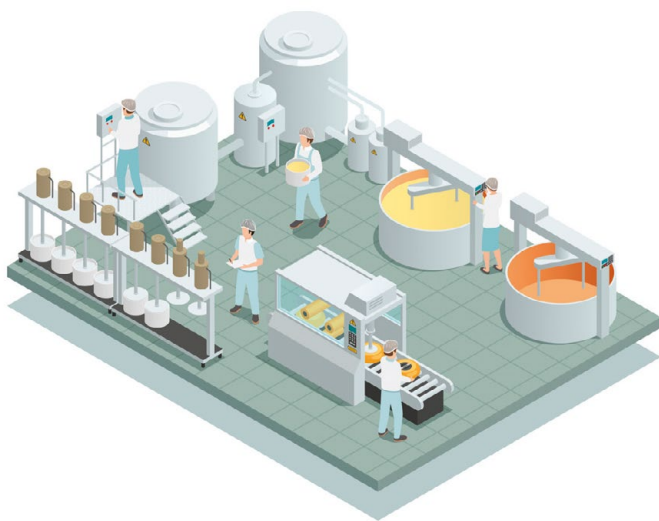
22. INCLUSIÓN FINANCIERA / María-Noel Vaeza

26. EL ARTE EN TIEMPOS DE TRUMP / Francisco Carrillo

REPORTAJES

28. AFIANZADA EN LA INNOVACIÓN, LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS SIGUE EN EBULLICIÓN.

Con la misión de atender a un consumidor que gusta de experimentar y cuidar su salud cada vez más, las empresas de este sector innovan, diversifican sus productos, elevan su calidad y se expanden a nuevos mercados.



64. ¿DÓNDE SE FORMAN LOS NUEVOS DIRECTORES EJECUTIVOS?

El mundo cambió, y con éste las exigencias que los líderes empresariales enfrentan, y el ahora clave papel de las universidades en su formación.



LIFE

76. VIAJE POR LA MEMORIA.

La cineasta tica, Antonella Sudasassi, demuestra que las producciones del istmo son capaces de desatar emociones intensas y atraer los reflectores internacionales, como ocurre con *Memorias de un cuerpo que arde*.



**68. EL BLOCKCHAIN
LLEGA A LA
CANCHA.**

Win Investment, fundada por Valentín Jaremtchuk y Gonzalo Busnadiego, es la *sport-tech* que abre las puertas a los fanáticos del fútbol para democratizar el mercado de pases o transferencias de jugadores mediante tecnología blockchain.



• DIRECTORIO •

Director Editorial
para Centroamérica
y República Dominicana
ELADIO GONZÁLEZ
egonzalez@forbes.com.mx

Subdirectora editorial
para Centroamérica
YANDIRA NÚÑEZ
ynunez@forbes.com.mx

Editora print
ANASELLA ACOSTA
aacosta@forbes.com.mx

Coordinadora web
MAYRA OLOARTE
moloarte@forbes.com.mx

Editor Forbes Life
ALBERTO ROMERO
aromero@forbes.com.mx

Corrector de estilo
ALAIN PRIETO

Director Regional de Arte
ABRAHAM SOLÍS

Diseñador
JESÚS CHÁVEZ

Redes sociales
DENNISE AGREDA

Director de fotografía
PACO GRAMONTTI

Editora de fotografía
ANGÉLICA ESCOBAR

Editora de video
ARIADNA CASTRO

CEO
DANTE ACEVEDO RICARDEZ

Managing Director
MARIANO BENITEZ

COO
CARLA FERNÁNDEZ REDONDO

CDO
CARLOS VALERIO

Senior Advisor
ENRIQUE CARRASCO

Editor in Chief
GIORGIO ARTURI

Directora de Producción y Circulación Latam
LAURA VEGA

Directora comercial
Centroamérica
MILENA AMAYA
milena@forbes.com.mx

Gerente comercial Guatemala
KARLA CARDONA
kcardona@forbes.com.mx

Administradora Centroamérica
MILDRED PEDRAZA

Forbes Centroamérica, Año 12, No. 126, junio - julio 2025

FORBES CENTROAMERICA EDITION is published by CASA PLINIO, S.A. DE C.V.
under a license agreement with Forbes IP (HK) Limited, 21/F, 88 Gloucester Road,
Wanchai, Hong Kong".
"FORBES" is a registered trademark used under license from FORBES LLC".

Impresa en Compañía Impresora Consorcio Gráfico Ajusco, S.A.P.I. de C.V. Calle José Ma.
Agreda y Sánchez No. 223., Col. Tránsito C.P. 06820, Ciudad de México.

ENTRE RETROCESOS GLOBALES Y LIDERAZGO EMERGENTE

Mientras Donald Trump desmantela políticas de diversidad, equidad e inclusión (DEI) en Estados Unidos, en Latinoamérica emerge una fuerza que además de resistir, también lidera e innova. En un continente históricamente relegado de la toma de decisiones globales, son cada vez más las mujeres que alzan la voz y transforman sus entornos. La nueva orden ejecutiva de Trump, que desde febrero prohíbe programas DEI entre proveedores diplomáticos, es parte de un proyecto que busca borrar identidades, eliminar cuotas y reinstaurar una supuesta “meritocracia neutral” que, sin considerar barreras estructurales, perpetúa privilegios.

Frente a liderazgos reaccionarios que recortan derechos bajo la bandera de la eficiencia o la libertad económica, Latinoamérica apuesta por construir espacios de poder para las mujeres en todas las industrias: desde el deporte y la música, hasta el emprendimiento y el cine.

Aunque las mujeres latinoamericanas tienen menor acceso a empleos formales y dedican más tiempo al trabajo no remunerado, se gradúan más de la universidad y acceden cada vez más a estudios de posgrado. Esa persistencia ha traído avances palpables: la Ley Olimpia contra la violencia digital y nuevas normativas contra el acoso en el deporte y la cultura.

Treinta años después de la Plataforma de Acción de Beijing —adoptada por 189 países en 1995— Centroamérica se encuentra en un punto clave para renovar su compromiso con la igualdad. Esta hoja de ruta ha guiado políticas en salud, educación, economía, participación política y eliminación de la violencia contra las mujeres y niñas. Desde entonces, la región ha avanzado: se ha implementado la Política Regional de Igualdad y Equidad de Género del SICA (PRIEG/SICA), se ha fortalecido el Consejo de Ministras de la Mujer (COMMCA), y proyectos como la Estrategia Regional de Igualdad de Género 2023–2025 del PNUD, reflejan un compromiso concreto.

Aun así, el contexto global actual desafía estos avances: conflictos armados, regresiones democráticas, desigualdad digital y violencia estructural impactan directamente a millones de mujeres. Más de 600 millones vivieron en zonas de conflicto solo el último año. La consigna de ONU Mujeres para 2025 llama a una igualdad plena, reconociendo la diversidad de identidades que atraviesan a cada mujer: edad, etnia, orientación sexual, discapacidad, clase o geografía.

En Centroamérica, muchas mujeres siguen enfrentando



Σ. Quin.

ELADIO GONZÁLEZ

Director Editorial para
Centroamérica y
República Dominicana



egonzalez@forbeslatam.net

enormes barreras para acceder a salud, educación, trabajo digno o representación política. Aunque existen políticas públicas con enfoque de género, su implementación es desigual. El reto es cultural, político y económico: se necesitan voluntad, recursos y alianzas intersectoriales.

Para avanzar se requiere más que discursos: hacen falta políticas específicas, programas de mentoría, financiamiento dirigido y datos rigurosos para diseñar intervenciones eficaces. La igualdad de género no puede seguir siendo una aspiración lejana; debe ser una política de Estado, una práctica institucional y una convicción social. Sólo así Centroamérica podrá convertirse en un modelo regional de transformación sostenible. **F**

170,000

MILLONES DE DÓLARES

ingresaron a Latinoamérica en 2024 vía remesas, 7,700 MDD más respecto de 2023. El 80% provino de Estados Unidos. Se prevé que el ritmo de estos envíos se desacelere ante el proyecto del presidente Donald Trump de imponer el 3.5% de impuestos a las remesas.

PRINCIPALES RECEPTORES DE REMESAS EN CENTROAMÉRICA

(En millones de dólares)

	2024	% respecto año previo	2025 (1er trimestre)	% respecto mismo periodo de 2024
Nicaragua	5,243.0	+ 12.5	1,441.3	+ 26
Guatemala	21,510.0	+ 8.6	5,642.7	+ 17
Honduras	9,743.0	+ 6.2	2,625.6	+ 25
El Salvador	8,419.8	+ 2.5	2,269.7	+ 14

FUENTE: BID y bancos centrales de cada país.

• ESPECIAL •

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



Habilidades para el futuro: cómo la RSE impulsa la empleabilidad en la economía digital

La inversión social empresarial ha dejado de enfocarse en donaciones aisladas para convertirse en una herramienta estratégica de transformación.



La automatización y la inteligencia artificial están modificando los perfiles profesionales que exige el mercado. Frente a estos cambios, preparar a las personas para nuevas formas de empleo se ha convertido en una prioridad. Las iniciativas de responsabilidad social empresarial —mejor conocidas como RSE— han comenzado a responder a esta necesidad desde un enfoque estratégico que prioriza el desarrollo de habilidades, la formación técnica y la empleabilidad, sobre todo en comunidades que históricamente han enfrentado barreras para acceder a oportunidades laborales de calidad.

Ya no se trata únicamente de filantropía o de acciones puntuales para mejorar la imagen corporativa. La RSE se ha convertido en un instrumento para generar valor compartido entre las empresas y la sociedad, especialmente a través de

programas que buscan reducir las brechas educativas y conectar a las personas con sectores en expansión como la tecnología, el análisis de datos, la ciberseguridad y la computación en la nube.

Datos de la OCDE revelan que, aunque la mayoría de los jóvenes aspira a ocupar empleos calificados —como profesionistas o directivos—, quienes provienen de contextos socioeconómicos bajos enfrentan mayores obstáculos para lograrlo, incluso si poseen niveles educativos similares a sus pares más privilegiados. Uno de los factores que explican esta disparidad es el acceso limitado a orientación vocacional, redes de contacto y experiencias tempranas en el campo profesional.

La RSE ha empezado a actuar como puente entre esa aspiración y la realidad. Diversas iniciativas en América Latina y otras regiones han centrado

sus esfuerzos en cerrar la brecha digital y fortalecer la movilidad social a través de programas de capacitación gratuita, orientación profesional, mentorías, cursos técnicos y alianzas con instituciones educativas. En muchos casos, estas acciones priorizan a poblaciones históricamente excluidas: personas jóvenes, mujeres, habitantes de zonas rurales o personas sin acceso a educación superior.

De acuerdo con el Future of Jobs Report 2023 del Foro Económico Mundial, se espera que el 43 % de las tareas laborales estén automatizadas para 2027, lo cual subraya la urgencia de invertir en capital humano. En este contexto, los programas de RSE orientados a la educación técnica no solo benefician a los individuos, sino que también fortalecen los ecosistemas laborales y empresariales al ampliar la base de talento disponible para sectores clave.

Una característica común en estas iniciativas es su capacidad de escalabilidad. Muchas recurren a plataformas digitales para extender el alcance de sus programas, integran metodologías de aprendizaje flexible y establecen colaboraciones con actores del sector público y académico para lograr un mayor impacto. Desde cursos en línea hasta experiencias laborales guiadas, la inversión social empresarial está redefiniendo el concepto de inclusión.

La transformación de la RSE responde a un nuevo entendimiento de su propósito: no se trata solo de mitigar efectos negativos, sino de anticiparse a los cambios estructurales y contribuir activamente a que más personas encuentren un lugar digno y sostenible en la economía digital.

INS: la aseguradora costarricense comprometida con la sostenibilidad

Con resultados sólidos y acciones concretas, el INS consolida una gestión que equilibra rentabilidad e impacto social.

El Instituto Nacional de Seguros (INS) presentó por cuarto año consecutivo su Reporte de Sostenibilidad 2024, un informe que responde a los más altos estándares internacionales.

Cada una de las acciones de esta aseguradora costarricense, líder en primas en la región, gira en torno a la sostenibilidad en todos sus ámbitos. Protegen la vida de las personas a través del Benemérito Cuerpo de Bomberos y la Red de Servicios de Salud, desarrollan programas de prevención y, de manera paralela, ofrecen seguros con propósito, brindando protección a miles de personas, sus familias y empresas, con el respaldo y la garantía de una marca centenaria, 100 % tica.

Su gestión incorpora un enfoque moderno de rentabilidad que les permite generar importantes ganancias, pero a la vez centrarse en el bienestar de cada una de sus partes interesadas y en el cuidado del medio ambiente.

El INS cerró 2024 con 180 millones de dólares en utilidades brutas, un 78 % más que el año anterior. Además, su patrimonio alcanzó los 2.430 millones de dólares, lo que la convierte en la empresa financiera no bancaria con el patrimonio más alto de Costa Rica.

“La grandeza de una empresa centenaria como nuestro querido Instituto Nacional de Seguros (INS) va mucho más allá de las pólizas y los números. El impacto del INS se manifiesta en nuestra capacidad de ir más allá del ámbito financiero, utilizando la fortaleza económica como una herramienta para generar impactos positivos y duraderos en la vida de las personas, sus familias y el desarrollo del país”, aseguró su presidenta ejecutiva, Gabriela Chacón.



EL EVENTO, REALIZADO EN MAYO, FUE GALARDONADO CON LA BANDERA AZUL ECOLÓGICA EN LA CATEGORÍA “EVENTOS SOSTENIBLES”.

El INS, además de ofrecer seguros y otros servicios, tiene como propósito generar valor público a la sociedad. Esta empresa tiene muy clara su responsabilidad de desarrollar e implementar estrategias que le permitan mitigar los impactos negativos que genera.

Es la única aseguradora en Costa Rica con su propio hospital: el Hospital de Trauma del INS, un centro único en la región, con personal altamente capacitado, instalaciones modernas y equipo de vanguardia, que garantizan una atención de calidad y con calidez.

“La solvencia económica es un pilar fundamental para la confianza y estabilidad de cualquier institución financiera. Sin embargo, en el INS estamos convencidos de que la verdadera prosperidad de una institución va más allá de sus resultados económicos. Es imperativo que, junto con la solvencia financiera, se priorice la creación de valor para la sociedad”, indicó el gerente general, Luis Fernando Monge.

En el ámbito ambiental, por sexto año consecutivo, el INS mantiene la certificación Carbono Neutral Plus, la máxima distinción del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0, otorgada a empresas que identifican, miden, gestionan y compensan responsablemente sus emisiones de gases de efecto invernadero.

Este cuarto informe de sostenibilidad del Grupo INS se alinea con los Estándares GRI (Global Reporting Initiative) y la metodología de Reporte Integrado (IR).

EL INS EN CIFRAS

- **Utilidad bruta:**
176 millones de dólares
- **Patrimonio:**
2.430 millones de dólares
- **Activo:**
5.137 millones de dólares
- **Provisiones técnicas:**
1.700 millones de dólares

RSE como motor de colaboración: una nueva forma de trabajar y transformar realidades

Más allá de los resultados sociales o ambientales, la responsabilidad social empresarial ha fortalecido dinámicas internas de cooperación, comunicación y trabajo en equipo.



La implementación de iniciativas de responsabilidad social empresarial —RSE— no solo ha generado impactos positivos en el entorno. También ha transformado la manera en que las organizaciones trabajan, se comunican y colaboran, tanto al interior de sus equipos como en sus relaciones con actores externos. La RSE se ha convertido en una vía para impulsar culturas laborales más participativas y orientadas a la cooperación.

En términos organizacionales, estas acciones han favorecido el desarrollo de competencias como la empatía, el pensamiento colectivo y la resolución de problemas en contextos diversos. A través de actividades como voluntariados, mentorías, diseño de programas sociales o ambientales, y alianzas con instituciones educativas o comunitarias, los equipos salen de su rutina operativa

para participar en proyectos que requieren coordinación, diálogo y visión compartida.

Cuando las personas colaboran en iniciativas con propósito, tienden a generar vínculos más sólidos, basados en objetivos comunes. Esto no solo mejora el ambiente de trabajo, también fortalece la cohesión entre áreas y niveles jerárquicos. En estructuras complejas, donde las tareas suelen estar divididas por función, la RSE abre un espacio distinto: un terreno donde se construyen puentes, se comparten saberes y se genera confianza.

Datos del estudio Volunteerism Survey de Deloitte muestran que el 87 % de los empleados considera importantes las oportunidades de voluntariado en el lugar de trabajo al decidir permanecer en su empleo actual o buscar uno nuevo. Además, el informe señala que estas

experiencias fortalecen el sentido de pertenencia y aumentan la disposición para colaborar con otros equipos dentro de la organización.

Desde el liderazgo, este tipo de estrategias permiten crear entornos más horizontales y participativos. Al integrar al personal en la planeación, ejecución y evaluación de proyectos con impacto social o ambiental, se activan procesos de innovación y creatividad colectiva. También se generan dinámicas de reconocimiento que no dependen únicamente del rendimiento financiero, sino del aporte a causas compartidas.

La colaboración, sin embargo, no se limita a los equipos internos. Una RSE sólida involucra también a clientes, proveedores, comunidades, organizaciones sociales y gobiernos. Este tipo de alianzas, que requieren coordinación, escucha activa y adaptación, han permitido desarrollar respuestas más efectivas frente a desafíos como el acceso a la educación, la inclusión digital o la sostenibilidad.

Algunas organizaciones han comenzado a diseñar sus estrategias de RSE con una lógica interdepartamental, lo que ha dado origen a comités, células de trabajo y equipos multidisciplinarios que piensan, implementan y evalúan acciones de forma conjunta. Este modelo no solo permite optimizar recursos, también multiplica el aprendizaje y mejora la toma de decisiones.

Al integrar la RSE en sus estructuras y valores, las organizaciones no solo fortalecen su compromiso externo. La colaboración deja de ser una expectativa abstracta para convertirse en una práctica cotidiana que amplía el alcance de cada iniciativa y reconfigura la relación con el entorno: menos vertical, más cooperativa, más humana.

AES Panamá electrifica por primera vez a más de 2,300 personas en comunidades de Bocas del Toro

Nueve comunidades de Almirante y Changuinola dejaron atrás la oscuridad tras un proyecto que conectó hogares, escuelas y centros de salud a la red eléctrica.



Más de 2,340 personas en comunidades rurales de los distritos de Almirante y Changuinola accedieron por primera vez a la electricidad, gracias a un proyecto liderado por AES Panamá en alianza con la Oficina de Electrificación Rural del Ministerio de Obras Públicas. La iniciativa representó una inversión de 3.4 millones de dólares.

En total, se electrificaron más de 500 edificaciones mediante el tendido convencional y la instalación de 100 sistemas solares que permitieron alcanzar zonas apartadas. Entre las comunidades beneficiadas se encuentran Bajo Gavilán, Charco La Pava, Valle del Rey, Lazo de Santa Fé, Nance de Riscó, Soledad de Riscó, Nudóbidi, Valle Riscó y Bajo La Esperanza.

El impacto en la vida cotidiana es inmediato. Las familias pueden ahora convivir por las noches sin depender de lámparas de queroseno, los estudiantes

tienen mejores condiciones para hacer sus tareas, y los pequeños comerciantes ya comienzan a almacenar productos en refrigeración. Fermín Abrego, líder comunitario, agradeció públicamente la obra, destacando el cambio profundo que representa para su gente.

Miguel Bolinaga, presidente de AES Panamá, expresó su satisfacción y orgullo por la entrega del programa, y afirmó que no hubiera sido posible sin el respaldo de la OER. “La electricidad no solo facilita el acceso a la educación y a las nuevas tecnologías, sino que también transforma la calidad de vida en las comunidades. Este avance representa un paso fundamental hacia un desarrollo más equitativo y sostenible, asegurando que más panameños puedan acceder a recursos esenciales. En AES Panamá, reafirmamos nuestro compromiso de seguir impulsando proyectos de electrificación rural en distintas regiones del país”.

Durante la ceremonia también se presentaron avances del programa Emprendimiento Comunitario, ejecutado por la Fundación AES Panamá con el apoyo de los ministerios de Desarrollo Social, Desarrollo Agropecuario y Comercio e Industrias. Hasta ahora, más de 30 iniciativas productivas han sido fortalecidas en la región.

El secretario general del Ministerio de Desarrollo Social, Adonay Ortega, subrayó el valor de las alianzas entre sector público y privado como vía para reducir brechas estructurales. Agradeció especialmente la participación de las organizaciones locales, fundamentales para lograr una ejecución eficaz y cercana a las necesidades reales.

Una de ellas fue la Fundación Alianza por el Desarrollo de Nance de Riscó, reconocida por su papel como enlace con las comunidades durante la implementación del programa económico. Su colaboración permitió mejorar el alcance y la pertinencia del proyecto.

En paralelo, la Fundación AES Panamá celebró el cierre del programa Líder en Mí, desarrollado durante tres años en la Escuela Nance del Riscó. Con enfoque en liderazgo y desarrollo personal, esta iniciativa benefició a 515 estudiantes, 30 docentes, 6 administrativos y 179 familias, en alianza con la organización Franklin Covey.

El conjunto de proyectos entregados demuestra una estrategia de desarrollo que va más allá de la infraestructura. A través de alianzas estratégicas, formación y acceso a servicios esenciales, AES Panamá consolida su papel en la construcción de comunidades más fuertes, productivas y sostenibles.

HABLEMOS DE EQUIDAD EN EL SECTOR TECH

SI BIEN LA INDUSTRIA TECH DA GRANDES PASOS EN LATINOAMÉRICA, ABRIENDO LA OPORTUNIDAD A LA PARTICIPACIÓN EQUITATIVA DE LAS MUJERES DADA LA ALTA DEMANDA DE TALENTO, LO CIERTO ES QUE LA BRECHA EN ESTE SECTOR ES RELEVANTE Y OCURRE EN VARIOS ÁMBITOS: LA CONTRATACIÓN, EL SALARIO, LA PROMOCIÓN Y LA CAPACITACIÓN, POR MENCIONAR LOS MÁS RELEVANTES. AQUÍ EL PANORAMA ESBOZADO POR MCKINSEY Y POR KPMG EN EL SECTOR —QUE SE HALLA EN UN MOMENTO CRUCIAL DE CRECIMIENTO EXPONENCIAL—, COMO PUNTO DE PARTIDA PARA TOMAR ACCIÓN Y CAMBIAR EL PARADIGMA DE LA BRECHA DE GÉNERO EN LAS EMPRESAS TECH.

● Las mujeres siguen siendo una minoría en la fuerza laboral tecnológica de la mayoría de las empresas.

● Los hombres reciben casi cinco veces más ascensos que las mujeres en roles gerenciales dentro de las empresas tecnológicas latinoamericanas.

● Una vez que son promovidas, sólo el 21% de las mujeres tienen la intención de cambiar de empresa, en comparación con el 31% de los hombres.

● Sólo un tercio de las personas que se postulan a roles tecnológicos son mujeres.

● En los niveles superiores, sólo el 17% de promociones beneficia a mujeres.

Sólo

20%

de las contrataciones para puestos de liderazgo en empresas tecnológicas han sido para mujeres en los últimos tres años.

Entre

20% Y 40%

de la fuerza laboral en puestos iniciales corresponde a mujeres.

Entre

0% Y 30%

de puestos de alta dirección tech son ocupados por mujeres.

50%

de las empresas latinoamericanas cuentan con políticas para reducir la brecha de género como equidad salarial, apoyo en licencias de maternidad y opciones de trabajo flexible.



EN CENTROAMÉRICA

- **Sólo 9% de las ejecutivas** en Centroamérica lideran iniciativas de automatización en las empresas.
- **12% de mujeres lideran** proyectos de transformación digital.
- **Tan sólo 2% de ejecutivas** lideran temas de gestión de datos en las organizaciones.
- **61% de las líderes en Centroamérica** estiman que el trabajo híbrido facilita el balance entre vida y trabajo.
- **36% de las líderes de negocio** han mejorado sus habilidades digitales recientemente.



BARRERAS PARA QUE MÁS MUJERES OCUPEN POSICIONES EN LA ALTA DIRECCIÓN

- Discriminación por estereotipos.
- Sesgos inconscientes.
- Microagresiones.
- Desigualdad de oportunidades.
- Autolimitación por falta de autoestima y autoconfianza.



CÓMO MITIGAR LA INEQUIDAD EN LAS EMPRESAS

- **Aumentar el número de mujeres** que postulan a roles tecnológicos.
- **Cambiar políticas y mentalidades** para reducir la discriminación y mejorar la retención.
- **Transparencia en los datos** y seguimiento del progreso en equidad de género.
- **Procesos de contratación** y promoción libres de sesgos.
- **Programas de salud y bienestar** con enfoque de género.
- **Políticas de licencia** parental igualitaria.
- **Apoyo a la capacitación** y actualización de habilidades para mujeres.
- **Facilitar redes de contacto** y mentoría para y entre mujeres.

Sólo el

24%

de las promociones en los puestos iniciales se otorgan a mujeres.

Entre

26% Y 31%

de las mujeres en roles tecnológicos reportan ganar menos que sus colegas hombres.

ENERGÍA, DISPOSITIVOS MÉDICOS Y TABACO

ESTA PRIMERA MITAD DEL AÑO SE CONFIRMA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR ELÉCTRICO EN EL SALVADOR, EL LIDERAZGO DE LOS TICOS EN CIENCIAS DE LA VIDA, Y EL DE LOS CATRACHOS COMO MAESTROS DEL TABACO.



100 MDD

DELSUR El Salvador

La Distribuidora de Electricidad (DELSUR) anunció un plan de inversión por 100.1 millones de dólares (MDD) entre 2025 y 2028 en El Salvador, destinado “a fortalecer el desarrollo económico del país”. La empresa salvadoreña, filial del grupo empresarial multilatinio EPM, dedicada a la transformación, distribución y comercialización de energía eléctrica, liderada por Carolina Quintero, dio a conocer que se proyecta invertir 30.2 MDD este año, 32.7 MDD para el siguiente, 15.5 MDD en 2027, y 21.7 MDD en 2028. Este plan “permitirá la modernización de la red de distribución, la incorporación de nuevas tecnologías, la renovación de activos y el desarrollo del talento humano” en un sector que apunta a la transición energética sostenible. DELSUR suministra electricidad a por lo menos a 455,338 usuarios en el centro y sur de El Salvador.



35 MDD

HERAEUS MEDEVIO Costa Rica

La firma alemana de dispositivos médicos Heraeus Medevio invirtió 35 MDD en Costa Rica para “la expansión de Fase III” de su operación en el país centroamericano. La Promotora del Comercio Exterior tica (Procomer) detalló que las nuevas instalaciones están en la Zona Franca La Lima, Cartago, y abarcan una superficie de 11,000 m² que expandirán a 21,000 m² al finalizar la ampliación. La empresa ha previsto la contratación de 500 nuevos colaboradores, incluyendo “profesionales especializados para liderar su primer laboratorio de Investigación y Desarrollo (I+D) en Costa Rica”. En esta planta, la firma presidida por Heiko Specht producirá subensambles y dispositivos terminados como catéteres especializados, entre otros.



20 MDD

MY FATHER CIGARS Honduras

Recientemente la tabacalera nicaragüense, representada por Jaime García, invirtió 20 millones de dólares (MDD) en la construcción de una nueva planta en El Paraíso, Honduras. Considerada como el complejo industrial de tabaco “más grande del país” por la Secretaría de Desarrollo Económico catracha, la planta fue inaugurada en marzo. La empresa se destaca en el “cultivo, añejamiento y fermentación de tabacos con procesos tremendamente inventivos”, subraya la dependencia. Por ahora, tiene una capacidad de producción de 10 millones de cigarros anuales, y el plan es duplicar esta cantidad, bajo la tradición del maestro torcedor José Pepín García.

• ESPECIAL •

SEGUROS



El seguro personal enfrenta retos estructurales en los mercados emergentes

La baja participación del seguro en las economías en desarrollo refleja una cobertura limitada, afectada por el alza de costos y cambios en los patrones de riesgo.



El seguro personal, que representa aproximadamente una cuarta parte del total de primas del sector asegurador global, sigue sin recuperar su nivel de relevancia prepandemia. Según el informe *Global Insurance Report 2025: The Pursuit of Growth*, elaborado por McKinsey & Company, la proporción de primas sobre el PIB global fue de 1.0 % en 2023, por debajo del 1.2% registrado en 2019. Esta caída se acentúa en los mercados emergentes, donde la participación bajó de 0.7% a 0.5% en el mismo periodo.

El documento identifica una ampliación de la brecha entre economías desarrolladas y emergentes. En los países industrializados, las primas de seguros personales se mantuvieron estables como porcentaje del PIB, mientras que en los países en desarrollo, además de disminuir su relevancia, se observaron tasas de crecimiento por debajo del ritmo económico. Esta tendencia debilita el papel

del seguro como herramienta de protección financiera en amplios segmentos de la población.

Uno de los aspectos más relevantes del informe es la caracterización de un grupo de países con ingreso per cápita entre 10,000 y 30,000 dólares, que presentan condiciones para un crecimiento sostenido del sector. En este grupo se encuentran Brasil, México y Chile. Aunque Centroamérica no figura de manera específica, varios países de la región comparten niveles similares de ingreso, rezago en aseguramiento y exposición a riesgos físicos.

El análisis también muestra que el aumento de los precios de activos, los costos de reparación y los cambios en la frecuencia de siniestros han elevado el costo de las pólizas, especialmente en los segmentos de auto y hogar. A esto se suma un incremento en los precios de reaseguro y en la volatilidad climática, que ha llevado a que cerca del 70 % de las pérdidas económicas

por desastres naturales entre 2016 y 2023 no estuvieran aseguradas.

Además del impacto económico, el informe subraya el potencial de tecnologías como la inteligencia artificial para rediseñar productos, automatizar procesos y mejorar la eficiencia en suscripción, siniestros y atención al cliente. También identifica como tendencia creciente la distribución embebida, que permite contratar seguros en el punto de venta de otros bienes o servicios, y que ya ha ganado terreno en Asia y América Latina.

Finalmente, el documento destaca que el envejecimiento poblacional y los cambios en los patrones de compra están modificando las necesidades aseguradoras. Se prevé que la proporción de personas mayores de 65 años supere el 20 % en regiones desarrolladas hacia 2033. Esto plantea la necesidad de productos más flexibles, segmentación por etapa de vida y canales adaptados a perfiles diversos.

Seguros Bantrab redefine el aseguramiento con soluciones integrales e inclusivas

La empresa transforma su enfoque para anticipar riesgos, fortalecer la resiliencia de las personas y ampliar el acceso al seguro en Guatemala.



Daniel Aguilar, Gerente General de Aseguradora de los Trabajadores.

El aseguramiento ya no comienza con una pérdida. Seguros Bantrab parte de la premisa de anticiparse a los riesgos y acompañar a las personas a lo largo de todo el proceso, desde la prevención hasta la recuperación. Esta transformación responde al aumento de amenazas interconectadas y frecuentes que exigen un modelo más ágil, empático y adaptable.

La empresa ha reconfigurado su oferta de valor para brindar soluciones integrales en áreas como salud, vida, seguros colectivos y productos con impacto social. En lugar de limitarse a indemnizar, busca fortalecer el bienestar de las personas mediante una combinación de prevención, protección y asistencia. Además, ha incorporado

criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en sus decisiones técnicas y estratégicas, alineando su operación con una visión de desarrollo sostenible.

En regiones donde el acceso al seguro sigue siendo limitado, Seguros Bantrab ha apostado por estrategias centradas en la confianza. Iniciativas como Bienestar Mayor y Mujeres Líderes de Bienestar, vinculan los seguros a causas sociales concretas, protegiendo a grupos históricamente excluidos y promoviendo su salud, autonomía y seguridad financiera. La empresa también ha simplificado la comunicación con sus asegurados, facilitando la comprensión de coberturas y procesos, como parte de su estrategia de alfabetización aseguradora.

La distribución ha dejado de depender únicamente de canales tradicionales. Hoy, los productos están disponibles en sucursales, plataformas digitales, redes sociales y medios no convencionales, lo que permite acercar el seguro a distintos públicos en sus propios entornos.

El desarrollo tecnológico ha sido otro eje de transformación. Actualmente, la empresa utiliza analítica avanzada para segmentar riesgos, monitorear comportamientos y generar alertas tempranas. Esto permite tomar decisiones más rápidas y diseñar productos más pertinentes. En su hoja de ruta se contempla la integración de inteligencia artificial para detectar fraudes, predecir siniestros y personalizar servicios sin sacrificar el trato humano.

Equilibrar sostenibilidad financiera con inclusión ha sido otro reto clave. A través de productos modulares y escalables, Seguros Bantrab ha ampliado su alcance sin comprometer la calidad técnica ni la solidez operativa. La visión de sus accionistas, que combina impacto social con rentabilidad sostenible, permite desarrollar un modelo de negocio enfocado en el largo plazo.

Para fortalecer la resiliencia del sector, la empresa ha invertido en cinco capacidades clave: gestión de riesgos no financieros, gobierno corporativo alineado con estándares internacionales, análisis estratégico con enfoque prospectivo, diseño de productos adaptables y participación activa en espacios gremiales y regulatorios.

Más que adaptarse, Seguros Bantrab ha optado por liderar. Al combinar tecnología, cercanía e inclusión, busca responder con precisión a los desafíos actuales y futuros del aseguramiento en Guatemala.

Centroamérica se posiciona como un nuevo centro de innovación aseguradora



El dinamismo regional y la cercanía con ecosistemas como el mexicano fortalecen el atractivo de la región para empresas tecnológicas del sector.

Centroamérica se ha convertido en una de las regiones con mayor dinamismo en el ecosistema insurtech de América Latina. A diferencia de mercados consolidados como Brasil, México o Argentina, el crecimiento reciente en los países centroamericanos revela una evolución acelerada, marcada por la llegada de nuevas empresas y el fortalecimiento de modelos de negocio digitales.

El informe Viaje Insurtech en Latam Julio 2024, elaborado por Digital Insurance LATAM con el apoyo de MAPFRE, identifica a Centroamérica como el mercado de mayor crecimiento en la región durante el último año, con una expansión del 69 %. Este ritmo supera ampliamente al promedio latinoamericano, que se situó en apenas 6 %, y refleja tanto el desarrollo de empresas locales como la llegada de insurtechs extranjeras.

El estudio también destaca que el 46 % de las startups que operan en Centroamérica provienen de otros países, lo que posiciona a la región como un centro de atracción de capital e innovación. Esta tendencia se relaciona con la cercanía geográfica y estratégica con México, uno de los principales ecosistemas tecnológicos de la región, así como con la existencia de una demanda creciente de servicios financieros más accesibles.

A pesar de que la financiación en capital riesgo ha disminuido —el total recaudado entre julio de 2023 y junio de 2024 fue de 43 millones de dólares, la cifra más baja desde que se tienen registros—, el ecosistema continúa creciendo. Este contraste muestra que muchas de las nuevas insurtechs apuestan por modelos sostenibles desde etapas tempranas y se apoyan en alianzas regionales para escalar.

Otro dato relevante es la expansión de las insurtechs multilatinas, aquellas que operan en varios países. Estas representan ya el 13 % del ecosistema y tienen mayores tasas de supervivencia frente a las empresas locales. El informe indica que, en el último año, 49 startups cerraron operaciones en la región, y que el 92 % de estas eran de origen nacional, lo que refleja los desafíos que aún enfrentan los emprendimientos más pequeños.

La región presenta condiciones propicias para convertirse en una plataforma de expansión para soluciones aseguradoras basadas en tecnología. Bajos costos operativos, necesidades estructurales no resueltas y una creciente apertura a la digitalización son factores que han favorecido esta consolidación.

Centroamérica se perfila como un punto de entrada estratégico para empresas que buscan probar modelos digitales en mercados en crecimiento. Si bien aún enfrenta desafíos importantes, su evolución reciente permite hablar de un ecosistema que gana visibilidad y que podría jugar un papel central en la transformación aseguradora de la región.



El nuevo aseguramiento en Centroamérica: prevención, tecnología y cercanía

Grupo Ficohsa impulsa una transformación del seguro tradicional con soluciones personalizadas, digitales e inclusivas que fortalecen la resiliencia y la cultura de prevención en la región.

Gruppo Ficohsa ha consolidado su presencia en el sector asegurador centroamericano con operaciones en Honduras, Guatemala, El Salvador y Nicaragua, además de una participación complementaria en Panamá y Estados Unidos. Su crecimiento ha estado acompañado de una transformación estratégica: pasar de un enfoque indemnizatorio a uno centrado en la gestión integral del riesgo.

Este cambio responde a una realidad donde los riesgos son más complejos y frecuentes. Eventos climáticos extremos, ciberataques y crisis sanitarias han motivado a la compañía a desarrollar soluciones flexibles, con soporte tecnológico y un acompañamiento continuo al cliente, desde la prevención hasta la recuperación.

Ficohsa Seguros ha incorporado tecnologías como analítica avanzada e inteligencia artificial, que permiten evaluar riesgos con mayor precisión y ofrecer productos ajustados a las necesidades individuales. Estas herramientas

también mejoran la experiencia del cliente a través de plataformas digitales disponibles en todo momento y con procesos simplificados.

En regiones con baja penetración de seguros, como Honduras —donde apenas alcanzó el 2.56 % del PIB en 2022, según CAHDA—, la empresa ha promovido una cultura de prevención mediante programas de educación financiera en alianza con ONGs y actores comunitarios. Estas acciones han fortalecido la confianza en el seguro como herramienta de protección económica y social.

La digitalización también ha facilitado el acceso en zonas remotas, mientras que la personalización de productos y los precios accesibles han permitido conectar con poblaciones tradicionalmente excluidas. Estas medidas, sumadas a las alianzas con gobiernos locales y organizaciones comunitarias, han sido claves para eliminar barreras y ampliar la cobertura.

En términos de sostenibilidad, Ficohsa Seguros ha desarrollado un modelo

que equilibra rentabilidad e inclusión. Su portafolio incluye microseguros y pólizas modulares, lo que permite adaptar la oferta a la capacidad de pago de cada usuario. La eficiencia operativa derivada de la tecnología ha contribuido a ofrecer precios competitivos sin comprometer la viabilidad financiera.

La empresa también ha fortalecido sus capacidades internas para anticiparse a escenarios emergentes. Cuenta con equipos especializados en análisis de riesgos y tecnología predictiva para detectar señales tempranas y responder con rapidez ante fenómenos como pandemias, crisis económicas o ciberamenazas.

Este enfoque se complementa con programas de capacitación, colaboración con organismos multilaterales y campañas de concienciación dirigidas a clientes. La apuesta por una resiliencia compartida busca no solo proteger a los asegurados, sino también robustecer estructuralmente al sector en toda la región.

LA RETINA, UNA PUERTA PARA SALVAR VIDAS, Y SU LLAVE, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

LA STARTUP TICA AINNOVA TECH DISEÑÓ UNA HERRAMIENTA QUE DETECTA A TIEMPO Y DE MANERA EFECTIVA ENFERMEDADES COMO LA DIABETES AL OBSERVAR LA RETINA, CON LO QUE SE PUEDEN PREVENIR MUCHAS DE LAS CONSECUENCIAS DE ESTE PADECIMIENTO.

VINICIO VARGAS

COFUNDADOR & CEO DE AINNOVA TECH



La diabetes es una 'epidemia mundial', así lo reconoce la Organización Mundial de la Salud (OMS) al señalar que en las últimas décadas se ha incrementado de manera alarmante el número de personas con esta enfermedad. La publicación especializada *The Lancet* refiere que en las Américas, el número se ha multiplicado casi cuatro veces desde 1990. Mientras, Statista proyecta que la cifra aumentará un 53% para el año 2045 en Latinoamérica.

Con la diabetes, sobrevienen diversas enfermedades, una de éstas es la retinopatía diabética, cuya detección temprana es crucial para evitar la ceguera. Para lograr el diagnóstico a tiempo, el emprendimiento costarricense Ainnova Tech creó la plataforma digital Vision Ai, impulsada por inteligencia artificial, a través de un estudio de la retina, utilizando algoritmos avanzados de segmentación que ayudan a identificar daños oculares, disminuyendo la posibilidad de un diagnóstico falso, y permitiendo intervenciones más efectivas.

SOLUCIÓN GLOBAL

"Queríamos una solución para un problema global que fuera escalable para un fondo de inversión en cualquier parte del mundo", comparte Vinicio Vargas, cofundador y CEO de Ainnova Tech, en entrevista con FORBES.

Relata que identificaron que el 30% de las personas con diabetes desarrollan retinopatía diabética, que es la causa líder de ceguera en adultos en edad laboral en todo el mundo y que, según la American Academy of Ophthalmology, el 49% de sus diagnósticos son erróneos en las primeras etapas, además de que no hay síntomas visibles.

"En el examen de retina se toman dos imágenes y se suben a la plataforma. Ahí es donde se comparan con decenas de miles de imágenes validadas por retinólogos, teniendo el resultado



LA VISIÓN QUE TENEMOS ES LLEGAR AL PUNTO DONDE SE TOMA UN ESCANEO DE LA RETINA, Y QUE ÉSTE SEA CADA VEZ MÁS ACCESIBLE Y MÁS ECONÓMICO; QUE SEA UNA PRUEBA ESTÁNDAR, ASÍ COMO SE TOMA LA PRESIÓN, Y SE TENGA UN DISPOSITIVO EN EL CUAL AUTOMÁTICAMENTE AL ESCANEAR LA RETINA SE TENGA LISTO EL RESULTADO"

VINICIO VARGAS

COFUNDADOR Y CEO DE INNNOVA TECH

en cinco segundos aproximadamente, para así ser referido al oftalmólogo y que éste pueda hacer el comparativo correcto y evitar un falso diagnóstico", enfatiza Vinicio.

Ainnova Tech fue creada en 2021, y hasta el momento ha recaudado 1.6 millones de dólares (MDD), además cuenta con una ronda abierta de 10 y hasta 20 MDD, que irá por fases. Este año espera levantar 3.5 MDD, y para el mismo periodo del 2026 espera llegar a 10 MDD. La idea inició en Costa Rica, y desde ahí manejan la operación a diferentes lugares: ya han creado un holding en Houston, Texas; además cuentan con oficinas en Ciudad de México y están entrando al mercado de Colombia y República Dominicana. En India, ya cuentan con un distribuidor.

LA MEDICINA DEL FUTURO

Pero esta herramienta promete dar para mucho más, pues a través de las imágenes de la retina pueden detectarse diferentes enfermedades, y uno de los objetivos es ubicar el riesgo cardiovascular y el Alzheimer en etapa temprana, algo en lo que ya trabaja este emprendimiento.

Actualmente, agregaron nuevos algoritmos para la detección de nuevas enfermedades, como lo son: riesgo cardiovascular, diabetes tipo 2, insuficiencia renal crónica y fibrosis del hígado, todo desde la atención primaria. Estos algoritmos "permiten dar un reporte de salud preventiva muy completo".

La visión que tenemos, dice Vinicio, "es llegar al punto donde se tome un escaneo de la retina, y que sea cada vez más accesible y más económico; que sea una prueba estándar, así como se toma la presión, y se tenga un dispositivo en el cual automáticamente al escanear la retina se tenga listo el resultado, y de ahí referir al médico especialista que se requiera", especifica Vinicio.

Además, ya están creando su propia cámara retinal, gracias a un equipo de investigación y desarrollo, esperando a la brevedad tener el prototipo final. **1**

BRECHAS DE GÉNERO MASCULINAS

22

Por más de tres décadas he luchado por romper las brechas de género que viven las mujeres, por ello me resultó interesante el artículo de la revista *Harvard Magazine* “Las nuevas brechas de género, ¿Qué hacer con los hombres y jóvenes que se quedan atrás?” de Nina Pasquini, quien aborda varias incógnitas, entre ellas, qué produce estas brechas de género en Estados Unidos, el impacto en mujeres y la sociedad.

El artículo concluye que es un fenómeno que afecta a los hombres sin educación universitaria, que tiene dramáticos efectos sociales en esta población y carece de efectos positivos para las mujeres.

Varias investigaciones encontraron una tendencia a la desmejora en las condiciones de escolaridad de los hombres y un mejor desempeño de las mujeres desde la primaria en notas y graduación, que ahora trasciende a los estudios universitarios. La relación en 1972 pasó de una mayoría de los hombres de 13 puntos: 56.4% y 43.6% a una diferencia negativa de 16 puntos en el 2019, 58% (mujeres) y 42% (hombres).

Sin embargo, la mayor escolaridad de las mujeres no les ha significado una mejora significativa, continúan los estereotipos y siguen sobrecargadas con las responsabilidades del hogar (relación de 3 a 1), reciben menor remuneración por igual trabajo, les es más difícil ascender (romper techos de

cristal) y hay subrepresentación en las áreas más dinámicas de la economía (STEM).

Este artículo desnuda, además, cómo los hombres sin títulos universitarios son víctimas de los estereotipos patriarcales, pues se autoexcluyen de áreas tradicionalmente femeninas, como las áreas de salud, cuidado, la educación, entre otros y, al seguirse viendo como proveedores, el no encontrar trabajo o peor aún dejar de buscarlo, los inclina a entrar en un callejón llamado en inglés “*deaths of despair*” que termina en suicidio, drogas y alcoholismo, lo que se agrava por su dificultad a pedir ayuda y no tener redes de apoyo.

Aunque se requieren más estudios, se ha encontrado que un proyecto exitoso es ADTC emprendimiento social, de Tracy Palandjian, que brinda cursos técnicos cortos, gratuitos, atractivos para hombres, que mejoran su empleabilidad y salario, y ha sido muy exitoso con un 90% de graduados.

En Brasil hay un programa para mujeres para estudiar gratuitamente electricidad de la empresa Neenergía, catalogada por el Foro Económico Mundial como una historia de gran éxito.

Mis conclusiones: ambos géneros son víctimas de la cultura patriarcal, para lograr superar las brechas debemos de pensar fuera de la caja, con programas nuevos, respaldados por estudios que señalen qué funciona para lograr la igualdad que beneficie a todos. **1**

*Nuria Marín Raventós**

*Empresaria e integrante del board para América Latina del Wilson Center, organización global que brinda asesoramiento sobre temas globales a formuladores de políticas a través de investigación, análisis y estudios. Condecorada en 2024 con el Premio de Excelencia para Mujeres Excepcionales, otorgado por el Foro Económico de la Mujer de Nueva York.



FORBES
MUJERES PODEROSAS

“[...] tampoco es cierto que lo único que las mujeres pedían era el voto, mucho más entrañable, mucho más profunda, ha sido la lucha por el trabajo y por la educación.”

ALAÍDE FOPPA

UNA APUESTA POR LA INCLUSIÓN FINANCIERA SOSTENIBLE

24

En América Latina y en todo el mundo, cuando las mujeres intentan acceder a servicios financieros adecuados se enfrentan a distintas barreras: marcos regulatorios restrictivos, productos estandarizados que ignoran sus realidades o necesidades y medidas que están permeadas por sesgos y prejuicios con base en los roles y estereotipos de género socialmente impuestos.

Transformar los sistemas financieros y derribar las barreras que impiden o dificultan el acceso e inclusión de las mujeres, no sólo es una necesidad, es también una oportunidad para avanzar con las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El ODS 5 se centra en lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas, y define, entre sus metas, emprender reformas que otorguen a las mujeres igualdad de derechos a recursos económicos, así como acceso a bienes y a servicios financieros.

En América Latina y el Caribe, según la última *Encuesta Global Findex*, las mujeres están 7 puntos porcentuales por debajo de los hombres en titularidad de cuentas bancarias. El desequilibrio se agudiza aún más al analizar otros indicadores como el porcentaje de mujeres que tienen acceso a un préstamo (47%), o el porcentaje de mujeres que pueden ahorrar, que alcanza apenas un 35%.

Desde ONU Mujeres hemos construido una herramienta innovadora que permite que los proveedores de servicios financieros en Guatemala, Honduras y El Salvador, reflexionen e identifiquen sus fortalezas, debilidades y oportunidades para incorporar la perspectiva de género en el diseño y provisión de servicios financieros.

En particular, en el caso de Guatemala, impulsamos la integración del Pilar de Inclusión Financiera de las Mujeres en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF). Este pilar permite desarrollar una estrategia para promover la igualdad de género y el desarrollo nacional; contempla esfuerzos para implementar medidas que abordan las barreras específicas que enfrentan las mujeres, promueve el acceso y

uso de productos y servicios financieros, como cuentas bancarias, créditos, pagos y seguros, y también fomenta la educación financiera y su empoderamiento económico.

Al mismo tiempo, se apoya el fortalecimiento organizacional y la educación financiera de mujeres rurales organizadas en grupos comunitarios de ahorro y crédito, a través de la consolidación de sus juntas directivas, la mejora en sus niveles de ahorro y el acceso al financiamiento. Además, se trabaja con instituciones financieras en la creación de productos que impulsen su inclusión en el sistema financiero formal.

Pero no nos detuvimos ahí. Para generar un impacto profundo y duradero, se promovieron ‘colaboratorios’, es decir, espacios de diálogo e intercambio de ideas, en los que se conectan instituciones del ecosistema financiero para desmontar los estereotipos de género excluyentes y construir un enfoque de trabajo colaborativo.

Las instituciones financieras y no financieras que emprenden el desarrollo de propuestas innovadoras con enfoque de género, obtienen resultados en la mejora de la salud financiera de las mujeres, pero este recorrido implica múltiples etapas y retos. El primer paso consiste en realizar un ejercicio de autoevaluación destinado a reconocer e identificar los sesgos inconscientes vinculados a los roles de género.

Los sesgos de género en el sistema financiero están tan arraigados que no sólo dificultan el acceso de las mujeres a productos y servicios —al influir en la evaluación crediticia, la oferta y la prestación—, sino que debilitan la confianza en ellas como emprendedoras, limitan sus planes de crecimiento y restringen sus decisiones financieras, lo que reduce sus posibilidades de alcanzar su autonomía económica y una vida digna. Esto puede y debe cambiar. Más allá de visibilizar el tema con cifras o métricas, se debe abordar como la oportunidad para garantizar un sistema libre de exclusiones.

Desde ONU Mujeres acompañamos estos esfuerzos, porque entendemos que no se trata de un simple ajuste operativo, sino de pasos necesarios para garantizar finanzas para todas. **F**

Maria Noel Vaeza

Directora Regional de ONU Mujeres para las Américas y el Caribe

• ESPECIAL •

TENDENCIAS EN MOVILIDAD ELÉCTRICA



Grupo Cori Motors: decisiones que transforman la movilidad eléctrica en Costa Rica

La transición hacia una movilidad más limpia avanza con infraestructura propia, modelos de alta autonomía y alianzas que combinan conocimiento técnico y acción institucional.

Hace más de una década, apostar por la movilidad eléctrica en Costa Rica parecía un riesgo. No existía infraestructura, los incentivos eran limitados y la mayoría de consumidores desconfiaba de los vehículos eléctricos. Pero para Grupo Cori Motors, ese fue el punto de partida para una estrategia de largo plazo que hoy está dando resultados visibles.

Una de las decisiones clave fue representar en el país a BYD, fabricante global de vehículos eléctricos. Esa alianza —que ya suma más de 16 años— les permitió introducir al mercado una oferta robusta,

respaldada por tecnología de punta y modelos que han alcanzado autonomías de más de 1,000 kilómetros. Pero el reto no se limitaba a vender vehículos: el verdadero desafío era construir un ecosistema.

Desde entonces, la empresa no solo ha formado a su personal técnico y comercial en la tecnología eléctrica, sino que también desarrolló su propia red de estaciones de carga. Esta infraestructura, distribuida a lo largo del territorio nacional, ha sido fundamental para reducir una de las barreras más persistentes: el miedo a quedarse sin carga en rutas largas o zonas fuera del área metropolitana.

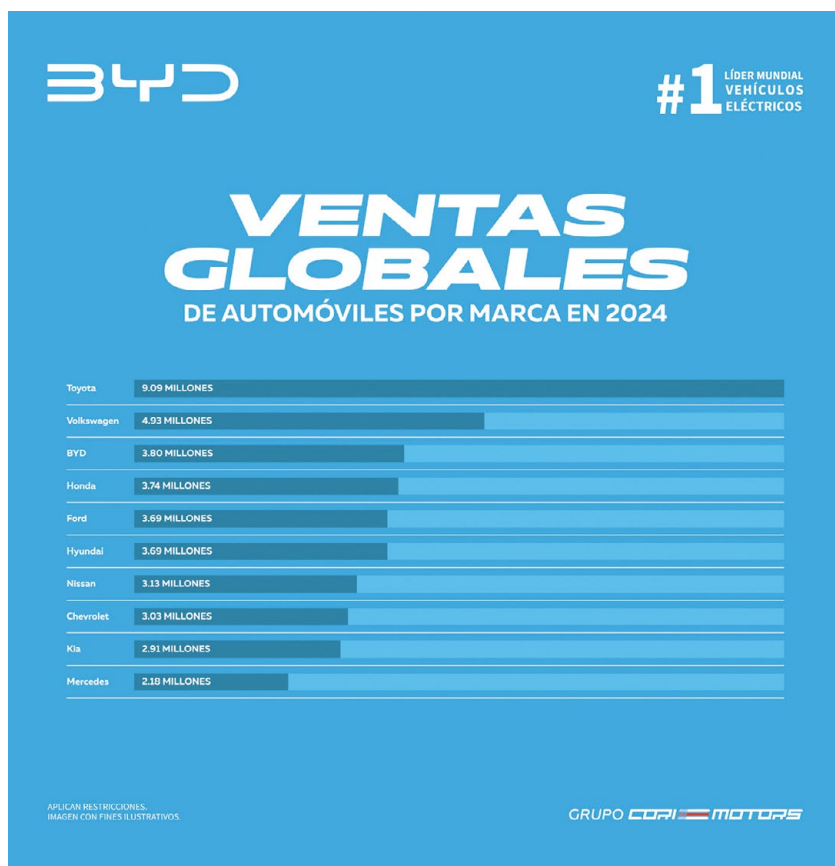
A pesar del avance, la adopción masiva enfrenta obstáculos. El costo inicial, aunque con incentivos fiscales, aún genera dudas. También persisten ideas equivocadas sobre la autonomía de los autos eléctricos y la disponibilidad de repuestos. Frente a este panorama, Grupo Cori Motors considera que el cambio no depende solo del mercado, sino de un trabajo conjunto entre sectores.

Por eso, además de inversión en tecnología, infraestructura y capacitación, apuestan por la colaboración público-privada. Este tipo de alianzas permite armonizar la inversión privada con marcos normativos claros y políticas públicas que impulsen la transformación urbana y energética que el país necesita.

En ese camino, la tecnología también evoluciona. Uno de los desarrollos más recientes es la carga ultra rápida de BYD, que permite abastecer un vehículo en apenas cinco minutos. Este avance no solo mejora la experiencia de uso, sino que elimina una barrera cultural: la percepción de que recargar un auto eléctrico toma demasiado tiempo.

El impacto ya se mide en cifras. En 2024, BYD vendió más de 2.5 millones de vehículos eléctricos e híbridos a nivel global. Esa escala de adopción no solo transforma el transporte, sino que contribuye a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y mejora la calidad del aire en las ciudades.

En Grupo Cori Motors creen que el cambio profundo no se alcanza con una sola tecnología, sino con decisiones que combinan visión, conocimiento técnico e infraestructura accesible. Su apuesta por una movilidad sostenible no se basa en tendencias, sino en construir las condiciones para que más personas puedan elegir un camino distinto.



BYD

FUTURE IS NOW

#1 LÍDER MUNDIAL
VEHÍCULOS
ELÉCTRICOS

BYD SHARK



BYD ROMPE BARRERAS EN
COSTA RICA

GRUPO **CORI**  **MOTORS**

EL PROTECCIONISMO TRUMPISTA Y EL ARTE

Desde los años 90 el mundo recurrió con más fuerza al libre comercio como instrumento para apuntalar economías. Sin embargo, todo ha cambiado y empezamos una nueva era. La ventaja comparativa que, a través de la especialización, permite un mejor uso de los limitados recursos y una mayor producción global, ha pasado a un segundo plano. Por más de un tercio de siglo durante la última etapa de la llamada segunda globalización, los flujos comerciales crecieron enormemente en muchas partes del mundo surgiendo ganadores y perdedores en todas las economías. Sin embargo, ese tiempo se acabó y estamos entrando a un nuevo paradigma social y económico basado en el neoproteccionismo que, naturalmente, afectará al mundo del arte.

La globalización que conocimos, en la que consumidores y productores de arte estuvieron conectados a través de los mercados internacionales, gozando de mejores precios, y mayores opciones de consumo, muy probablemente ha terminado. Arte de todas partes del mundo se hacía presente en las principales ferias, galerías y casas de subasta existentes. La competencia abierta durante las pasadas décadas generó mayor transparencia y un menor control de los mercados de arte por pocas personas influyentes, como sucede en casi todas las economías cerradas.

Aunque no es el único personaje luchando contra el libre mercado, por el tamaño de la economía que maneja, Trump pasará a la historia como el

consolidador del neoproteccionismo. Sus esfuerzos en buena medida están vinculados al hecho de que Estados Unidos vive momentos financieros muy difíciles pues, según la casa editorial Barron's, durante los siguientes 11 meses, 9.1 billones (doce ceros) de dólares en bonos del Tesoro tendrán que ser pagados o renegociados, hablamos del equivalente a casi un tercio del PIB estadounidense. De igual forma, el déficit fiscal para el presente año se calcula será casi de 2 billones de dólares y, complicando más todo, el techo de endeudamiento del gobierno estadounidense no es suficiente para cubrir los compromisos existentes.

No obstante, a pesar de esta problemática hay analistas que sostienen que los aranceles son, más que nada, una herramienta de presión para obligar a los bancos centrales de diferentes países a deshacerse de sus reservas en dólares para devaluar a esta moneda y así ayudar al déficit comercial estadounidense. La coyuntura actual indudablemente afectará al mercado del arte. Ya sea porque los aranceles realmente se conviertan en una fuente de ingreso para ayudar a cubrir las obligaciones gubernamentales estadounidenses, o porque el heterodoxo plan de Trump por devaluar el dólar funciona y abarata los productos cotizados en esa divisa.

Siendo la moneda de reserva dominante en el mundo, tiende a ser fuerte. Si Trump logra debilitarla, las obras de artistas consagrados y emergentes valuadas en dólares tenderán a ser más accesibles para los inversionistas extranjeros

aumentando las ventas en ferias, subastas, y galerías en Estados Unidos y muy probablemente las ventas disminuirán en otros mercados. En general, los artistas locales estadounidenses se verían beneficiados con un dólar débil, ya que esto convertiría sus trabajos en obras más accesibles para los compradores internacionales. Cabe recordar que el mercado de arte más grande del mundo es el estadounidense que representa el 43% del mercado global.

El proteccionismo emergente en Estados Unidos y el resto del planeta también incrementará el costo de los insumos de cualquier proceso productivo, pero en el caso del arte —a menos que se trate de obras con grandes cantidades de material importado, como podría ser una escultura— el incremento en los costos de los insumos no debería ser de un impacto muy significativo. En el caso de los aranceles, estos incrementarán costos de obras importadas, burocracia aduanera, y costos logísticos de transporte, en particular para galerías extranjeras visitando los diversos eventos de arte existentes en el circuito mundial de ferias.

En economía se habla de industrias infantiles y hay quienes consideran positivo protegerlas en sus etapas iniciales. El proteccionismo que se asoma por todo el mundo probablemente permita la reducción de la distancia entre las casas de subastas y galerías gigantes y aquellas de mediano tamaño. También habrá un surgimiento de nuevos talentos que sin la protección arancelaria nunca podrían consolidarse pero, como pasa con el resto

BREVES DE ARTE

■ El empresario de Los Ángeles, Ari Emanuel, compra la famosa feria de arte Frieze por 200 millones de dólares.

■ El último informe del mercado del arte de Bank of America apunta a un optimismo cauteloso antes de las subastas de primavera.

■ Con los aranceles de Donald Trump, el mercado del arte canadiense busca oportunidades en otros lugares, Art Toronto se promueve con fuerza en México.

de la economía, un costo importante por pagar será la menor variedad y, quizás, hasta la calidad de lo producido en los mercados protegidos.

La teoría económica y las experiencias del pasado nos permiten hacer predicciones sobre el impacto proteccionista venidero en el mercado del arte. El volumen de arte producido quizá se reduzca, aunque a la vez los artistas locales se puedan beneficiar, surgirá cierta volatilidad, también aumentará la opacidad en el mercado, la burocracia aduanal y los costos en general se incrementarán; sin embargo, los enormes cambios económicos que vienen pueden traer consigo grandes y nuevas oportunidades de inversión. **F**

Francisco Carrillo Fuentes

Ha sido docente de Economía, R.I., y Administración en universidades de Estados Unidos y China. Actualmente enseña Economía y Economía del Arte en St. Thomas University, en Miami.

Por Roxana Cruz y Anasella Acosta

UNA INDUSTRIA BOYANTE

SOSTENIDA POR UN GASTO PERMANENTE DEL 35% DEL PRESUPUESTO DE LOS HOGARES CENTROAMERICANOS, LA INDUSTRIA DE BEBIDAS Y ALIMENTOS ENFRENTA LOS ACTUALES DESAFÍOS COMERCIALES INNOVANDO Y DIVERSIFICANDO PRODUCTOS Y LÍNEAS DE NEGOCIO, E INVIRTIENDO EN SUSTENTABILIDAD Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

Con regiones geográficas que aportan sabores singulares a los alimentos y bebidas, y poblaciones en crecimiento, como la guatemalteca, la industria alimentaria y de bebidas en Centroamérica es relevante para la región con un gasto promedio del 35% de los ingresos de las familias en este rubro, calcula la Cámara Guatemalteca de esta industria.

Desde licores regionales, hasta cervezas y refrescos, sin olvidar la producción de lácteos, la industria de bebidas en Centroamérica es una de las más destacadas. Mientras que en la alimentaria, el procesamiento de carnes de pollo, res y productos del mar se distingue igual que la producción y comercialización de café y otros procesados, como los snacks.

En esta revisión del sector, te presentamos 30 empresa que brillan en la región por su captación de mercado, su crecimiento permanente, sus estrategias de negocio en general y su presencia más allá de los límites nacionales y regionales. Estas compañías se mantienen a la vanguardia por

las diversas acciones y decisiones que toman año con año, en entornos generalmente adversos, como el actual.

Casos relevantes son los de ron Flor de Caña, que en 2025 celebra 135 años en el mercado con vigencia, apuesta por la calidad y reconocimiento internacional. No se queda atrás el ron Zacapa, entre los 10 mejores del mundo.

Mientras compañías como FIFCO, que representa a la tradicional marca cervecera Imperial entre muchas más, dio cuenta de haber alcanzado utilidades máximas en 10 años.

En lo que toca a la industria refresquera, Guatemala sigue liderando con un crecimiento impulsado por la población urbana y una clase media en ascenso con mayores ingresos.

“La demanda de refrescos carbonatados tradicionales, jugos de frutas, y el agua embotellada es fuerte, pero también hay interés emergente en alternativas más saludables... incluyendo bebidas energéticas y aguas enriquecidas con vitaminas”, señala Strategy Helix Group, firma analista que calcula que la industria refresquera crecerá a una tasa de 6.5% en 2025, en Guatemala. En lo

que toca a alimentos, destaca el anuncio del gigante CMI sobre la certificación carbono neutral de cinco de sus plantas de producción, lo que confirma la transformación de la industria y la tendencia hacia los procesos sostenibles.

Mientras la trasnacional Nestlé inauguró un centro de análisis e inteligencia artificial en Guatemala para la toma de decisiones, mucho más eficaces. No menos relevante es la industria pesquera en Panamá. El año pasado los productos del mar exportados desde la nación canalera registraron un aumento casi del 43% respecto de 2022.

Para KPMG, ante las recientes medidas arancelarias que han generado incertidumbre en el sector productivo, las empresas planean una expansión hacia nuevos mercados destino, incluyendo a toda América Latina.

En algunos casos, “esto se combina con la diversificación de líneas de negocio, permitiendo distribuir la actividad productiva en distintos nichos de la región y reduciendo la dependencia de Estados Unidos”, observa Héctor Díaz-Santana, socio de Impuestos y Legal, de KPMG México. **1**



Grupo Pellas / Flor de Caña

NICARAGUA

Conglomerado con más de 50 compañías que operan bajo criterios sostenibles. Entre sus empresas están Compañía Cervecería de Nicaragua (CCN) y Compañía Licorera de Nicaragua (ahora SER Licorera), reconocida por su ron Flor de Caña, que comercializa anualmente 1.5 millones de cajas, y que en 2025 cumple 135 años. La historia de Flor de caña se remonta a 1875, cuando Alfredo Francisco Pellas Canessa, proveniente de Génova, Italia, llegó al sur de Nicaragua y fundó en 1890 una destilería de ron. Ahora, suma cinco generaciones y el reconocimiento internacional, además de ser carbono neutral.



Coca-Cola Femsa

REGIONAL

El mayor embotellador de Coca-Cola por volumen de ventas, mantiene una sólida presencia en Centroamérica, atendiendo a 34.3 millones de personas en Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. Aquí tiene 7 plantas de producción y 38 centros de distribución que surten a 238,000 puntos de venta. Opera en múltiples segmentos de bebidas (refrescos, aguas saborizadas, té, bebidas funcionales y lácteos). Su portafolio evoluciona constantemente para atender tendencias del mercado. Recién invirtió 45 MDD para eficientar su planta en Calle Blancos, Costa Rica. Es parte del Índice de Sostenibilidad MILA Pacific Alliance del Dow Jones.



Licores de Guatemala

GUATEMALA

Líder en la producción y distribución de rones añejos y otras bebidas de alta calidad. Su portafolio suma 24 marcas. A lo largo de su historia ha recibido al menos 31 reconocimientos. En febrero, la Asociación de Mayoristas de Vinos y Licores de Estados Unidos (WSWA) eligió como ganador de su competencia de cata de vinos y licores al ron Botran 8 Reserva Clásica. También destaca su ron Zacapa XO Centenario, ubicado entre los 10 mejores del mundo. Se distingue por su compromiso con la sostenibilidad, resguarda más de 1.85 millones de árboles y reusa el bagazo de caña para generar más de 72 millones de kWh de energía limpia.



CBC - The Central America Bottling Corporation

GUATEMALA

Compañía multilatina de bebidas con exportación a 35 países, fundada en 1885. Tiene presencia en 16 países y llega a un billón de personas. Como embotelladora mantiene sociedades clave con PepsiCo, Ambev y Beliv. En junio de 2024 anunció la finalización exitosa de una solicitud de consentimiento para sus Notas Senior Garantizadas Vinculadas a Sostenibilidad, con un rendimiento del 5,250%. Esta maniobra financiera refleja sus esfuerzos continuos para optimizar su estructura de capital y mantener flexibilidad financiera. Carlos Enrique Mata es actualmente su presidente ejecutivo.



Varela Hermanos

PANAMÁ

El fabricante panameño de ron con más de 115 años de historia es un referente en la producción, distribución y comercialización de licores, ron y alcohol desnaturalizado. Su marca Ron Abuelo está presente en 45 países. A principios de este año anunció un acuerdo con la firma de energía Celsia para la instalación de más de 1,400 paneles solares (881.5 kW) en el techo de la Compañía Panameña de Licores para reducir el costo energético en un 40% y alcanzar una producción de 1 millón de cajas. En enero de 2024, Varela Hermanos se convirtió en el primer ingenio del país en certificar la producción sostenible de su caña de azúcar.



FIFCO - Florida Ice & Farm Company

COSTA RICA

Su catálogo suma 2,000 productos que incluyen cerveza, bebidas alcohólicas saborizadas, carbonatadas, energizantes, té, entre otros, los que se distribuyen en 15 países. En marzo anunció que alcanzó un récord en su utilidad operativa y en su EBITDA. El valor de las acciones de FIFCO ha aumentado 9.1% en los últimos 10 años. Además, en los últimos dos años ha realizado una inversión de capital de entre 9% y 10% de las ventas de la compañía, para atender los aumentos de volumen en las diferentes categorías y geografías de sus instalaciones.

• REPORTAJES •



7

Heineken

PANAMÁ

Opera en el segmento de bebidas alcohólicas y es responsable de la producción y distribución de marcas como Heineken, Panamá, Soberana, Guinness, Cristal y Amstel. En 2024, inició la producción local de su cerveza insignia, Heineken, con una inversión de más de 8 millones de dólares. Así, proyecta un aumento superior al 8% en su fuerza laboral para 2025. Ha diversificado su presencia con alianzas estratégicas; en Costa Rica con FIFCO y en Nicaragua con la Corporación Cervecería Centroamericana. Su impacto aporta a un ecosistema cervecero que genera 16,700 empleos y aporta cerca de 598 MDD al PIB panameño.



10

Alimentos Maravilla

GUATEMALA

Es líder en la producción de néctares, bebidas y alimentos. Filial de Castillo Hermanos. Cuenta con más de 2,000 colaboradores dedicados a la investigación e innovación. El 53% de sus ventas proviene de Guatemala. Con un portafolio que incluye más de 20 marcas reconocidas (entre éstas Helados La Italiana, Del Monte, Tampico, Revive y Del Frutal) y una trayectoria de más de 30 años, está presente en Centroamérica, el Caribe y Estados Unidos. En 2024, amplió su oferta de productos al incorporar la marca de té helado Arizona, en Panamá. En 2025 aperturó una nueva planta de Helados La Italiana en Panamá.

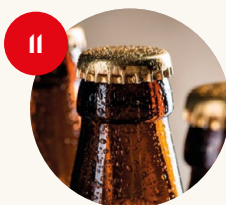


8

Castillo Hermanos

GUATEMALA

Su portafolio abarca cerveza, agua pura, bebidas carbonatadas y no carbonatadas, alimentos y empaques. En 2022, para hacer frente al creciente consumo de cerveza, invirtió 700 millones de dólares para expandir sus plantas y duplicar su capacidad de crecimiento. A principios de abril anunció un “acuerdo definitivo” con Brynwood Partners para adquirir Harvest Hill Beverage Company, líder del sector bebidas en Estados Unidos por 1,400 millones de dólares. Tiene presencia en 35 países. Comercializa 1,500 marcas. En 2024, su Cerveza Gallo fue galar donada como Country Winner, en los World Beer Awards.



11

Milenio

HONDURAS

Con sede en San Pedro Sula, Honduras, el conglomerado opera a través de 12 compañías distribuidas en cuatro divisiones clave: Alimentos y Bebidas, Servicios, Inmobiliaria y Project Finance. La red de operaciones y exportaciones de esta empresa se extiende a lo largo de la región, con fuerte presencia en países del Caribe y Centroamérica. El grupo ha sido pionero en establecer la primera Alianza Público-Privada Municipal de la región. Se trata de un proyecto de infraestructura social básica en la municipalidad de La Lima, Honduras, para lo que el consorcio Milenio destinará casi 3 millones de dólares.



9

La Constancia

EL SALVADOR

Actor clave en la industria de bebidas en la región, desde su integración al AB InBev en 2016 ha consolidado su presencia regional. Exporta a Guatemala y Honduras. Participa en la elaboración y distribución de 15 marcas en nueve países. Opera tres plantas de producción y 10 centros de distribución. Su portafolio incluye 12 marcas de cerveza —entre ellas Pilsener, Golden y Suprema—, bebidas carbonatadas, energéticas, isotónicas, jugos, leches de semillas y agua purificada. En 2024, anunció una inversión de 10 MDD para renovar su flota con tecnología avanzada, una apuesta por la eficiencia operativa y la sostenibilidad.



12

Vitali Alimentos

GUATEMALA

Con más de seis décadas en la industria alimentaria mantiene operaciones en Guatemala, El Salvador y Costa Rica, y exportaciones a Honduras, Nicaragua y República Dominicana, donde recientemente ingresó con su marca Del Corral. Se especializa en proteína animal y acuicultura, así como fertilizantes orgánicos. Recién inauguró la planta de procesamiento avícola más moderna de Centroamérica y el Caribe, con capacidad de hasta 1.25 millones de pollos semanales. En 2024 recibió el Premio Nacional de Innovación y formalizó una alianza con American Foods, lo que refuerza su expansión en el Caribe.



Nestlé

REGIONAL

La multinacional suiza inició su trayectoria en Centroamérica en 1938 en Panamá. Ahora se extiende en toda la región empleando a 4,000 colaboradores. Abarca la producción, distribución y comercialización de productos lácteos, cereales, alimentos infantiles, café, chocolates, culinarios y alimentos para mascotas. A sus instalaciones ha sumado un nuevo Centro de Inteligencia Artificial y Análisis de Datos en Guatemala. Tiene un enfoque inclusivo y ambiental. Opera con 98% de energía renovable. Premiada en 2024 como proveedor de excelencia en sostenibilidad, con una reducción del 45% del agua utilizada por tonelada producida.



Los Quesos de Oriente

EL SALVADOR

Con inversión importante en tecnología de punta, Los Quesos de Oriente ha evolucionado de una planta artesanal a una industria moderna, además comercializa a través de diversos canales (boutiques de lácteos, supermercados, food service y exportaciones). En 2005 recibió la Palmera Dorada, el máximo reconocimiento a las empresas que han dejado una huella significativa en El Salvador. Se ha integrado a los procesos de certificación nacional bajo la iniciativa gubernamental Lácteos de El Salvador, que busca fomentar la estandarización de procesos, la mejora en la calidad y la promoción de buenas prácticas en el sector de lácteos.



Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos

COSTA RICA

Referente en la industria regional, esta cooperativa ofrece más de 900 variedades de productos y comercializa más de 3,000 para el sector agropecuario nacional. Bajo su modelo de cooperativa adquiere el total de los insumos lácteos de sus productores rurales asociados. Cada año invierte 30 millones de dólares en infraestructura, maquinaria e investigación. Constantemente lanza nuevos productos. Se rige bajo criterios de sostenibilidad (en 2024 recuperó más de 1,160 toneladas de residuos) y de responsabilidad social y gobernanza. Genera 62,000 empleos directos y 5,800 indirectos.



Helados Sarita

GUATEMALA

Fundada en 1948, por Carlos Bosque es conocida por su producción de helados de alta calidad. Inició como una pequeña fábrica para satisfacer la creciente demanda en Guatemala, y se expandió a nivel internacional, con presencia en países como El Salvador, Honduras, Costa Rica, República Dominicana y Estados Unidos. En la actualidad, cuenta con 135 tiendas propias y 720 franquicias en Guatemala, lo que la mantiene como líder en el país, además de ser reconocida como pionera en la industria de helados en la región.



Lacthosa

HONDURAS

Produce y comercializa lácteos, jugos y bebidas. Su marca emblema, Sula, alcanzó presencia en seis países en 2024. Cuenta con cinco plantas de producción y 23 centros de distribución. En 35 años de trayectoria, ha adquirido más de 2,000 fincas de productores y genera alrededor de 3,000 empleos directos. En años recientes creció 12% en ventas y amplió su mercado de exportación en 10.1%. Cumple una agenda social y ambientalmente responsable.



Grupo Arribada

COSTA RICA

Antes Grupo Britt, es un holding latinoamericano que opera a través de Morpho Travel Experience, Café Britt, Délika y Conceptos Gastronómicos. Su modelo está basado en franquiciar cafeterías en puntos turísticos y aeropuertos. En 2023 adquirió Doka Estate Coffee Tour y la finca Tres Generaciones para incursionar en la producción de café. Moody's destacó en febrero que la diversidad de canales de venta "han permitido una tendencia creciente en las ventas" de Britt, y "un impacto favorable en las utilidades". Refiere una "presencia aproximada en el 90% del universo de hoteles cinco estrellas; restaurantes y cafeterías".

REPORTAJES



19

Tertulia Brugge

COSTA RICA

Especializada en la producción y comercialización de café y cacao gourmet, este año, en alianza con Procomer, presentó sus productos al mercado japonés como parte de Foodex Japan 2025. Ha logrado una notable expansión, pasando de operar dos a 11 mercados internacionales. La empresa ha sido reconocida por su innovación y sostenibilidad, ganando premios internacionales como el Gulfood Innovation, en la categoría Best Sustainable Product y el premio a la bebida más innovadora en los Gulfood Innovation Awards 2021, en Dubái. En la feria Anuga, fue galardonada por su *drip coffee* en la categoría de bebidas calientes.



22

Arcos Dorados / McDonald's

REGIONAL

Arcos Dorados Holdings Inc., la mayor franquicia independiente de McDonald's en el mundo, inició operaciones en Centroamérica en la década de los 70. La empresa fue adquirida en 2007 por el colombiano Woods Staton. En Centroamérica da cuenta de 24,000 restaurantes, donde el 76% de sus proveedores son de origen local. Las ventas netas de Arcos Dorados en 2024 fueron de 4,470 millones de dólares, con ingresos en todo el sistema de 6,200 MDD. La compañía anunció entre 90 y 100 nuevas aperturas en la región hasta 2025, priorizando locales de alto rendimiento. Ha generado más de 100,000 empleos en la región.



20

Empresa Panameña de Alimentos (EPA)

PANAMÁ

Productor de galletas, snacks, cafés, té, harinas, pastas, levaduras, maicenas y grasas, este holding agrupa a marcas como Café Durán, Pascual, La Suprema Super Fry y Gold Mills, ésta última marca adquirida en 2022 como parte de General Group of Panama, comprado en su totalidad por EPA. Opera tres plantas de producción y genera un valor económico cercano a los 202 millones de dólares. Cuenta con cerca de 9,000 clientes en Panamá. EPA ha logrado un significativo aporte a la tasa de reciclaje del país, con un promedio mensual de 9 toneladas de material recuperado.



23

Cargill

REGIONAL

La estadounidense mantiene presencia en la región desde 1969, cuando adquirió Alimentos Concentrados Nacionales en Honduras. Ha expandido sus operaciones a Nicaragua, Costa Rica y Guatemala, consolidándose como actor clave en carnes y aves de corral, nutrición animal y alimentos procesados. Emplea a más de 15,000 personas en la región, bajo marcas Kimby, Cinta Azul y Delicia. En 2025, anunció una reorganización estratégica con la creación de Cargill Food Latinoamérica, unidad que integra todas las operaciones de alimentos en un modelo más eficiente. Anunció expansión en Guatemala e ingreso a El Salvador.



21

Grupo Bimbo

REGIONAL

La panificadora más grande del mundo inició su incursión en Centroamérica en los noventa. Ahora, cuenta con plantas de producción y centros de distribución en las principales ciudades de estos países (San Pedro Sula, Tegucigalpa, La Ceiba, San Salvador, Managua, Ciudad de Panamá y San José). La región representa un eje estratégico para la empresa mexicana, lo que se refleja en los 200 MDD destinados a la construcción de una nueva planta en El Salvador, con operaciones previstas en el primer semestre de 2025. Esta planta busca duplicar su capacidad productiva regional y responder a una demanda en constante crecimiento.



24

Industrial Comercial San Martín

NICARAGUA

Dedicada a la crianza, procesamiento y exportación de carne de res desde 1975. Con más de 1,000 empleados y 2,000 proveedores, procesa entre 700 y 800 reses diarias. Maneja 30,000 cabezas de ganado en 200 corrales propios. El 85% de la carne de res que maneja se exporta a Estados Unidos, China, El Salvador y Panamá. En Estados Unidos sostiene acuerdos comerciales con compañías estadounidenses, como Gurrentz International Corporation y Northwestern Meat, Inc. Genera 780 empleos directos en Nicaragua.

25



CMI - Corporación Multi Inversiones

GUATEMALA

Opera en la producción avícola, porcícola, embutidos, molienda de trigo, pasta, galletas, restaurantes, desarrollo inmobiliario, servicios financieros y energía renovable. En 2024 adquirió participación mayoritaria en Del Real Foods, líder en alimentos hispanos preparados en Estados Unidos, lo que amplía su portafolio de productos alimenticios. Este año anunció la certificación carbono neutral de cinco de sus plantas de producción, con el objetivo de sumar 13 antes de que termine 2025, y la certificación ISO 37001, por sus gestiones anticorrupción y antisoborno.

28



Caribbean Blue

NICARAGUA

Dedicada a la captura, procesamiento y exportación de carne de cangrejo, específicamente de la especie Callinectes sapidus. Anualmente procesa 1.5 millones de libras de carne en siete presentaciones. Su éxito se debe a la estrecha relación con los pescadores artesanales del municipio de Bluefields. El 90% de su producción se exporta a Estados Unidos. En 2024 exportó aproximadamente 360,000 libras de carne de jaiba pasteurizada al país del norte, consolidando su posición en el mercado internacional. Genera 250 empleos directos.

26



Productos Agropecuarios Mamirmi

COSTA RICA

Destaca en el mercado por la comercialización de su yuca congelada, además de hoja de plátano, papaya, mango, piña, malanga y ñame. Llega a Canadá, Dinamarca, Holanda, Estados Unidos, Puerto Rico, Reino Unido, Trinidad y Tobago y Venezuela. En 2023, fue reconocida por sus prácticas de seguridad en los Premios al Esfuerzo Exportador, otorgado por la Cámara de Exportadores de Costa Rica. El 90% de sus colaboradores directos son jefas de hogar. Está certificada por BASC (Business Alliance for Secure Commerce) y cGMP (Current Good Manufacturing Practices).

29



Palmitos Panamá

PANAMÁ

Se dedica a la producción y comercialización de palmitos en conserva. Fundada en 1998 con el propósito de producir y comercializar este producto obtenido del cogollo de varias especies de palmera a nivel local, se convirtió en la primera empresa del país en producir palmito a nivel industrial y comenzó a exportar a mercados internacionales (Estados Unidos y Francia). También ha cultivado flores tropicales (heliconias) y diferentes tipos de follaje. Desde 2019 las comercializa en Panamá y ahora busca expandirla a otros mercados. A mediados de 2024, Panamá emitió diversos certificados para la exportación de palmitos a Estados Unidos.

27



Salva-Mar

PANAMÁ

Líder en la exportación de productos del mar. Trabaja principalmente con pesca artesanal, que es selectiva y minimiza el impacto ecológico. Fue fundada en 1986 en la comunidad pesquera de Búcaro, Provincia de Los Santos, por Salvador Gutiérrez. Las exportaciones de productos de mar panameño alcanzaron 246.8 millones en 2024, casi 93% contra 2022, según la Autoridad de los Recursos Acuáticos de Panamá. Salva-Mar exporta a Estados Unidos, Puerto Rico, México, Costa Rica, Colombia y Aruba.

30



Productos Alimenticios Diana

EL SALVADOR

Empresa líder en snacks en Centroamérica, tiene una participación de mercado del 25% en la región. En 2024 fue reconocida por el gobierno de Estados Unidos a través de la hoy extinta USAID y COEXPORT, por su participación en el Programa Empresarial de Facilitación de Comercio. Esto le permitió optimizar sus procesos de exportación e importación y mejorar su logística. Tiene 14 distribuidoras propias, más de 4,500 empleados y ofrece 60 productos. Emplea a más de 4,000 personas, 3,100 de éstas ubicadas en El Salvador.

Por Anasella Acosta Nieto

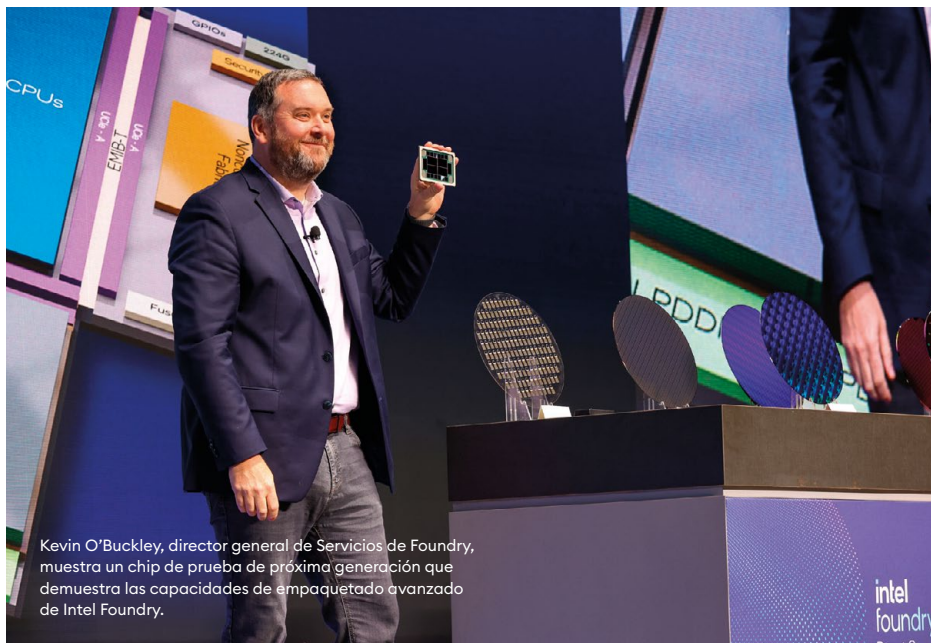
ALIANZAS PARA COMPETIR

EL FABRICANTE DE SEMICONDUCTORES INTEL VA POR NUEVOS CLIENTES. PARA ELLO, SE ALÍA ESTRATÉGICAMENTE, A FIN DE AMPLIAR SU CAPACIDAD DE DESARROLLO Y GANAR CONFIANZA EN UN MERCADO DOMINADO POR LA IA Y LA COMPUTACIÓN AVANZADA.

San José, Ca.- Ante la certeza de que Intel no ha respondido con la celeridad que demanda el mercado de chips avanzados, en su mayoría para la inteligencia artificial, el corporativo ha lanzado una reestructura para separar lo que es la fabricación de semiconductores -ya conocida como Intel Foundry- de Intel Products, que sería un cliente más de la unidad de fabricación. Así, la compañía se propone aumentar sus ingresos externos a largo plazo, es decir, ingresos por nuevos clientes, algo “absolutamente fundamental”, comparte Kevin O’Buckley, vicepresidente senior y gerente general de servicios de la unidad Intel Foundry.

La compañía que en otro tiempo fue líder de la industria ha registrado una pérdida en el valor de sus acciones de más del 30% en el último año. Al inicio de 2022 el valor por acción de Intel alcanzó máximos que rozaron los 50 dólares, pero a principios de mayo fue de 21.37 dólares por unidad.

En lo que toca a la participación de mercado por ingresos, Nvidia le habría arrebatado el trono a Intel en 2024 con una cuota del 11.7%, seguido de Samsung Electronics con 10%.



Kevin O'Buckley, director general de Servicios de Foundry, muestra un chip de prueba de próxima generación que demuestra las capacidades de empaquetado avanzado de Intel Foundry.

Intel se habría colocado en el puesto número tres con una participación de 7.6%, de acuerdo con Gartner.

La industria de semiconductores crece a paso veloz. Las estimaciones que la misma Intel recoge calculan que el valor de la industria llegaría a un billón de dólares al 2030 (US\$1 trillion). Por ello, considera que existen “grandes oportunidades”.

En 2024 los ingresos mundiales por fabricación de semiconductores crecieron 19.9%, a 137,550 millones de dólares (mdd), calcula Gartner, y explica que “ese crecimiento se debe, en gran medida, a la fuerte demanda de chips de IA y a la recuperación gradual de aplicaciones no relacionadas con ésta”.

En esa tendencia, Intel reportó que durante el primer trimestre de este año sus ventas habían crecido 7%, a 4,700 mdd, pero la mayoría de

las transacciones provinieron de la unidad Intel Products, de ahí la necesidad de diversificar sus clientes.

La compañía californiana ha admitido que hay muchas áreas por mejorar y dar respuesta a las demandas actuales del mercado, así lo reconoció su ceo Lip-Bu Tan, con tan sólo cinco semanas en el cargo, durante la citsa anual de la compañía, realizada en San José, California en mayo.

El nuevo ceo dio a conocer la hoja de ruta que la compañía seguirá en un mercado que exige respuestas veloces cada vez más. Su enfoque en la innovación y el desarrollo son la base, junto al establecimiento de alianzas estratégicas para conseguir el éxito de sus apuestas.

De ahí que Intel refuerce y establezca alianzas con Siemens, Synopsys, Cadence, PDF Solutions, QuickLogic y con eMemory, por mencionar algunas.

Y de ahí también que O'Buckley defiende ante la prensa internacional la reunión de Tan con el ceo de su principal competencia TSMC, C. C. Wei: “Es fundamental que Intel y TSMC se reúnan de muchas maneras. Desde una perspectiva puramente de fabricante, el objetivo es asegurarnos de contar con tecnologías competitivas”.

Para Kevin los aspectos técnicos garantizan que sus clientes los consideren “alternativas fiables”, lo que significa, por ejemplo, tener un rendimiento energético comparable al de la competencia o incluso tener una ventaja sobre ellos.

Contar con la solidez técnica mediante alianzas estratégicas, abre una puerta más para ampliar su participación de mercado y sus ingresos externos, pues “las empresas que actualmente trabajan con la competencia probablemente llevan años haciéndolo. Así que tenemos trabajo por delante para competir demostrándoles a esos clientes que puedo ser un proveedor confiable”, expone.

SE FORTALECE LA PRESENCIA EN COSTA RICA

Bajo el liderazgo de Lisa Rajkumar, CEO de Intel Costa Rica, Intel ha comenzado una nueva etapa de reestructuras y estrategias significativas. Una de las compartidas por O'Buckley “es aprovechar al máximo” su capacidad disponible en Estados Unidos.

En ese sentido, la compañía anunció expansiones en sus plantas de Arizona y Oregon, y el fortalecimiento de sus instalaciones existentes, incluyendo las de Latinoamérica (Costa Rica).

“Debemos asegurarnos de que se utilicen y de que cumplamos con los planes para aprovechar las alianzas que tenemos en esos lugares antes de trasladarnos a otros”, menciona el gerente de Intel Foundry.

Además, precisa que su intención es utilizar las instalaciones en las que están invirtiendo ahora mismo “para atender a todos en todo el mundo.

Es una estrategia razonable en este momento”.

En agosto de 2023 Intel anunció una inversión de 1,200 millones de dólares en Costa Rica, a ejercerse en 2024 y 2025, a fin de fortalecer una región clave para la fabricación de semiconductores.

La VP Silicon Engineering Group Intel Costa Rica, Ileana Rojas, destalla a Forbes que esa inversión se ha destinado a actualizar la infraestructura y las habilidades técnicas y de ingeniería, “para mantener los más altos estándares en el desarrollo de productos de última generación que llegarán al mercado en los años siguientes, y avanzamos de acuerdo con lo previsto en 2023”.

Destaca también que los procesos de fabricación 18A, una de las innovaciones más recientes que Intel ha prometido lanzar al final de 2025 de manera masiva, y que actualmente sigue en pruebas, ocurre en la planta tica.

“Estamos profundamente involucrados, desde la ingeniería de fabricación hasta el ensamblaje y la prueba de los productos de servidor 18A”, comparte Rojas.

Costa Rica es la única operación de ensamblaje y pruebas en el hemisferio occidental, “enfocada en impulsar

la innovación y la eficiencia” para garantizar la vanguardia de las soluciones tecnológicas y de fabricación avanzadas”.

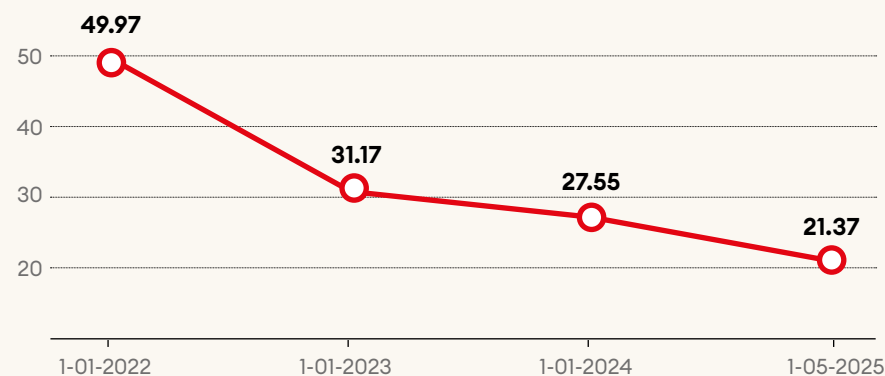
La esencia del proceso 18A es mejorar la eficiencia de los microchips (15%) y reducir hasta en un 20% el consumo de energía —uno de los temas más sensibles de cara a la demanda que impone la expansión de la inteligencia artificial.

O'Buckley asegura que “Latinoamérica es una parte increíblemente importante de la estrategia de Intel... Creo que la globalización nos lleva a pensar atentamente sobre nuestra ventaja de suministro, y en dónde fabricamos productos; Latinoamérica es fundamental en ese sentido”.

Otro de los temas retadores para Intel es acortar el ciclo de nuevos lanzamientos. Kevin O'Buckley explica que ahora preservan un ciclo de dos años para los nodos importantes, pero proporcionan “mejoras” anuales.

Así, el legendario fabricante de chips confía en que los beneficios del nodo 18A con tecnología RibbonFET (transistores de nueva generación) y PowerVia (distribución de energía posterior) serán significativos para las nuevas demandas del mercado. **1**

EVOLUCIÓN DE PRECIOS DE ACCIONES DE INTEL CORPORATION EN CINCO AÑOS (EN DÓLARES POR ACCIÓN)



FUENTE: Investing.com

EL PODER ES DE ELLAS

LAS MUJERES LIDERAN E INFLUYEN EN INDUSTRIAS CLAVE, ROMPIENDO BARRERAS HISTÓRICAS Y ACUMULANDO UN PODER ECONÓMICO COLECTIVO DE 33,000 MILLONES DE DÓLARES, SEGÚN EL LISTADO DE FORBES.

Por Beatriz Gaspar

“Es tiempo de mujeres”, dijo Claudia Sheinbaum, el 1 de octubre de 2024, al convertirse en la primera mujer en ocupar la presidencia de México en más de 200 años de historia y quien se ubica en el cuarto sitio del listado de Mujeres Poderosas de 2024 de FORBES.

Las mujeres siguen conquistando lugares que antes habían sido dominados por hombres. No sólo eso, están definiendo el rumbo actual de muchas industrias. Este listado, que se determina por cuatro métricas principales: dinero, medios de comunicación, impacto y esferas de influencia, contempla a 100 mujeres que controlan un poder económico colectivo de 33,000 MDD e influyen en más de 1,000 millones de personas, según FORBES.

1. URSULA VON DER LEYEN

Presidenta de la Comisión Europea
Edad: 66 años

En 2019 se convirtió en la primera mujer en asumir la presidencia de la Comisión Europea, y es la responsable de la legislación que rige a más de 450 millones de europeos. En julio de 2024, fue elegida para un segundo mandato y estará al frente de la Comisión hasta las elecciones europeas de 2029.

2. CHRISTINE LAGARDE

Presidenta del Banco Central Europeo
Edad: 68 años

El 1 de noviembre de 2019 asumió como la primera mujer en ocupar su cargo actual y es la encargada de garantizar el crecimiento económico en un entorno de alta inflación. Asimismo, fue la primera mujer en dirigir el Fondo Monetario Internacional.



3. GIORGIA MELONI

Primera ministra de Italia

Edad: 47 años

En octubre de 2022, fue la primera mujer en ocupar este cargo. Además, preside el partido derechista Hermanos de Italia.

4. CLAUDIA SHEINBAUM

Presidenta de México

Edad: 62 años

La doctora en Ingeniería Energética se convirtió, en octubre de 2024, en la primera mujer presidenta de México. Anteriormente se desempeñó como jefa de Gobierno de la Ciudad de México.

5. MARY BARRA

CEO de General Motors

Edad: 62 años

Inició su carrera en General Motors, en 1980. En 2014, pasó a la historia por convertirse en la primera mujer en dirigir la empresa, desde donde aspira a producir 1 millón de vehículos eléctricos para finales de 2025.

6. ABIGAIL JOHNSON

CEO de Fidelity Investments

Edad: 62 años

Desde 2014, tras reemplazar a su padre, se ha desempeñado como CEO de una de las compañías de fondos mutuos más grandes de Estados Unidos, que ofrece productos y servicios financieros a más de 40 millones de personas, y ha sido su presidenta desde 2016. Johnson incursionó en el ámbito de las criptomonedas y, en 2018, su empresa introdujo una plataforma que facilita a inversores institucionales la custodia y el intercambio de Bitcoin, Ether y Litecoin.

7. JULIE SWEET

Presidenta y CEO de Accenture

Edad: 57 años

Es CEO de Accenture, compañía de prestación de servicios de consultoría de gestión, tecnología y externalización, fundada en 1989, con sede en Dublín, Irlanda. La preside desde septiembre de 2021.

8. MELINDA FRENCH GATES

Fundadora de Pivotal Ventures

Edad: 60 años

Es una de las figuras femeninas más influyentes en el ámbito de la filantropía. En 2015 fundó la organización Pivotal, para acelerar el progreso y promover el poder y la influencia de las mujeres en Estados Unidos y el mundo. Anteriormente, fundó y copresidió la Fundación Gates por más de 20 años.

9. MACKENZIE SCOTT

Filántropa

Edad: 54 años

MacKenzie Scott, filántropa y autora, estuvo casada durante 25 años con Jeff Bezos, fundador de Amazon. Tras su divorcio en 2019, obtuvo una participación del 4% en la empresa minorista en línea. Prometió donar al menos la mitad de su riqueza. Hasta ahora, ha hecho donaciones a más de 2,300 organizaciones sin fines de lucro.

10. JANE FRASER

CEO de Citi

Edad: 57 años

En marzo de 2021 se convirtió oficialmente en la CEO de Citi, y es la primera mujer en la historia de la empresa y la primera en dirigir un importante banco de Wall Street. Cuenta con más de 20 años de carrera en Citi.



50 MUJERES PODEROSAS

Presidentas, directoras, gerentes, emprendedoras, campeonas olímpicas, jueces y merecedoras de múltiples reconocimientos, estas mujeres alzan la voz y transforman sus entornos con una mirada singular.

Es claro que existe un avance en el liderazgo de las mujeres; aun así la falta de oportunidades sigue presente. El último dato disponible del Banco Interamericano de Desarrollo destaca que las mujeres ocupan sólo el 15% de los cargos directivos y son dueñas de apenas el 14% de las empresas. Mientras que la Unión Interparlamentaria (UIP) y ONU Mujeres revelan “escasos progresos en la consecución de la igualdad de género en las funciones de liderazgo político”.

Por esa razón, sigue vigente la tarea de dar visibilidad a las mujeres que desafían estas estructuras, que despliegan con gran esfuerzo su talento y habilidades para obtener buenos resultados para las organizaciones para las que trabajan y para las familias y entornos que las rodean.

Este año, **FORBES** Centroamérica lanzó una convocatoria para todas aquellas mujeres en puestos de decisión o que han destacado en alguna actividad académica, científica, artística o deportiva. Agradecemos la postulación de 342 mujeres, que aceptaron someter sus logros a un Consejo Editorial. Sumado a lo anterior, los editores y redactores de **FORBES** postularon a otras 30 mujeres, que en el último año han destacado en el ámbito público.

Así, el Consejo Editorial —conformado por tres figuras independientes de **FORBES**—, en conjunto con los editores, seleccionó a 50 mujeres del total postulado para conformar el listado de este año.

En esta edición más del 60% de las mujeres participantes tiene entre 35 y 50 años de edad, y un porcentaje similar se desenvuelve en el ámbito empresarial.

En su mayoría, estas mujeres ocupan puestos directivos y/o son fundadoras de sus empresas. El 50% de ellas, tiene una trayectoria de entre 10 y 25 años. No menos relevante es que más

del 75% de las candidatas desempeña paralelamente a sus tareas cotidianas alguna actividad en apoyo a la equidad de género o a las causas sociales.

En cuanto a sus ingresos, alrededor del 60% recibe entre 3,000 y 5,000 dólares de manera mensual. Y el 65.2% compartió haber experimentado alguna situación de inequidad en este tema.

Para estas mujeres, entre los temas más urgentes que hay que enfrentar para mitigar la desigualdad de género están la reducción de la brecha económica y de oportunidades, sobre todo en el acceso al liderazgo y a la autonomía financiera, pues “las mujeres siguen enfrentando barreras para emprender, ocupar puestos de alto nivel y recibir el mismo reconocimiento y remuneración que los hombres en muchas industrias”.

En 2025, se vuelve a subrayar la importancia del rol de los hombres en puestos directivos como piezas clave para allanar el camino de mujeres hacia posiciones de liderazgo.

La consultora KPMG destaca en un sondeo reciente que en un porcentaje importante “los hombres en la Alta Dirección no se involucran activamente en la promoción de estándares de igualdad de género y equidad salarial”. La firma de análisis subraya al mismo tiempo que “la discriminación por estereotipos, sesgos inconscientes y microagresiones continúan siendo la principal barrera para que más mujeres ocupen posiciones de Alta Dirección”, mostrando un camino amplio aún por andar.

FORBES agradece la participación de las mujeres postuladas para la realización de este edición, y celebra su talento y contribución para hacer girar los engranes de esta región, con una visión muy singular. Al mismo tiempo, agradece a las integrantes del Consejo Editorial de este año. Con orgullo presentamos a las 50 Mujeres Poderosas de Centroamérica en 2025.



CONSEJO EDITORIAL



Nuria Marín

Master en Artes Liberales con énfasis en Gobierno, de Harvard. Cofundadora y copresidenta de Álvarez y Marín Corporación. Analista y conferencista de política nacional e internacional. Columnista de *FORBES* Centroamérica. Integrante del Board of Advisors del Wilson Center para América Latina desde el 2023. Cofundadora y primera presidenta de la Asociación para la potenciación del liderazgo y ascenso social, ALAS (2018-2024).



Elisa Suárez

Experta en el sector inmobiliario. Técnica en promoción y comunicación. Actual directora Ejecutiva del Consejo Nacional de Promotores de Vivienda (Convivienda). Expresidenta de la Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE). Premio a la Mujer destacada en 2013, por APEDE. Expresidenta del Consejo Nacional de la Empresa Privada. Promotora del Estado de derecho, la democracia y la libre empresa.



Mía Perdomo

Cofundadora y CEO de AEQuales, empresa que brinda herramientas para el cierre de brechas de género en las corporaciones latinoamericanas a través de medición, consultoría y tecnología. Cocreadora de PAR, el único Ranking de Equidad de Género en Latinoamérica. Magíster en derechos humanos, de London School of Economics. Reconocida como Young Global Leader del Foro Económico Mundial en 2022.

OLGA CANTILLO

PRESIDENTA EJECUTIVA DE LA BOLSA LATINOAMERICANA DE VALORES | PANAMÁ

LA MUJER QUE DESAFIÓ ESTRUCTURAS FINANCIERAS

LA DIRECTIVA PLANTEA QUE LIDERAR CON PROPÓSITO ES ENTENDER QUE LAS MÉTRICAS SON NECESARIAS PERO NO SUFICIENTES. “SE TRATA DE TRANSFORMAR ESTRUCTURAS, AMPLIAR OPORTUNIDADES Y DEJAR UNA HUELLA QUE INSPIRE A OTROS A LIDERAR DESDE LA INTEGRIDAD”.

Desafiar el *statu quo* en espacios donde históricamente han existido brechas profundas, precisa claridad y la capacidad de tejer vínculos. Esta es una visión que defiende desde la práctica la especialista en banca y finanzas, Olga Cantillo. “No somos ni más ni menos”, asegura con determinación. Como presidenta ejecutiva de la Bolsa Latinoamericana de Valores (Latinex), la panameña ha trabajado en el desarrollo de las finanzas sostenibles, impulsando la equidad de género y el empoderamiento femenino con una visión humanista.

A lo largo de su vida, ha tendido puentes “para conectar, abrir camino y hacer que otros también puedan avanzar”. Expresa: “Siempre he creído en compartir lo que he aprendido y en acompañar a quienes vienen detrás. No creo que los logros tengan sentido si no se convierten en oportunidades para más personas. Eso es algo que llevo muy adentro”.

Cantillo, veterana de la banca y el mercado de valores, comparte una pincelada sobre su vida y la visión que moviliza más de 30 años de recorrido en el sector financiero: “Saber que puedo usar la visibilidad que me brinda este rol para aportar a una sociedad más justa y equitativa, y para dejarle algo mejor a quienes vienen detrás, es, sin duda, uno de los mayores aprendizajes y satisfacciones que me ha dejado este camino”, confiesa en entrevista con FORBES Centroamérica.

A su experiencia en la industria financiera, se adhieren responsabilidades de operaciones de inversiones y bancarias en instituciones financieras locales y regionales desde posiciones

como presidenta de la Federación Iberoamericana de Bolsas (FIAB), secretaria de la Asociación de Mercados de Capitales de las Américas (AMERCA), directora de la Asociación de Depósitos Centrales de Valores de las Américas (ACSDA), directora Independiente de BI Bank Panamá, directora de Fundación Calicanto, asociada fundadora de la Asociación Directoras de Panamá, y miembro de Renaissance Executive Forums Panamá.

Desde Latinex, Olga Cantillo lidera iniciativas que posicionan al país canallero a nivel global como un puente para los mercados de capitales. Esto incluye el desarrollo del mercado panameño, la integración de los mercados regionales, la atracción de inversión extranjera a través del enlace internacional iLink con Euroclear Bank y el impulso de alianzas estratégicas que conectan a Latinex con actores clave a nivel global.

Asimismo, ha trabajado junto a su equipo para acercar el mercado de capitales a más empresas, sectores y personas, haciéndolo más accesible, moderno e inclusivo.

Y no duda al reconocer el mérito que la trae hoy a compartir su historia. “Me reconozco como una mujer poderosa” al contar con una plataforma que “amplifica mi voz y con una trayectoria que puede inspirar a otras mujeres, niñas y jóvenes que se atreven a soñar en grande”.

“Una mujer poderosa es aquella que transforma desde su experiencia, que abre caminos con coherencia y que multiplica oportunidades a su paso”, argumenta.



MI GÉNERO Y EDAD DESAFIARON ESTRUCTURAS EN LAS QUE NUNCA HABÍA EXISTIDO UNA SILLA PARA LA MUJER”



ENFOQUE

Cantillo, que en 2024 fue incluida en el puesto 48 del ranking MERCO Líderes, destacada como uno de los personajes más relevantes en el marco de reputación de empresas en Panamá, confiesa que ha aprendido que el verdadero éxito no responde a moldes impuestos, sino a un proceso íntimo de definición, renuncia y autenticidad. “Me gustaría enseñarle a las mujeres de todos los sectores, no sólo del financiero, que el éxito también implica tomar decisiones difíciles, elegir batallas y, en ocasiones, hacer sacrificios conscientes”, menciona.

“No se trata de tenerlo todo al mismo tiempo, sino de tener claridad sobre lo que realmente quieren y sobre aquello en lo que están dispuestas a trabajar para lograrlo. Que definan su propio concepto de éxito, que lo vivan desde la convicción y no desde las expectativas ajenas. Y que entiendan que no hay un único camino, pero sí hay uno que les pertenece”.

Para Cantillo, como ya lo planteaba el filósofo Séneca, “la suerte ocurre cuando la preparación se encuentra con la oportunidad”. “El conocimiento es poder, pero también es confianza. Tengan una voz que aporte, que construya, que desafíe con argumentos y respeto; no esperen el momento perfecto para tomar un riesgo; el liderazgo no llega cuando todo está alineado, sino cuando una decide avanzar a pesar de la incertidumbre. Rodéense de personas que eleven su perspectiva, construyan redes de apoyo sólidas y busquen mentoras”, aconseja.

“Y no olviden multiplicar el impacto. Eduquemos sin sesgos. Formemos una generación que entienda que hombres y mujeres deben tener las mismas condiciones para acceder a las mismas oportunidades. Apoyen a otras mujeres, porque no se trata de avanzar individualmente, sino de hacer camino para las que nos acompañan y también para las que vienen detrás”.

LAURA LÓPEZ SALAZAR
GERENTE GENERAL DE PROCOMER | COSTA RICA

REPENSAR EL COMERCIO GLOBAL

CON LA MISIÓN DE SOSTENER Y EXPANDIR EL EXITOSO MODELO DE COMERCIO EXTERIOR DE COSTA RICA EN MEDIO DE LAS TENSIONES ARANCELARIAS, LA ESPECIALISTA IMPULSA EL FORTALECIMIENTO DEL TALENTO, LA INCLUSIÓN Y LA DIVERSIFICACIÓN DE DESTINOS.

Desde 2024 se habían encendido las alarmas. El orden comercial del mundo estaba en la antesala de un cisma. La llegada de Trump a la presidencia sólo lo confirmó. Al interior de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, Procomer, bajo el mando de Laura López Salazar, se desplegaban los escenarios posibles.

Con agudeza y una capacidad de análisis —lo que le ha valido la confianza de la Junta Directiva para nombrarla gerente general de Procomer desde finales 2023, luego de casi una década de servicio en esa entidad—, Laura López desplegó sobre la mesa, junto con su staff, las posibilidades del país en distintos escenarios, pero con un as bajo la manga: en los últimos 40 años Costa Rica ha hecho una diversificación “increíble”; pasó de ser un país que exportaba cuatro productos, a exportar más de 4,300 a diferentes destinos del mundo y a más de 150 países.

Bajo esa solidez, los desvelos de la líder de Procomer, master en Políticas Públicas y Desarrollo Económico, se han ocupado en cómo seguir diversificando la producción, cómo empujar aún más los procesos de posicionamiento en mercados alternativos y cómo seguir apoyando su sector exportador para continuar entrando de la manera más eficiente posible al mercado norteamericano.

Economista de profesión, Laura López “ha tenido un rol fundamental en la creación de la nueva estrategia de la Inversión Extranjera Directa y siempre ha tenido muy clara la visión país con el sector exportador”, ha observado el Ministro de Comercio Exterior, Manuel Tovar.



LO MÁS APASIONANTE ES QUE EL COMERCIO INTERNACIONAL, AUNQUE ES COMPLEJO, NO ESTÁ HECHO SÓLO PARA LOS GRANDES”

Convencida de que “ya no hay vuelta atrás” en el comercio global, López Salazar expresa: “Ya no se pueden cerrar las puertas de los países, dependemos muchos unos de los otros en todos los ámbitos. Las crisis y los retos que ahora tenemos como sociedades ya no son de países, son globales, ante los que hay que responder con soluciones globales”.

Para la líder de Procomer “lo que estamos viendo por ahora es un proceso de acomodados, donde todavía no tenemos certeza de cómo van a quedar puestas las diferentes piezas en el lego. Pero que nos lleva a repensar cómo se ha venido gestando el comercio internacional, quiénes se han considerado ganadores o perdedores”, y a observar las posibilidades para innovar en este sistema, donde “todavía hay oportunidad para que el beneficio del comercio sea mayor”.

En su mapa está seguir apostando por la inversión extranjera directa como uno de los motores, no sólo para incrementar exportaciones, sino para diversificarlas, apuntalando la innovación, el valor agregado, las cadenas productivas más complejas (dispositivos médicos, semiconductores, electrónica); todo, basado en el talento, “el principal activo que tiene Costa Rica”.

Además, ya despliega acciones para que más mujeres que lideran empresas puedan incorporarse a los mercados internacionales.

Las mujeres que llegan a puestos de liderazgo tienen la misión de seguir abriendo brechas para otras y mostrar que no sólo son capaces de liderar, sino de aportar habilidades singulares como: planificar, priorizar y ver a largo plazo, subraya.

Apasionada del comercio internacional —en el que también mira enormes oportunidades para las pequeñas empresas y



para las revolucionarias startups—, comparte: “Lo más apasionante es que el comercio internacional, aunque es complejo, no está hecho sólo para los grandes.

Hay una gran posibilidad de que, incluso, las empresas más pequeñas jueguen roles fundamentales que cambien al consumidor, que cambien las cadenas de valor y el desarrollo de países”.

Como buena amante de los números, en el día a día la líder de Procomer toma decisiones basada en el análisis de datos y

las variables, pero también se apega a una preparación permanente, al estar bien informada y escuchar al equipo diverso e inclusivo que ha conformado.

“No me la juego por un *feeling*, es un tema de números, lo que me dice la data, y eso también me ayuda a tomar decisiones con más seguridad”, afirma.

La visión estratégica de Laura López es clave en la posición que pueda lograr Costa Rica en esta nueva recomposición del orden comercial, eso la convierte en una mujer poderosa.

CLAUDIA PAZ Y PAZ
EX FISCAL GENERAL | GUATEMALA

LA JUSTICIA COMO DESTINO

SU MAYOR DESAFÍO COMO FISCAL GENERAL NO FUE SÓLO INTERNO, SINO QUE DEBÍO ENFRENTAR UN SISTEMA JUDICIAL HISTÓRICAMENTE AL SERVICIO DE LA IMPUNIDAD. DURANTE SU GESTIÓN, EL CRIMEN SE REDUJO EN UN 9% Y SE PROCESARON MÁS CASOS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES QUE NUNCA ANTES.

Claudia Paz y Paz no solo fue la primera mujer en ocupar la Fiscalía General de Guatemala; fue, sobre todo, la primera en romper el molde. Su llegada al Ministerio Público en 2010 marcó un punto de inflexión institucional y cultural, enfrentando resistencias desde el inicio. “No era ‘señora fiscal’, sino ‘Claudita’, como una concesión”, recuerda. El trato y las expectativas revelaban una estructura profundamente reacia al cambio. Aunque su trabajo fue reconocido internacionalmente, también le costó persecución y exilio. Hoy dirige el programa para México y Centroamérica del Centro por la Justicia y el Derecho Internacional (CEJIL), desde Costa Rica, donde continúa su lucha por un sistema judicial más justo y por la memoria de quienes fueron silenciados.

Nacida en 1966, en una Guatemala desgarrada por la guerra civil, su vocación fue forjada por el dolor colectivo, la memoria del obispo Juan José Gerardi —“asesinado por denunciar los crímenes del Estado”— y la dignidad de los pueblos indígenas. Doctora en derechos humanos y derecho penal por la Universidad de Salamanca, fundó en 1994 el Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales de Guatemala. Desde joven entendió que “el derecho no podía ser neutral frente al sufrimiento y la impunidad”.

Su mayor desafío como fiscal general (2010–2014) no fue sólo interno, sino que debió enfrentar un sistema judicial históricamente al servicio de la impunidad. Enfrentó al crimen organizado; procesó a capos del narcotráfico; redujo el femicidio y, sobre todo, impulsó el juicio por genocidio contra Efraín Ríos Montt. En 2013, el tribunal reconoció la responsabilidad del exdictador en la política de tierra arrasada contra el pueblo Ixil, en una sentencia histórica que luego fue anulada. Aun así, “el juicio cambió para siempre la narrativa del conflicto armado interno”.

Durante su gestión, el crimen se redujo en un 9% y se procesaron más casos de violencia contra las mujeres que nunca antes. Paz y Paz promovió un modelo integral de atención a víctimas que funcionaba 24/7, unificaba servicios clave y priorizaba la protección sin revictimización. “La violencia contra la

mujer no era de 8 a 4”, solía decir. Y agregaba: “El agresor debía abandonar el hogar, no la víctima”. Ese enfoque dio esperanza a miles de mujeres, pero hoy está en riesgo. “Muchos de estos casos se desestiman; es un retroceso grave”.

Su salida del país fue precipitada por represalias políticas. Tras negarse a aprobar un contrato que consideraba corrupto, enfrentó una campaña de desprestigio, arraigo y congelamiento de cuentas. “Irónicamente, la jueza que autorizó esas medidas fue luego condenada por enriquecimiento ilícito”. Hoy, desde el exilio en Costa Rica, denuncia la criminalización de jueces y fiscales independientes, el hostigamiento a pueblos indígenas que resisten megaproyectos y el retroceso democrático en la región.

Su diagnóstico es claro: “Centroamérica atraviesa una regresión autoritaria”, marcada por la concentración de poder y la interferencia política en la justicia. Cita el desmantelamiento judicial en El Salvador, la negación del genocidio en Guatemala y la represión en Nicaragua, donde “más de 5,000 organizaciones han sido clausuradas”. “El respeto a la libertad de expresión y al derecho a manifestarse está en crisis”, advierte. Aun así, mantiene su fe en el derecho internacional: “El sistema interamericano puede empujar la justicia incluso en condiciones muy adversas”.

En México, le inquieta la propuesta de elegir jueces por voto popular: “Romper la carrera judicial y sustituirla por designaciones políticas es una alerta roja”, afirma.

También denuncia políticas migratorias en Estados Unidos que violan el debido proceso, como la deportación ilegal de un salvadoreño con estatus legal: “Los tribunales ordenaron su retorno, pero no lo han cumplido”.

“Siempre me conmovió la fortaleza de personas en condiciones adversas que aún así alzaban la voz para reclamar justicia”, recuerda. Esa conexión con las víctimas la sostiene, incluso cuando todo parece en contra. En tiempos en que se castiga a quienes defienden la justicia con integridad, Claudia Paz y Paz sigue siendo una voz firme y profundamente necesaria.



“

**SIEMPRE ME CONMOVIÓ
LA FORTALEZA
DE PERSONAS EN
CONDICIONES ADVERSAS
QUE AÚN ASÍ ALZABAN
LA VOZ PARA RECLAMAR
JUSTICIA”**



Guimara Tuñón
CEO Maritime Policy
Bureau
Panamá

Líder en la industria marítimo-portuaria. Impulsa la equidad de género y la formación de líderes. Con una trayectoria de más de 20 años, combina experiencia en logística, investigación y docencia, impactando a cientos de estudiantes y profesionales del sector.



Claudia Cifuentes
Rectora en ESINTEC
Institute
Guatemala

Líder en innovación educativa y tecnológica. Reconocida como Líder Innovadora en LATAM 2024. Integra educación disruptiva, alianzas globales y acceso a becas. Su liderazgo transforma la educación y promueve una economía digital más equitativa.



Paula Solís
Fundadora y Directora
ALL Immerse
Costa Rica

Pionera en la integración de arquitectura, inteligencia artificial y sostenibilidad. Reconocida por el Colegio de Arquitectos como una de las 10 jóvenes que transforman la profesión. Lidera proyectos que reducen impactos ambientales y optimizan procesos.



Marie Claire González
CEO de Xplor
Panamá

Impulsora de la Ley 56 de 2017, que establece una cuota mínima del 30% de mujeres en juntas directivas. Bajo su liderazgo, Xplor creó el primer sistema de autogestión con biometría y prueba de vida avalado por el Tribunal Electoral, beneficiando a más de 3 millones de personas.



Carla Coghi
Socia Directora Deloitte
Centroamérica, Panamá
y RD
Costa Rica

Primera mujer en ocupar este cargo. Con más de 25 años de experiencia ha liderado transformaciones que promueven la equidad, la diversidad y la excelencia profesional. Bajo su liderazgo, Deloitte pasó de tener una socia mujer en la región a contar con 17. socias.



Jolibeth Sánchez
Fundadora de
Orquídea de Oro
Honduras

Su marca de joyería rinde homenaje a la flora, fauna y cultura de Honduras. Ha conquistado escenarios globales como los Latin Fashion Awards 2023 en Washington, donde fue reconocida como Diseñadora de Joya Latina. Ocupa mano de obra y materiales 100% hondureños.



Johant Lakey Beitia
Investigadora
Panamá

Premio Regional L'Oréal-Unesco Para las Mujeres en la Ciencia 2024 por su excelencia académica y el impacto de su investigación en química medicinal contra tumores cerebrales. Miembro del SNI e investigadora del Indicasat AIP, en la Ciudad del Saber. Pugna por terapias menos tóxicas.



Gaby Moreno
Cantante,
compositora y
productora
Guatemala

Con 9 discos, nominaciones al Emmy y una voz que mezcla soul, blues y sonidos latinos, en 2024 ganó el Grammy a Mejor Álbum Pop Latino por *X Mí (Vol. 1)* y lanzó *DUSK (Deluxe)*, sobre la migración. Como Embajadora de Buena Voluntad de UNICEF impulsa a las infancias.



Liz Marie Pareja de Yélamo
Gerente General
Visa para Panamá,
Nicaragua y Belice
Panamá

Lidera la expansión de los pagos digitales en estos mercados. Destaca por su enfoque en innovación y experiencia del cliente. Desde su rol actual, impulsa alianzas estratégicas y promueve soluciones seguras e inclusivas en sistemas pagos.



Anayansy Rodríguez
Presidenta del Colegio
de Arquitectura
Guatemala

También alcalde auxiliar de la Ciudad de Guatemala. Ha liderado proyectos sostenibles en puntos clave como Zona 10, promoviendo espacios inclusivos y participación de jóvenes profesionales. Destaca por su labor en equidad de género, mentoría a mujeres y desarrollo social.



Cristina Sansonetti
Socia de Impuestos
y Servicios Legales
KPMG Costa Rica
Costa Rica

Única mujer y la más joven en esa posición, destacándose por impulsar una cultura de liderazgo democrático e inclusión. Ha liderado transformaciones clave en KPMG. Reconocida por Chambers & Partners. Impulsa el liderazgo femenino.



Blanca María Castro
Directora Ejecutiva de
International Women's
Coffee Alliance
Guatemala

Impulsa el empoderamiento de más de 25,000 mujeres en la cadena de valor del café. Con 20 años de experiencia, ha promovido el acceso a mercados, financiamiento y espacios de liderazgo, la sostenibilidad y la resiliencia climática.



Melania Chaverri Sequeira
Directora de
Adquisiciones
Regional LAM -
Logística y Servicios en
Maersk
Costa Rica

Responsable de las negociaciones de Maersk por 480 MDD. Fomenta la participación femenina en el sector logístico. 51% de su equipo está compuesto por mujeres.



Susana Reina
Vicepresidenta
Desarrollo
Corporativo en Grupo
Multinacional de
Seguros
**Venezuela, residente
en Panamá**

Con más de 25 años de trayectoria, ha impulsado la inclusión financiera femenil a través de programas formativos. Creadora del Programa Mujer Segura. Sus decisiones impactan a 1,400 mujeres.



Angélica Urbina Guadamuz
CEO de Fabreco
Nicaragua

Obtuvo casi 20 millones de votos nacionales para la aprobación y licencia de un dispositivo médico que permita mejorar la vida de pacientes asmáticos. Emplea mayormente a mujeres y fomenta la conciliación laboral-familiar con políticas como el trabajo desde casa.



Karla Blanco
Líder corporativa
Costa Rica

Ha liderado el programa *Expande Tu Potencial* que impulsa la promoción profesional de más del 25% de sus participantes, en su mayoría mujeres, mejorando salarios y acceso a puestos de liderazgo. Reconocida como Mujer Excepcional de Excelencia por el Women Economic Forum.



Elaine Miranda Vela
Fundadora de Plata
con Plática
Nicaragua

Cuenta con un equipo conformado únicamente por congéneres. Su enfoque promueve la autonomía económica. Ha desarrollado herramientas digitales y programas educativos que fomentan la inclusión financiera y el bienestar económico en su país.



Karina Díaz Vargas
CEO Fashion Week
Forever Green
Costa Rica

Lidera la consolidación de una plataforma global de moda sostenible, posicionándola entre las más importantes de la región. Su gestión ha abierto puertas internacionales, fomentando alianzas estratégicas y representando la industria en cumbres clave.



Ana Yency Lemus Chávez
Directora Ejecutiva
de Fundación
Afrodescendientes
Organizados
Salvadoreños
El Salvador

Transforma la visibilidad y derechos de afrodescendientes, cuya inclusión logró en el Censo Nacional. Empodera a mujeres de esa comunidad con educación, liderazgo y programas contra violencia de género.



Catalina Sánchez Vargas
Divulgadora en
AstroCatalina
Costa Rica

Nominada entre las mujeres más disruptivas de América Latina. Seleccionada por la ONU como experta en asuntos espaciales. Fundó redes que promueven la participación femenina en áreas STEM. Nominada en los Women in Tech LATAM Awards.

Patricia Puentes Colorado

CEO y Fundadora
Meetings Panama -
Let's Meet Panama
Panamá



Líder en turismo inclusivo con más de una década de trayectoria. Ha impulsado la accesibilidad en la industria de eventos, promoviendo espacios equitativos para personas con discapacidad. Bajo su dirección, su organización obtuvo el 2° lugar en los Premios FITUR 4all 2025, siendo reconocida internacionalmente por fomentar la educación, la inclusión social y la sostenibilidad.

Nadja Cooper

Vicepresidenta de Richa
de la Guardia (RIGSA)
Panamá



Ha liderado una transformación integral hacia la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la responsabilidad social de RIGSA, implementado procesos que promueven la equidad, la capacitación técnica y el desarrollo profesional del talento panameño. Uno de sus mayores aportes ha sido su enfoque social, que beneficia a estudiantes y familias, brindando acceso a energía limpia, clases sin interrupciones y nuevas oportunidades educativas.

Larú Mayte Linares

Directora del Canal de
Empresarias
Panamá



Presidenta de la Red de Mentores de Panamá; gerente de Emprendimiento Femenino y Social de Ciudad del Saber y Fundadora de Liwa Corporation. Reconocida por la OEA, por el Ministerio del Gobierno de Panamá y por Mujeres Únicas Global Bank. Lidera el desarrollo empresarial de mujeres con una visión amplia de inclusión, equidad y empoderamiento económico. Bajo su dirección, el Canal de empresarias ha capacitado y visibilizado a más de 18,000 mujeres.

Cristina Masís Cuevillas

Gerente General de
Grupo Financiero
Mercado de Valores
Costa Rica



Líder con más de 25 años de experiencia en finanzas. Convirtió a su organización en la primera financiera costarricense en firmar los Principios de Empoderamiento de las Mujeres de la ONU. Ha impulsado la innovación en gestión de activos y ciberseguridad. Su dirección fortaleció el mayor aumento de clientes en 48 años, donde más del 50% del equipo y el 60% del comité ejecutivo son mujeres.

Patricia Trinler

Presidenta de Grupo
TRISAN
Costa Rica



Líder en la industria alimentaria. Desde que asumió la presidencia de TRISAN, ha duplicado sus ventas. Es también presidenta del Cluster de Biotecnología de Costa Rica CRBiomed. Ha dirigido proyectos que le han otorgado certificaciones en gestión de calidad y ambiental. Proporcionó un estándar internacional de alta calidad de productos amigables con el medio ambiente. Reconocida por su visión, liderazgo e innovación en los sectores agropecuario e industrial.

Claireth Cantillo

Fundadora y directora
ejecutiva de Proeza
Colombia/Panamá



Dirige estrategias para la formación de líderes jóvenes, bajo estructuras sostenibles y de equidad de género a fin de convertirlos en agentes de cambio. Implementó Proeza Academy con metodologías que generan alianzas institucionales, para la formación de jóvenes en provincias de Panamá. Seleccionada por el gobierno británico como becaria Chevening para estudiar una maestría en género, violencia y conflicto en University of York de Inglaterra.

Lucila Mouro

Gerente General de
Pfizer Centroamérica y
el Caribe
Brasil/Costa Rica



Fomenta el crecimiento profesional de más mujeres y promueve iniciativas de mentoría y networking para ello. En un año logró que la compañía tuviera 50% de representatividad femenina en el equipo de liderazgo. Fue reelegida como miembro del Consejo Directivo de la Federación Centroamericana y del Caribe de Laboratorios Farmacéuticos. Pfizer CAC cuenta con 1,000 colaboradores, y un 56.6% de mujeres en puestos gerenciales.

Carmen Sánchez Retana

Fundadora y directora
de Pareto
Costa Rica



Se le otorgó el Premio Nacional de Juventudes Jorge Debravo 2024 como reconocimiento a la creación y desarrollo de Pareto, emprendimiento innovador de alto impacto social al brindar educación financiera para niños y jóvenes. Ha impulsado que su equipo esté compuesto por mujeres profesionales, especialistas en diferentes áreas, disruptivas, con la visión de generar conciencia para la educación financiera.

María Estrada Sánchez

Rectora del Tecnológico
de Costa Rica, TEC
Costa Rica



Primera mujer en ser rectora del TEC, ejerciendo hasta 2027. Bajo su liderazgo ha incrementado las becas estudiantiles y la matrícula en carreras STEM. Promueve la igualdad y la equidad de género para la comunidad académica, estudiantil y administrativa. A finales de año liderará el Congreso de las Américas sobre Educación Internacional que se realizará por primera vez en Centroamérica.

Maya Selva

Fundadora de Maya Selva Cigars
Honduras



Líder de la industria del tabaco en la región, este 2025 celebra 25 años de haber lanzado su primera marca de puros al mercado. La producción de sus puros artesanales llega a más de 30 países. Ha recibido diversos premios internacionales, como el Lifetime Achievement Award en Dortmund, Alemania, que le otorgó en septiembre de 2024 *Cigar Journal*. A principios de año inauguró una nueva planta de puros en Honduras. Su producción aporta el 8% de tabaco en el mundo.

Johanna Hill

Directora general adjunta de la OMC
El Salvador



Cuenta con más de 25 años de experiencia en comercio exterior regional. Pieza clave en las negociaciones comerciales de Centroamérica a nivel internacional. Se desempeñó como jefa de negociaciones por El Salvador en el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, en la Ronda Doha. Participó en las negociaciones del CAFTA-DR, con Canadá y en las de integración económica centroamericana.

Gabriela Castellanos

Directora ejecutiva del CNA (Consejo Nacional Anticorrupción)
Honduras



Mujer preocupada por el actual estado de justicia que atraviesa Honduras, pero sobre todo ocupada en la lucha contra la corrupción; ha investigado y expuesto actos de corrupción, tanto de instituciones como de funcionarios hondureños. Parte de su trabajo lo dedica a educar a la ciudadanía sobre la relevancia de la democracia y el fortalecimiento del Estado de derecho, invitando a la participación activa en defensa de la democracia.

Stephanie Melville Molina

Presidenta de Grupo Progreso
Guatemala



Bajo su liderazgo se concreta la expansión de Grupo Progreso en Costa Rica, El Salvador y República Dominicana. Para Stephanie, esta expansión internacional representa una oportunidad para integrar culturas, conocimientos y estrategias, siempre con un enfoque inclusivo. Involucrar a los colaboradores y fomentar una cohesión sólida durante el crecimiento, forma parte de su visión para lograr una expansión sostenible.

Gisela Sánchez

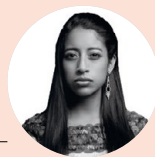
Presidenta Ejecutiva del BCIE
Costa Rica



Con la misión de transparentar el manejo de recursos y la operación de esta entidad clave para el desarrollo de infraestructura en Centroamérica, ha implementado un plan de fortalecimiento que consta de 26 reformas, ejecutado ya en un 95%. Ha priorizado proyectos para convertir al banco en motor de transformación e impacto para los países. En 2024, el BCIE registró las utilidades más altas en su historia alcanzando 268.4 MDD, el 5.5% de retorno sobre el patrimonio.

María Mercedes Coroy

Actriz
Guatemala



Reconocida como mejor actriz en el Oklahoma Cine Latino Film Festival, en 2024, por *La alberca de los nadies*, sobre la masacre de San Fernando en Tamaulipas, México. Esta película ha sumado 12 premios internacionales desde 2022. Su más reciente trabajo fue en el largometraje *Black Panther: Wakanda Forever*, del universo Marvel, que recaudó 259 MDD de ganancias. A los 17 años interpretó el papel principal en *Ixcanul*. También destacó en *Bel Canto* y *La Llorona*.

Sofi Paez

Pianista y cantautora
Costa Rica



Se perfila como una de las nuevas figuras del género neoclásico. Este año regresó a Costa Rica desde Alemania para presentar su álbum *Silent Stories*, una exploración de historias humanas y paisajes sonoros inspirados en la naturaleza. Con sólo 28 años ha derribado las fronteras para darle cauce a su música. Formó su equipo de trabajo en Berlín, donde firmó con la disquera islandesa OPIA Community, liderada por Ólafur Arnalds. Actualmente reside en Berlín.

Marifé Quesada

Productora y creativa
Costa Rica



Con 25 años de vida, acumula una trayectoria de 10 años creando eventos en vivo, producciones de cine, televisión y teatro. Actualmente ofrece sus servicios a TAIT, una de las compañías líder en tecnología para eventos en vivo, responsable de las giras de artistas como Taylor Swift (*Eras Tour*), Bad Bunny (*Un Verano Sin Ti*) y Lady Gaga. Antes trabajó con marcas y empresas de prestigio global como Snapchat, The New York Times, Universal Studios, Nike, Jordan Brand y Bloomberg.

Susana Arrechea

Cofundadora de New Sun Road
Guatemala



Doctora en Nanociencia y Nanotecnología, fue designada en 2024 Premio Internacional Princesa De Girona, en la categoría CreaEmpresa. Es cofundadora de New Sun Road, organización que lleva electricidad e internet a las aldeas indígenas para que las mujeres sean las administradoras, y llegar a 1.5 millones de guatemaltecos sin acceso a la energía. Fundó con amigas la Organización para las Mujeres en Ciencia para el Mundo en Desarrollo.

Amalia Ortuño
Pentacampeona
Mundial
Costa Rica



Con 15 títulos de campeonatos internacionales es la figura femenina más predominante en el mundo del Crossfit Adaptado y un referente de este deporte. Desde que decidió retomar su carrera como deportista de alto rendimiento a pesar de su discapacidad, ha abierto camino para que personas con y sin discapacidad tengan cada día más oportunidades de crecer como atletas y personas. “Debes pensar con optimismo para que cosas positivas lleguen a tu vida”.

Katherine Shahani
Vicepresidencia
Ejecutiva de Grupo
Shahani
Panamá



Experta en desarrollo inmobiliario con más de 20 años de trayectoria. Preside la Fundación Shahani, dedicada a la educación. Dirige el Comité de Género de la Cúpula Empresarial Panameña en temas de paridad colaborando con la Organización Internacional del Trabajo. Ha incidido en más de 25 anteproyectos de ley en temas sociales, inmobiliarios, logísticos, mineros y de salud. Promotora de la equidad y las causas sociales.

Lia Patricia Hernández Pérez
Fundadora de
Ipandetec
Panamá



Fundó la primera organización de derechos digitales en Panamá, Ipandetec. Especialista en temas digitales. Promotora del proyecto Seguras en Línea, que combate la violencia digital en la región. Participa activamente en negociaciones internacionales como el Convenio de Ciberdelincuencia y el Pacto Digital Global de la ONU. Miembro del Observatorio Iberoamericano de Protección de Datos.

Giuliana Venutolo
Reputation Manager de
Diageo regional
Panamá



Acumula 18 años de experiencia en marketing digital y publicidad. En su cargo actual desempeña el papel de gestora y cuidadora de la reputación de Diageo en esta región. Ha sido jurado de los Effie Awards Panamá. Como una defensora convencida de los derechos humanos y la inclusión laboral, ha declarado: “Los derechos humanos no son cuestionables u opcionales, ni podemos escoger cumplir unos sí y otros no”.

Victoria Báez
Directora Fundadora
Mujeres que Dejan
Huella Latinoamérica
Nicaragua



Conferencista, escritora y “potencializadora de talentos”. Reconocida por su labor en el desarrollo personal y profesional de las personas, se le otorgó el Premio a la Excelencia como Mujer líder del año 2025 en Nicaragua. También ha sido nominada en los Connecta Awards 2025, en la categoría Pyme Innovador. Es master en Programación Neurolingüística y en Inteligencia emocional.

Mariamalia Guillén
Abogada y
emprendedora
Costa Rica



Presidenta de Desarrollo de la Mujer Empresaria de la Cámara de Comercio, e integrante de ALAS (Asociación para el Liderazgo y Ascenso Social), tiene más de 15 años de experiencia en empresas multinacionales. Destaca por sus estrategias en temas regulatorios e impositivos. Recién participó en el Programa Internacionalización de Empresas Lideradas por Mujeres promoviendo la participación femenina en los mercados internacionales.

Adriana Ruano
Campeona olímpica
Guatemala



Primera persona guatemalteca de la historia en ganar una medalla de oro olímpica, imponiendo además récord en París 2024, en su especialidad de Tiro con arma de caza. En la mente de esta atleta ya está repetir su hazaña en Lima 2027 y Los Ángeles 2028, dos objetivos por los que ya trabaja. “Disciplina, perseverancia y resiliencia” la han llevado al éxito, consciente de que siempre “nos vamos a encontrar con caídas y obstáculos”, habiendo sido también seleccionada nacional de gimnasia.

Jennifer Medina
CEO de Cintora Textiles
Guatemala



Emprendedora e innovadora dentro de la industria textil, con una visión de equidad de género que se traduce en diversas políticas de inclusión al interior de su empresa, fundada en 2007. En 2024 fue nombrada empresaria del Año por MEG y WEDO; un año antes Cintora fue reconocida como Empresa innovadora. En 2022, Jennifer fue representante de las pymes de Centroamérica en la Cumbre de las Américas. Cintora contrata principalmente mujeres y ofrece trabajo flexible.

Karen Michelle Gibbs
Fundadora y Directora
ScholarShine
Panamá

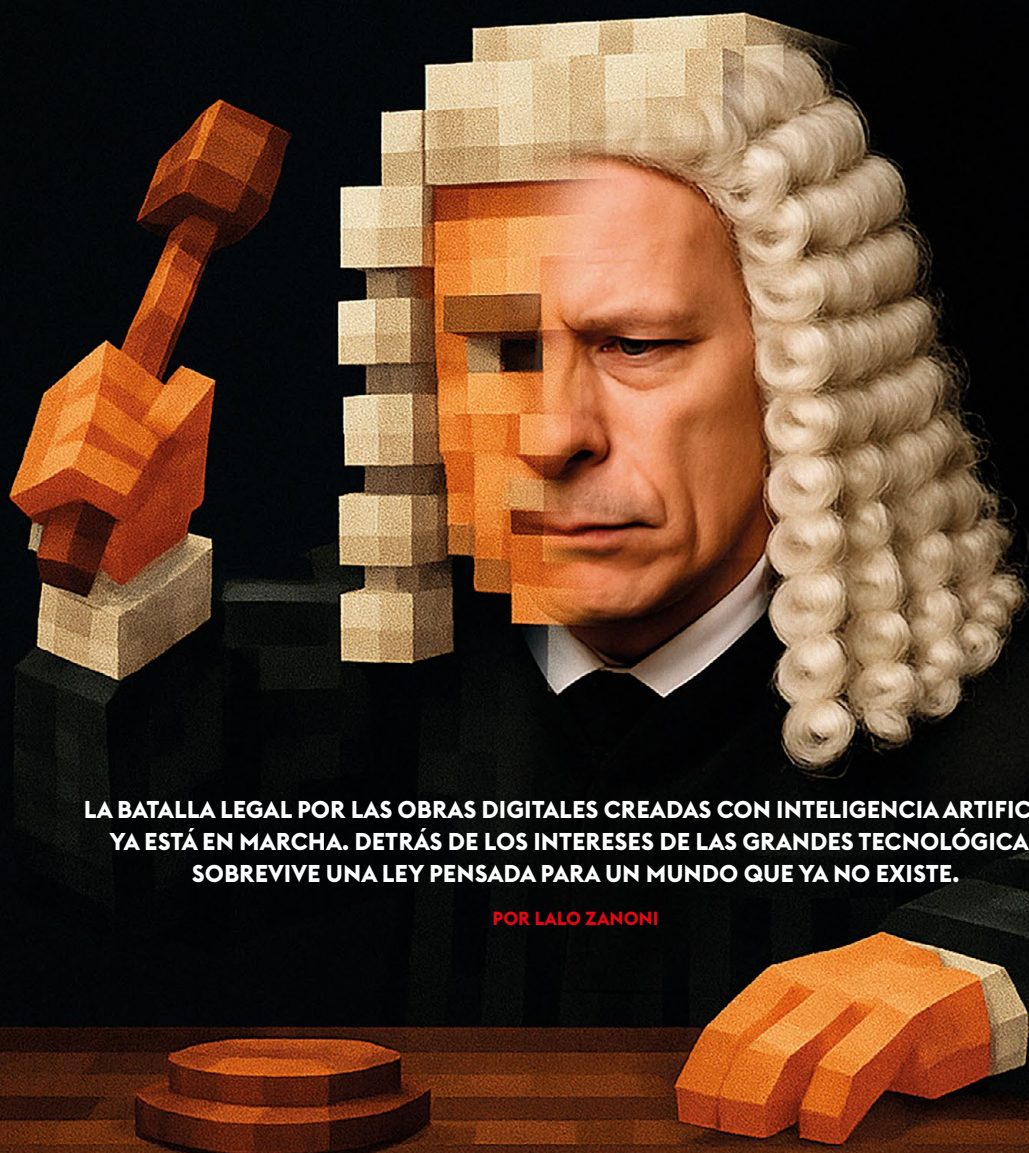


Fundó la plataforma de orientación vocacional ScholarShine, con uso destacado de Inteligencia artificial. En las diversas empresas para las que ha trabajado implementó nuevos procedimientos y métodos en el análisis de datos. Fue seleccionada por el Departamento de Estado de los Estados Unidos como parte de los alumnos de la Iniciativa Young Leaders of the Americas 2024. Este año fue ganadora del primer lugar en la categoría de Tecnología e Innovación en Cybertech Latinoamérica.

Forbes IA

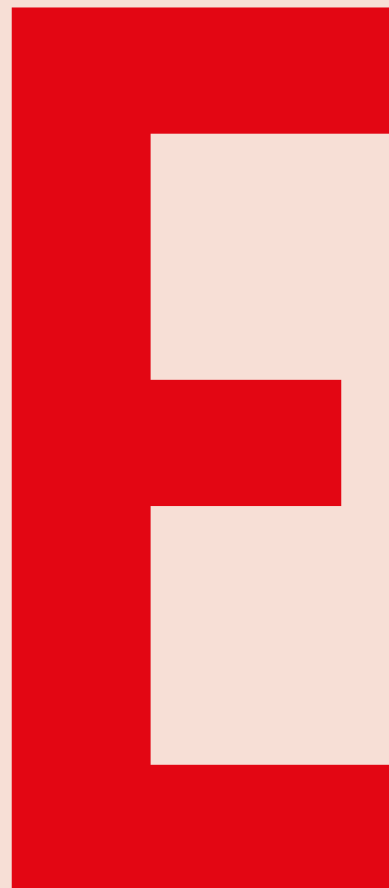
QUIÉN ES EL DUEÑO DE LO QUE CREA LA IA

CUANDO LA IA COPIÓ TU ESTILO (Y NO PAGÓ POR ESO)



LA BATALLA LEGAL POR LAS OBRAS DIGITALES CREADAS CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL
YA ESTÁ EN MARCHA. DETRÁS DE LOS INTERESES DE LAS GRANDES TECNOLÓGICAS
SOBREVIVE UNA LEY PENSADA PARA UN MUNDO QUE YA NO EXISTE.

POR LALO ZANONI



Es una de las tantas preguntas que aparecen desde que, hace dos años, la Inteligencia Artificial generativa (IA Gen) se metió de lleno en nuestra rutina diaria: ¿Quién es el dueño de la enorme cantidad de contenido que millones de personas crean a cada minuto en ChatGPT, Gemini, Copilot, Perplexity, Claude, Meta, DeepSeek y tantas otras plataformas que permiten generar textos, imágenes, videos y audios mediante un simple *prompt*?

Los derechos de autor y la propiedad intelectual son, tal vez, uno de los principales desafíos que enfrenta la pujante y creciente industria de la IA. Para entrenar una plataforma de IA generativa se necesitan cantidades ingentes de contenido: millones de textos, imágenes, canciones, sonidos, videos, voces humanas, noticias, artículos y obras de arte, entre otros. Sin ese insumo, la IA Gen no puede funcionar.

Es crucial. Los datos digitales son para la IA lo que la gasolina es para un auto: el combustible que la hace andar.

Ahora, gran parte de esos contenidos ya están publicados en la web, en bibliotecas digitales, portales de noticias, sitios, blogs, bases de datos, bancos de imágenes, redes sociales, Wikipedia, etcétera. La mayoría de ese material está protegido por derechos de autor. Sin embargo, las grandes empresas tecnológicas lo usaron (y lo siguen usando) para entrenar sus algoritmos sin pagar un solo dólar. Ése es uno de los puntos más conflictivos del debate actual.

Así fue que, en muy poco tiempo, surgieron los primeros enfrentamientos por derechos de autor. Uno de los casos más relevantes se produjo a fines de 2023, cuando *The New York Times* se convirtió en el primer medio del mundo en demandar a OpenAI y Microsoft (propietarios de ChatGPT y Copilot, respectivamente) por utilizar, sin permiso, millones de textos de su propiedad para entrenar modelos de lenguaje. El *Times* sostuvo que esos artículos le pertenecen y están protegidos por copyright. “Los demandados buscan aprovecharse de la enorme inversión que ha hecho el *Times* en su periodismo”, afirma el texto de la demanda, que ya se perfila como histórica.

Algunos la comparan con la que enfrentó Napster a comienzos de los 2000, por permitir la descarga masiva de archivos MP3 protegidos por derechos de autor. En este caso, el diario exige que OpenAI (valuada en unos 300,000 millones de dólares, MDD)

pague por el uso de ese contenido. Pero hubo respuesta. La empresa de IA argumentó que sus modelos de lenguaje necesitan aprender del texto disponible en la web. Sostiene que no copian ni repiten artículos, sino que simplemente los “leen” para luego generar contenido nuevo, sin reproducirlos de forma textual. Y que, como una persona que escribe sobre algo que leyó sin infringir derechos de autor, la IA actúa de la misma manera.

Según su postura, para funcionar, la IA necesita acceso libre a toda la información disponible *online*. De lo contrario, no podría existir. OpenAI enmarca su accionar dentro de lo que en el ámbito legal se conoce como “uso razonable o justo” (*fair use*), una doctrina que permite reutilizar material protegido sin autorización previa en ciertos contextos, como la enseñanza, la crítica o la investigación.

Pero hay otros casos en conflicto. A fines de febrero de este año, distintos actores de la industria creativa y tecnológica del Reino Unido (medios de comunicación, editoriales, agencias de publicidad y relaciones públicas, ilustradores, diseñadores y varias asociaciones profesionales) formaron la Creative Rights in AI Coalition, una agrupación que impulsa la campaña “Make it fair”. ¿Qué le exigen al gobierno británico? Que reconsidere las modificaciones a la ley de derechos de autor y proteja el trabajo del sector ante el riesgo de ser entregado de forma gratuita a las empresas de IA para alimentar sus modelos.

Como parte del lanzamiento, los principales diarios del Reino Unido publicaron, el mismo día, una tapa idéntica con la leyenda “Make it fair”. En el texto de la página solicitada advirtieron: “La industria creativa aporta 120,000 millones de libras por año a la economía, recursos que estarían en peligro si el gobierno legitima el robo de contenido”

EL CASO GHIBLI

Durante abril pasado, las redes sociales se inundaron con miles de imágenes generadas por IA que imitaban a la perfección el estilo de Ghibli, el famoso estudio de animación japonés fundado por Hayao Miyazaki e Isao Takahata, creador de clásicos como *Mi vecino Totoro*, *La princesa Mononoke* y *El viaje de Chihiro*. Estas imágenes estilo Ghibli fueron creadas por millones de usuarios gracias al nuevo motor de generación visual de ChatGPT.

Todo empezó con un estímulo directo del propio Sam Altman, CEO de OpenAI, quien el 22 de marzo publicó en la red X (donde tiene 3.5 millones de seguidores) una imagen Ghibli con el provocador texto “Feel the AGI” (“Siente la AGI”). Su posteo se viralizó de inmediato y, como parte de una jugada estratégica, OpenAI habilitó el acceso gratuito a su generador de imágenes. A partir de ahí, millones de personas empezaron a crear versiones “ghiblifichadas” de retratos, memes y fotos famosas (Altman incluso llegó a anunciar 1 millón de nuevos usuarios por hora).

Los fans de Miyazaki alzaron la voz. Incluso él mismo lo hizo, aunque hace casi una década: en 2016. Muchos medios y usuarios compartieron un video donde el cineasta japonés criticaba duramente a la IA. “Es un insulto a la vida misma”, dijo. Aunque en ese momento no se refería concretamente a lo que hoy puede hacer ChatGPT con su estilo tan característico, es muy probable que su opinión no haya cambiado. Tal vez incluso haya empeorado. No lo sabemos.

Lo que sí está claro es que su marca autoral y el legado de Studio Ghibli son, en teoría, los más perjudicados por esta nueva función de generación visual de OpenAI. Millones de imágenes creadas



LALO ZANONI

El autor es periodista y consultor de tecnología y comunicación. Se dedica a analizar los nuevos medios y redes sociales desde hace 25 años. Ha publicado cinco libros sobre medios y tecnología. El último es *Las máquinas no pueden soñar*, sobre IA (2018). Fue editor general de FORBES ARGENTINA. Es columnista permanente en *Clarín*, revista *VIVA*, *Newsweek*, *Infobae* y *Reporte Publicidad*, entre otros medios. Es *speaker* en eventos locales e internacionales.

Millones de personas empezaron a crear versiones “ghiblifichadas” de retratos, memes y fotos famosas (Altman incluso llegó a anunciar 1 millón de nuevos usuarios por hora)

con su trazo distintivo, sin que nadie haya pagado un solo dólar por ello.

Lo que empezó como un juego viral terminó por dejar al descubierto los límites (o la ausencia total de ellos) en el uso de la IA generativa. Porque, detrás

de cada imagen simpática que circula por la web, hay decisiones tecnológicas, legales y éticas que impactan en millones de personas.

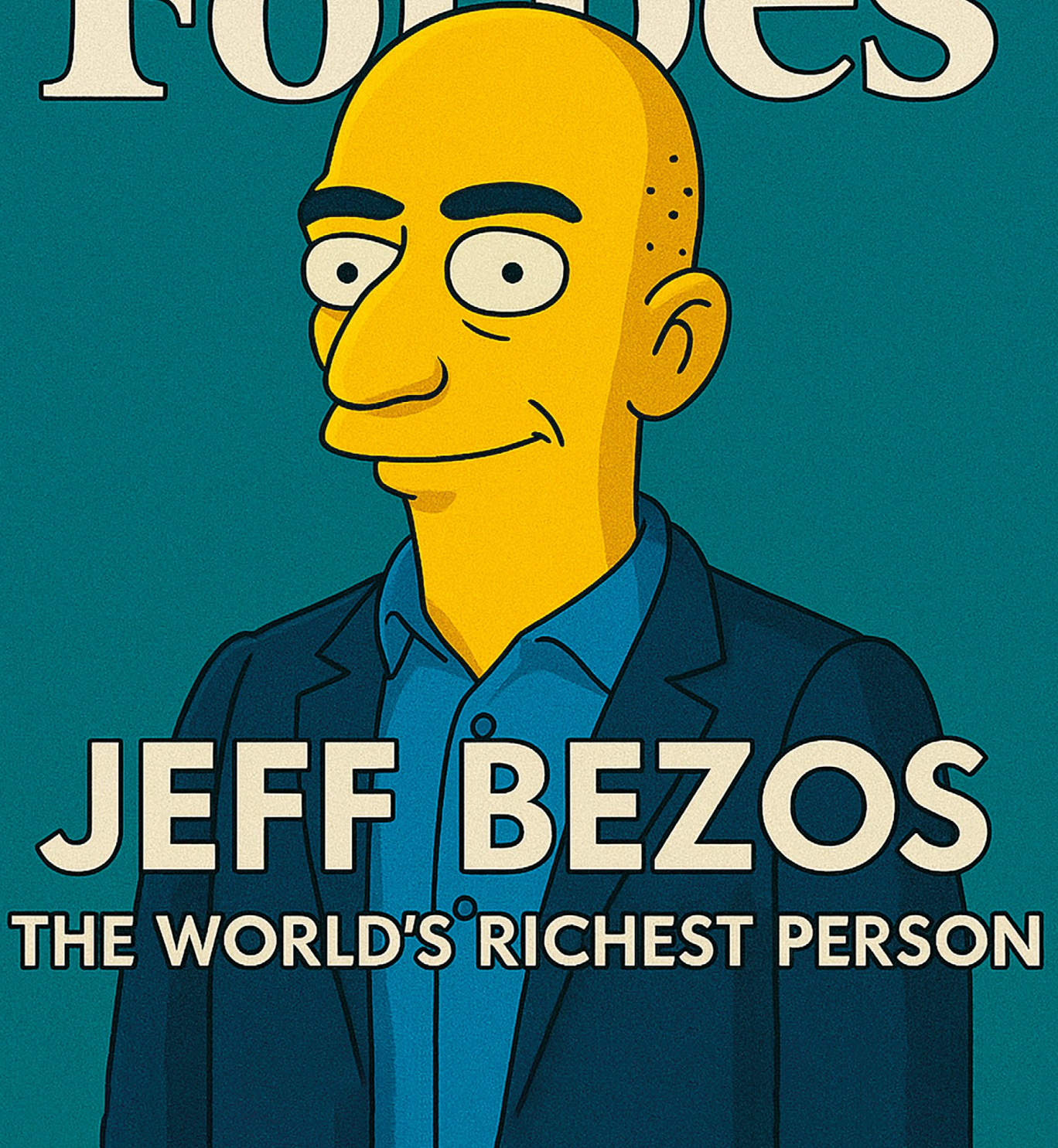
Sin embargo, esto abre otra discusión: ¿Es posible proteger legalmente una expresión humana? ¿Hasta dónde llega la ley y dónde empieza la creatividad?

Porque un estilo, en sí mismo, no se puede proteger. Y este punto es clave: no se puede registrar ni reclamar legalmente por un “estilo”, ya sea el trazo de un ilustrador, la paleta de colores de una obra o el encuadre característico de una fotografía. La ley sólo ampara la obra puntual, no el “cómo” fue hecha. En el mundo digital, eso deja a muchos artistas expuestos: sus estilos pueden ser imitados sin consecuencias legales. ¿Cuántos videos vimos ya en “modo Wes Anderson”?

El nudo del problema legal es claro: si los algoritmos de OpenAI (o de cualquier otra plataforma de IA) ya pueden replicar con precisión casi cualquier estilo, eso implica que fueron entrenados con cientos, o miles, de obras originales que sí están protegidas por la ley de copyright. Y, hasta ahora, las empresas de IA no pagaron por usar ese material para alimentar sus modelos. Se trata de fotos, libros, canciones, voces, cuadros y más.

Ahora bien, la inspiración no se puede regular ni encerrar en una ley. Cuando alguien crea una obra original (escribe, pinta, compone una canción o filma una película, por ejemplo), es evidente que está influenciado por todo lo que consumió a lo largo de su vida: obras que, en su mayoría, están protegidas por derechos de autor. Pero eso no implica que haya que pagar por cada influencia presente. La inspiración es intangible. ¿Cómo se cuantifica o se monetiza la huella que dejaron las grandes obras? ¿Cuántas películas se hicieron bajo la influencia de Spielberg, Tarantino o Scorsese? ¿Cuántos libros nacieron de la lectura de Stephen King, Borges o Asimov?

Forbes



JEFF BEZOS

THE WORLD'S RICHEST PERSON

De todos modos, la pregunta de fondo persiste: ¿Es justo que una empresa se apropie del trabajo de artistas sin pagarles o ni siquiera avisarles? ¿Dónde queda la autoría en un mundo donde la tecnología ya permite copiar todo, al instante y sin costo?

La base legal que sostienen quienes defienden la propiedad intelectual se apoya en tres pilares fundamentales:

El primero, es el valor del trabajo creativo. Una obra artística implica elaboración, ideas propias, mirada personal, subjetividad. No es sólo una enumeración de hechos u objetos. Por eso, debe estar protegida legalmente, y su uso para entrenar redes neuronales (como las de ChatGPT) debería ser remunerado.

El segundo argumento es de carácter económico: Empresas como OpenAI y Microsoft le cobran a los usuarios por el uso de sus plataformas. Es decir, obtienen beneficios directos a partir de modelos entrenados con contenido que no les pertenece.

Y el tercer pilar es reputacional, ya que los resultados generados por la IA pueden dañar la marca, la imagen o la credibilidad de los autores, al replicar, sin autorización, su estilo, voz o ideas, como ocurre, por ejemplo, cuando se pide una imagen “estilo Ghibli” o cuando la IA cita mal un texto de un medio o atribuye frases de forma errónea.

Del otro lado del mostrador, las empresas de tecnología responden: “Si no podemos usar las obras que el mundo generó, no hay manera de entrenar y avanzar con la IA”. Las respuestas, por ahora, no son definitivas, pero la discusión ya está instalada.

Lo que sí parece fuera de toda duda es que el mundo necesita repensar (con urgencia) una nueva ley de derechos de autor que contemple los desafíos que trajo la IA. Muchos de los marcos legales que organizaban todas estas cuestiones en el siglo XX ya quedaron obsoletos. Y la tecnología, ya se sabe, corre mucho más rápido que los tiempos de la justicia.

Pero el caso de la IA es aun más complejo: todavía no existe una regulación global unificada. Europa sancionó su ley en agosto de 2024, pero todavía no ha entrado en plena vigencia. Estados Unidos y buena parte del mundo siguen expectantes. Las grandes empresas (y también la administración Trump) saben que, si

regulan demasiado, corren el riesgo de quedarse atrás frente al avance de China. El final, por ahora, está abierto, y lo que ocurra en los tribunales con estos casos sentará las bases de una relación futura inevitable: la que une a la industria de la IA generativa con los creadores de contenido, una relación que todavía busca sus propias reglas. **1**

¿Es justo que una empresa se apropie del trabajo de artistas sin pagarles o ni siquiera avisarles? ¿Dónde queda la autoría en un mundo en el que la tecnología permite copiar todo, al instante y sin costo?

LA IA PODRÍA AGRAVAR LA DESIGUALDAD GLOBAL



Un nuevo informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) encendió las alarmas: el mundo atraviesa una desaceleración histórica en su desarrollo humano, alcanzando su punto más bajo en 35 años. Conflictos armados, crisis económicas, tensiones geopolíticas y el retroceso en indicadores clave, como la esperanza de vida, empujaron a buena parte del planeta hacia un escenario de estancamiento. La brecha entre los países ricos y pobres no sólo persiste, sino que se ensancha.

El informe destaca que nueve de los 10 países con menor Índice de

Desarrollo Humano (IDH) se encuentran en África, incluyendo Sudán del Sur, Somalia y República Centroafricana. Mientras tanto, las naciones con mayores ingresos aceleran su avance, impulsadas, en parte, por la adopción de nuevas tecnologías como la IA.

Y es precisamente la IA uno de los ejes centrales del estudio. Si bien ésta puede ser una herramienta poderosa para mejorar la educación, la salud y la productividad, también representa un riesgo, si su implementación se da de forma desigual. La advertencia es clara: Si no se garantiza un acceso equitativo a estas tecnologías, la IA puede profundizar la desigualdad

global, dejando atrás a millones de personas que hoy carecen de infraestructura básica, conexión a internet o formación digital.

El PNUD señala que las decisiones que se tomen en los próximos años serán clave. En definitiva, urge una respuesta global coordinada para garantizar que los beneficios de la IA estén centrados en las personas, y que promuevan un desarrollo más justo y sostenible.

Lo que debe entenderse es que la tecnología, por sí sola, no es capaz de resolver problemas: solamente lo hace si está al servicio de todos, y no de unos cuantos. L.Z. **1**

MERCADOLIBRE APUESTA FUERTE POR MÉXICO: INVIERTE 3,400 MDD EN IA

El gigante argentino del comercio electrónico, MercadoLibre, anunció una inversión récord de 3,400 millones de dólares (MDD) en México para este 2025. La cifra representa un incremento del 40% respecto al año anterior y consolida al país como uno de los pilares estratégicos de su expansión regional. El foco está puesto en dos ejes clave: tecnología e IA, junto con la ampliación de su red logística.

El desembolso forma parte de un ambicioso plan que aspira no sólo a fortalecer su ecosistema de productos y servicios, sino también generar más de 10,000 nuevos empleos en territorio mexicano, una apuesta concreta por el desarrollo económico y tecnológico local. En palabras de David Geisen, director general de MercadoLibre México, se trata de “una inversión para seguir innovando en tecnología, fortalecer nuestra infraestructura y mejorar la experiencia de millones de usuarios”.

Buena parte de ese capital estará destinado a robustecer las soluciones de IA que la compañía ya viene integrando en distintas áreas de su operación: desde la atención al cliente con chatbots avanzados, hasta algoritmos de detección de fraude, recomendaciones personalizadas y automatización de procesos logísticos. Esta apuesta por la IA forma parte de una visión más amplia, que incluye la modernización de centros de distribución, la expansión de su red de envíos y el crecimiento de Mercado Pago como plataforma fintech.

Es preciso agregar que México representa en la actualidad el segundo mercado más importante para MercadoLibre, únicamente detrás de Brasil. Con más de 50 millones de usuarios activos en el país, la empresa está intentando posicionarse como líder



absoluto en e-Commerce y servicios financieros digitales, en un entorno que resulta cada vez más competitivo y tecnológicamente sofisticado. Esta inversión, que ocurre en plena

aceleración regional del uso de IA en los negocios, marca un nuevo capítulo en la estrategia de crecimiento de MercadoLibre, una de las empresas más influyentes de América Latina. L.Z. **1**



Centroamérica se reafirma como destino turístico a nivel mundial

El 2024 con cifras récord de visitantes internacionales, los países de Centroamérica se consolidan como un destino turístico competitivo, atractivo y en crecimiento. La región apuesta por el turismo multidestino como catalizador clave para su economía.

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica dio su balance sobre el excelente desempeño de los países que la integran durante el último año. En 2024, Centroamérica y República Dominicana superaron los 26 millones de visitantes internacionales, consolidando su posicionamiento como una región en auge turístico. Desde las playas de Belice, pasando por las ciudades coloniales de Nicaragua y las costas caribeñas dominicanas, el istmo ha afianzado su posición como un destino predilecto, diverso y resiliente, capaz de ofrecer experiencias culturales, naturales y de aventura en un territorio conectado y complementario.

Por volumen de llegadas en la región, República Dominicana lideró con más de 11 millones de visitantes; seguida por El Salvador (3.9 millones), Guatemala (3 millones), Panamá (2.8 millones), Honduras (2.7 millones), Belice (1.4 millones) y Nicaragua (1.09 millones).

Del total de visitantes, entre el 70% y 80%, aproximadamente, son turistas, mientras que el resto se reparte entre cruceristas y excursionistas. Si se comparan estos números regionales con el ranking general de ONU Turismo para 2024, la región ocuparía el puesto 17 en llegadas de turistas a nivel mundial.

Los tres mercados emisores clave para la región son: Norteamérica, Europa y el

turismo intrarregional. El mercado norteamericano representa más del 50% de las llegadas internacionales, con Estados Unidos y Canadá como líderes indiscutibles. El turismo intrarregional aporta alrededor del 29% del total, favorecido por la proximidad y las afinidades culturales, mientras que los mercados europeos concentran cerca del 14%, con España, Alemania y Reino Unido como los principales emisores del istmo.

Uno de los factores diferenciales en esta consolidación es la apuesta por el turismo multidestino, una estrategia que permite a los viajeros descubrir más de un país en un solo viaje. Esta visión regional aprovecha la conectividad terrestre y



aérea, así como la complementariedad de productos turísticos, desde arqueología y cultura viva hasta ecoturismo, gastronomía y aventura.

“El turismo multidesino no solo genera una mayor derrama económica por visitante; también posiciona a los países de Centroamérica como un bloque competitivo frente a otros destinos que también buscan atraer a turistas de larga estancia”, afirma Boris Iraheta, secretario general de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés). “Considerando que en 2024 la mayoría de los países de la región ya superaron sus cifras pre pandemia,

ahora la apuesta es mantener o elevar ese ritmo con mejoras en conectividad y promoción”, agrega Iraheta.

Ante esto, las proyecciones para 2025 son alentadoras. Nuevas rutas aéreas, mejoras en infraestructura, estrategias conjuntas de promoción y una clara orientación hacia la sostenibilidad y la autenticidad configuran un escenario positivo para seguir creciendo. A esto se suma el avance en el diseño de circuitos regionales, con actividades de segmento como buceo o avistamiento de aves, y la creciente colaboración con operadores internacionales que ven en la región un mercado en expansión.

PAÍSES MIEMBROS DE CATA	VISITANTES 2024 (EN MILLONES)
BELICE	1.5 M
GUATEMALA	3.0 M
EL SALVADOR	3.9 M
HONDURAS	2.8 M
NICARAGUA	1.1 M
PANAMÁ	2.8 M
REPÚBLICA DOMINICANA	11.2 M
TOTAL	26.3 M

DESTACADOS

- Centroamérica superó los niveles prepandemia en 2024, consolidándose como un destino atractivo para turistas de Norteamérica, Europa y del propio istmo.
- La estrategia multidesino permite visitar varios países en un solo viaje, aumentando la estancia y el gasto por visitante.
- Estados Unidos, Canadá, España, Alemania y Reino Unido destacan como los principales emisores de turistas hacia la región centroamericana.

Además, Centroamérica ha reforzado su presencia en ferias internacionales como parte de una estrategia ancla. También ha intensificado campañas de promoción conjuntas en mercados clave y avanza hacia una mayor digitalización de la experiencia turística. Los esfuerzos por mejorar la seguridad, profesionalizar el sector y fortalecer la coordinación regional han sido elementos clave para aumentar la confianza de los viajeros y los socios comerciales.

Los turistas valoran cada vez más la posibilidad de descubrir varios destinos con una sola entrada al territorio, itinerarios personalizados y experiencias conectadas por tierra, aire o mar. Centroamérica, con distancias cortas entre países, biodiversidad única y una identidad cultural rica y compartida, responde a esta demanda con autenticidad y eficiencia.

La región se prepara así para recibir a un viajero cada vez más consciente, en busca de experiencias transformadoras. Con un enfoque regional, competitivo y estratégico, Centroamérica está lista para convertir sus contrastes naturales y culturales en su principal fortaleza para 2025.

IA Y BLOCKCHAIN: LA FUSIÓN QUE ESTÁ
REDEFINIENDO LAS FINANZAS DIGITALES

CUANDO LOS ALGORITMOS CONOCIERON LA CADENA DE BLOQUES

SI LAS CRIPTOMONEDAS REVOLUCIONARON NUESTRO CONCEPTO DEL DINERO, LA
UNIÓN ENTRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y BLOCKCHAIN BIEN PODRÍA TRANSFORMAR
TODO EL SISTEMA FINANCIERO TAL COMO HOY LO CONOCEMOS.

Por José Luis Díaz Rivera



Pensar en la unión entre IA y *blockchain* (cadena de bloques) es como si en el universo de los superhéroes Batman y Iron Man decidieran formar equipo: uno aporta la seguridad infranqueable y la transparencia absoluta, mientras el otro contribuye con su inteligencia superior y capacidad para aprender y adaptarse.

Es así que esta poderosa alianza de la IA y *blockchain* está creando oportunidades que hace apenas cinco años

parecían de ciencia ficción. Veamos cómo está cambiando el panorama cripto actual y qué nos depara el futuro.

Admitámoslo: Todos hemos fantaseado con comprar justo antes de que un token se dispare y vender en el pico exacto. Lo malo es que nuestros cerebros humanos, por muy cafeinados que estén, simplemente no pueden procesar la avalancha de datos que influye en los mercados cripto.



Aquí es donde entran los sistemas de *trading* impulsados por IA. Estos programas analizan millones de transacciones históricas, patrones de precio, volúmenes de negociación y múltiples indicadores técnicos para tomar decisiones en milisegundos.

“Mientras tú te preguntas si deberías comprar ese token, un algoritmo ya lo compró, lo

vendió y se tomó un café virtual”. Los bots de *trading* más avanzados incluso pueden “sentir” el mercado mejor que los humanos porque no tienen sesgos emocionales. No entran en pánico durante una caída ni se dejan llevar por la euforia durante un repunte. Es como tener un ‘Spock’ financiero tomando decisiones por ti: puramente lógico y eficiente.

Para el inversor común, esto significa que ahora existen plataformas que permiten configurar estrategias automatizadas sin necesidad de ser un genio programador.



GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS EN TRADINGVIEW CON IA

La IA no solamente está revolucionando el *trading* de criptomonedas, sino también el de los mercados tradicionales, especialmente a través de plataformas populares, como TradingView, que sirven de puente entre ambos mundos.

TradingView se ha convertido en una de las plataformas más utilizadas por los *traders*, tanto de activos tradicionales como de criptomonedas. Lo que muchos no saben es cómo la IA está transformando la forma en que se desarrollan las estrategias en esta plataforma:

Generación automática de código

Pine Script: la IA ahora puede escribir scripts completos en Pine (el lenguaje propio de TradingView) basados en simples descripciones en lenguaje natural. Un *trader* puede decir: “Crea una estrategia de cruce de medias móviles con RSI (Índice de Fuerza Relativa) como filtro”, y obtener el código funcional en pocos segundos.

Optimización de parámetros: Los algoritmos de aprendizaje automático pueden probar miles de combinaciones de parámetros para encontrar los más efectivos, según las condiciones históricas del mercado, un proceso que manualmente tomaría semanas.

Reconocimiento visual de patrones: la IA puede analizar gráficos e identificar patrones técnicos complejos (como formaciones de cabeza y

hombros, dobles suelos, etc.) con mayor precisión que muchos humanos.

Backtesting mejorado: Los modelos de IA pueden simular cómo se habría comportado una estrategia no sólo en condiciones históricas sino también en escenarios hipotéticos generados por la propia IA.

Pero quizás el mayor impacto es la democratización de estas herramientas:

Antes, desarrollar estrategias algorítmicas requería conocimientos avanzados de programación. Hoy, con asistentes de IA, un *trader* con conocimientos básicos puede generar un código funcional en minutos. Las comunidades de TradingView comparten y mejoran colectivamente estas estrategias generadas por IA, creando un ecosistema de aprendizaje colaborativo. La barrera de entrada se ha reducido significativamente, permitiendo que pequeños inversores compitan con herramientas antes exclusivas de instituciones financieras.

Este fenómeno está transformando, particularmente, el espacio cripto, donde la necesidad de operar en mercados que nunca cierran hace que la automatización sea especialmente valiosa. Los *traders* ahora pueden crear, probar y depurar estrategias con asistencia de IA y luego implementarlas en *exchanges* de criptomonedas que permiten el *trading* programático. En definitiva, el futuro apunta hacia sistemas híbridos donde la creatividad humana para identificar oportunidades se combina con la precisión y velocidad de ejecución que sólo la IA puede proporcionar.

IA y automatización: el fin de la vigilia 24/7 en los mercados cripto

Una de las ventajas más importantes que ofrecen las estrategias automatizadas potenciadas por IA es precisamente la liberación del *trader* de la agotadora tarea de monitorear mercados constantemente. Este aspecto merece un análisis más profundo, especialmente en el volátil mundo cripto que nunca duerme.

El mercado de criptomonedas, a diferencia de las bolsas tradicionales, opera 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año. Esta realidad ha creado lo que algunos llaman “el síndrome del *trader* insomne”:

Traders que revisan el teléfono a las 3 AM por miedo a perderse movimientos importantes.

Alarmas configuradas para momentos cruciales de mercado que interrumpen sueño, comidas y vida social.

Estrés crónico por la sensación de estar siempre “perdiendo algo” cuando no están frente a la pantalla.

Fatiga mental que lleva a decisiones impulsivas y emocionales.

Teniendo en cuenta estos aspectos, vale decir que las estrategias automatizadas

con IA actúan como un “empleado digital” que nunca duerme, eliminando esta carga psicológica y física.



LA AUTOMATIZACIÓN TRANSFORMA LA EXPERIENCIA DEL TRADER

La implementación de sistemas automatizados proporciona beneficios directos:

Vigilancia permanente sin desgaste humano: los algoritmos pueden monitorear simultáneamente docenas de pares de *trading* y ejecutar órdenes instantáneamente cuando se cumplen condiciones específicas.

Eliminación del miedo y la codicia: las decisiones se toman basadas en parámetros predefinidos, no en emociones momentáneas. Como dice el dicho en *trading*: “El plan de *trading* es perfecto hasta que las emociones humanas interfieren.”

Recuperación de tiempo y calidad de vida: en lugar de estar pegado a las



JOSÉ LUIS DÍAZ RIVERA

El autor ha participado en el mercado financiero, básicamente en el Mercado de Valores, desde 1983. Es graduado en curso Diplomado en DEFI y Cripto en Learning Heroes en España. Tiene 2 años operando en el mercado de criptomonedas tanto spot como stake y pools.



pantallas, el trader puede dedicar tiempo a estudiar fundamentales, investigar proyectos o simplemente disfrutar de su vida mientras los algoritmos hacen el trabajo pesado.

Respuesta a eventos de mercado durante el sueño: un trader europeo puede aprovechar oportunidades en horarios asiáticos o americanos sin necesidad de trasnochar.

En cuanto a las estrategias ‘set and forget’ o automatizadas más populares que permiten esta libertad incluyen:

1. Grid Trading: Configura una cuadrícula de órdenes de compra y venta a diferentes niveles de precio. La IA puede optimizar el espaciado de la cuadrícula según la volatilidad histórica y ajustarla dinámicamente.

2. DCA (Dollar-Cost Averaging) Inteligente: En lugar de comprar a intervalos fijos, la IA puede ajustar los montos de compra según indicadores de sentimiento, volatilidad y momento del mercado.

3. Trailing Take-Profit: Sistemas que siguen la tendencia del precio, moviendo automáticamente los niveles de venta para maximizar ganancias sin intervención humana.

4. Estrategias de arbitraje entre exchanges: Aprovechando diferencias de precio entre plataformas, estos sistemas pueden operar 24/7 capturando ineficiencias momentáneas del mercado.

5. Estrategias basadas en Machine Learning: Algoritmos que aprenden continuamente de datos del mercado y se adaptan a nuevas condiciones sin necesidad de recalibración manual. **1**

Cuando dormir te hace ganar dinero

Hay numerosos testimonios de *traders* que han mejorado tanto sus resultados como su calidad de vida:

“Solía despertarme 5-6 veces cada noche para revisar precios. Ahora duermo 8 horas mientras mi *bot de trading* basado en IA maneja mi estrategia. Mi rendimiento mejoró un 32% y mi presión arterial volvió a niveles normales”.

Comentario común en comunidades de trading algorítmico.

La ironía es que muchos *traders* descubren que ganan más cuando “hacen” menos, dejando que los sistemas automatizados eliminen las decisiones emocionales impulsivas. Sin embargo, la automatización total no significa abandono. El enfoque más efectivo es un híbrido:

Revisiones programadas

Verificar el rendimiento de los sistemas en momentos específicos (por ejemplo, una vez al día a una hora conveniente).

Alertas inteligentes

Configurar notificaciones solo para eventos verdaderamente significativos que podrían requerir intervención humana.

Mejora continua

Usar el tiempo liberado para estudiar el comportamiento del mercado y refinar las estrategias.

Diversificación de automatización

No depender de una sola estrategia, sino implementar múltiples enfoques que funcionen en diferentes condiciones de mercado.

La combinación de IA y automatización está transformando el trading de una actividad estresante que consume toda la vida a un proceso más reflexivo, sistemático y sostenible. El resultado es no solo mejor rendimiento financiero sino también mejor salud mental y física para los traders que abrazan estas tecnologías.

Como resume un *trader* veterano: “La mejor operación que hice fue delegar el trading momento a momento a la IA y reservarme el papel de estratega y supervisor. No solo he ganado dinero, he recuperado mi vida”.



¿DÓNDE SE FORMAN LOS PRÓXIMOS CEOS DEL MUNDO?

EL ROL SILENCIOSO (Y ESTRATÉGICO)
DE LAS UNIVERSIDADES

Por Carla Szemzo



Hasta hace algunas décadas, la figura del CEO se asociaba a un líder forjado en las tripas del negocio. La narrativa dominante en casa empujaba carreras ascendentes, empezando con posiciones operativas y luego estratégicas, hasta llegar a la cima de las organizaciones. Los empresarios aprendían “a golpes”, con la experiencia como única maestra legítima. Por su parte, las universidades eran espacios teóricos, algo alejadas de la realidad y desconectadas del enfoque práctico del mundo empresarial.

Pero el mundo cambió y, con él, las exigencias que enfrentan los líderes empresariales. Hoy, la formación de los próximos CEO no puede limitarse únicamente a la experiencia en empresas, sino que requiere visión global, inteligencia emocional, IA, pensamiento crítico, gestión de incertidumbre, comprensión geopolítica, un dominio profundo de la tecnología y un sentido de propósito. Ante este nuevo escenario, las universidades han cobrado un protagonismo silencioso, pero determinante, para acompañar esa experiencia de transformación organizacional, ya que, lejos de los tradicionales salones académicos, éstas están emergiendo como los nuevos campos de entrenamiento para los líderes del futuro.

Aunque sigue existiendo un porcentaje de la sociedad que considera que, para ser un emprendedor exitoso, no es necesaria la educación formal, la realidad es que las universidades más innovadoras del mundo ya están incubando a la próxima generación de CEO globales.

La intersección educativa y empresarial es clave para lograr esto. Hoy, este fenómeno colaborativo se ha acelerado gracias al creciente protagonismo de emprendedores y CEO que han decidido fundar sus propios espacios educativos, siendo éste un negocio lucrativo que, a la vez, tiene el objetivo de generar un impacto positivo en la sociedad.



DE CEO A EDUCADOR: LAS NUEVAS INCUBADORAS DE LIDERAZGO

Una de las tendencias más reveladoras en la educación superior de los últimos años es el incremento de líderes empresariales, muchos de los cuales, lejos de retirarse, han optado por dejar un legado diferente: formar las mentes que definirán el rumbo del mundo en los próximos 100 años. Y como los *coaches* suelen preguntar, ¿para qué?

Los empresarios con visión entienden que las reglas del juego han cambiado. La formación de un CEO ya no es sólo técnica, ni vertical. Requiere transversalidad, conciencia social y preparación ética. ¿Quién mejor para identificar esas carencias que aquel que ha vivido, desde adentro,



CARLA SZEMZO

Es ciudadana del mundo, con cinco nacionalidades y más de una década de experiencia en el sector educativo. Es vicedecana en la reconocida escuela de negocios IE Business School, en Madrid. Es profesora galardonada, edu-empresadora y *speaker* internacional, con ponencias y clases magistrales en más de 25 países. Apasionada de la educación, es también *advisor* y miembro de juntas directivas en otras instituciones de Educación Superior y colegios K-12 a nivel internacional.



el vértigo y los retos del liderazgo en el mundo actual?

Ejemplo emblemático es el de Minerva University, San Francisco. Su creador, Ben Nelson, es un exempre-sario de tecnología que quería cambiar trascendentalmente el modelo tradicional de aprendizaje. Así desarrolló un modelo basado en pensamiento crítico, discusión socrática y aprendizaje activo, completamente virtual. Su objetivo es formar líderes globales capaces de tomar decisiones complejas en entornos multiculturales. Minerva eliminó los exámenes tradicionales, apostó por la rotación internacional y evalúa la adquisición de habilidades transferibles.

¿Y en Asia que está pasando? El programa Schwarzman Scholars de China, inspirado en las becas Rhodes, fue lanzado como una iniciativa privada liderada por Stephen Schwarzman, CEO de Blackstone. Con sede en la Universidad Tsinghua en Beijing, busca formar a los líderes globales del futuro con foco en China. Este programa simboliza cómo la visión empresarial y filantrópica puede converger en un modelo educativo de élite, donde los estudiantes no sólo adquieren conocimiento, sino comprensión geopolítica y un fuerte *networking* regional.

El ejemplo más evidente en Latinoamérica es el Tec de Monterrey, de México. Es una de las universidades latinoamericanas más consistentes en la formación de líderes empresariales con impacto. El Tec fue fundado como una institución sin fines de lucro por el visionario empresario y filántropo Eugenio Garza Sada, quien lideró la consolidación del conglomerado industrial que dio origen a Femsa. Inspirado por su paso por el MIT, tuvo la visión de formar a los empresarios e ingenieros del mañana, que impulsarían el desarrollo de México y la región. Desde su fundación, el Tec ha estado vinculado al sector empresarial mexicano, con un modelo emprendedor, humanista y global. Además, ha desarrollado una red de centros de emprendimiento y

tecnología que funcionan como *hubs* de innovación en toda América Latina.

Otro ejemplo interesante en Latinoamérica es un proyecto universitario en proceso de creación: la futura Universidad Central de Panamá. Fue fundada por Juan Raúl Humbert, presidente del Banco General, y Lupita Humbert, ex consultora de McKinsey. Ambos provienen del mundo empresarial y tienen la intención de lanzar esta universidad como una respuesta a las limitaciones del modelo educativo tradicional en Centroamérica. La casa de altos estudios pone en el centro la formación basada en retos, colaboración con empresas y negocios con propósito social. Sus fundadores, con reconocidas trayectorias en banca, consultoría y educación, diseñaron una estructura académica innovadora y conectada con los desafíos reales del mercado global.

En Europa, IE Business School se ha consolidado como una de las instituciones más disruptivas. Ubicada en Madrid, fue fundada hace más de 50 años por Diego del Alcázar, un reconocido empresario español, con el fin de lanzar una escuela de negocios enfocada en el emprendimiento y en el aprendizaje práctico, en un momento en el que todavía las entidades educativas ni se planteaban un modelo de este tipo. Desde entonces, IE ha apostado por una formación que integra tecnología, humanidades y negocios, distinguida por su enfoque en el liderazgo con impacto: formar al CEO que entiende la diversidad, que puede gestionar el cambio y que es capaz de operar en entornos complejos. Su modelo se basa en proyectos reales, en colaboración con empresas de todo el mundo. Su ADN internacional (con estudiantes de más de 140 países) también potencia su capacidad para formar líderes globales.

En África, Ashesi University, Ghana, representa una apuesta innovadora. Fundada por Patrick Awuah, ejecutivo de Microsoft, esta universidad combina tecnología, ética y liderazgo como pilares formativos. Ashesi University ha ganado

Los nuevos pilares en la formación de los CEO

Si bien cada institución tiene su propio modelo pedagógico, podemos identificar pilares comunes que están definiendo la nueva formación de líderes empresariales.

1. Pensamiento global

Las universidades que están formando a los CEO priorizan experiencias internacionales y diversidad de pensamiento. Ya no sirve entender un sólo mercado, sino operar en varios simultáneamente.

2. Educación basada en retos reales

Los programas más eficaces incluyen proyectos de consultoría reales realizados por los alumnos con empresas o de las ONG. El CEO del futuro se entrena poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en la universidad para resolver problemas del mundo real organizacional.

3. Liderazgo con propósito

Además de enseñar a dirigir equipos y proyectos, hoy también se prioriza el hecho de enseñar a inspirar, crear impacto sostenible y tomar decisiones éticas en el medio de una situación geopolítica compleja.

4. Tecnología como columna vertebral

Desde el uso de la IA hasta la comprensión de *blockchain* o la programación de software, la tecnología se enseña no sólo como herramienta, sino como forma de pensar.

5. Habilidades blandas obligatorias

Antes, la comunicación, negociación, gestión del cambio, inteligencia emocional, trabajo en equipo eran consideradas *soft skills*, necesarias sobre todo en roles de HR y afines. Hoy son tan determinantes como un título técnico y altamente valoradas en los procesos de selección de altos directivos o CEO. Por ello, la mayoría de las universidades las han incluido en sus diseños curriculares actuales.

El futuro de la educación de los CEO

La universidad ya no es sólo un espacio de enseñanza: es un ecosistema. Las más visionarias están funcionando como plataformas que conectan estudiantes, empresas, ONG, gobiernos y tecnología.

El liderazgo del siglo XXI requiere un cambio de paradigma. Y las universidades que logren abrazar esa complejidad, sin miedo a romper con lo tradicional ni a integrar lo empresarial con lo académico, serán las que formarán, de forma exitosa, a los próximos CEO del mundo.

En esta transición, el rol de quienes lideran estas universidades (rectores, fundadores, empresarios-educadores) es más crucial que nunca. No se trata sólo de transmitir conocimiento, sino de anticiparse al futuro. Hoy, más que nunca, la pregunta ya no es sólo quiénes serán los nuevos CEO, sino dónde se están formando, quién los está formando y con qué valores están siendo formados. Porque ahí, en ese triángulo entre el saber, el hacer y el ser, se juega el futuro del liderazgo global.

reconocimiento internacional por su modelo de gobernanza estudiantil, su énfasis en la integridad y su objetivo de formar líderes que transformen sus

países desde adentro. Awuah ha demostrado que un CEO puede transformar empresas... y también naciones, si comienzan por la educación. **1**

WIN INVESTMENTS

LA COMPAÑÍA QUE “TOKENIZÓ” ESTRELLAS





PUEDE HACER QUE EL FUTURO DEL FÚTBOL BRILLE CADA VEZ MÁS

Por Giorgio Arturi

La industria del deporte, específicamente la de los países y transferencias de jugadores de fútbol, conforma un mercado que mueve millones de dólares al año, en el que sólo un puñado de clubes y deportistas participa. Hoy esta realidad está cambiando, sobre todo desde la aparición de Win Investments, una *sport-tech* que abre las puertas a los fanáticos del deporte (o, simplemente, a quienes desean invertir), en una primera instancia, en el fútbol.

Fundada por Valentín Jaremtchuk y Gonzalo Busnadiago, ambos oriundos del sur de Argentina, Win salió al mercado con el objetivo de democratizar el mercado de pases o transferencias de jugadores mediante tecnología blockchain y con el objeto de digitalizar el mecanismo de solidaridad, uno de los dos tipos fundamentales de derechos formativos que establece la Fédération

Internationale de Football Association, más conocida como FIFA.

Con objeto de comprender a fondo el novedoso modelo de negocio de la *sport-tech*, FORBES dialogó, en exclusiva, con Valentín Jaremtchuk, quien arrojó luz sobre los principales aspectos de Win y su objetivo principal en el mercado deportivo, destacando inicialmente que “Win es una plataforma que buscó crear la primera bolsa de valores específica para el deporte, comenzando por el fútbol. Nuestro objetivo principal es democratizar el mercado de pases de jugadores profesionales, permitiendo que cualquier persona pueda participar en las transacciones, incluso con inversiones mínimas de, por ejemplo, un euro. Esto busca financiar a los clubes a través de un modelo innovador que digitaliza las participaciones utilizando tecnología blockchain”.

Con un equipo de más de 50 personas que operan desde su sede en España, además de Jaremtchuk y Busnadiego, Win integra a Juan Riquero en Operaciones, a Roberta Werthein en Marketing y Desarrollo de Negocio, y a Agustina Román en Finanzas y Criterios ESG. “Llegamos a esto gracias a un equipo número uno a nivel mundial”, afirma Jaremtchuk, “y somos la única *sport-tech* en el mundo que cuenta con dos árbitros del TAS [Tribunal de Arbitraje Deportivo], como es el caso del doctor Gustavo Abreu, de Argentina, y el doctor Luis Felipe Guimaraes Santoro, de Brasil. Ambos fueron los que defendieron nuestro modelo para poder conseguir la aprobación de FIFA”.

Sobre cómo Win efectúa la tokenización de las inversiones, qué blockchain utilizan y cómo interactúan con sus potenciales clientes, Jaremtchuk lo explica: “Tenemos una app móvil, que puedes descargar para iOS o Android, que se llama *Win investments*. Una vez que el interesado se registra, una vez que está autorizado y validado como usuario, puede comenzar a invertir en los jugadores, igual que se invierte en acciones de empresas como Mercado

Libre o Apple. Se puede invertir en un jugador, por ejemplo, Alexis Mac Allister o ‘Lio’ Messi”.

Sobre el modelo de negocio, Valentín Jaremtchuk, añade que “el mecanismo es muy sencillo. Se puede invertir a partir de un euro y comprar mediante tarjeta de débito, crédito, criptomonedas u otros métodos de pago. Con ello, puedes acceder al token correspondiente, mediante la red de blockchain de Polygon. Nosotros cobramos comisiones en la venta primaria. Este año, vamos a entrar al mercado secundario, como en las acciones de la bolsa de valores, que brinda la posibilidad al inversor [usuario de Win] de transaccionar pedacitos de pases entre usuarios, o comprar, por ejemplo, a Alexis

Mac Allister antes de un partido de la Champions League y venderlo después del juego. Por estas operaciones cobramos un *fee*, al igual que cuando se desee retirar ganancias del mercado de pases, lo que sería un *withdraw*, como con los papeles convencionales”.

Cabe mencionar que Win opera con la plantilla de jugadores más importantes de Latinoamérica. En su arranque, en 2023, “tokenizó” a 125 deportistas y contó con una quinceña de clubes *partners*, entre ellos, los argentinos Independiente, Argentinos Juniors, Banfield, Estudiantes de La Plata, Santa Fe FC, más River Plate, Godoy Cruz, San Lorenzo y otros que están en proceso de incorporación. En el resto del continente figuran Atlético



Venezuela; Deportivo Cali (Colombia), Emelec (Ecuador), Alianza Lima (Perú), Olimpia de Paraguay y los chilenos Unión La Calera, San Luis de Quillota y Audax Italiano.

En cuanto al financiamiento obtenido, Jaremtchuk detalla que “en la primera ronda de inversión, que fue *friends & family*, alcanzamos los 800,000 dólares. Luego vino una ronda semilla donde levantamos 1 millón de dólares, con Grupo Werthein [DirectTV, SKY y otros] como principal inversor; y una más reciente, pre Serie A, de 3 millones de dólares, con inversores de la talla del expresidente de Coca-Cola global, Brian Smith, y Sebastián Serrano, el fundador de Rippo, que es el mayor *exchange crypto* de Latinoamérica, entre otros”.

Sobre los planes a corto y mediano plazo, el co-CEO de la compañía confía en que “Win será la *sport-tech* número uno del mundo. Queremos capitalizar la inversión en el fútbol, permitir que la gente invierta en el ‘Nasdaq del fútbol’ por primera vez en la historia, como primer producto de mercado de pases o mercado de fichajes, como se dice en España. Luego planeamos ir a derechos económicos y a otros derechos del fútbol. En un futuro, [queremos] ir [también] a otros deportes”.

Finalmente Jaremtchuk recordó que, tal como se anunció recientemente en la presentación oficial de la alianza Win-Asociación del Fútbol Argentino (AFA), “todos los campeones del mundo de Argentina van a estar tokenizados, entre ellos Lionel Messi, Enzo Fernández, Lautaro Martínez, y Rodrigo de Paul, entre muchos otros, ya que el acuerdo con la AFA, que incluye a todos los clubes formadores de estos jugadores, nos da la posibilidad de que nuestros usuarios puedan invertir en el futuro del mejor jugador de la historia, así como en el resto de los campeones del mundo. Es algo histórico, ya que se trata de la primera federación deportiva en el mundo en hacer institucional nuestra solución”. 

UNA INICIATIVA CON PROPÓSITO: “VAMOS A CAMBIAR EL JUEGO”

Más allá de la novedosa idea que dio origen al modelo de negocio de Win, el desarrollo del mismo posee otras facetas no menos interesantes a tener en cuenta. Por esto, conversamos también con Roberta Werthein, quien funge como encargada del Marketing de la *sport-tech* y como jefa de Desarrollo de Negocio, posición de relevancia en la organización que, entre otras cosas, vela por el aspecto social y el impacto de las inversiones.

Formada deportivamente en el club Hacoaj y exintegrante del plantel de Las Leonas, el seleccionado argentino de hockey sobre césped, Werthein cuenta sobre el impacto de Win en el fútbol, sobre los deportistas y sobre los usuarios de la plataforma, que son los que hacen su aporte económico.

“Hablar del impacto de Win es muy interesante porque, a lo largo de la historia, el fútbol fue una industria cerrada. Muy poca gente podía ser parte y, ahora, por primera vez, a través de Win Investment, se democratiza y se abre un nuevo modelo, donde cualquier persona en el mundo, no importa de dónde venga, puede ser parte del fútbol, invirtiendo en un jugador. De esta manera, se le da chance a los fans del fútbol de que puedan ser parte y comprar un pedacito del próximo pase del deportista”, explica Werthein.

Añade: “En el evento que hicimos para anunciar la alianza con la AFA, presentamos a los primeros inversores que ganaron en el mercado de pases. Escuchar sus palabras fue muy conmovedor, y más para los fans que tienen ahora la chance de participar de la industria del fútbol. Por esto, con la tokenización de los derechos formativos de los jugadores que ya juegan en las ligas profesionales, cuando los inversores hacen lo suyo, ese dinero va directo a los clubes formadores, para generarle recursos. Hoy, en vez de que tengan que esperar años a que se transfieran, estamos tokenizando



Roberta Werthein y Valentín Jaremtchuk.

el mecanismo de solidaridad y estos derechos formativos”.

Sobre el derecho formativo, dice que “es un derecho que aplica a los jugadores de entre 12 y 23 años. Cuando los jugadores tienen esa edad, pueden pasar por un club, dos o tres. Ése es el derecho formativo: que, luego de los 23, sea donde sea que esté jugando, cuando el jugador es transferido a un nuevo club hay un 5% de ese pase, y ese 5% vuelve al club que lo formó.

“El derecho formativo, es el mecanismo de solidaridad que beneficia a los clubes formadores a lo largo de la carrera de los jugadores. Los clubes de Sudamérica, en general, semilleros del mundo, tienen un problema al entrenar a muchísimos chicos, porque muy pocos llegan a las ligas profesionales. Invierten tiempo y dinero, pero los que alcanzan el máximo nivel, realmente son pocos. Entonces, de aquellos que sí llegan, por cada transferencia, hay un 5% de ese valor que vuelve al club formador”, aclara.

Para finalizar, Werthein sostiene que “nuestra idea fue desde un principio llevar este proyecto adelante porque tenemos un propósito. Y traemos una solución que va a cambiar el juego para los fans y para los clubes, y con ello vamos a cambiar el mundo”. G.A.

Por Eladio González

EDDY REYNOSO

EL ARQUITECTO SILENCIOSO DEL LEGADO DE CANELO ÁLVAREZ

RECONOCIDO COMO EL MEJOR ENTRENADOR DE BOXEO EN LA ACTUALIDAD, EL TAPATÍO COMPARTIÓ CON *FORBES* ALGUNAS DE LAS CLAVES QUE LE HAN LLEVADO A LA CIMA DE ESTE NEGOCIO.



Detrás de cada gran boxeador hay un gran entrenador. En el caso de Saúl Canelo Álvarez, ése es Eddy Reynoso, el estratega discreto que ha guiado su carrera desde los primeros guanteos hasta la cima del boxeo mundial. Nacido en Guadalajara en 1976, Edison Omar Reynoso Sandoval ha pasado de ser el joven apasionado que entrenaba con su padre, José *Chepo* Reynoso, a convertirse en uno de los entrenadores más respetados y laureados del circuito global.

Reynoso conoció a Canelo cuando el púgil tenía apenas 14 años. Desde entonces, forjaron una sociedad

basada en disciplina, visión a largo plazo y una ética de trabajo inquebrantable. “Siempre le vi esa pasta, esas agallas... Tenía una mente muy fuerte, muchas ganas de llegar lejos y su disciplina fue muy importante”. Ya cuando Álvarez tenía 16 o 17 años, sabía que sería campeón mundial. No se equivocó.

Desde su debut profesional en 2005, Canelo ha conquistado títulos en cuatro divisiones —medio, supermediano, semipesado y superwelter— y se convirtió en el primer mexicano en coronarse campeón indiscutido de los supermedianos en 2021, logro que revalidó en 2024 al vencer a William

Scull, en Riad. Juntos, entrenador y pupilo, han construido una de las sociedades más sólidas del boxeo contemporáneo, con apenas dos derrotas en casi dos décadas: ante Floyd Mayweather Jr. en 2013, y frente a Dmitry Bivol en 2022.

Formado a los 22 años con certificación de la CONADE, Reynoso ha desarrollado una filosofía que trasciende la técnica. Cree en un enfoque integral donde la disciplina, la mente y el carácter pesan tanto como el talento. “El talento es muy importante, pero la disciplina, la perseverancia y la mentalidad... eso es lo que te hace llegar lejos”, sostiene.

LAS 5 CLAVES PARA EL ÉXITO

■ Adaptarse al boxeador, no al revés

Reynoso aprendió desde joven que el buen entrenador es aquel que sabe adaptarse a las características físicas y emocionales del atleta. “Lo primero que aprendí de mi primer entrenador, Julián Magdaleno, fue que el buen entrenador es el que se adapta al boxeador”. En este sentido, subraya que cada peleador es un mundo distinto, por lo que el entrenamiento debe personalizarse para explotar al máximo sus cualidades.

■ La fortaleza mental tras la derrota

En un deporte tan exigente como el boxeo, el aspecto psicológico resulta determinante. Tras una derrota, muchos boxeadores cambian de entrenador o pierden el enfoque. Para Reynoso, lo importante es la preparación previa y la actitud tras el resultado. “Cuando se pierde hay que ver con quién se pierde, cómo se pierde. La mentalidad de un buen entrenador es saber sobreponerse”, dice. “La victoria tiene mil madres y la derrota siempre es huérfana”.

■ Leer el combate desde la esquina

Un aspecto clave de su labor es saber leer el combate en tiempo real. Para ello, Reynoso insiste en mantener la mente fría y no convertirse en un espectador más. “Tienes que tener temple en tu esquina, nervios de acero. Hay esquinas que están viendo la pelea como fans, pero tú tienes que estar trabajando, observando qué hace tu boxeador, qué hace el rival, si hay lesiones, cortes... Es un tema minucioso”, señala.

■ Uso de tecnología sin perder esencia

Aunque se ha modernizado con el tiempo, Reynoso sigue fiel a los fundamentos del entrenamiento tradicional. Reconoce que la tecnología ha aportado herramientas útiles, pero considera que el trabajo real está en el gimnasio. “Tenemos buenos preparadores físicos que se actualizan, pero para el boxeo lo importante sigue siendo entrenar con trabajo fuerte, con preparación física; lo demás son complementos”.

■ Entrenar para todo tipo de rivales

Formar campeones no es tarea sencilla, sobre todo ante rivales incómodos o atípicos. El secreto es la preparación versátil. “Tienes que enfrentar a tu boxeador con todo tipo de estilos: zurdos, defensivos, agresivos. No todos aprenden igual, y a veces lo que se entrena no se ejecuta arriba del ring. Por eso hacer una estrella del boxeo es muy, muy complicado”.

DEL GIMNASIO A LA CIMA

Desde su base en el House of Boxing en San Diego, Reynoso ha ampliado su legado, entrenando a figuras como Ryan García, Andy Ruiz Jr. y, recientemente, a Teófilo López. Aunque éste último no llegó a formalizar un campamento con él, Reynoso explicó que simplemente “las fechas no se acomodaron”. Y declaró: “En tres semanas no puedo ayudarlo bien, y sería una falta de respeto a mi trabajo y al suyo”. Dejó la puerta abierta para una futura colaboración: “Cuando gusten, aquí estamos para servirles también”.

La sociedad profesional con Canelo también ha evolucionado en lo económico. En los inicios, Eddy percibía apenas 30 dólares por entrenamiento. Más tarde, cuando firmaron con Golden Boy un contrato de 365 millones de dólares (MDD) por 11 peleas, su

se lo gasten todo al bajarse del ring”. La meta, dice, es dejar un “granito de arena” que inspire a otros a pensar en su futuro más allá del cuadrilátero.

LEGADO Y TRASCENDENCIA

El impacto de Eddy Reynoso no se limita al boxeo mexicano. En 2019 fue nombrado Entrenador del Año por la Asociación de Escritores de Boxeo, y ha sido galardonado por el Senado de la República en México por su contribución al deporte. Su sueño ahora mira a Canastota, Nueva York, sede del Salón de la Fama del Boxeo: “El sueño que tengo es que un día lleve a mis hijas a Canastota y me acompañen a que me ingresen al Salón de la Fama”, confiesa.

Mientras tanto, la dupla Reynoso-Álvarez ya trabaja en un nuevo reto: conquistar un quinto título



EL TALENTO ES MUY IMPORTANTE, PERO LA DISCIPLINA, LA PERSEVERANCIA Y LA MENTALIDAD... ES LO QUE TE HACE LLEGAR LEJOS”

porcentaje subió al 2%. Luego se incrementó al 7%, hasta alcanzar, según reportes recientes, 33% de las ganancias por pelea, lo que incluye su trabajo como entrenador, estratega y representante en la esquina del ring.

Este crecimiento refleja no sólo el éxito deportivo, sino la profunda confianza entre ambos: “Una de las peleas que he disfrutado muchísimo fue cuando ganamos los cuatro cinturones contra Caleb Plant. Ahí fue donde se escribieron con oro las letras de Saúl”, recuerda con orgullo.

En paralelo, ha comenzado a influir en la educación financiera de los boxeadores. Su alianza con la firma Urbana Capital busca fomentar la inversión inmobiliaria entre los deportistas. “Es muy importante que los boxeadores inviertan en bienes raíces, que no

mundial en una quinta categoría, un hito que consolidaría aún más su estatus como leyendas vivientes del boxeo latinoamericano.

Para Reynoso, el futuro del boxeo está enraizado en la identidad cultural de América Latina. “Por cultura vamos a seguir trascendiendo en el boxeo mundial”, afirma, mencionando a talentos emergentes como Marco Verde, medallista olímpico de plata en París 2024, y a íconos como Márquez, Barrera, Chávez o el *Chocolatito* González.

“El boxeo siempre va a dar de qué hablar en Latinoamérica”, dice con convicción. Su trabajo, su visión y su método no sólo han cambiado la vida de Canelo Álvarez, sino que están marcando el rumbo de todo un deporte. Reynoso no necesita los reflectores, sus logros ya hablan por él. **1**

Una visión femenina transforma el rumbo del Banco Nacional de Costa Rica

Rosaysella Ulloa Villalobos comparte su recorrido profesional y su visión de una banca más humana, inclusiva y orientada al desarrollo sostenible desde el Banco Nacional de Costa Rica.



Rosaysella Ulloa Villalobos, gerente general del Banco Nacional.

Asumir el liderazgo del Banco Nacional de Costa Rica (BN) tras más de tres décadas de carrera ha sido un resultado natural para Rosaysella Ulloa Villalobos, actual gerente general de la institución. Desde sus inicios como analista de crédito, cada paso ha estado marcado por la constancia, el compromiso y una forma de trabajo que prioriza la escucha activa y el valor humano. Aunque nunca se propuso llegar a la gerencia general, el enfoque estratégico que lideró en años recientes representó un punto de inflexión: el banco redefinió su propósito y fortaleció su capacidad para impactar positivamente al país.

La ejecutiva considera que su nombramiento como la primera mujer en ocupar este cargo en 110 años es un logro colectivo. “Representa a todas las

mujeres que han trabajado con empoderamiento para derribar barreras de género”, sostiene, convencida de que el liderazgo con visión y unidad permite concretar transformaciones reales.

Para abrirse paso en espacios donde históricamente han predominado figuras masculinas, Ulloa ha optado por la coherencia. “La mejor forma de abrir espacio para una voz femenina es predicar con el ejemplo”, afirma. A su juicio, el liderazgo no solo implica alcanzar metas, sino ejercer influencia desde la empatía y el respeto, sin perder firmeza. Así ha logrado establecer una forma de dirigir basada en la cercanía, sin dejar de impulsar resultados.

Respecto al tipo de liderazgo que necesita América Latina, Ulloa insiste en que se requiere una combinación de visión estratégica con sentido humano.

Apuesta por liderazgos que promuevan la sostenibilidad, que abracen la transformación constante y que reconozcan el valor de la inclusión social. La resiliencia, el trabajo en equipo y la rendición de cuentas son principios que aplica en su labor diaria.

Desde esta perspectiva, el BN se ha posicionado como una organización centrada en el cliente, con una mentalidad ágil y un enfoque orientado a la colaboración, la innovación y el aprendizaje continuo. Estas cualidades, explica, no solo han fortalecido al banco, sino que también han servido para impulsar acciones concretas en favor de las mujeres.

Uno de los desafíos más persistentes para las mujeres en el sector financiero, según la gerente general, es la permanencia de estereotipos y prejuicios que aún condicionan el acceso a oportunidades. “Muchas deben hacer el doble esfuerzo para ser escuchadas”, señala. Por eso, el banco ha implementado políticas de financiamiento con enfoque de género, programas de formación gerencial y líneas de crédito que benefician ya a más de un millón de mujeres.

Al preguntarle por el legado que desea dejar, Ulloa lo resume en una idea clara: contribuir a una banca más humana, inclusiva y sostenible. Su meta no es solo mantener indicadores financieros sólidos, sino que el banco se mantenga como motor de desarrollo equilibrado, donde el crecimiento económico se alinee con el impacto social y ambiental. También le motiva servir de referente para otras mujeres que aspiran a liderar sin renunciar a su autenticidad.

“Si mi historia inspira a una joven a confiar en sí misma y salir adelante con empoderamiento, todo habrá valido la pena”, concluye.



Forbes

life

CRONISTA DEL ALMA

Con sólo dos películas, Antonella Sudasassi ha demostrado una mirada cinematográfica valiente y sensible, posicionando al cine costarricense en el radar internacional.

Por Manuel Grajales



VIAJE POR LA MEMORIA

CON TAN SOLO DOS PELÍCULAS EN SU FILMOGRAFÍA, ANTONELLA SUDASASSI HA DEMOSTRADO QUE EL CINE COSTARRICENSE ES CAPAZ DE DESATAR EMOCIONES INTENSAS A TRAVÉS DE SUS HISTORIAS Y ATRAER LOS REFLECTORES INTERNACIONALES.

“Esta película es la conversación que nunca tuve con mis abuelas”, comienza diciendo Antonella Sudasassi, quien así se adentra en un docudrama destilado por las, a veces, dolorosas experiencias de tres mujeres de entre 68 y 71 años. A través de un viaje por los recuerdos, Ana, Patricia y Mayela rememoran lo que fue para ellas crecer, entenderse mujeres y encontrarse con la sexualidad en las diferentes etapas de sus vidas.

Por ello, *Memorias de un cuerpo que arde* tiene como base el documental, aunque se presenta como una ficción en todas sus formas. Eso no ha sido obstáculo para que el segundo largometraje de la cineasta tica se haya exhibido en alrededor de 65 festivales y obtenido más de 20 premios, incluida su postulación para representar a Costa Rica en la pasada edición de los Oscar, así como su reciente nominación en la categoría de mejor película iberoamericana a los Premios Goya.

FELIP VIVANCO

“Ha sido muy bonito que este movimiento [del cine costarricense] lo hemos liderado mujeres”

ANTONELLA SUDASASSI
DIRECTORA DE CINE

Antonella se convirtió en 2020 en la primera directora centroamericana nominada a estas distinciones del cine español con su ópera prima *El despertar de las hormigas*. Este año repitió con su segundo filme, demuestra así que la cinematografía costarricense comienza a atraer los reflectores internacionales.

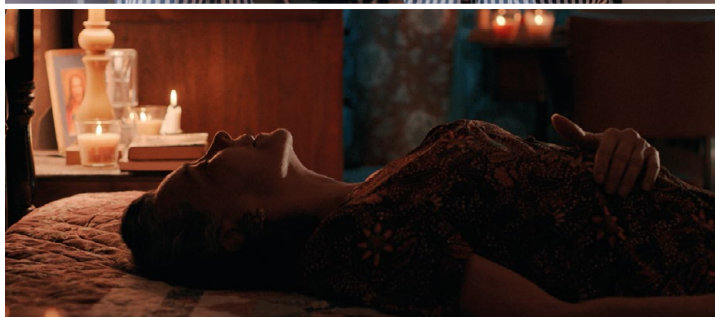
“Es cine que se presenta en los festivales más importantes del mundo y ha sido ampliamente reconocido. Entonces, es muy bonito que este movimiento lo hemos liderado mujeres”, reflexiona en entrevista.

Ella recuerda que llegó tarde al cine. Así lo siente, puesto que su ambición inicial al estudiar Comunicación no era dedicarse al séptimo arte. Fue hasta que se encontró con un grupo de amigos quienes la introdujeron en ese mundo. “Empecé a ver películas que jamás había visto, las cuales me mostraron un universo de posibilidades de lo que significa hacer cine. Y me encantó”.

Sin embargo, una gira de distribución de sus primeros cortometrajes la llevó a visitar comunidades fuera de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica y, al descubrir los rostros de la gente, al sentirse identificados con lo que estaban viendo en pantalla, terminó por enamorarse de este arte. “Era un momento en el cual el cine nacional prácticamente nadie lo veía, porque no había”, remarca de forma contundente, enfatiza así las dificultades enfrentadas por la escena nacional para producir cine. Pero, “ver ese encuentro entre la audiencia y la película me fascinó y decidí que eso era lo mío”, asegura.

CORAZÓN DEL FILME

No estaba equivocada. En la actualidad su nombre resuena entre los artífices de llevar Costa Rica a los grandes festivales internacionales. Algo que hace tan solo algunos años se pensaba imposible, cuando el país, únicamente, había producido entre 10 o 12 películas en toda su historia; mientras que en la actualidad se realizan más o menos la misma cantidad de forma anual: en parte por el uso de cámaras digitales para filmar, así como la creación del



Fondo para el Fomento Audiovisual y Cinematográfico (El Fauno) en 2015.

Antonella no deja de mostrar su asombro porque sus dos largometrajes hayan conseguido una nominación a los Goya. El primero de ellos, *El despertar de las hormigas*, se trata de una cinta realizada con un presupuesto diminuto. Por este motivo, para su directora fue una grata sorpresa que se lograra colocar en unos premios tan importantes y compitiera con cinematografías mucho más consolidadas.

La historia no es muy distinta con *Memorias de un cuerpo que arde*. Esta es una película (coproducida con España) muy retadora —asegura su directora— porque además contendió con grandes ficciones (de Uruguay, Chile, Brasil y Argentina) cuando la cinta es de base documental. Se percibe como una ficción porque la puesta en escena es más cercana a ello y está trabajada con actores y actrices, pero el corazón de la historia son los testimonios de las mujeres.

Se trata en realidad de la conclusión de una trilogía de historias que comenzó con un cortometraje, a través de las cuales Sudasassi explora sin cortapisas la sexualidad de las mujeres durante las distintas etapas de sus vidas: la niñez y la juventud, para después centrarse (en esta tercera entrega) en la vida adulta. Se introduce así en el tabú de explorar con mayor cercanía la manera en cómo vivieron su sexualidad todas estas mujeres que en la actualidad, probablemente, son abuelas; sobre todo, en un país como Costa Rica que, a decir de la directora tica, continúa siendo muy conservador.

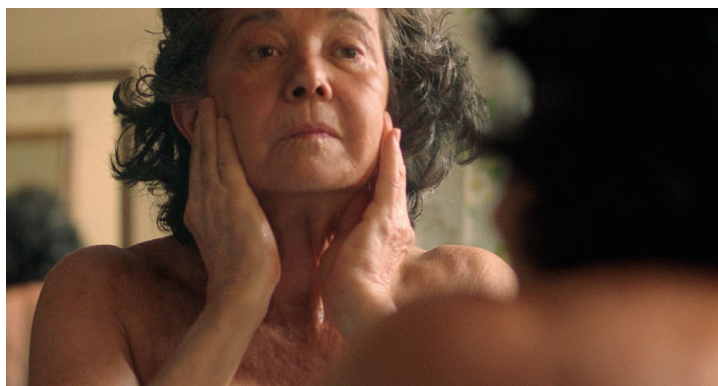
De hecho, las primeras conversaciones surgieron con su abuela materna, con quien debido a su avanzada edad no pudo profundizar de la manera en como le hubiera gustado. Entonces, por más de dos años habló con mujeres, durante los cuales fue encontrando esos diálogos e historias que terminaron plasmadas en el guion.

El intenso largometraje continúa su exitoso recorrido por distintos festivales de cine internacionales, con una recepción que ha sorprendido incluso a su directora. “Al inicio —resalta— pensé que, con suerte, sería una película muy latinoamericana, porque creo que hay una vivencia común en nuestras madres o abuelas: ese catolicismo, esa imposición sobre lo que significa ser mujer y los roles que se deben asumir”. Sin embargo, pronto se dio cuenta de la profunda resonancia que la historia tenía también en países más desarrollados. “Ha sido un recorrido muy interesante para la película”.

PROYECTOS EN PUERTA

A pesar de llevar más de un año inmersa en la vorágine originada por *Memorias de un cuerpo que arde*, desde su estreno en la Berlinale 2024, en donde obtuvo el Premio del Público, Antonella ya piensa en nuevas historias que le gustaría contar.

Uno de esos próximos proyectos que la emocionan de sobremanera es *Monstruos*, largometraje dirigido



“Memorias de un cuerpo que arde” hace un recuento de lo que fue para nuestras abuelas crecer, entenderse como mujeres y encontrarse con la sexualidad en las diferentes etapas de la vida”

por su socio Manrique Cortés, el cual contará la historia de un padre atormentado por su pasado, mientras tiene que lidiar con la paternidad y la ausencia de su propio progenitor.

“Vamos un poco lentos. Es cierto que ‘Memorias’ nos exigió mucho y debemos combinar ambas cosas, ya que somos una productora pequeña. Y además tener un sustento porque, realmente, no vivimos del cine. No es sustentable económicamente. Pero ahí vamos”, afirma la realizadora con un dejo de esperanza al ver que el esfuerzo ha valido la pena para proyectar la escena en Costa Rica a niveles que no tenía; misma que con el apoyo tanto de El Fauno como de las coproducciones con otros países podría encontrar el camino correcto hacia su fortalecimiento.

“Por mi parte —agrega Antonella— tengo otros dos proyectos que son de diferentes temas. En estos, si bien abordan la sexualidad de las mujeres, no será el conflicto principal”. No obstante, ella sabe que los personajes femeninos la acompañarán en su toda su filmografía: “claramente se me hace más fácil. Más cercano.”

Es lo hará bien, sea desde la ficción o el documental, pues su interés principal es saber contar una historia y recurrir a todos los elementos necesarios para hacerlo de la forma más adecuada. Probablemente, de esta manera continuará sorprendiendo a un mundo al que ella piensa que “llegó tarde”. **1**



Delikat: Sabor mediterráneo con identidad única



Con casi 15 años de trayectoria, Delikat se ha consolidado como referente de la cocina mediterránea en El Salvador. Innovación, calidad y un ambiente inigualable lo posicionan como una experiencia gastronómica única y una oportunidad atractiva para invertir con propósito.

Inspirados por el rico ambiente culinario que prevalecía en sus familias, Kathleen Schwartz y Gilles Tallent fundaron Delikat hace 15 años. Ubicado en una tranquila zona de San Salvador, este restaurante se ha convertido en líder de la cocina de inspiración mediterránea en la ciudad capital.

Como decía Kathleen Schwartz: “Nosotros no cocinamos... fabricamos sabores que recordar”. Esa filosofía ha guiado cada detalle, desde la elección de ingredientes hasta la presentación de los platos, garantizando una experiencia culinaria auténtica y memorable.

ADAPTARSE SIN PERDER LA ESENCIA

Con el tiempo, Delikat ha evolucionado sin perder su identidad. De ofrecer únicamente almuerzos y cenas, pasó a operar 363 días al año, con un servicio continuo desde el desayuno hasta la noche. Esta expansión ha sido acompañada por un menú diverso que equilibra la tradición mediterránea con las tendencias actuales.

Una de las últimas innovaciones es su selección de Desserts de boutique, una propuesta inspirada en la alta pastelería francesa. Estos postres refinados,

ofrecen una opción original y elegante para la tarde, y consolidan el compromiso del restaurante con la excelencia.

LA CONSTANCIA ES LA CLAVE DEL ÉXITO

Mantener la calidad a lo largo del tiempo no ha sido tarea fácil. Gilles Tallent explica que todo inicia con la organización de las cocinas, pensada para asegurar consistencia y control. Delikat solo utiliza ingredientes de primera calidad, tanto locales como importados, y realiza una preparación inicial para controlar los sabores base.

“La combinación de sabores es lo que más enamora a nuestros clientes”, comenta Tallent. Hierbas frescas, aceites de oliva aromatizados, salsas complejas como la de hongos al tomillo y platos como el tartar de salmón con pepino y alcaparras, hacen que los sabores de Delikat permanezcan en la memoria.

UN ESPACIO QUE INVITA A QUEDARSE

El ambiente del restaurante es otro de sus grandes atractivos. Su amplio jardín, lleno de flores y vegetación tropical, crea la sensación de estar en un invernadero, mientras que el interior evoca un salón de té parisino, con telas elegantes y un aire sofisticado que invita a la conversación.

Este contraste de ambientes, junto con su cuidada atención al cliente, hacen de Delikat el lugar perfecto para disfrutar una pausa durante un día laboral o una tarde entre amigas.

UNA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN CON SABOR A ÉXITO: FRANQUICIAS DELIKAT

Más allá de ser un restaurante, Delikat es un concepto exitoso que ha demostrado crecimiento sostenido y consistencia en la calidad. Actualmente, se proyecta como una oportunidad atractiva para inversionistas interesados en expandir su cartera de negocios en el mundo de la gastronomía con un modelo probado y lleno de sabor.

HONESTIDAD ARQUITECTÓNICA

RECONOCIDO COMO UNO DE LOS 50 PERUANOS MÁS CREATIVOS DE 2025, EL ARQUITECTO MARTÍN DULANTO HA FORJADO UNA CARRERA DONDE LA BELLEZA, LA SOSTENIBILIDAD Y LA ESENCIA DEL TERRITORIO DIALOGAN CON NATURALIDAD.

Desde su estudio homónimo, galardonado con el Premio ADUS LATAM Bronce (edición 2023-2024) por su obra Casa Manire, Martín Dulanto defiende una filosofía arquitectónica centrada en la conciencia de la experiencia, la armonía con el entorno y la colaboración con artesanos locales.

Ubicado en lo profundo de la selva cusqueña, el reconocido proyecto residencial que desarrolló (en colaboración con Puna Estudio) es fiel testimonio de ello. Ahora, el arquitecto trabaja con un equipo multidisciplinario para crear el primer colegio de arquitectura sostenible en el norte de Perú.

En entrevista con *FORBES Life*, revela por qué la sostenibilidad comienza al observar y al escuchar, y cómo el verdadero acto de evolucionar reside en volver a lo esencial.

¿Cuál es tu definición de arquitectura sostenible?

La arquitectura sostenible, a la que me gusta entender como “arquitectura sensible”, debe ser básica y simple. Tiene cuatro puntos



fundamentales: Primero, usar consciente y respetuosamente los materiales de la zona; segundo, el diseño debe ser bioclimático; tercero, mimetizarse con su entorno, convivir pacíficamente con él, en lugar de agredirlo; y, cuarto, fomentar en el usuario el *slow living*.

¿Cuáles son los desafíos alrededor de este concepto?

Vivimos una época donde hay una desesperación por inventar “lo diferente”, por innovar a cualquier costo; eso lleva, a muchos, a perderse. Siento que hemos olvidado lo básico. El verdadero desafío, que implica humildad, es detenerse, respirar, observar, aprender de lo observado... y volver a lo simple.

¿De qué manera abordas estos retos en tu estudio?

Mis proyectos parten siempre del mismo principio: escuchar y conocer al cliente, y escuchar y conocer el terreno y su entorno. A partir de ahí, busco la manera más simple, concreta y contundente de resolver el encargo.

¿Qué aspectos deben considerarse como punto de partida de un proyecto sostenible?

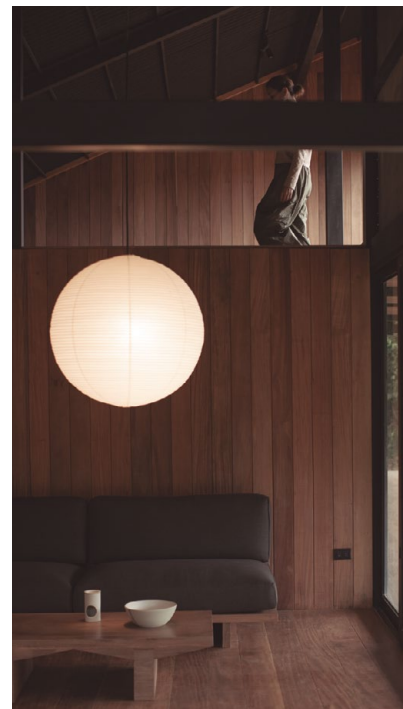
Siempre debemos comenzar por observar, conocer y escuchar. Preguntarnos: ¿Qué nos dice el terreno? ¿Necesita que lo potenciemos o ya es perfecto tal cual está? A veces, la mejor intervención es, simplemente, convivir en armonía con lo que ya existe.

¿Qué papel juega el interiorismo dentro de esta visión?

El interiorismo es el complemento natural de la arquitectura. Para que sea sostenible, debe cumplir dos requisitos: trabajar con artesanos locales y usar los materiales del lugar de manera responsable. Es una forma de coherencia con el entorno y también con la comunidad.

¿Y hacia dónde crees que se dirige el futuro de la arquitectura sostenible?

Evito hablar de tendencias porque lo que está de moda, pasa de moda. Y la sostenibilidad no puede permitirse ese lujo. Pero, si logramos que se diseñe cada vez con más sensibilidad y empatía, habremos dado un paso importantísimo hacia un futuro verdaderamente sostenible. **P**



“El verdadero desafío, que implica humildad, es detenerse, respirar, observar, aprender de lo observado... y volver a lo simple”



Forbes

CENTROAMÉRICA | EVENTOS 2025

				
FORO Forbes SOY MMP MUJERES MÁS PODEROSAS	 FORO ECONOMÍA & NEGOCIOS	 FORO ECONOMÍA & NEGOCIOS	 FORO Forbes ECONOMÍA VERDE Y DESARROLLO SOSTENIBLE 2025	 FORO ECONOMÍA & NEGOCIOS
MUJERES PODEROSAS 26 JUN COSTA RICA	ECONOMÍA Y NEGOCIOS 24 JUL GUATEMALA	ECONOMÍA Y NEGOCIOS 25 SEP EL SALVADOR	ECONOMÍA VERDE Y DESARROLLO SOSTENIBLE 16 OCT GUATEMALA	ECONOMÍA Y NEGOCIOS 20 NOV PANAMÁ

PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE PATROCINIOS

milena@forbes.com.mx

✦ QUIERO ✦
ASESORÍA



CIUDAD
CAYALÁ

EN CAYALÁ VIVES EN UNA CIUDAD, NO EN UN APARTAMENTO

Vivir o invertir siempre es una buena opción en la
Ciudad que lo tiene todo.

Unidades desde **50mt²** hasta más de **200mt²**
Entregas en 1, 2 y 3 años

  **+502 2493-9393 / ventas@cayala.com**

cayala.com