

Nº 4 ABRIL 2023 [www.soulmagazine.net](http://www.soulmagazine.net)

# SOUL

MAGAZINE



**POR UN FUTURO  
MÁS VERDE**





*Deluxe Volcán  
Primer Suite Hotel*

**COLGANTE  
DEL MUNDO**  
*Baños - Ecuador*



@deluxevolcan.ec



**DELUXE  
VOLCÁN**

[www.deluxevolcan.com](http://www.deluxevolcan.com)

# SOUL

MAGAZINE

## From business to the soul

**¡LLÉVALA CONTIGO Y CONOCE LAS HISTORIAS MÁS INSPIRADORAS!**

Accede a nuestro contenido desde todo el Ecuador y el mundo en:

[www.soulmagazine.net](http://www.soulmagazine.net)



Únete a nuestra comunidad a través de nuestras redes sociales de Instagram, Facebook, LinkedIn y Twitter como @soulmagazine.latam y **disfruta de una revista creativa, con contenido corporativo y periodismo positivo**. No olvides escuchar nuestro podcast en Spotify.



### Contacto

gerencia@soulmagazine.net  
bossmarketing.org@gmail.com

### Whatsapp y Celular

+593 99 679 2786

### Dirección

Guanguiltagua N39-54, El Batán  
Quito-Ecuador

Powered By  
**Boss  
Marketing**

Media Partner



# CONSEJO EDITORIAL

## ANDREA DUQUE

Licenciada en Comunicación Organización y Relaciones Públicas por la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE). Magister en Marketing, Gestión y Negocios Digitales por la Universitat de Barcelona. Su compromiso con la innovación y el talento la impulsaron a crear su propio medio de comunicación, SOUL Magazine Latam –desempeñándose como Gerente General–, con el objetivo de llevar las últimas novedades del mundo económico y digital a una audiencia ávida de nuevos retos y experiencias financieras en formato escrito con la publicación bimensual de su revista y a través de podcast en los que dialoga con personalidades de los negocios. A lo largo de de sus más de 9 años de trayectoria, Andrea Duque se ha vinculado a proyectos de marketing y estrategia digital, gestión de marca, educación financiera, e-commerce, experiencia del usuario y negociaciones.

## FERNANDO DEL VECCHIO

Máster y Doctor en Administración y Gestión de Empresas por la Universidad del CEMA, Buenos Aires, Argentina. Docente en las áreas de negocios, marketing y diseño de diversas universidades latinoamericanas como la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES), Universidad de Palermo (UP), Universidad de Monterrey (UDEM), Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), ISTHMUS (Escuela de Arquitectura y Diseño), Universidad de las Américas (UDLA) y la Universidad Internacional SEK, siendo en esta última –hasta la actualidad– Decano de la Escuela de Negocios. Autor de siete libros disponibles para descarga gratuita en su página web [fernandodelvecchio.com](http://fernandodelvecchio.com), speaker con más 340 conferencias en veintidós países y especialista en temas relacionados a economía creativa, Fernando Del Vecchio está preparado para nuevos desafíos académicos y profesionales que necesiten de su experticia.

## ANDREA SECAIRA JARRÍN

Consultora en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas. Es Licenciada en Comunicación Corporativa por la Universidad de Las Américas; tiene un Máster en Comunicación Política y Corporativa por la Universidad de Navarra; certificación por el INCAE en Women Lead: Estrategia para el Desarrollo de Mujeres Empresarias. Actualmente, cursa el Diplomando en Responsabilidad Social Empresarial en la Universidad de Salamanca. Más de 10 años de experiencia construyendo estrategias en comunicación y relaciones públicas para empresas, organizaciones e instituciones nacionales e internacionales, privadas y públicas. Ha sido parte de grandes proyectos de transformación reputacional, marca país y marca personal para clientes de diversos ámbitos, además de apoyar con acciones de comunicación para una adecuada estrategia de relacionamiento, asuntos públicos y responsabilidad social.

## SEBASTIÁN VERA

Licenciado en Comunicación Social con mención en Periodismo por la Universidad Central del Ecuador. IncurSIONA en el periodismo digital hace tres años en los medios PlayClip, Notify y Los Cronistas, donde escribe sobre música, cultura y política contando con más de 100 publicaciones hasta la actualidad. El Espectador de Chimborazo y Fundación CARE Ecuador han publicado 8 de sus poemas. Tiene participaciones en el Primer Concurso “Periodistas por tus Derechos” organizado la Delegación de la Unión Europea en Ecuador junto a Fundamedios, en la Edición XXIX de los Premios de Jorge Mantilla Ortega en la categoría “Escrito” y en el Concurso Nacional de Crónicas organizado por el portal de periodismo y literatura, Los Cronistas, siendo en este último ganador de la Primera Mención con su crónica “Transitando la memoria” en el año 2021.

# SOUL Voices



## 01 MSC. ANDREA DUQUE

Especialista en Marketing y Transformación Digital.

## 02 FERNANDO DEL VECCHIO

Decano de la Escuela de Negocios de la Universidad Internacional SEK.

## 03 ANDREA SECAIRA

Consultora en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas.

## 04 SEBASTIÁN VERA

Periodista y Editor General de SOUL Magazine.

## 05 PIERANGELA SIERRA

CEO y co-fundadora de TIPTI S.A.

**Pierangela Sierra: reflexiones de una líder imparable.**

## 06 SANTIAGO REDÍN

Director Creativo de XIY.

**Hoy, marcas con identidad sin edad ¿Es posible?**

## 07 THOMAS ENDARA

Especialista en marketing digital y co-fundador de Novacommerce S.A y Market Place Ecuador.

**Thomas Endara: impulsando el desarrollo tecnológico con DataVault.**

## 08 ANDREA BURGOS

Directora de ventas para Volvo Cars México.

**Andrea Burgos: un presente sustentable, seguro y eléctrico.**

## 09 AARÓN BENÍTEZ

Co-fundador de VERSE Technology y CEO de masterbook.press

**Aarón Benítez: una PAD excepcional.**

## 10 ALFONSO ALGORA

Consultor educativo internacional y Director Ejecutivo de la Red Iberoamericana de Educación.

**Alfonso Algora: nuevos horizontes de desarrollo educativo.**

## 11 MARYLA REYES MORENO

Arquitecta y Gerente General de DELUXE VOLCÁN.

**Maryla Reyes: arquitecta deluxe.**

## 12 JAVIER DÍAZ

Jefe de Asuntos Públicos de Enkador y encargado de impulsar su marca Origin.

**ENKADOR: ORIGIN y la economía circular inclusiva.**

## 13 CARLOS MOROCHZ

Gerente ESG de Metropolitan Touring.

**Carlos Morochz: ciencia al servicio del turismo y la conservación.**

## 14 ANDRÉS ZURITA

Director Ejecutivo de AEI (Alianza para el Emprendimiento y la Innovación).

**Andrés Zurita: redes de emprendimiento, excelencia e innovación.**

## 15 MARCELO SAPOZNIK

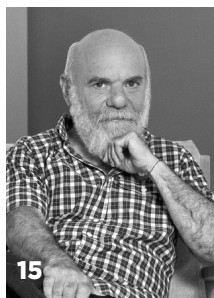
Diseñador Gráfico y Publicitario.

**Marcelo Sapoznik: el proceso creativo es trabajo.**

## 16 ESTEBAN PROAÑO

Presidente Ejecutivo de Grupo Corporativo SEDEMI.

**Esteban Proaño: construcción responsable y sostenible.**



# Contenido

---

## FROM BUSINESS TO THE SOUL

SOUL MAGAZINE

[Página 03](#)

# 1

---

## SOUL MAGAZINE

CONSEJO EDITORIAL

[Página 08](#)

# 4

---

## FOCUS ON THE BUSINESS SOUL

THOMAS ENDARA:  
IMPULSANDO EL  
DESARROLLO  
TECNOLÓGICO CON  
DATAVAULT

[Página 14](#)

# 7

## SOUL MAGAZINE

EDITORIAL  
SEBASTIÁN VERA

[Página 04](#)

# 2

---

## FOCUS ON THE BUSINESS SOUL

PIERANGELA SIERRA:  
REFLEXIONES DE UNA  
LÍDER IMPARABLE

[Página 09](#)

# 5

---

## FOCUS ON THE BUSINESS SOUL

ANDREA BURGOS:  
UN PRESENTE  
SUSTENTABLE, SEGURO Y  
ELÉCTRICO

[Página 16](#)

# 8

## SOUL MAGAZINE

SOUL VOICES

[Página 05](#)

# 3

---

## FOCUS ON THE BUSINESS SOUL

LA COLUMNA DEL  
AMIGO DE UN AMIGO

[Página 13](#)

# 6

---

## FOCUS ON THE BUSINESS SOUL

AARÓN BENÍTEZ:  
UNA PAD  
EXCEPCIONAL

[Página 20](#)

# 9

---

**FOCUS ON  
PEOPLE'S SOUL**

ALFONSO ALGORA:  
NUEVOS HORIZONTES  
DE DESARROLLO  
EDUCATIVO

Página 24

**10**

---

**FOCUS ON  
PEOPLE'S SOUL**

ANDREA DUQUE: LA  
MAGIA DEL  
LOLLAPALOOZA

Página 35

**13**

---

**FOCUS ON DIGITAL &  
TECH SOUL**

MARCELO SAPOZNIK:  
EL PROCESO CREATIVO  
ES TRABAJO

Página 45

**16**

---

**FOCUS ON  
PEOPLE'S SOUL**

MARYLA REYES:  
ARQUITECTA  
DELUXE

Página 28

**11**

---

**FOCUS ON  
PEOPLE'S SOUL**

CARLOS MOROCHZ:  
CIENCIA AL SERVICIO  
DEL TURISMO Y LA  
CONSERVACIÓN

Página 38

**14**

---

**FOCUS ON DIGITAL &  
TECH SOUL**

ESTEBAN PROAÑO:  
CONSTRUCCIÓN  
RESPONSABLE  
Y SOSTENIBLE

Página 49

**17**

---

**FOCUS ON  
PEOPLE'S SOUL**

ENKADOR: ORIGIN Y LA  
ECONOMÍA CIRCULAR  
INCLUSIVA

Página 31

**12**

---

**FOCUS ON DIGITAL &  
TECH SOUL**

ANDRÉS ZURITA: REDES  
DE EMPRENDIMIENTO,  
EXCELENCIA E  
INNOVACIÓN

Página 40

**15**

---

**FOCUS ON DIGITAL &  
TECH SOUL**

EL AUTO ELÉCTRICO  
ES MÁS FÁCIL Y  
DIVERTIDO DE  
CONDUCIR

Página 53

**18**

# EDITO RIAL

En la actualidad, nuestro mundo plantea una serie de preguntas y conflictos que día a día se tornan más urgentes y necesarios debatir y reflexionar. Al abordar y tratar temas sobre sostenibilidad (procesos de desarrollo social) y sustentabilidad (uso correcto de los recursos), el medioambiente se transforma en el gran núcleo en el que desarrollamos soluciones que nos llevarán a idear y garantizar que las múltiples áreas en las que la humanidad crece y avanza –desde la economía a la educación– posean el equilibrio necesario para asegurar nuestro futuro y el de las generaciones que nos precederán.

Trabajar en temas sostenibles es fundamental. Tanto los países, las empresas y los individuos somos responsables de establecer métodos de trabajo y estrategias proyectados hacia un porvenir responsable con la biosfera, lo cual conlleva planificar inteligentemente, asumir retos de forma activa y positiva, y evolucionar hacia un cambio de consciencia que impacte en la cultura en general. Varias de nuestras acciones dejan una huella negativa en el planeta. Es momento de encontrar la armonía entre sociedad, economía y medioambiente. Ni los recursos son infinitos, ni tampoco el tiempo para mejorar nuestra calidad de vida.

Los perfiles que componen la presente edición de SOUL Magazine, son el claro ejemplo de transformación, visión de futuro e innovación permanente. Cada uno nos refiere a un área en específico en el que se generan espacios de crítica y perfeccionamiento sostenible. Desde la educación como el real motor de cambio para pensar en las oportunidades que nos ofrece invertir en talento para prosperar en materia social; hasta la tarea del diseño, la arquitectura, la administración, el turismo y la ciencia –la interdisciplinariedad del conocimiento– para reducir nuestra huella de carbono, adoptando prácticas de eficiencia energética, gestión de residuos y reciclaje.

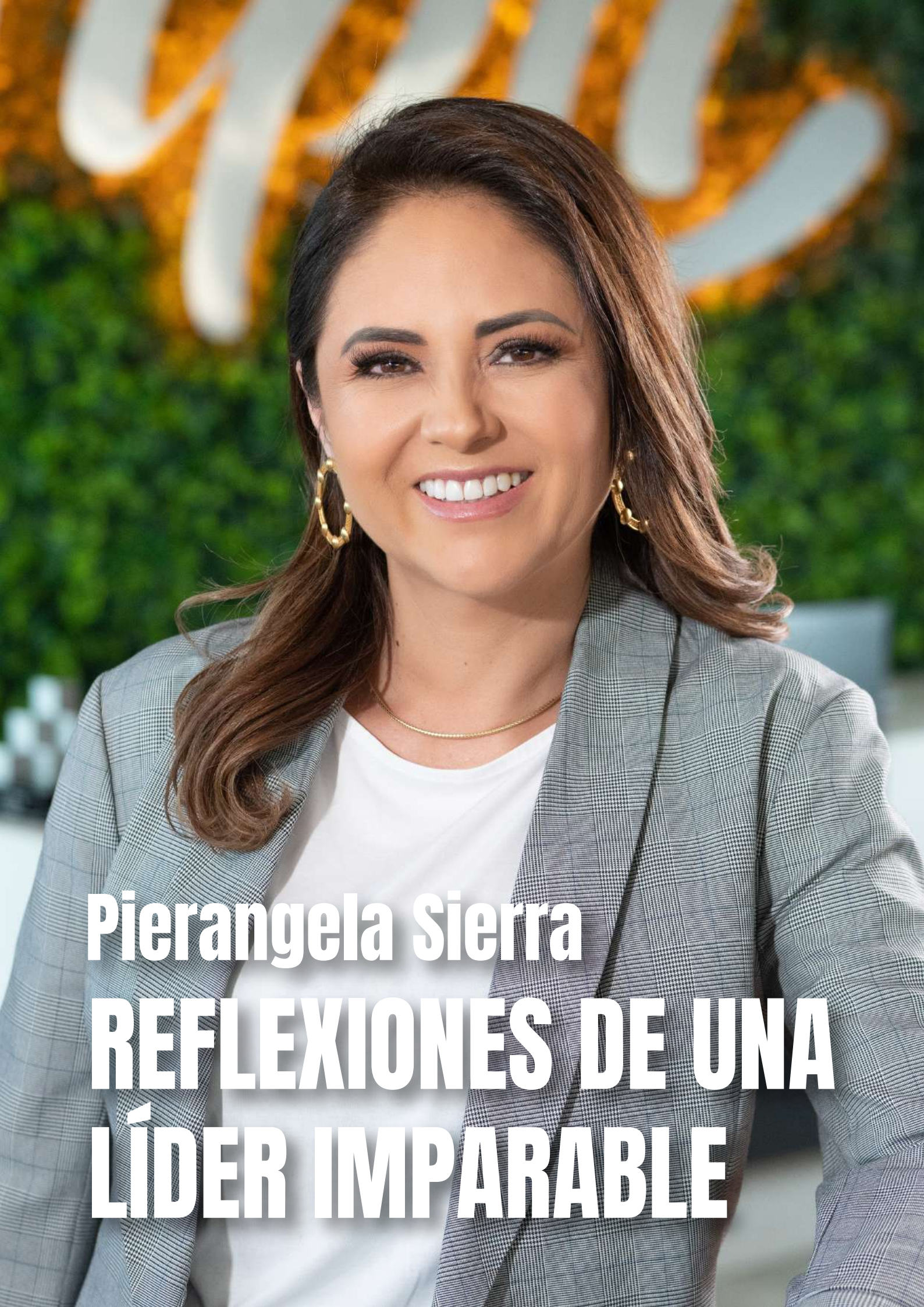
Los desafíos están. Los espacios para compartir visiones y proyectos son parte de nuestra responsabilidad para apoyar políticas y acciones que busquen y consoliden el apoyo necesario que asegure el bienestar del mundo y de las personas que lo habitamos. Cada una de las personas que lea esta revista también empezará a esbozar e ingeniar formas, métodos, proyectos, que lleven a la sostenibilidad a todos los espacios de nuestras vidas. Es imperativo creer y crear un futuro mejor, que sume a todas las voces de la sociedad para reducir brechas y acercarnos más hacia un desarrollo sostenible, positivo y esperanzador.

*Sebastián Vera*

**Sebastián Vera**

Periodista, redactor y editor general  
de SOUL Magazine





**Pierangela Sierra**  
**REFLEXIONES DE UNA**  
**LÍDER IMPARABLE**

**El camino a la excelencia no es fácil. Lamentablemente, hoy por hoy, las brechas de género se imponen como barreras que impiden el desarrollo profesional y educativo de miles de mujeres. Pierangela Sierra, CEO y co-fundadora de Tipti, se propuso a lo largo de su vida romper con esas barreras para, desde su posición de líder, transformar la realidad para miles de jóvenes y mujeres que ven en el crecimiento tecnológico la forma para reducir desigualdades e impulsar el progreso de las sociedades y de sus países en conjunto. En el Ecuador, Pierangela Sierra es una de las empresarias que ve en el horizonte tecnológico las posibilidades reales de cambio y avance para todas las personas.**

En esta entrevista, Pierangela Sierra nos ofrece su conocimiento sincero y abierto. Habló con SOUL Magazine de sus inicios, su visión y su trabajo para reconfigurar las formas en las que la tecnología -junto a los emprendimientos, la participación activa de las mujeres y la sociedad en general- es un motor de cambio positivo para el avance hacia una sociedad más sostenible y mejor dispuesta para los retos hacia el futuro. La educación y la reflexión constante de los cambios que deseamos y queremos son para Pierangela las bases para que todos impulsemos nuevas maneras de convivir y crecer como individuos y en sociedad.

### **EXPERIENCIAS Y CLAVES PARA EL CRECIMIENTO**

Para Pierangela Sierra, es clave tener ganas de hacer y querer las cosas; sin embargo, en su experiencia profesional, no todo le fue dado de manera sencilla. “Cuando inicié mi carrera - como todas seguramente y tal vez más en la época en la que yo inicié donde era mucho más difícil y había menos entendimiento o empatía hacia las mujeres- me topé con muchas barreras de desigualdad hacia el género femenino como quedarse embarazada o hablar acerca de tus

hijos. En aquella época, era recomendado ni decirlo ni sentirlo porque era visto como una traba para crecer profesionalmente. En algún momento estuve a punto de recibir un ascenso, pero no lo tuve yo sino un compañero de trabajo. Genuinamente me preocupé porque sentí haber hecho algo incorrecto o negativo. Pregunté el porqué, y la respuesta fue que la esposa de mi compañero estaba embarazada. Yo, como mujer casada, tenía “quien me mantenga”. Esa fue la respuesta en ese trabajo. Mi coach de la compañía me decía: “No se te ocurra meter a tus hijos en conversaciones porque se van a olvidar que eres una profesional y solamente te verán como mamá y ese será el fin de tu carrera”. Lamentablemente, así funcionaban las cosas” recuerda Sierra.

En base a estas experiencias, Pierangela reflexionó en cómo llegar a posiciones de liderazgo entendiendo los pasos que la harían llegar a ese objetivo y que valiera la pena trabajar: tener ganas, fijarse una meta y escoger una carrera significativa para crecer fueron sus horizontes. “Revisé qué necesitaba tener en términos funcionales y qué debía aprender en términos competitivos. De ahí en adelante visioné mi futuro sentada alrededor de mis jefes. Pasado cierto tiempo, les pedía su retroalimentación para saber qué cumplía. Llegué a forzar mucho ese feedback en vista a mi compromiso de desarrollo y crecimiento personal. Mi objetivo era lograr posiciones sobre el tiempo estimado” rememora.

En ese sentido, normalmente en una multinacional tienes alrededor de tres años para escalar posiciones. Eso es lo que te dictamina la norma, las estadísticas. Lo que Pierangela hizo fue sobrepasar esa norma en su desarrollo de competencias, su desarrollo funcional, sus conversaciones y alineaciones con sus jefes. “Todo dependió de mí y las ganas que le puse para seguir avanzando y seguir creciendo. Para mí las claves son: querer hacerlo, ponerle ganas, trabajar en el objetivo a alcanzar, entender a dónde se quiere llegar y cómo llegar hacia ese destino en un tiempo determinado. Eso me ayudó a llegar a posiciones de alto liderazgo con una alta recompensa económica y con un posicionamiento local e internacional” menciona.

### **TECNOLOGÍA PARA LA EQUIDAD DE GÉNERO**

La ONU y otras organizaciones internacionales buscan llamar la atención de varios países en ciertos tipos de situaciones críticas. Cuando hablamos de los ODS que se fijaron como metas para llegar al 2030, se hizo una investigación profunda de dónde deben las compañías y los individuos, enfocarse en términos de sostenibilidad para, como humanidad, seguir avanzando. “Debemos tener en claro cuáles son los puntos críticos (medioambiente, trabajo, desarrollo de la igualdad de género) en los que

estamos atrasados como humanidad. Si no forzamos las curvas de desarrollo, vamos a llegar a un 2030 adverso. Hablando particularmente de lo que es eTrade For Women y UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo), existe una problemática urgente en cuanto a ODS que se debe solucionar: la escasez enorme de talento digital” puntualiza Sierra.

Lo que necesitamos hoy en día, en opinión de Sierra, son jóvenes que apuesten a carreras tecnológicas. Las universidades necesitan crear currículos adecuados y atractivos en desarrollo digital. Hay que crear sensibilidad hacia el desarrollo y la innovación para que el crecimiento tecnológico se quede en nuestro país. No podemos permitirnos seguir en modelos anacrónicos de desarrollo basados únicamente en agricultura. Cuando hablamos de carreras tecnológicas, la brecha de género es considerablemente grande. Las niñas –debido al sexismo y machismo de la sociedad replicada en las familias– son alejadas la mayoría de las veces de todo lo que tiene que ver con tecnología, e inclusive se continúan perpetuando imaginarios ridículos y dañinos.

“Nos hacen creer desde niñas que no estamos listas para el área tecnológica. Con la pandemia, la brecha se agigantó aún más. El acceso a tecnología y la alfabetización digital dieron mucho que desear durante esa época, particularmente con las mujeres. Por eso nuestro trabajo permanente en acciones educativas dirigidas hacia mujeres. eTrade For Women tiene tres focos: el primero, generar conciencia y visibilidad; el segundo, dar espacios y talleres a mujeres emprendedoras en el área digital para que validen su propuesta de valor y de negocio con el impulso de incubadoras para que inversionistas conozcan de sus proyectos; y el tercer punto, que para mí es el más crítico por ser el de más largo plazo, el tema educativo, cómo lograr educar a mujeres, darles acceso a herramientas” reflexiona Sierra.

En Tipti están iniciando un proyecto para que mujeres se conviertan en desarrolladoras digitales en nueve meses, potenciando sus conocimientos. “Queremos que las empresas se comprometan a ser parte de la inclusión laboral de las mujeres dentro de sus sistemas de mercado. Así, las mujeres que participen de estos programas, tienen la oportunidad de acceder a empleos del ámbito tecnológico con mejores remuneraciones; eventualmente, serán quienes desputen con su talento a nivel internacional” recalca Sierra.

### RETOS Y SOLUCIONES: EL HORIZONTE DIGITAL ECUATORIANO

Para Pierangela, los ecuatorianos tenemos algo muy importante: funcionalmente, técnicamente,



**“Debemos encontrar políticas públicas que permitan a más jóvenes –esperemos también mujeres– acceder a la educación para incrementar su ingreso a carreras en el sector tecnológico y que, para emprendedores en el área tecnológica, se realicen normas que nos acompañen de manera positiva”.**



estamos por encima de muchos países. Nuestras universidades son muy buenas y nos forman técnicamente para salir al mundo laboral. ¿Qué nos falta? Comunicación para aplicarlo en temas comerciales y así darle más visibilidad a las herramientas y capacidades que tenemos. “En el 90 - 00, Ecuador fue punta de lanza a nivel tecnológico en Latinoamérica. ¿Qué pasó? Los temas regulatorios e impositivos hicieron que el emprender sea muy duro, además de estar dirigidos para que muchos emprendimientos no despusen y no se conviertan en empresas exitosas” puntualiza Sierra respecto a una de las trabas que existieron y que precisan reevaluarse para convertir a Ecuador en un centro de desarrollo para emprendedores digitales.

Emprender en Ecuador es extremadamente complejo. Existe mucho desarrollo por parte de los emprendimientos ecuatorianos, pero muchos

reveses desde el ámbito regulatorio y legislativo. Aún hay muchos temas por afinar o ajustar.

“Necesitamos afinamientos en talento, programación, desarrollo de plataformas y regulaciones. Mi compromiso con el desarrollo tecnológico en el Ecuador también se traslada en el ámbito académico. Soy líder de la Maestría en Negocios Digitales de la Escuela de Negocios de la UTP (Universidad Tecnológica Particular de Loja) desde hace dos años y también soy Presidenta del Directorio de la ESPAE (Escuela de Negocios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral). Participo y me sumo a estos espacios porque sé que todas las profesiones tienen en la actualidad un componente tecnológico de cualquier tipo. Debemos evolucionar e innovar y convertirnos en líderes, comenzando con nuestra propia disciplina y preparación profesional. Nuestra determinación propia es básica y esencial” puntualiza Sierra.

# LA COLUMNA DEL AMIGO DE UN AMIGO

## Hoy, marcas con identidad sin edad ¿Es posible?

Milenario el arte de definirnos como seres humanos, desde los pensadores griegos hasta los gurús actuales que han encontrado en las redes sociales el medio preciso para hacernos sentir que quizá, algún día, logremos alcanzar en nuestra existencia éxito, amor propio, prosperidad y bla, bla, bla.

Sin embargo, algo no encaja en la ecuación. Los índices de depresión crecen y las nuevas terminologías como “la hiperconectividad” a través del móvil resultan todo lo contrario. Ahora, todos somos marcas que vivimos en constante evolución como si buscáramos entrar en el funnel de conversión donde pasamos del awareness a querernos vender como los más cool, felices, exitosos, arriesgados, deportistas, padres ejemplares y un sin fin de productos que inundan las estanterías de las redes sociales. Te pregunto: ¿Te pasa a ti esto?

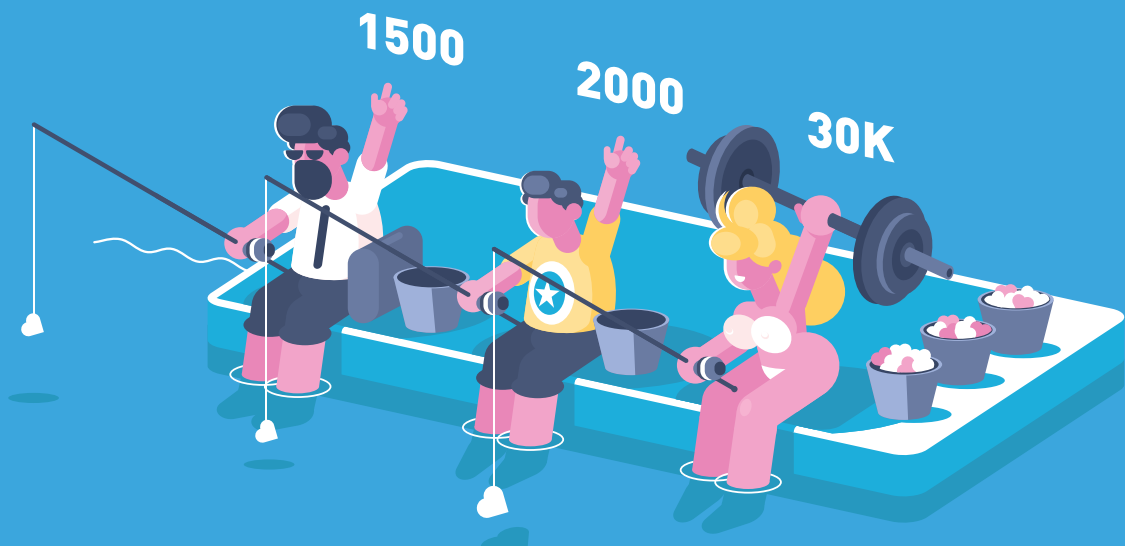
Si la respuesta es NO, te sugiero ir a terapia; si la respuesta es sí, también deberías seguir terapia. No solo por salud mental en general, sino porque es importante que todos identifiquemos realmente qué estamos haciendo con nuestra existencia compartida por el móvil. Espero que la tuya sea tan positiva como la imaginas.

Entrando en materia de marketing –que es lo que te ha traído a esta columna– mi motivo es generar el mismo cuestionamiento, pero con las marcas que realmente se crearon como tales. ¿Cómo se están desarrollando las marcas en esta evolución?

Algunas, con trayectorias impecables en su identidad durante décadas; otras más jóvenes que entienden mejor los cambios actuales tan abruptos en la forma de conectar con sus clientes, incluso llegando a perder la identidad con tal de estar en algún trend.

Marcas que se entregan a la voz y estilo de un influencer, marcas que se unen a efímeras tendencias musicales, bailes y demás actividades que hoy deslumbran al mundo. Debes saber que para la marca que trabaja o de la que es propietario, su verdadera competencia es, sin duda, un futbolista festejando un gol con un baile en YouTube, un reguetonero mostrando su desayuno en TikTok o la noticia de un político del que no necesitamos profundizar para saber de qué va su historia en Twitter.

Es tan importante que su marca reciba terapia y sepa realmente cómo debe comportarse en este tiempo donde se va perdiendo la identidad con tal de parecer más joven o estar en los medios de moda. Te invito a preguntarte: “Si soy una marca, ¿estaría dispuesto a vestirme de rana y bailar dando saltitos con tal de que la gente me preste atención?”. Lo mismo pregúntate con tu marca o para la empresa que trabajas, y por favor, no te pongas en mood vendedor arriesgado. Un trend no asegura una sola venta. Y ya que las marcas no se mandan solas, y tú tampoco, te agradezco que tomes acciones positivas para que todos veamos marcas realmente auténticas.



# IMPULSANDO EL DESARROLLO TECNOLÓGICO CON DATAVAULT

## Thomas Endara

El activo más importante que tenemos a nuestro alcance es la información. Saber cómo interpretar datos para tomar decisiones inteligentes enfocadas en el crecimiento de un negocio en particular es clave para entender, analizar y crecer en el mercado local e internacional. Thomas Endara, especialista en marketing digital y co-fundador de Novacommerce S.A y Market Place Ecuador, reconoce la importancia de la información para el desarrollo digital y tecnológico del país y desea compartir su visión con más personas.

### ¿QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA DATAVAULT?

La base del desarrollo tecnológico en Ecuador, como la mayoría sabemos, todavía es ínfima. Para Thomas Endara, Ecuador no es una casa productora de software sino más bien una casa adaptadora de tecnología de terceros. “Nosotros no producimos nuestro propio software ni desarrollamos navegadores o sistemas operativos como Google Chrome o iOS. Adaptamos tecnología de terceros para necesidades locales como por ejemplo integraciones con ERP” sostiene. ¿Cómo impulsamos el desarrollo tecnológico del país? Principalmente dándonos la oportunidad de desarrollar nuestras propias cosas. “Esto no va suelto con una empresa que únicamente reciba financiamiento, sino que es parte de un ecosistema gigante que necesitas para poder escalar” afirma.

A Ecuador le falta el ecosistema que le permita poder desarrollarse. En el caso de la industria agrónoma, se crean nuevas plataformas para entender cómo está la tierra, dónde se puede cultivar más, dónde se necesitan más insumos. El ecosistema de Ecuador aún es muy pequeño, pero aquí es donde entra DataVault. DataVault es una empresa fundada por cinco socios ecuatorianos y que busca crecer en el mercado local e internacional. ¿Cuál es el papel que tomaría



**PharmaVault -destinado para la industria farmacéutica- es un producto de DataVault, empresa que tendrá un repositorio de información de distintas fuentes funcionando como una bóveda de datos. Gracias a la Ley de Desarrollo Económico aprobada en Noviembre 2022 en el Ecuador, a DataVault le permitirá conectarse a esa información y utilizarla para minar datos. Esta minería de datos logrará que se diseñen productos para distintas industrias -según Thomas Endara, especialista en marketing digital- y así crear nuevos proyectos.**

DataVault dentro del desarrollo tecnológico en el país? Para poder desarrollar algo, lo que fuere, necesitas información. En economía, es necesario conocer cuánto se ha vendido de un producto determinado; así se evalúan resultados respecto al mercado y los negocios para desarrollar nuevas estrategias y tomar decisiones más acertadas. En base a esto, DataVault ofrece nuevas oportunidades de análisis y mayor eficiencia para el campo tecnológico ecuatoriano.

“La única fuente que existe –que es totalmente privada y cerrada a nivel público– es el SRI. El SRI sabe qué compramos, cuánto compramos, cuando compramos, cuáles son nuestros ingresos, cuáles son nuestras formas y comportamientos de gastos a través de las facturas. Con la facturación electrónica, entra el papel de DataVault: entender todo ese comportamiento y lograr presentarlo al usuario normal que quiere entrar en un negocio conociendo el nivel del mercado, su valor. Nuestro producto busca que cualquier persona pueda tener en algún momento acceso a este conocimiento y a los actores que se encuentran involucrados en esto a partir de la información de los RUC y entender si todavía hay una necesidad desabastecida, y por ende, si es un negocio a lo que estamos apuntando e invirtiendo. Se precisan de datos para conocer el ecosistema” asegura Endara.

DataVault geolocaliza la información para poder decirle a los posibles empresarios y emprendedores que quieran dinamizar la economía del país, dónde vender a partir de una necesidad que precisa abastecerse en un lugar o sector determinado. “DataVault permite a las personas tomar mejores decisiones y no desperdiciar dinero, energía ni sueños –sobre todo este último punto–, por no saber hacia dónde dirigirse para llevar sus productos o dónde establecerse. Con DataVault lo van a poder hacer. Así se dinamizará la economía ayudando a la evolución tecnológica del país. Una vez que tienes datos, puedes saber qué necesidades hay por desarrollar, crear aquello que las personas necesitan y el valor que tiene dentro de lo económico” asevera Endara.

### CREAR, VALIDAR Y VENDER

Endara recalca que no realiza levantamiento de capital pues lleva a cabo sus proyectos con dinero propio para demostrar al Ecuador que no se necesitan millones de dólares sino de una buena toma de decisiones a partir de datos. “No hay que quemar dinero, y hay muchas startups que piensan que esa es la solución. Esto ocurre por no tomar decisiones en base a los datos. ¿Cuáles son mis estrategias? Primero, lo hacemos. Cuando las personas ven nuestro trabajo, es mucho más

### UNA INVITACIÓN ABIERTA

**Thomas reconoce la importancia de crear alianzas y proyectos con personas que vean en Ecuador nuevos nichos tecnológicos y digitales. Por esta razón, extiende su invitación a todas las personas que, como él, quieren trabajar y aprovechar al máximo las oportunidades digitales y tecnológicas. Pueden contactarse con él a través de su correo electrónico [tendarae@novacommerce.com.ec](mailto:tendarae@novacommerce.com.ec) para empezar a construir nuevos y fructíferos negocios.**

sencillo atraer inversiones. Segundo, nos asociamos con distintos actores de las industrias para mostrarles el producto o la tecnología que hemos desarrollado. Tercero, no levantamos capital sin antes validarlo con el mercado” puntualiza Endara.

Endara y su equipo crearon un producto en base a DataVault llamado PharmaVault, el cual permitirá a la industria farmacéutica ver lo que les interesa y les ayudará a desarrollarse. “Explicamos lo que nuestro producto puede hacer: dónde se venden medicamentos; gracias a la geolocalización –literalmente observando el mapa del Ecuador– ver qué poblaciones están desabastecidas y conocer en qué farmacias se están vendiendo determinados productos para realizar una correcta toma de decisiones. Hablamos con nuestros clientes para entender sus necesidades y aquello que todavía no sabemos” comenta Endara.

“En este caso, si a la industria farmacéutica les gusta el producto, procedo a venderles el proyecto. Esto lo valida en el mercado para luego ir a los inversionistas junto con mi cliente y el producto beta (testado en el mercado). Resumiendo: crear, validar y vender al cliente. Al tener las tres cosas, levantar capital no será problema” dice Thomas Endara que, como empresario digital, quiere llegar a más personas que compartan su visión, para de esta manera crear alianzas y contactos en futuros proyectos.

# UN PRESENTE SUSTENTABLE, SEGURO Y ELECTRICO



**Andrea Burgos**





**La historia de Andrea Burgos se construyó en base a un sueño que requirió esfuerzo y sacrificio para alcanzar las metas y conquistas anheladas. Proveniente de una familia inmersa en el sector automotriz, Andrea empezó a crear su carrera profesional conociendo cada uno de los factores que caracterizaban a este sector para así transformarlo y llevarlo hacia nuevos horizontes de desarrollo. Desde la limpieza de los lugares de trabajo de una importadora automotriz en Ecuador hasta ejercer el cargo de Directora de Ventas para Volvo Cars México, la historia de Andrea es una de dedicación y visión.**

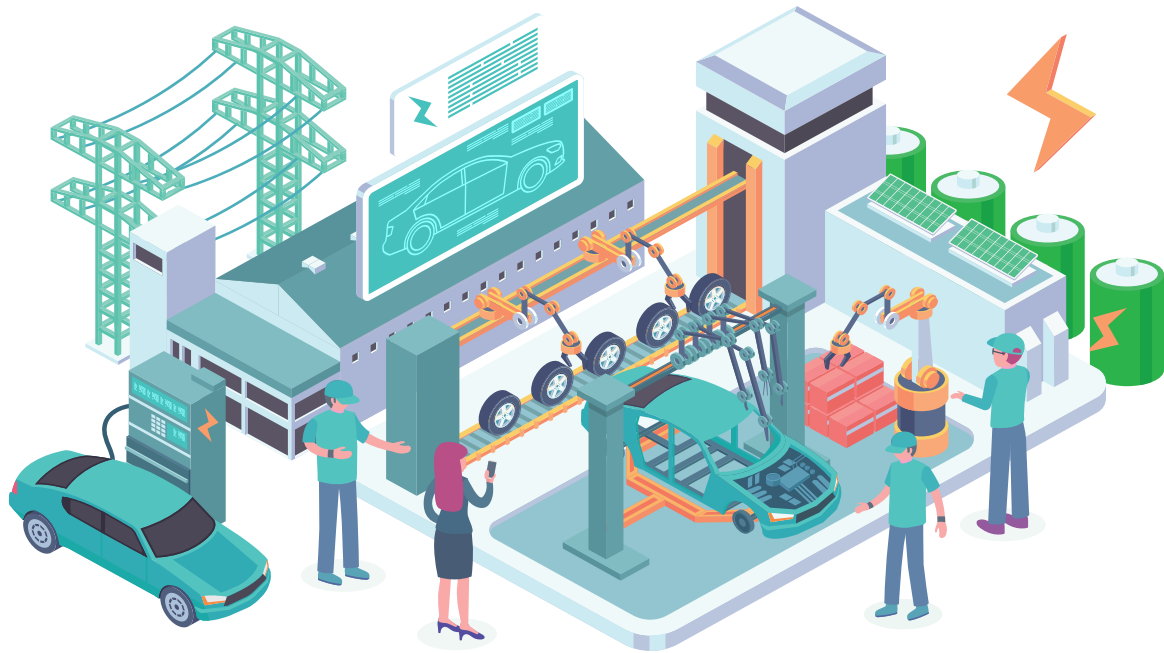
Para Andrea Burgos, Directora de Ventas para Volvo Cars México, los factores clave para que la cultura se transforme en términos de negocios y hacia el desarrollo son la educación, las leyes, los incentivos e inversión. En esta entrevista, Burgos nos presenta –a través de su desarrollo profesional– los factores clave en los que la industria automotriz, en especial Volvo Cars, trabaja para crear nuevas tecnologías que lleven a que el ecosistema mundial cambie su manera de consumo y movilización hacia productos y tecnologías con impacto ambiental positivo.

### UNA HISTORIA AUTOMOTRIZ

Andrea Burgos creció en un familia donde, tanto su mamá (dueña de un taller) como su papá (trabajó para la industria automotriz en Ecuador durante muchos años, además de correr motos de enduro), siempre estuvieron en el medio automotriz y de las motocicletas. Burgos tenía el bagaje y la influencia para, de forma sencilla, decidir qué estudiar en la universidad. Desde muy pequeña sabía que ese era su camino. Nunca tuvo miedo de dedicarse a los autos. Trabajó desde muy joven. En la universidad, gracias a prácticas pre profesionales, se inició en el negocio automotriz.

“Empecé en una importadora, Álvarez Barba S.A. A lo primero a lo que me dediqué, fue a la limpieza de los talleres, de las herramientas, de los lugares de trabajo. Luego te involucras más y ganas la confianza de quienes te rodean para que puedas realizar más proyectos relacionados a los autos. Después de la limpieza, estuve en mantenimiento. Todos los que estamos en esta industria –y más quienes lo hacen en Ecuador– empezamos o en el taller de servicio en cuanto a la parte técnica, o en la parte administrativa. En mi caso, inicié en el taller realizando mantenimiento de frenos y aceite con todos los retos y oportunidades que eso implicaba. Los equipos de abasto técnico con quienes compartí fueron personas generosas que les gusta su trabajo y que se toman su tiempo en enseñarte. Tuve la suerte de tener un equipo donde aprendí muchísimo” rememora Burgos.

Ecuador, en el tiempo en que Burgos se empleaba como practicante, era uno de los países de América Latina que tenía beneficios importantes para los vehículos híbridos. En la empresa donde se encontraba, realizaban importaciones importantes de vehículos híbridos. Para Burgos fue valioso ver de primera mano esta experiencia porque, en tamaño de mercado, no habría estado en la mira vender vehículos híbridos durante esos años. Dado el precio que lograron alcanzar con este tipo de autos, realizaron más importaciones. “Eso también me ofreció más oportunidades de aprendizaje, en especial para entender ese nuevo tipo de tecnología; así me involucré en la parte eléctrica y electrónica de los autos. Con el tiempo, el gerente post ventas de la importadora donde inicié, me ofreció la oportunidad de quedarme



en la empresa tomando un rol técnico. Poco a poco fui especializándome más en la parte de electricidad, electrónica y tecnologías híbridas” recuerda.

Al hacer un recuento de todos los trabajos que ha realizado, probablemente el que más haya disfrutado Burgos fueron sus primeros años desarrollándose en la parte técnica al tratarse de una ocupación muy desafiante y llena de retos, aunque pareciera ser un tema rutinario y sencillo. Al terminar su carrera en electromecánica automotriz, Burgos pensó en estudiar algo más relacionado a ingeniería y diseño porque, en esos años, su sueño era ser Técnica de Pits en la Fórmula 1; sin embargo, los planes cambian y las oportunidades aparecen. “Mi tía Martha me habló de un programa de becas en el Tecnológico de Monterrey. Evaluaron mi perfil para poder acceder a una beca, además de tener que rendir un examen para poder evaluar mi nivel de conseguir una. Di mi examen sin saber que no tenían una beca para maestrías enfocadas en lo que yo deseaba estudiar sino en administración. Obtuve la beca académica y me decidí por estudiar administración. De esa manera fue como llegué a México: a estudiar algo que no necesariamente estaba en mis planes, pero que representaba una gran oportunidad de crecimiento” señala.

México le ofreció la oportunidad a Burgos de trabajar directamente junto a marcas automovilísticas y ser parte de ese ecosistema. Intentó sumarse a ese ambiente ofreciendo sus hojas de vida a distintas empresas del sector en varias ocasiones sin obtener resultados directos. Llamó, escribió, estuvo fuera de las empresas, hizo todo lo que estaba a su alcance para abrirse camino, pero no se daba el momento. “Regresé a Ecuador a trabajar para Álvarez Barba S.A., que siempre fue un apoyo para mí por el trato que establecí con la empresa, y con la que sigo manteniendo buenas relaciones. Cambió mi rol: dejé de ser técnica para volverme responsable de los

técnicos. Fue difícil. Las personas que me enseñaron, me vieron regresar para administrar sus funciones. Eso es algo que generó un poco de conflicto, sumado a que era muy joven: tenía 26 años” menciona.

Los miles de CV’s que mandó en México para intentar pertenecer a una marca, dieron sus frutos. Le ofrecieron un puesto en soporte técnico en BMW Group México y lo aceptó. Esa fue su primera posición en el país azteca. Después de eso, fue a ventas, –el centro del negocio y a lo que la industria se dedica– donde estuvo cerca de siete años. Desde hace tres años se encuentra en Volvo Cars, donde se inició en el área de post ventas. Fue responsable nacional de los talleres de la marca, y actualmente se desempeña como directora de ventas.

### SUSTENTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD DESDE VOLVO CARS

Para Burgos, la importancia del trabajo en equipo es total. “Si debo listar los logros que hemos alcanzado como compañía los últimos tres años, ninguno es personal: no lo hice sola. Los récords y tendencias que se rompen, todos son gracias al trabajo en equipo. Toda la red de concesionarios y sus diferentes ramificaciones son de suma importancia. La manera en la que se construyen los equipos y la confianza detrás de los mismos, es lo que genera resultados. Para mí uno de los retos más importantes al asumir la dirección de ventas en Volvo Cars fue tomarla durante la pandemia. Mis reuniones de equipo iniciales fueron todas digitales, de una desconexión significativa en lo personal debido a la situación mundial que atravesamos. Aunque fue un reto generar cohesión entre todos, también nos significó una oportunidad de generar confianza a través de una pantalla. Personalmente, y para Volvo Cars en específico, todo se construye en equipo” recalca.

Lo primero que piensas cuando te hablan de Volvo es en la seguridad de sus carros. La seguridad es importante para Volvo porque las personas son el núcleo de la empresa. Volvo es una marca que se preocupa por la seguridad de las personas. “Algo que tenemos hoy en mente, y que estamos construyendo sobre eso, se basa en las siguientes interrogantes: “¿Cómo podemos cuidar de nosotros si no cuidamos el mundo donde vivimos? ¿Hasta dónde puede llegar la seguridad si el planeta, el ecosistema, no tiene futuro?”. La máxima prueba de seguridad es el cuidado medioambiental. Si bien queremos ofrecerles a nuestros clientes movilidad segura, también queremos que esa movilidad sea sustentable. Tenemos dos hitos como empresa: el 50% de los autos que vendamos para 2025 tienen que ser eléctricos y el 100% para el 2030” puntualiza Burgos.

Para Volvo Cars, existe mucho trabajo al que se suman varios pasos para conseguir sus objetivos de sostenibilidad ambiental. “El primero es saber qué queremos: conservar el planeta en el que viven las personas que tanto cuidamos; el segundo, tener claro cómo. Para llegar a ello, todos nuestros autos que se lanzarán en México y el mundo, serán exclusivamente eléctricos. Tenemos programado el lanzamiento de un auto por año para llegar a esos objetivos. Nuestra transformación tiene una dosis muy alta de convicción, y con ella vendrán sus retos. Queremos tener un portafolio que nos destaque como marca y por lo que queremos ser reconocidos” enfatiza Burgos.

Antes hablábamos de vehículos a diesel, de vehículos a gasolina, ahora de vehículos híbridos e incluso vehículos eléctricos. En la tecnología dedicada a la propulsión de los vehículos, hay mucha inversión de la industria automotriz para poner a disposición de los consumidores energías más limpias. No es algo que se quede en la propulsión. Hay mucha inversión

en la utilización de materiales sostenibles. Un ejemplo claro es en cuanto al interior de un carro. En Volvo Cars, se unen a la búsqueda de la utilización de materiales verdes en el interior de los vehículos que sean reciclados y generen menos desperdicio. En Volvo Cars utilizan tres materiales para los interiores: corchos reciclados, PET (polietileno tereftalato) y residuos de árboles.

El mayor impacto ambiental por transformarse y reflexionar, según Burgos, tiene que ver con las cadenas de suministros. “La producción, la distribución y la venta, tienen áreas de oportunidad para volvernos más eficientes y sustentables. Todos nuestros proveedores y socios tienen metas –como nosotros que queremos llegar a 2040 con una huella de carbono al 0%–, para generar impactos de sostenibilidad positivos” destaca.

Para Andrea Burgos, la manera más eficiente y cercana de lograr procesos y objetivos de sostenibilidad es a través de la educación. Eso es un rol conjunto de lo público y privado, sociedad e individuo. Pasar a una cultura más sostenible requiere de mucha consciencia. Son pequeñas cosas. “No todos podemos participar de la misma medida en el cuidado del medio ambiente; pero si todos, como individuos y como empresas, hacemos un poco más, sumaremos al mundo y a la cultura procesos de sostenibilidad más amplios. Eso aplica para Ecuador, América Latina y el mundo. Si bien un cambio cultural se basa al 100% en educación, las leyes y regulaciones son vitales para que los procesos de cambios no sean opcionales sino necesarios para que las empresas se transformen; los incentivos fiscales para que las tecnologías sean competitivas y atractivas para los consumidores, y la inversión en conjunto entre lo público y lo privado en tecnologías verdes, es particularmente importante para acelerar el cambio” reflexiona Burgos.



# UNA PAD EXCEPCIONAL

## Aarón Benítez

Según la revista Entrepreneur, Aarón Benítez es un rockstar del emprendimiento debido a sus procesos en proyectos, ideas innovadoras y exigencia que lo han llevado a una sinergia cool entre el ámbito empresarial y perspectivas modernas. En esta entrevista, Aarón nos comparte su historia: los inicios como emprendedor hasta su convergencia con la tecnología y la educación como potenciales áreas de transformación, no solo para empresas de nivel mundial, sino dirigido a personas que deseen convertirse en lo que él acuñó como PAD's (Personas de Alto Rendimiento).

### DEL EMPRENDIMIENTO EDUCATIVO AL SUEÑO TECNOLÓGICO

Aarón Benítez, de 43 años, empezó a emprender a los 30 años. Previo a eso, trabajó en una empresa multinacional donde se ascendía en rangos; sin embargo, tenía una insatisfacción constante en varias cuestiones. “Cuando uno es joven y bastante egocéntrico –y que no te hagan caso en todo lo que quieres hacer–, el emprendimiento se vuelve una ruta vital. Yo no creo que ser emprendedor sea –honestamente lo digo– especial. Tal vez ser médico es hasta más especial que ser emprendedor. Un constructor quizás sea más esencial” reflexiona. Benítez no ve al emprendimiento como una profesión y tampoco como algo que sea para todos. “De la misma manera en la que yo no podría ser periodista o médico o abogado, así mismo hay gente que no puede ser futbolista o no puede ser emprendedora, y eso no tiene nada de malo” añade.

Benítez empezó en el área de educación fundando escuelas de inglés, reconociendo su habilidad para lanzar y proponer proyectos. Creó una metodología propia con la que tuvo éxito durante 10 años. Desafortunadamente, la pandemia le impidió continuar con esta metodología debido a que muchas cosas migraron hacia lo digital, reconfigurando a la sociedad totalmente. Al mismo tiempo, en 2015, fundó con otros socios VERSE Technology, empresa enfocada en el área de fábricas y ciudades inteligentes. ¿Qué es esto? Sensores, datos, monitoreo en tiempo real, obtención de datos de lo que ocurre en tiempo real, análisis para medidas preventivas. A esto se lo conoce como IoT (Internet Of Things), Internet de las Cosas.

VERSE Technology está enfocado en el IoT industrial para cuestiones de producción y de mantenimiento de las fábricas. Llevan ocho años en esto. “Ha sido un camino bastante complicado tener clientes, pero VERSE Technology actualmente es un referente internacional en IoT industrial. Al tener formación en ingeniería electrónica y administración de empresas, puedo



Fuente: Emprendedor

**Dentro de nuestro recorrido existencial, lo pueden más las experiencias originadas de los retos que nos imponemos y superamos, de aquellas que no aceptamos o negamos”. Aarón Benítez, empresario mexicano, co-fundador de VERSE Technology y CEO de masterbook.press, construyó su camino de oportunidades escribiendo su historia a medida que las oportunidades lo enfrentaban día a día a redescubrirse, proponerse nuevos objetivos a futuro y a enfrentarse con decisión a un mundo en constante cambio.**

entender de qué están hablando los buenos ingenieros –aunque en realidad soy el peor ingeniero del mundo, eso siempre se lo digo a todos–, además de administrar proyectos para conseguir mayores inversiones. Uno tiene que saber en lo que es bueno realmente y no contarse historias románticas, que es lo que pasa mucho” explica Benítez.

El IoT es vital para cualquier industria y empresa que realmente quieran estar a la altura de los estándares del siglo XXI. No hay manera de participar de manera sostenible e inteligente si no se tiene acceso completo a múltiples datos de producción en tiempo real, a su análisis, a su almacenamiento seguro. La realidad es que esto apenas está comenzando. “Si pudiera darte una analogía, probablemente al día de hoy estamos en el IoT industrial –en términos de dispositivos conectados y de potencial– en el equivalente al internet de consumo de 1997. Es algo que requiere muchísima inversión. Pero más allá de esto, también requiere entenderse para qué lo vamos a usar. No es innovar por innovar. Innovar por innovar es muy caro y no tiene sentido. Tienes que saber cuáles son verdaderamente tus objetivos y para qué los estás alineando. El principal caso de uso del Internet de las Cosas Industrial es el ahorro en el consumo que puedes hacer de gas, energía, electricidad y agua. Esto automáticamente te lleva hacia la sustentabilidad” manifiesta Benítez. Al ahorrar recursos de manera inteligente, ayudamos

al planeta, al entorno, a la operatividad de una empresa y sus gastos.

VERSE Technology es una empresa altamente técnica: crea el software y el hardware que ofertan. Instalan sus dispositivos en las líneas de producción de las fábricas y ayudan a detectar consumos innecesarios de energía. Al obtener una serie de datos, logran dar mantenimiento preventivo a los equipos que analizan para optimizarlos. Esto sucede en toda la cadena de producción: desde el hardware al software. Gracias a este valor añadido, sus clientes no deben preocuparse por tener que comprar dispositivos, conexiones o almacenamiento de formas separadas.

### ALGUNOS IMPORTANTÍSIMOS CONSEJOS PARA EMPRENDEDORES

En opinión de Benítez, cualquier sistema, metodología, cosa (relación, conversación, inversión) o evento en la que uno se involucre nos deben facilitar la vida. Es decir, todo movimiento que hagamos, debe facilitar siempre el siguiente paso. Esa, a su parecer, es la herramienta que mejor ocupan los buenos emprendedores. “El 80% de lo que hagas en tu día, debe tener sentido solo a largo plazo. Si el 80% de las cosas que haces a diario, solo tienen sentido de 10 años en adelante, estás construyendo un futuro fantástico. El problema es que casi todos hacemos lo opuesto. Hacemos que el 90 - 95% de las cosas que hacemos a diario, tengan sentido para hoy. A los 30 años, renuncié porque mi salario no me gustaba y tampoco me encontraba cómo deseaba. Me dije: “Voy a cambiar esto, y de aquí a los 40 años voy a ser empresario, dar conferencias y escribir mis libros”. Así ocurrió, pero cuando planeas a 10 años y más en el futuro” comenta Benítez.

Generalmente queremos planear de aquí a un año, y de año en año es muy difícil, por eso nos frustramos. Planificar a largo plazo es mucho mejor y más conveniente. El pensamiento de largo plazo permite construir grandes cosas: se necesita instalar en todos los emprendedores. Cualquier metodología, proceso o sistema que aprendan, tiene que ayudar a que todo lo que venga sea más fácil. El problema es que hacemos cosas que nos hacen lucir bien hoy, pero no contribuyen mucho en el futuro. Ese es el tipo de mentalidad, según Benítez, que puede ayudar a los emprendedores.

Antes de buscar ser los más innovadores, Benítez recomienda a los emprendedores dominar los fundamentos: saber hablar, escribir, vender/comunicar su idea, exponerse, conectar, hacer relaciones. “Tenemos la tonta idea de que lo más importante es el proyecto, la parte técnica, y

de ahí no sales; te encuentras en una burbuja que te hace pensar que lo tuyo es importante y que esas “tonterías” de vender, hacer relaciones, escribir en redes sociales, proponer tus ideas, dar una conferencia, no son importantes cuando, hoy en día, son esenciales. La innovación no va a ocurrir estando en nuestra casa, en nuestra oficina, haciendo lo mismo de siempre, hablando con la gente de siempre, ni consumiendo lo que todos consumen. Tu mente empieza a crear ideas a soluciones de cosas que le pediste que te ayudara pero, con todo el ruido del mundo, no escuchabas lo que te estaba diciendo” aclara Benítez.

Uno adquiere perspectiva al darse cuenta que sus ideas no son nada originales porque alguien más las está ejecutando: así, ampliamos nuestro criterio. “Lo que recomiendo es salir lo que más se pueda de la ciudad, del país como parte de un entrenamiento personal, profesional, corporativo y de negocios, que te permite estudiar. Ocurre que la gente cuando quiere innovar, y no sale, no puede hacerlo. Queremos innovar pero estamos leyendo el periódico de siempre, las quejas del presidente, las peleas y problemas usuales...no vas a poder innovar con esa mentalidad. Tienes que leer, ver y escuchar a las personas que construyen y piensan en cosas fuera de serie. Se hace en revistas, foros, podcasts, etc” recomienda.

Dominar lo fundamental, desarrollarse personalmente y hacerlo bien, es esencial antes de lanzarse como “adictos” a la innovación. Debemos hacernos buenas preguntas, transformarnos en filósofos, es decir: tener la capacidad de conectar varias cosas. “No hay una profesión en el mundo que te dé más acceso en el mundo a la locura de la gente en tiempo real, que hacer negocios. Ves como la gente se quiebra, como otros se elevan, algunos no soportan ciertas cosas...aflora todo” señala Benítez. En definitiva: hay que dominar las bases.

### SER UNA PERSONA DE ALTO DESEMPEÑO

David Ogilvy, conocido como “El Padre de la Publicidad”, dijo: “Quien piensa bien, escribe bien”. Muchas cosas que hace Benítez en la actualidad, provienen de sus escritos. Todo lo que idea, lo hace escribiendo artículos, pensando y reflexionando. “En 2011 escribí en un artículo: “Debemos esforzarnos por ser Personas de Alto Desempeño”, colocando entre paréntesis: PAD’s. Me gustó esa idea, la repetí en otros artículos posteriores y a la gente le empezó a gustar también; además, registré la marca de PAD’s. Me gustó esa idea, la repetí en otros artículos posteriores y a la gente le empezó a gustar también. Registré la marca de PAD’s. Hay que tener flexibilidad con las cosas. Nadie a quien admires su trabajo con todo lo que tiene, en el inicio, tuvo esa visión. la fue



construyendo. PAD's se fue trabajando como un concepto, y gracias a ello, pude conocer gente que le gusta leer, filosofar, ejecutar proyectos -básicamente se empujan al siguiente nivel- y están abiertos a conversaciones. El concepto de PAD's me cambió la vida" manifiesta.

Uno de los primeros artículos que escribió y que se volvió viral en 2010 - 2011, se llama "Contraataque a la soledad de la mente". Detecto que la soledad de la mente es una enfermedad que muchas PAD's sufrimos en algún punto. ¿Qué es la soledad de la mente? Es cuando a ti te gusta hablar de Nietzsche, del Renacimiento...pero a todos tus amigos les aburre eso y solo les interesa hablar de un solo tema en específico, que no está malo hablarlo, pero el problema es uno que quiere encajar ideas que no corresponden a un tema o grupo en específico. Todos huyen de ti: esa es la soledad de la mente. El problema es no reconocerla como una enfermedad, pensar que el

que se encuentra equivocado es uno, cuando el único problema es que no se está siendo inteligente buscando activamente a nuestra comunidad" esclarece Benítez.

"Existimos muchas personas raras en el mundo. Debemos dejar de querer que las personas que nos rodean constantemente sean las únicas con las que compartimos intelectualmente. PAD's me permite conectar con gente con gustos diferentes (tecnología, negocios, psicología, filosofía), y eso es positivo. La vida cambia totalmente. Lo que he aprendido es que todo es ridículo por cómo surgen las concepciones de ciertas ideas que tenemos, y que hoy por hoy las normalizamos. Lo que es considerado genial ahora, empezó como algo ridículo. El concepto de PAD's será genial porque empezó con un nombre y una idea ridícula. Más personas lo ven como algo normal" finaliza Benítez.

# NUEVOS HORIZONTES DE DESARROLLO EDUCATIVO

**| ALFONSO ALGORA**

La educación será siempre la clave fundamental del desarrollo de las sociedades. En un mundo atravesado por diferentes maneras de ver y transformar la realidad, encontrar puntos en común que nos hermanen y generen nuevas formas de interpretar la cultura y la sociedad para crecer en un mundo de calidad y riqueza de conocimiento se vuelve menester de todos. Reflexionar la educación post-pandemia, disminuir brechas y generar nuevos procesos de gestión educativa, son algunas de las claves que nos ofrece Alfonso Algora, consultor educativo internacional con más de 20 años de experiencia, para modernizar e internacionalizar la educación en nuestro país.

## **PANDEMIA Y SUS EFECTOS EN LA EDUCACIÓN A CORTO PLAZO**

Alfonso Algora posee una amplia experiencia en el terreno educativo. No solo ha sido director y rector de instituciones de educación secundaria y universitaria importantes en el Ecuador como el Colegio Británico y la Universidad SEK, sino que –en su recorrido por varios países del mundo– ha podido reconocer e identificar los factores que convierten a la educación en la inversión clave para la transformación de las sociedades. Un

punto clave para la reflexión actual del papel de la educación es nuestra situación post-pandémica. Algora apuesta para que, de cierta manera, se pueda retornar a una situación pre-pandémica. “No es igual que un hombre de 50 años como yo esté confinado dos años, que un niño de 10 años que acaba de experimentar un 20% de su vida encerrado” puntualiza.

“Se debe entender que, inclusive antes de la pandemia, ya existían brechas entre las diferentes realidades existentes en el país. Ecuador es un país que posee una gran divergencia entre su sociedad urbana y rural, además otras muchas de tipo socio económico, geográfico, demográfico, etc. Por ello, es urgente y necesario equiparar el crecimiento del Ecuador más modernizado y ese Ecuador que se ha quedado un poco ralentizado y que necesita evidentemente un empuje a partir de la unión de los poderes públicos y de la iniciativa privada, de forma que la infancia y juventud pueda acceder, en igualdad de condiciones, a una educación de calidad, tanto en el modelo público como en el privado. A fin de cuentas, el crecimiento y la riqueza de un país depende del nivel de desarrollo y del nivel





**La necesidad que existe en Ecuador –y en Latinoamérica en general– después de la pandemia, de regresar en la medida de lo posible a la “normalidad” que existía con anterioridad, ha generado una serie de circunstancias que afectan a la infancia y a la juventud después de dos años de confinamiento que desembocaron en ciertas deficiencias, no solamente desde el punto de vista académico, sino también desde el punto de vista de estrés, ansiedad, depresión y otros aspectos más complejos y graves. Alfonso Algora, consultor educativo internacional y Director Ejecutivo de la Red Iberoamericana de Educación, reflexiona en estos aspectos y sus complejidades en la siguiente entrevista.**

académico que tengan los niños y los jóvenes” reflexiona Algora.

La educación, no como política sino como una cuestión de Estado, es para Algora, el principal reto que tiene que enfrentar la sociedad ecuatoriana de forma conjunta, es decir, por parte de los poderes públicos, la empresa privada y la sociedad civil. Nuestro avance como país –que, lógicamente, mientras más tiempo tarde, va a suponer un mayor problema– dependerá en gran medida de cómo se afronte el mejoramiento y modernización del sistema educativo para la formación de las nuevas generaciones de ecuatorianos.

### **POST-PANDEMIA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO**

El aparente fin de la pandemia demostró que nuevas formas de acceder a la educación como el famoso sistema híbrido o los sistemas virtuales, han llegado para quedarse en determinados niveles educativos, como por ejemplo el nivel universitario. Lo que está claro es que, tanto niños como adolescentes, necesitan la socialización para poder potenciar sus dimensiones psicoafectivas y psicoemocionales. “Más allá de que haya determinados aspectos de metodología digital que se puedan implementar en el aula, y que desde luego son beneficiosos para las mejoras educativas, debemos centrarnos más en el acompañamiento de los niños y los jóvenes para que precisamente la brecha creada durante los dos años de pandemia, no los afecte de forma fuerte y trascendente en lo que respecta a su desarrollo” recalca Algora.

Algora también menciona que necesitamos incidir en todo lo que tiene que ver con las habilidades interpersonales, debido a que éstas determinan la capacidad profesional que puedan tener los ecuatorianos, no solamente para desarrollarse en el país, sino en cualquier lugar del mundo. “Al ser español y al haber tenido la oportunidad de vivir en muchos países como Paraguay, Colombia y Costa Rica, la época digital es un momento óptimo para poner en valor y exportar el capital humano y el talento ecuatoriano, que lo hay y mucho. La idea está en que cualquier ciudadano ecuatoriano pueda desarrollarse al más alto nivel en cualquier empresa del mundo. De esa forma no sólo la persona individualmente se terminará satisfaciendo, sino además se creará riqueza y valor para el país” menciona Algora.

### **INVERSIÓN EDUCATIVA**

Se debe hablar de inversión y no de gasto en educación. Lo que esto produce es un aumento de la riqueza y de la capacidad que tiene el país en cuanto al desarrollo de los sectores productivos. “Ecuador no debe quedarse solamente en la agricultura,

ganadería y petróleo sino pasar a un sector secundario de calidad. Además, una cosa en la que el país debería incidir más es en el sector servicios y el turismo. Conozco 37 países y para mí el más bonito y completo es Ecuador, pero es el gran desconocido porque considero que no muestra sus virtudes al exterior mientras que otros con menor atractivo se venden mucho mejor. Ecuador –en un espacio razonablemente pequeño– tiene playa, montaña, bosque, selva, cascos coloniales, las Galápagos, y es algo que hay que exportarlo y aprovecharlo. Para eso es necesario ir más allá de los propios límites impuestos en el desarrollo productivo” puntualiza Algora.

Al conocer la realidad universitaria de Ecuador con su participación en trabajos junto a investigadores y profesionales de altísimo nivel –además de haber formado estudiantes de gran excelencia académica en todas las áreas: desde el derecho, pasando por ingeniería o economía, etc. –, Algora cree firmemente que Ecuador tiene los mimbres y los cimientos necesarios para crear una estructura sólida la cual –con el apoyo de la dolarización– genera confianza hacia el inversor extranjero. La alianza entre las políticas públicas y el sector privado –siempre y cuando tiendan a mantener la paz social– todo eso, bajo el punto de vista de Algora, hace que Ecuador tenga todos los ingredientes ideales para una receta de éxito.

### INVERSIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS EN AMÉRICA LATINA

Algora afirma que, América en general, tiene la suerte de compartir un idioma y una historia en común, por lo que la línea de acción que puede haber entre Iberoamérica (incluyendo a España y Portugal) abre muchas posibilidades en este mundo globalizado y digital, para crear muchísimas alianzas desde el punto de vista del intercambio de experiencias, de talento, de investigación, etc. “Soy Director Ejecutivo de la Red Iberoamericana de Educación conformada por diferentes colegios de Iberoamérica, y creo que ese tipo de iniciativas son muy necesarias porque, ahora mismo, el desarrollar un hub hispanoparlante –junto al mundo iberoamericano– y una creación de valor desde el mundo hispano en este panorama mundial tan incierto tiene la amplia posibilidad de darse a valer y conocer a nivel global esa identidad histórico-cultural que, con sus altas y sus bajas, es innegable que compartimos” manifiesta Algora.

La facilidad que tenemos al poder comunicarnos en el mismo idioma genera aún más valor. Lo que a Algora le resulta sorprendente es que Europa –que hace casi 70 años se encontraba en guerra– no tenga fronteras, posea una moneda común y pueda hacer llegar un paquete desde Lisboa hasta Varsovia, y poderlo vender sin pagar un solo

arancel. “Latinoamérica –que posee historia e idioma comunes sin haber tenido ninguna guerra cercana– sorprende por las barreras que tiene y que impiden en ocasiones el libre desarrollo del comercio y el libre desarrollo de los profesionales. Me resulta curioso que a nivel legal yo esté más hermanado con un belga que con un ecuatoriano, cuando no debería ser así. Desde la lejanía y el cariño, siempre lo he pensado” afirma.

“Parece mentira que Latinoamérica se complique tanto cuando tiene todas las facilidades a su alcance para lograr un acuerdo, que aunque solamente sea económico –porque la Unión Europea comenzó por una cuestión meramente económica– sea útil para el libre intercambio de bienes y también la libre circulación de personas. A pesar de estas variantes, apuesto por una sinergia iberoamericana que suponga bascular al tradicional monopolio inglés o anglosajón, aunque ahora mismo el problema está en que se vea sustituido por un monopolio chino” declara.

### EDUCACIÓN INTERNACIONAL E INTERCULTURAL

La incidencia real y fuerte a la que debería darse impulso, en palabras de Alfonso Algora, es la educación realmente internacional. “Creo que de alguna manera cuando se acometió el proyecto de las Escuelas del Milenio, fue una gran idea en teoría. Tenemos que pensar mucho más allá de nuestras fronteras y educar a los niños y jóvenes con una mentalidad dirigida a un mundo que es cada vez más globalizado, heterogéneo y evidentemente plurilingüe” explica.

Cuando Algora habla de multiculturalidad, hace una diferenciación con la interculturalidad puesto que multiculturalidad es cuando existen varias culturas dentro de un mismo país, pero no se interrelacionan. La interculturalidad se da cuando realmente hay un proceso de unión y de enriquecimiento. Al hablar de inclusión, Algora enfatiza que esta se tiene que ver desde un aspecto multidisciplinar, desde una mirada compleja. “Lo que tenemos que hacer es que las diferentes realidades que hay en el mundo, empezando por las diferentes realidades que hay en Ecuador, convivan para enriquecerse y a partir de ahí crear valor” menciona.

Lo necesario para que los colegios tengan esa mirada de vanguardia hacia una sociedad global, según Algora, está basada en dos cosas: en entrenamiento digital como un medio para alcanzar un fin –el desarrollo humano y social en todos los aspectos, desde las personas hasta el cuidado del medio ambiente pero de manera global– y el hacer hincapié en las habilidades interpersonales porque, actualmente, en un mundo tecnificado, deben



crearse líderes que adquieran esta característica gracias a la empatía, la asertividad, la inteligencia emocional, la capacidad de expresarse en público y la capacidad de sobreponerse a los problemas. Estos son los aspectos que marcan la diferencia.

“Muchas veces pensamos que el ser internacionales es saber otro idioma, y no lo es del todo así. Un colegio internacional debe ser más que una academia de idiomas, debiendo enseñar a sus alumnos a poder desarrollarse en un mundo global, y eso lo puede hacer un colegio privado de un nivel socio-económico altísimo o un colegio público de cualquier lugar de la zona más deprimida de Latinoamérica o de España. Es un cambio de mentalidad: salir de una educación regional a una educación realmente competitiva. Para lograr esta última, son necesarios los recursos, pero es indispensable cambiar nuestra mentalidad” asevera Algora.

### ALIANZAS PARA EL DESARROLLO

Para Algora, lo primero que hay que hacer en Ecuador es que los colegios no tengan miedo a hablar con sus “competidores”, porque en realidad no lo son. Es cierto que el sector educativo posee una parte económica, pero también social. Dentro de cualquier país, a su parecer, hay espacio para todos. Se debe crear sinergia entre los diferentes centros educativos, compartir experiencias, ver capacidades a la hora de relacionarse con otros colegios e instituciones en el extranjero. Hay que quitarse la idea de que compartir con otros colegios

conlleva que te imiten o te copien sino crear experiencias y redes en las que se involucren, no solo a los colegios, sino a instituciones de educación superior nacionales e internacionales, y a la par tender puentes con organismos públicos y privados del país y fuera del mismo. De esa forma, la educación se va a modernizar.

“Los líderes deben ser auténticos gestores del conocimiento y de la excelencia, no burócratas. Buscar, a partir de la cultura del esfuerzo y de la excelencia, la generación de riqueza en los alumnos de manera que ellos puedan tener el desarrollo que necesitan de forma individual y de manera global. Considero que en Ecuador hay un exceso de burocratización en cuanto al ámbito educativo-docente: tienen que llenar demasiados papeles para cumplir con temas administrativos. Ese tiempo debería servir para capacitaciones en nuevas metodologías, nuevas formas de enseñanza, también en aspectos que tengan que ver con atención a la diversidad, inclusividad, interculturalidad, no solamente desde el aspecto teórico, sino reforzar el aspecto práctico” asegura con confianza.

Para que esto se convierta en realidad, es determinante la participación activa de la sociedad civil, de las familias, que deben caminar junto al colegio y las instituciones para apoyar los proyectos educativos y hacer que los mismos sean actores en la vida de la comunidad. Las instituciones deben ser el reflejo de la comunidad que los acoge, de excelencia, avance y progreso.

# ARQUITECTA DELUXE MARYLA REYES

Durante la construcción de Deluxe Volcán, Maryla Reyes sintió el apoyo espiritual de su papá -quien falleció a causa de un cáncer en 2020- guiándola. Aunque el proceso de construcción fue duro y desafiante siendo mujer en un país latinoamericano dentro de un sector visto solo para hombres, en la montaña y en una comunidad machista, Reyes cumplió su propósito de construir y materializar Deluxe Volcán -honrando las conversaciones con su papá- a través de la arquitectura y el servicio de alojamiento. Fabricio, hermano de Maryla; su madre Marlene -quiénes son sus socios-; así como su equipo de trabajo, son parte de las personas que se esmeran por ofrecer el mejor servicio día a día, en palabras de Reyes, “en este hermoso camino llamado emprendimiento”.

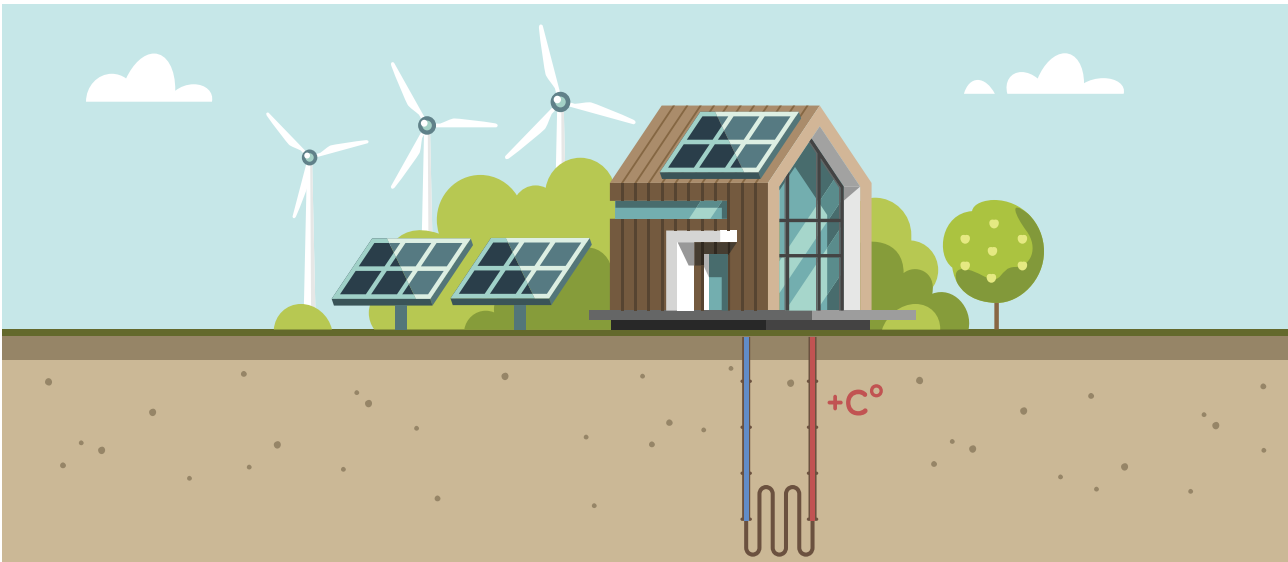
## ARQUITECTURA Y MEMORIA

La sostenibilidad en cualquier proyecto físico parte de los criterios arquitectónicos que se apliquen. Se pueden realizar maravillas dentro del mundo de la hotelería y de la infraestructura a partir de la correcta toma de decisiones. En el caso de Deluxe Volcán, Maryla Reyes Moreno, Gerente General del primer suite hotel colgante del mundo, decidió elevar sus suites respetando la silueta natural del suelo para de esta forma permitir a todo el hábitat del lugar desarrollarse en su entorno natural. Con su proyecto, Reyes visibiliza a las mujeres en profesiones que histórica y tradicionalmente han sido destinadas hacia los hombres por una cuestión netamente cultural más no de capacidades. De esta forma podemos encaminarnos hacia la igualdad de género, señala Reyes.

“Con mi papá siempre fuimos mejores amigos. La visión que teníamos con Deluxe Volcán era la de un proyecto conectado con la naturaleza, la comunidad y las personas. Lamentablemente, luego de dos años de pensar el plan -la idea era que yo me gradúe como arquitecta para empezar el proyecto, porque con mi padre ya trabajábamos en lo que respecta a alojamientos tipo AirBnB- mi papá falleció debido a un cáncer el 2020. Mi mundo se vino abajo. La visión de vida que tenía, cambió” recuerda Reyes.



**El sueño inició hace cuatro años aproximadamente en una de las tantas conversaciones que tuvo Maryla Reyes con su padre -también arquitecto- y con quien conectó mucho con el mundo del arte y la construcción de hoteles. Guiada y comprometida con un proyecto de alto impacto que se diferencia de otros en la ciudad de Baños, Maryla crea Deluxe Volcán, el primer suite hotel colgante del mundo.**



Reyes decide curar este duelo dejando en stand by el proyecto, empezando a estudiar para encontrar una señal que le indicara si debía o no continuar con el proyecto. Postula a una beca por la Universidad Complutense de Madrid. Reyes accede a esta beca y estudia un diplomado en Mercados Financieros y Tecnológicos, el cual le ofreció un panorama completamente diferente hacia los negocios de alto impacto, además de poder entrar a una industria grande como el turismo.

“En España se hablan de inversiones semilla de doscientos mil dólares, de medio millón de euros, y para mí eso fue impactante viniendo de un país como Ecuador donde se habla de capitales semilla de diez mil dólares. Cambió mi mentalidad y me enfoqué en generar un proyecto de alto impacto con un capital semilla que me permitiera cumplir ese objetivo. Al regresar a Ecuador, decidí hacerlo y busqué a aliados para poder materializar el sueño. Mi familia decide apoyarme –mi mamá y mi hermano son también mis socios– y este proyecto se convierte en un homenaje a la vida de mi papá” rememora Reyes.

### SOSTENIBILIDAD Y COMUNIDAD

Deluxe Volcán es uno de los poquísimos proyectos con un servicio de lujo en las montañas, lo cual los diferencia del resto de alojamientos en la ciudad de Baños. Se encuentran en el camino y en el proceso para ser sostenibles a nivel ecológico y no afectar al medio en el que entraron a construir. Si bien es cierto manejaron materiales que son un poco mal vistos en la construcción (estructura metálica), lo hicieron por una decisión de fácil construcción tipo Lego.

“Cuidamos mucho de que el proyecto se construya rápido para no afectar a la naturaleza y a la comunidad. Por este tipo de razones decidimos elevar las suites para no afectar la silueta natural del suelo y para tampoco afectar el ecosistema de la flora y fauna que existe en Deluxe Volcán. Lo más fácil es construir y colocar cemento a todo, pero a largo plazo eso afecta a la silueta rural del sector, y eso es precisamente lo que no queríamos que pasara. De esta forma, Deluxe Volcán se convierte en la base para nuevos proyectos arquitectónicos de alto impacto” reflexiona Reyes.

Durante su proceso de construcción, Reyes empleó a 35 personas, siendo el 50% de los trabajadores personas de la comunidad que nunca habían trabajado en construcción debido a que no es algo común construir en el sector donde se encuentra Deluxe Volcán (Illuchi Alto) y donde lo normal es la ganadería y la agronomía. “A partir de que nosotros empezamos a construir, también nos convertimos de cierta forma en una escuela durante un tiempo para enseñar distintas labores y oficios a las personas de la comunidad que se sumaron a trabajar en el proyecto. También trabajamos con varias personas de la comunidad al compartir conocimientos sobre servicios hoteleros. Gracias a esto, crean nuevos sueños que antes no tenían. Eso es un regalo maravilloso que Deluxe Volcán da todos los días” menciona Reyes.

### UN FUTURO DELUXE

En cuanto a proyectos arquitectónicos, Reyes considera que cada proyecto es único, responde a su contexto y a varias determinantes como el tipo de suelo donde se trabaja, así como a factores climáticos; sin embargo, si nos vamos al hecho de elevar las suites en otro lugar, Reyes cree que sería complicado porque no respondería a cualquier espacio físico donde se pueda construir. El elevar es una respuesta para impedir que se sobresature el suelo de agua (Deluxe Volcán se encuentra cerca de la Amazonía).

“El permitir que el agua –cuando llueve– siga su curso encontrándose con diferentes sistemas –porque debajo de Deluxe Volcán tenemos sistemas fluviales para que no se sature el terreno– evita deslizamientos de tierra. Esa es otra razón del porqué están elevadas las suites y del porqué técnicamente nos sirven para este espacio. Si hablamos de sostenibilidad, de que en el proyecto se utilicen materiales de larga duración y que cambie la vida de las personas que viven alrededor –aumentó la plusvalía de los terrenos de las personas de la comunidad cercanas al proyecto– y que ahora le dan nuevos usos, Deluxe Volcán lo consiguió. La sostenibilidad, creo, también se mide en el tiempo de duración y mantenimiento de un proyecto. Su esencia y visión empresarial pueden inspirar a más personas” recalca Reyes.

# ADRISSA

Quito  
**Mall El Jardin**  
**Condado Shopping**

Guayaquil  
**Mall del Sol**



Adrissaecuador



Adrissa Ecuador



# ENKADOR: ORIGIN Y LA ECONOMÍA CIRCULAR INCLUSIVA

Desde hace 50 años, ENKADOR se caracteriza por encontrar nuevos horizontes de desarrollo a través de la investigación y búsqueda constantes de soluciones que permitan impactar en diferentes ámbitos de negocios positivamente y con altos estándares de calidad. ORIGIN es una marca perteneciente a ENKADOR que con más de una década de existencia demuestra que la economía circular inclusiva potencia el despertar de la conciencia y con ella, respeto al medioambiente con nuevas formas económicas de producción con responsabilidad social.

Como para el equipo que impulsa la economía circular en el país desde ORIGIN, Javier Díaz –encargado de desarrollar nuevos negocios en Enkador y parte del equipo que impulsa su marca Origin–, nos comparte sus ideas respecto al ecosistema del reciclaje del PET (polietileno tereftalato) en el Ecuador y el impacto social que tiene apostar por el reciclaje –particularmente con los recicladores de base a quienes debemos la gestión de residuos–, de manera que el plástico pueda ser aprovechado de forma que los procesos de sostenibilidad continúen y se fortalezcan día tras día.

### ORIGIN, INCLUSIVIDAD SOCIAL Y PRODUCTIVA

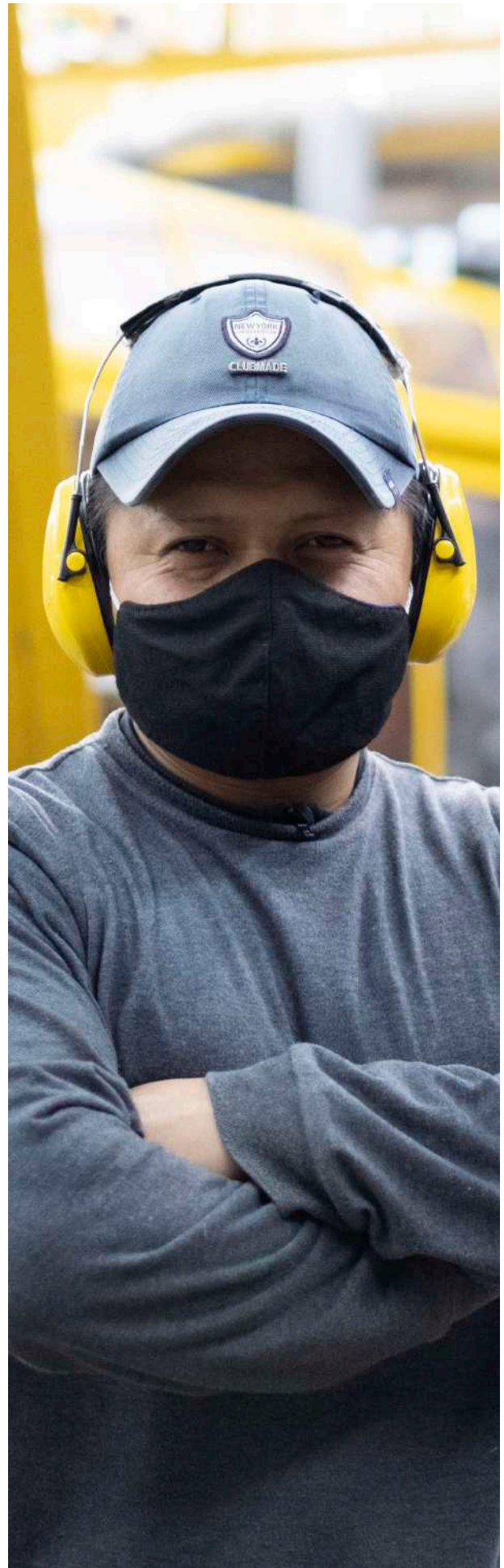
Enkador es una empresa textil vinculada a productos sostenibles como el poliéster en los textiles, similar al PET (polietileno tereftalato) en los envases plásticos. Hace 12 años, a través de la marca Recypet, la empresa toma la decisión de invertir en una planta de transformación y reciclaje de botellas PET post-consumo, pensando inicialmente en tener su propia materia prima para realizar hilos. Sin embargo, el tamaño de la inversión y la envergadura del negocio crecieron de tal forma que vieron oportunidades más allá de lo textil enfocándose en la economía circular. Así nació Origin.

Hace tres años la empresa –explica Javier Díaz, Jefe de Asuntos Públicos de Enkador y encargado de impulsar su marca Origin– ya tenía toda la parte fabril e industrial, y suman los componentes inclusivo y social para darle vida a Origin. “Decidimos diferenciarnos del mercado y hacer tangible un intangible como la economía circular e inclusiva a través de una marca, y que la misma agrupe el propósito que hay detrás de darle nueva vida al PET. Esta es la idea que surge de los accionistas y del Gerente General de Enkador. Lo que empezó para hacer más visible la transformación PET se ha convertido en un gran programa social con casi 5600 recicladores base que tienen acercamientos progresivos con nuestra cadena de producción, y a la que se suman nuevos actores” añade.

El enfoque de Origin es dignificar el trabajo del reciclador base, mejorar su productividad y de esa manera lograr que obtengan mejores ingresos para una mejor vida en sus hogares en cuanto a alimentación y educación.

### LA IMPORTANCIA DE LOS REICLADORES DE BASE

Origin es una empresa que parte del PET post-consumo. El momento que una persona toma una bebida que está envasada en un PET, inicia la línea de producción. Una vez que la persona termina





su bebida –lo que para mala suerte se convierte solo en basura– si se trata bien, pasa a ser materia prima o un residuo utilizable y transformable. Para que el material plástico llegue a Origin, es importante el apoyo de los recicladores de base. “Ese proceso indispensable de recuperación, hoy por hoy en el Ecuador se hace gracias a los recicladores base porque son quienes todos los días –desde muy tempranas horas y calculando los horarios de los servicios municipales de recolección de basura de los distintos cantones– se encuentran buscando los distintos residuos reciclables. Se han convertido en un gestor importantísimo en la cadena de reciclaje. A partir de eso hemos identificado sus necesidades para sumarlos a Origin” comenta Díaz.

“Para entender cómo trabajan, hemos salido con ellos para reconocer sus formas de laborar y qué hacen cuando terminan las mismas: a qué hora inician sus labores (por lo general 03h00 o 04h00), cuánto tiempo les toma llegar a su primer punto de reciclaje (normalmente después de una hora de caminata), qué hacen al llegar, cómo reciclan. En función de eso, hemos identificado qué herramientas necesitan para su trabajo: linternas, palos, un carro para mover la carga. A veces trabajan 6 horas y caminan 10 kilómetros, pero se llenan de residuos que deben dejar en distintos puntos o los juntan para luego llevarlos donde un intermediario. ¿Cómo lo logran? En ocasiones gastan dinero en una camioneta y ahí pierden la mayoría de sus ganancias. Lo que logran ganar con la venta de los residuos, se les va un 30% en el pago de transporte o a veces hasta más” expresa Díaz.

Origin se suma a que los recicladores de base tengan mejores condiciones de trabajo de diversas maneras: facilitándoles transporte, desarrollando mecanismos de comunicación entre ellos y la empresa para recoger lo que ya tienen acumulado. Además, Origin cuenta con un sistema de precio y peso justo para pagarles el instante que llevan el material acumulado. Sumado a esto, Origin se encarga de bancarizar a los recicladores de base. “No hay que olvidar que hablamos de la base de pirámide social, gente que entre todas sus dificultades, no tiene acceso a una cuenta bancaria. Eso los hará sujetos de crédito para que a futuro puedan ser microempresarios de la recuperación de residuos. Así es como los sumamos a Origin para que tengan mayores ingresos y mejores condiciones de vida” comenta Díaz.

## ECODISEÑO

Para Javier Díaz, el diseño es un punto fundamental. De manera sencilla, nos explica el procedimiento en la línea de producción de Origin:



- 01.** Llegan las botellas post-consumo para su proceso de separación y de lavado.
- 02.** Muelen el producto y lo llevan a altas temperaturas (280°) para convertirlo en líquido.
- 03.** El líquido se solidifica para cortarlo y formar pellets.
- 04.** Sale una preforma de todo el proceso y luego, finalmente, la botella.



**SOBRE ENKADOR**

Su planta de transformación está en Quito, situada en el Valle de los Chillos. Abarcan territorio a través de centros de acopio y gracias a los recicladores de base. Trabajan prácticamente en todas las provincias del país y cuentan con centros de acopio en Loja, Ibarra, Ibarra, Cuenca, Ambato, Quito y en asociación con Manabí, Esmeraldas, Guayas y el Oriente. Su propósito es llegar con logística a más partes del país.

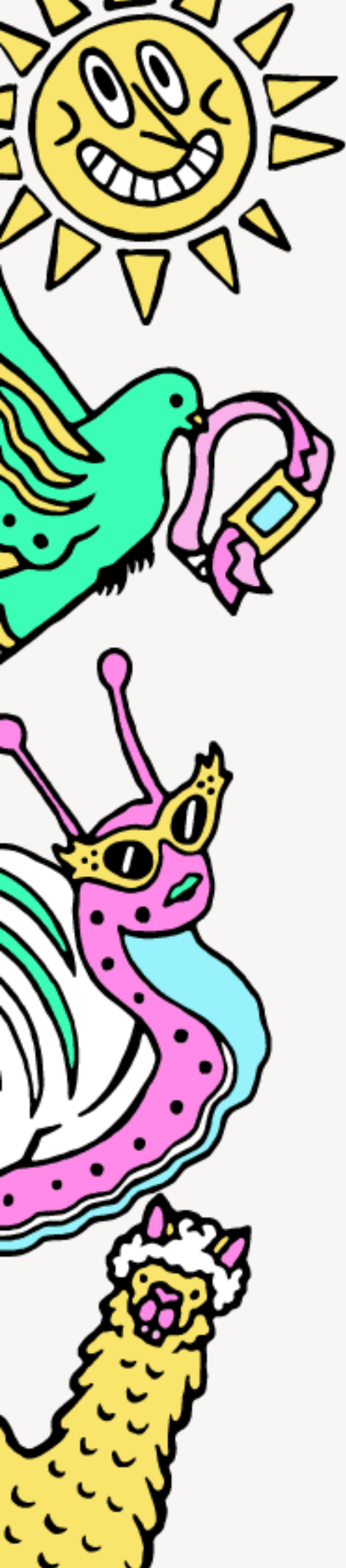
Todo ese proceso es complejo y obliga a que, antes de salir al mercado, exista el ecodiseño. Sin ecodiseño, por más que el material sea reciclable, no se va a lograr reciclar cuando llegue a una planta de producción. En el caso de Origin, identifican en una botella tres materiales o componentes: la botella, la tapa y la etiqueta. La tapa de por sí es otro tipo de plástico, no es PET; al retirarla, la llevan a otro proceso de transformación. Si la etiqueta es de algún material que no es compatible con el PET, ya no es reciclable. Desde ese tipo de diferenciaciones empieza el ecodiseño.

“El reto está en convencer a las personas que se encargan del marketing, proponer al consumidor productos sostenibles. El consumidor debe exigir productos sustentables. Nosotros estamos convencidos como Origin que una de nuestras labores fundamentales es la educación al consumidor pero también al productor. Las áreas de marketing y diseño son claves para entender que el reciclaje de un envase depende directamente de cómo está diseñado. La única forma de que algo pueda ser reciclable es que exista la cadena para que el post consumo pueda ingresar a las máquinas y ser procesado

nuevamente. Ahí está la clave del diseño” manifiesta Díaz.

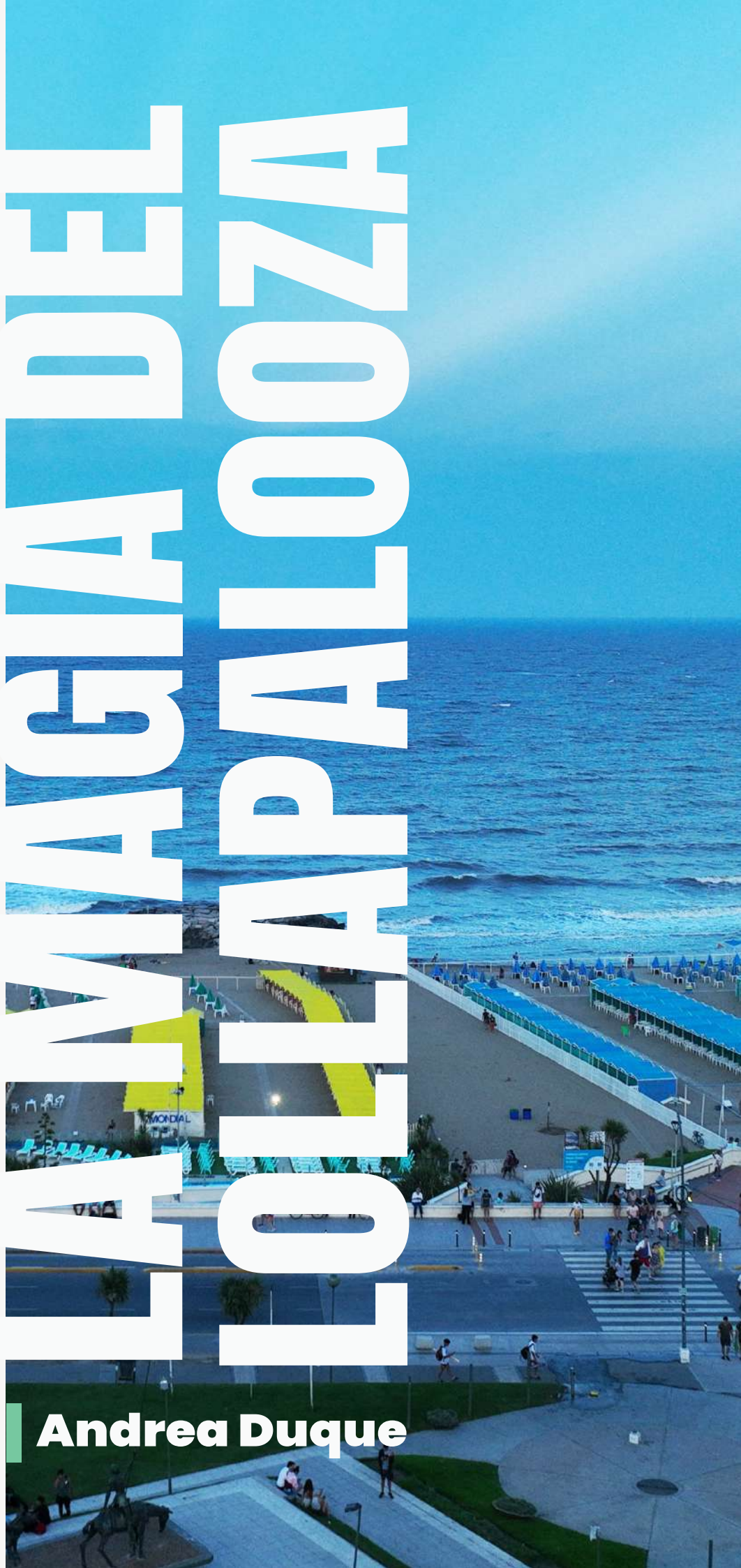
**ECUADOR Y UNA CULTURA DE RECICLAJE**

Aún falta tiempo para que en nuestra cultura se instaure en totalidad procesos de reciclaje. “Origin quiere generar a originers en el país. Lo que hacemos lo realizamos en alianza con más empresas y organizaciones. Si logramos que en oficinas y casas se separe lo reciclable de lo que no lo es, ya es un gran paso. Así también ayudamos a los recicladores de base, que ya no tienen que abrir las fundas y buscar entre la basura, lo cual implica muchos riesgos; sino simplemente agarrar la funda de reciclables y llevarlo a plantas procesadoras como la nuestra. Aún nos falta llegar a sistemas reciclables como los de Loja y Cuenca. No es imposible, pero nos tomará mucho tiempo. Debemos, como sociedad, ser responsables. Es difícil que la responsabilidad se la lancen al gobierno o municipio de turno, inclusive hacia el productor. El consumidor tiene las herramientas disponibles para cambiar las cosas. Nuestro lema como Origin es: “El poder de uno”. En el poder de uno está cambiar y transformar el presente y el futuro” asevera Díaz.



# LA MAGIA DEL LOLLAPALOOZA

**Andrea Duque**



Buenos Aires, una ciudad exquisita. Posee un encanto que se adapta maravillosamente a las altas temperaturas de verano durante el mes de marzo. Es colorida, diversa e interminable: un destino digno de repetirse las veces que sean necesarias. En cada esquina hay una sorpresa gastronómica, artística o arquitectónica que deslumbra los sentidos. La Ciudad de la Furia es infinita y deliciosa.

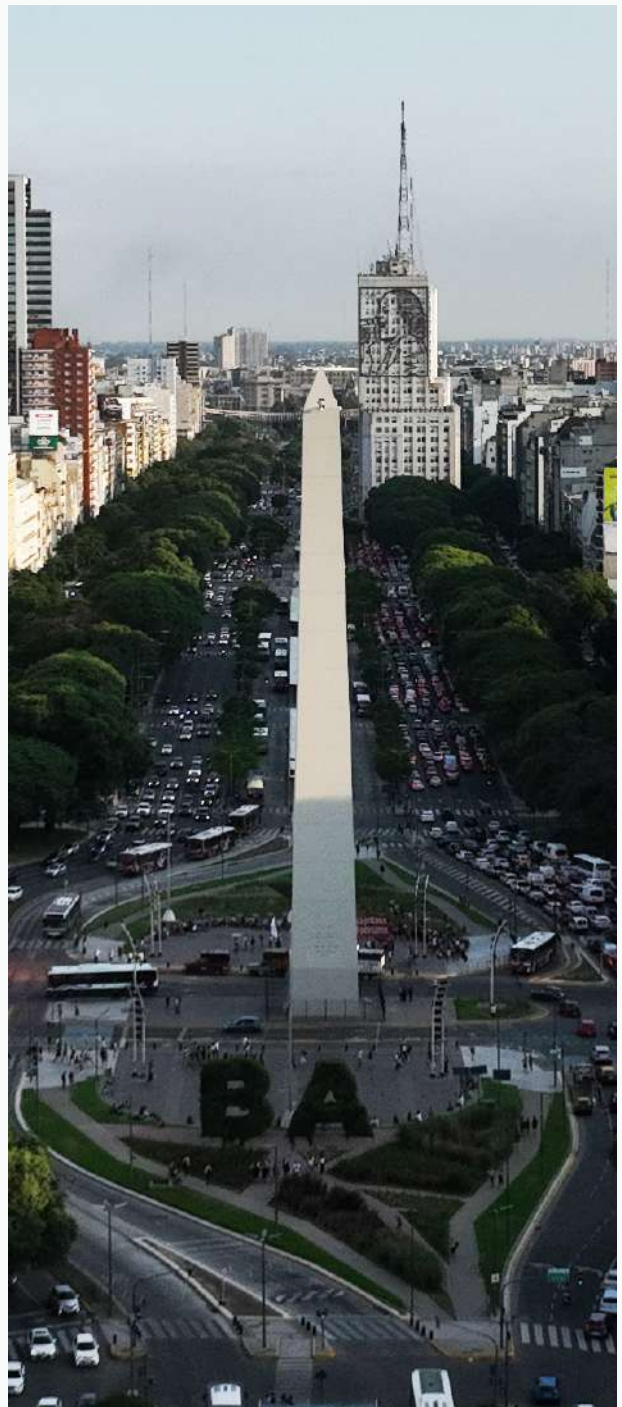
La imponente del Obelisco no puede dejar de ser fotografiada, además que centraliza calles de mucho movimiento y es el punto de partida de la mayoría de paseos para turistas. La Casa Rosada -un lugar que grita historia- con todo lo que implica su construcción y los miles de movimientos que a sus afueras se han congregado desde hace décadas, lo hacen un lugar imperdible. Puerto Madero tiene una energía cargada de modernidad y lujo, que no le pide ningún favor a los rascacielos de otras ciudades. Un café, una cerveza o un vino, todo va bien mientras se contempla al Puente de la Mujer sobre el majestuoso Río de la Plata.

Recoleta, Palermo, La Boca, el fútbol, las parrillas, los choris, la milanesa, la Pizzería Guerrín... más que una recomendación, son parte fundamental de la estructura cultural de un país increíblemente cálido como lo es la Argentina.

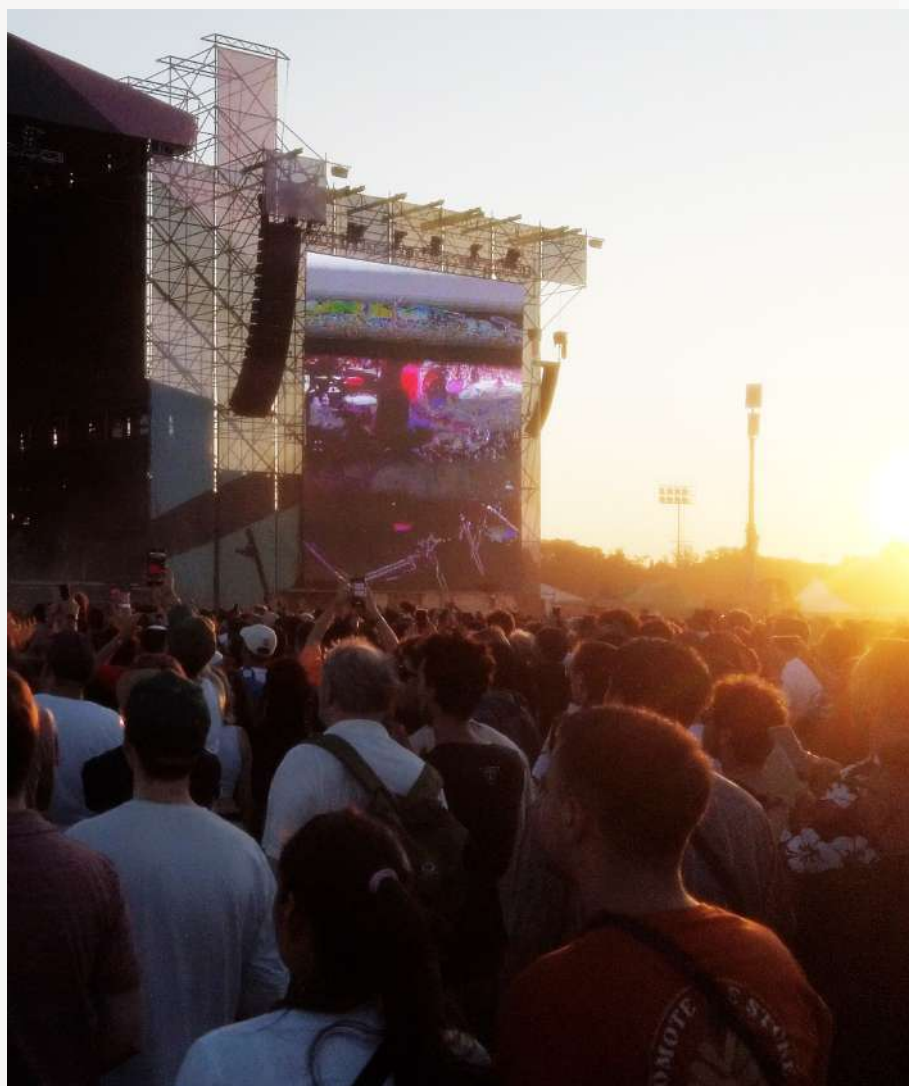
La música es vida. Todas las personas deberían vivir al menos una vez un festival de música. Lollapalooza es un festival internacional que nace en los Estados Unidos en 1991 y que proponía presentar a artistas de música alternativa como el punk, indie y rock alternativo, así como brindar espacios para arte y danza.

Se retomó su realización en el 2003 y desde ahí ha sido exportado a diferentes países de América Latina y Europa con artistas de todo nivel: The Killers, Red Hot Chili Peppers, Pearl Jam, Björk, Arctic Monkeys, Foo Fighters, The Smashing Pumpkins entre otros grandes artistas de relevancia mundial.

La edición Lollapalooza Argentina 2023 se llevó a cabo el 17, 18 y 19 de marzo en el Hipódromo de San Isidro. Organización impecable, gente hermosa paseando por todo el lugar y atardeceres dorados fueron las impresiones del primer día. La



**La edición Lollapalooza Argentina 2023 se llevó a cabo el 17, 18 y 19 de marzo en el Hipódromo de San Isidro.**



caminata entre escenarios, de más o menos 2 y 3 kilómetros de distancia entre cada uno, se resolvía fácilmente con un buen descanso y muchas milanesas.

He ido a otros festivales en otros países, sin embargo hubo algo que me llamó la atención: la organización de la entrada y salida de más de 120.000 personas. Al preguntar en la estación de tren Belgrano C cómo podríamos movilizarnos, nos contaron que se hizo un acuerdo entre los organizadores del festival y el ayuntamiento para que los trenes desde Capital a San Isidro funcionen hasta las tres de la mañana: dedicaron trenes exclusivamente a la movilización de los asistentes al evento, por lo cual no hacían paradas intermedias. Hago énfasis en esto porque las distancias son realmente amplias en Buenos Aires. La movilización no fue ni un problema ni una preocupación; más bien, es muy valioso ver que con una planificación adecuada, los eventos pueden ser una excelente herramienta para atraer turistas y generar movimiento económico en una ciudad.

Disfrutamos de una increíble fiesta de música con Rosalía, Drake, Danny Ocean, Trueno, Alvaro Díaz y cerramos con el gran Armin Van Buuren, la maravillosa fiesta Bresh, Twenty One Pilots, Tame Impala, Mora y la magnífica Sofi Tukker.

Una experiencia inolvidable y digna de ser repetida el 2024.

# CIENCIA AL SERVICIO DEL TURISMO Y LA CONSERVACIÓN

## Carlos Morochz

Carlos Morochz trabaja en la Gerencia de Sostenibilidad Ambiental y Responsabilidad Social Corporativa para Metropolitan Touring. Estudió biología y diseño e implementó el departamento de investigación de biología y de ciencia para Mashpi Lodge, el hotel de lujo que, según la BBC News, logró salvar uno de los bosques tropicales más bellos y diversos del planeta como lo es el Chocó Andino. Para Morochz, la biodiversidad y las interacciones ecológicas en proyectos de turismo de naturaleza son importantes para entender los ecosistemas y, de esta manera, ofrecer nuevas experiencias de exploración.

### TURISMO SOSTENIBLE

Primero, definamos lo que es sostenibilidad, porque puede aplicarse para muchas cosas. La sostenibilidad se

refiere a cómo nuestras buenas acciones ambientales y sociales –además de cómo administramos las empresas– influyen en las futuras generaciones. Las acciones que realizamos hoy, minimizan los riesgos a corto, mediano y largo plazo. “Como Metropolitan Touring, las acciones de sostenibilidad empezaron en 1969 con nuestra llegada a Galápagos. Recibimos científicos y personas relacionadas al Parque Nacional. Desde ahí, empezamos a crear y diseñar las rutas y las regulaciones que el parque utiliza en la actualidad. Quizás en esa época no se le conocía como sostenibilidad sino ecoturismo, pero todo ha cambiado en el transcurso del tiempo. Nos hemos ido adaptando en base a las circunstancias y las necesidades que han venido cambiando a lo largo de los años” explica Morochz.

Con el crecimiento de la población en las islas, Metropolitan Touring implementó una planta de tratamiento de residuos sólidos para reducir la cantidad de basura que se generaba. Actualmente en Galápagos se utilizan esas prácticas. Aunque su visión de sostenibilidad ambiental ha sido clara desde sus inicios, las mismas han ido transformándose con el transcurso de los años en base a las necesidades. “Tenemos tres pilares importantes: reducción de emisiones de carbono al máximo; monitoreo de nuestra huella de carbono y cómo la compensamos en proyectos de conservación, actualmente enfocados en los bosques del Chocó; y la protección del patrimonio natural y cultural a través del conocimiento generado en nuestras operaciones con todas las personas. Nos enfocamos en la reducción de carbono con nuestros más de 600 empleados. Así cubrimos todas las unidades de negocio impactando positivamente al medioambiente” puntualiza Morochz. Como Metropolitan Touring, sus destinos claves son Galápagos, el Centro Histórico de Quito con Casa Gangotena y el Chocó Andino con Mashpi Lodge.

### CARBONO NEUTRALIDAD

Para Morochz, tenemos que ser realistas y tomarnos una fotografía de cómo nos encontrábamos en el pasado. Antes –a su parecer– las personas no éramos conscientes de los gastos innecesarios de energía que realizábamos; sin embargo, hemos empezado a buscar mejores prácticas sostenibles acompañadas de análisis de emisiones de energía, reciclaje y manejo de desechos. En base a eso, podemos realizar un monitoreo año tras año para disminuir nuestra huella de carbono. “El trabajo que realizamos con nuestros proveedores también es importante para esto. Gestionamos con ellos capacitaciones para entrar en una cadena de economía circular. Reconocemos que la gran problemática a solucionar es nuestra huella en cuanto a consumo de combustibles fósiles, además de ser una de las más difíciles de monitorear. Esto representa una búsqueda constante de innovación y de tecnologías que nos ayuden a analizar esas fuentes de emisiones” enfatiza.

Por ejemplo, en el Hotel Finch Bay de Puerto Ayora en Galápagos, el anterior año, se colocaron 350 paneles



**Impulsar el progreso de las comunidades y su formación, generar empleo y crear talento es parte de lo que representa el crecimiento sostenible. Las empresas necesitan ser más transparentes con sus políticas de sostenibilidad y entender si realmente las poseen. La sostenibilidad debe ser parte de su ADN corporativo. Toma tiempo y esfuerzo –especialmente en el turismo– para lograrlo, pero Metropolitan Touring se compromete con la sociedad y el mundo en crear nuevas formas de hacer turismo.**

solares. Esto compensa el 60% de la energía que utilizaban interconectada con la red eléctrica. Redujeron su huella de carbono en cerca del 50%, 110 toneladas de carbono anualmente. Lamentablemente no existe la regulación de Carbono Cero o Neutro en Ecuador. Metropolitan Touring lo hace conservando bosques y áreas biodiversas.

### PROYECTOS SOSTENIBLES A FUTURO

Metropolitan Touring trabaja para que en toda su cadena de proveedores sean más personas de las localidades quienes suministren insumos para sus hoteles. En Mashpi Lodge y sus comunidades aledañas, en conjunto con Fundación Futuro –que es su brazo ejecutor de proyectos de compensación y de medios de vida sostenibles en las comunidades–, y junto a la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Guayabillas, se encargan de producir mermelada, granola, y de proveerles de fruta e ingredientes para platos de comida de su menú. Al menos el 75% de sus platos tienen un ingrediente local. Su transición de sostenibilidad beneficia a todos a su alrededor.

“Para dinamizar la industria local en Galápagos, cerca del 35% al 40% de nuestro presupuesto de alimentos y bebidas es de compra para proveedores en las islas. En Casa Gangotena en el Centro Histórico, lo que actualmente reflexionamos es cómo ser mejores vecinos y cómo podemos influir en los comercios tradicionales a nuestro alrededor para que participen en nuestra boutique. También trabajamos con la organización “De Vuelta Al Centro” donde apoyamos el embellecimiento de las plazas con la plantación de geranios e identificando potencialidades; por ejemplo, creando un mapa autoguiado para los huéspedes que visiten Mashpi Lodge para que puedan conocer comercios tradicionales en su visita al Centro Histórico de Quito” menciona Morochz.

Para Metropolitan Touring, las prácticas del día a día son importantes para dar el ejemplo y compartirlo con quienes los rodean, desde la misma empresa hasta las comunidades y sus clientes.



# REDES DE EMPRENDIMIENTO, EXCELENCIA E INNOVACIÓN

## Andrés Zurita



Resulta extraño encontrarse con personalidades abiertas, empáticas y con visión de futuro. Andrés Zurita pertenece a ese grupo extraordinario de individuos dispuestos a apostar por el desarrollo local para construir nuevas perspectivas de crecimiento y avance en materia económica. Desde su posición como Director Ejecutivo de la AEI, Andrés Zurita personifica el decir haciendo en un ecosistema plagado de disyuntivas apoyadas en la desazón y la falta de confianza. Su participación en la AEI significa la transformación hacia la excelencia que -como ecuatorianos- poseemos y precisamos impulsar.



La Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI) es un grupo de ecuatorianos dispuestos a impulsar el semillero de emprendimientos que existe en nuestro país. Con 10 años de existencia, demuestran que las adversidades en el campo de los negocios para emprendedores pueden ser solucionadas gracias al apoyo de personas, empresas, multilaterales e instituciones, que valoran y creen en proyectos novedosos y auténticos. Andrés Zurita, Director Ejecutivo de la AEI, nos comenta en la siguiente entrevista varias de las acciones realizadas por la AEI para crear redes de crecimiento, desarrollo y trabajo.

### UN RECUENTO DE EXPERIENCIAS HACIA LA AEI

Desde el año 2009 hasta el 2012, Andrés Zurita, Director Ejecutivo de la AEI (Alianza para el Emprendimiento y la Innovación) trabajó para el Gobierno impulsando el primer gran programa y gran fondo de financiamiento para emprendedores llamado *Emprende Ecuador, Innova Ecuador*. “Eso permitió estructurar las primeras incubadoras. El primer gran grupo de emprendedores financiados por el programa recibió más de 7 millones de dólares. También creamos el primer club de inversionistas” recuerda Zurita. Lamentablemente, como siempre pasa con los cambios de gobierno, se cerró todo lo realizado por el programa. Andrés, junto a nueve ecuatorianos (actual directorio de la AEI), reconstruyeron el proyecto en pos del desarrollo del país y crearon la AEI, una institución sin fines de lucro que busca desarrollar el ecosistema del emprendimiento y la innovación en el Ecuador.

“Creamos una red de instituciones para desarrollar un ecosistema y establecimos un fondo. Los inicios fueron complicados. Todos perdimos dinero, incluyéndome, pero la AEI se consolidó. En la actualidad, representamos el 13% del PIB, se sumaron universidades, academia, multilaterales y hemos llegado a diez mil emprendedores. Nuestros emprendedores generaron en 2022 alrededor de 42 millones de dólares en ventas y más de 500 empleos” recalca Zurita, destacando el impacto positivo de la AEI. “Nos juntamos un grupo de ecuatorianos buscando generar un espacio y un grupo de trabajo, una red que no dependa de fondos públicos -que hasta ahora funciona de esa manera- junto al apoyo del sector privado -de la CAF - Banco de Desarrollo de América Latina puntualmente- y de las universidades. Así nacimos” enfatiza Zurita, animado por el crecimiento que ha tenido la AEI, la cual cumple una década de vida este año.

### PROPUESTAS DE VALOR: LAS CLAVES DEL CRECIMIENTO

La AEI impulsa el emprendimiento y la innovación,

pero para poder cumplir con su misión y visión, la planificación y administración son indispensables para generar proyectos sostenibles que apoyen a los emprendedores y se conviertan en el puntal de su gestión y crecimiento. Para esto, Zurita menciona cuatro propuestas de valor para alcanzar sus objetivos.

01. Potenciar a emprendedores. La AEI agrega valor para que crezcan y generen ventas, empleo e inversión.
02. Las empresas pertenecientes a la red de la AEI potencian sus propuestas de valor a través del emprendimiento y la innovación.
03. Generar un marco regulatorio adecuado para el emprendimiento y la innovación.
04. Administrar de forma confiable y eficiente los recursos.

“Ayudamos a emprendedores tecnológicos y de innovación incremental a través de la articulación de una red que les da mercado, financiamiento, asistencia técnica, soporte, mentoría, asesoría legal, incubación, mercados internacionales, es decir: les ofrecemos todo lo que necesitan para lograr crecer” menciona Zurita. También, la AEI -gracias a sus alianzas estratégicas- ofrece los productos de sus emprendedores en perchas para exhibiciones preferentes en Supermaxi, aeropuertos, Farmacias Medicity, Nestlé, KFC, El Español, TVentas. Al ir a cualquiera de estos establecimientos y ver “Mercado Emprendedor”, se podrá reconocer el logo de la AEI, el sello de garantía y confianza con los emprendedores. Existen aliados que les dan apertura de mercado, establecen condiciones de pago, los promocionan y les permiten crecer. También existen aquellos que los financian. “Tenemos tres redes de inversionistas ángeles, cinco fondos de inversión, fondos no reembolsables para emprendedores y los miembros de la AEI también depositamos nuestra confianza en los emprendedores financiándolos” resalta Zurita.

La AEI cuenta con servicios de asesoría y soporte, abogados, incubadoras, diseñadores: un grupo de actores clave. Dentro de la red, tienen alianzas con universidades para realizar incubaciones. Sus aliados tienen programas y cursos de formación online. “En esa primera línea -emprendedores en idea, prototipos, primeras ventas, incluso en crecimiento- les ayudamos a que crezcan a través de nuestra red de aliados como empresas,



universidades, multilaterales e inclusive con el Gobierno. Potenciamos sus propuestas de valor gracias a programas de innovación lo cual genera mayor crecimiento y mayores ventas. Realizamos un test que determina qué deben mejorar. De acuerdo a ese test, distinguimos sus necesidades y conectamos con los miembros de la red para que puedan resolver sus problemas” expresa Zurita. La AEI agrega valor juntando a empresas reconocidas en el Ecuador y a emprendedores con propuestas y soluciones creativas, en especial quienes despiertan en el aspecto de desarrollo de tecnología.

Mantener a los emprendimientos representa el gran desafío para la AEI. En estos años, han logrado que los emprendedores por necesidad ya no lo sean en su gran mayoría: ahora son emprendedores por oportunidad. Su éxito en cuanto a gestión ha sido tal que el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), les ha solicitado transferir su metodología de desarrollo de ecosistemas a cuatro países y la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) a cuatro países postguerra. “Ecuador es un país compacto, con liderazgo empresarial. Eso es lo más importante de la AEI: tenemos empresarios muy comprometidos. Tenemos 600 personas que al año están interactuando con otras empresas. Nuestro país, aunque pequeño, permite que el emprendedor pruebe. Somos un ecosistema pequeño con un sector privado muy comprometido, que permite arrancar, probar, lanzarte. El desafío es innovar y salir. En eso estamos trabajando” destaca Zurita.

**LEY DE EMPRENDIMIENTO: EL IMPULSO NECESARIO**

Existieron tres grandes frentes de la Ley de Emprendimiento en el Ecuador: la apertura de empresa, el cierre de empresa y el financiamiento. Desde el 2010 hasta el 2019, existieron Fondos de Capital Semilla para emprendedores por parte del Gobierno. En la actualidad, y para desazón de muchos, en ningún año del actual régimen han existido fondos de capital semilla a pesar que la Ley de Emprendimiento estipula que los mismos existan. “El Presidente Lasso durante su posesión afirmó que existirían los fondos; en Israel, nos pidió

que nos hagamos cargo como AEI y hemos creado un equipo de trabajo con el Canciller, el Ministerio de Industrias y el Ministerio de Finanzas. Nos ofreció su voto de confianza, pero se terminó el 2022 y no se dieron los fondos. Para marzo, continuamos sin fondos. El tema de financiamiento nos preocupa porque, en fases iniciales, el sector privado no participa. En cualquier ecosistema se necesitan fondos no reembolsables públicos, y esa es una ausencia que ojalá cese de existir este año” manifiesta Zurita.

**UN ÁNGEL PARA TODOS**

Un inversionista ángel es quien contribuye con fondos a las empresas que empiezan a existir. En Ecuador tenemos uno de los clubes de inversión ángel más dinámicos, activos y caso de éxito en la región que es el Startups Ventures, al cual Andrés Zurita pertenece. “Se está replicando en Panamá. Se

**EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS**

**La AEI, luego de una intervención de cinco años en Manabí y Esmeraldas con emprendedores vulnerables, encontró que, cuando están anclados a la gastronomía, generan 17 veces el monto que se usó para apoyarlos. Lo que hicieron fue identificar cuánto nos falta y cuán difícil sería que Ecuador compita con países como Perú o con México. Se juntaron un grupo de empresas y crearon un fondo importante de cinco millones de dólares para entender qué se puede hacer y desarrollar una estrategia para posicionar la gastronomía de Ecuador en el mundo. El resultado de eso es que los emprendedores vulnerables y los emprendedores gastronómicos, pueden ampliar en varias decenas de veces el PIB del Ecuador a través del turismo y las exportaciones de productos procesados alrededor de la gastronomía.**

## MÁS PROGRAMAS, MÁS DESARROLLO

**El programa “SE PUEDE” para emprendedores vulnerables de Sierra-Centro está abriendo junto a sus aliados centros de acopio para emprendedores agroindustriales.**

**“De vuelta al Centro” busca reactivar el comercio alrededor de la Plaza de San Francisco, en nueve cuadras y posee medio millón de dólares para reactivar a emprendedores.**

encuentran los empresarios más importantes del país dando decenas de horas de capacitación a emprendedores e invirtiendo a cambio de un porcentaje, pero no con la intención de adueñarse de la empresa. Su rol esencial es guiar, hacer que los emprendimientos crezcan. La verdad, aún nos faltan emprendedores que quieran darse el tiempo para crecer rápido y ser globales. Aprovecho esta entrevista para invitar a los empresarios que quieran invertir y ayudar a emprendedores a través de los clubes de inversionistas ángeles. También extendiendo esta invitación a los emprendedores que tengan emprendimientos tecnológicos o agroindustriales y que deseen crecer aceleradamente en los mercados internacionales. Usen el club de inversionistas ángel que existe. Si regresamos a ver a otros países, no hay clubes de inversionistas ángel. La mayoría son venture capitals agresivos, que toman más participación y que buscan a emprendedores más grandes. Aquí hay un club de inversionistas ángel donde puedes tener de socio al empresario más importante del país y que el mismo pueda ser parte de sus directorios. Ojalá y los emprendedores aprovechen esta oportunidad” plantea Zurita.

Es parte de la estrategia de la AEI que los emprendedores locales salgan rápido y se prueben en el mercado internacional: que sean globales. Su misión principal es potenciar el emprendimiento y la innovación para el Ecuador. Para cuando Ecuador sea un país con mayor desarrollo, con el doble de PIB per cápita y donde sea muy fácil emprender, seguramente la misión de la AEI cambiará. Según la CAF, hemos pasado de un no ecosistema a un

ecosistema naciente, así que todavía falta mucho por recorrer. Tenemos mucho por trabajar en el Ecuador.

## DESAFÍOS, RETOS Y PLANES A FUTURO

Para la AEI, los desafíos en este 2023 son lograr el financiamiento no reembolsable para emprendedores, algo muy importante que esperan y confían en que el Gobierno lo haga. También lo es el acompañar y consolidar los procesos de innovación en redes de empresas muy grandes, así como la consolidación de los procesos de exportación de emprendedores y fortalecimiento de emprendedores tecnológicos locales. “Tenemos un foco muy importante en la Amazonía porque identificamos emprendedores muy talentosos. Vemos un gran movimiento global hacia la Amazonía, así que estamos lanzando varios fondos no reembolsables para esta región del país. La gastronomía es otra de nuestras verticales. A mediano plazo queremos seguir cerrando brechas, ser más eficientes, pero sobre todo, ser más locales. La AEI tiene focos en Quito, Guayaquil, Cuenca y Loja, pero nos gustaría llegar a otras zonas. Estamos explorando cómo podemos ser más globales a través de los emprendedores vulnerables: una red para generar oportunidades de emprendedores en cualquier lado. Esos son nuestros desafíos” enfatiza Zurita.

## RUMBO A PANAMÁ

**Aunque no sea un brazo ejecutor de la AEI Ecuador sino un par, un grupo de empresarios en Panamá ha decidido crear un ecosistema para el emprendimiento y la innovación en el país centroamericano. Este grupo de empresarios ha tomado la metodología y los aprendizajes de Ecuador para replicarlos en Panamá a cambio de puntos de venta y perchas para productos de emprendedores ecuatorianos. Es un espacio de cooperación y aprendizaje. El gran desafío de Ecuador es convertirse en un semillero de emprendedores globales.**

# atv.



## Tus *ideas,* a otro nivel

Somos un equipo que transforma grandes ideas en imágenes e historias. **Comunicar, enamorar e inspirar.** Producimos algo más que spots y contenidos: creamos conexiones. En **A Toda Viada** (ATV) nos alejamos de lo convencional: creamos soluciones simples a problemas complejos.



atv\_agencia



www.atvagoncia.com



# EL PROCESO CREATIVO ES TRABAJO

**Marcelo Sapoznik**

Pablo Picasso afirmó que la inspiración existe, pero debe encontrarnos trabajando. Para Marcelo Sapoznik quizás esta frase sea una de las máximas que lo acompañan todos los días durante las más de tres décadas en el ejercicio del diseño, carrera interdisciplinar que lo ha convertido en un referente. Para Sapoznik, la inspiración en el ámbito de la creatividad consiste en trabajo arduo, sin medias tintas.

La educación es perpetua. Todos deberíamos ser estudiantes en constante descubrimiento y formación. Marcelo Sapoznik se considera un estudiante eterno, y con razón. Sus más de 30 años de experiencia profesional y en docencia, le han permitido redescubrir y encontrar nuevas herramientas para apoyar a empresas, estudiantes e inclusive a personas privadas de la libertad. Su especialización en Desarrollo de Estrategia de Marcas contribuye al éxito de la evolución y la realización de diversos proyectos.

## LOS INICIOS: ACADEMIA Y ESTRATEGIA DE MARCA

Marcelo Sapoznik inició en el diseño gráfico publicitario en 1983, con plena llegada de la democracia a la Argentina. Ingresó a la Universidad de Buenos Aires donde ya existía la carrera de diseño gráfico, y en ese entonces, ya tenía un estudio de diseño gráfico con bastante repercusión, vinculado en el mercado de diseño de identidad corporativa. En los 90's, que en Argentina estalló el capitalismo salvaje por decirlo de alguna manera, surgió un momento ideal para todo lo que era trabajo de diseño de identidad corporativa porque se vendía a las empresas del estado. Empezaron a llegar empresas multinacionales, los bancos se fusionaron, y fue ahí cuando Sapoznik adquirió la especialización de diseño de identidad corporativa.

“Los clientes siempre fueron los que me marcaron el camino. Surgió por parte de uno de ellos la necesidad de incorporar al proceso de diseño de identidad corporativa todo lo que tenía que ver con estrategia. Desde ahí empecé a profundizar en el tema de estrategia de marca, disparé con el tema de branding y me convertí en una especie de consultor/estratega con perfil de diseñador y un diseñador con capacidades de estrategia de marca. Eso fui haciendo desde aquel momento, de los 90's hasta ahora” rememora Sapoznik.

En 1986, Sapoznik empieza a dar clases en la universidad, profesión que lo acompaña hasta la actualidad. Su vida profesional está básicamente apoyada en dos pilares muy importantes: lo académico y la estrategia de marca. Lo académico tiene que ver con creatividad e innovación, pensamiento de marcas, diseño gráfico. Sapoznik está a cargo de la asignatura “Diseño de Identidad Institucional” –que es puro diseño de identidad institucional en lo corporativo– en la Universidad de Buenos Aires. “Si alguien me preguntara cual es mi habilidad, diría que es la curiosidad. A través de ella me empecé a meter en el tema de la creatividad, del design thinking y diseño de futuros” explica.

## DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Para Sapoznik, la comunicación te impulsa a pensar en el rol del diseño, y no del diseño gráfico como un complemento estanco. Durante mucho tiempo se pensó que el diseño venía a traducir una necesidad determinada. Técnicamente se resolvía. Hoy, la demanda del diseñador, como en el caso de Sapoznik, no puede pensarse en el concepto de diseñador gráfico sino en diseño, porque uno se sumerge en la problemática de la empresa y lo puede abordar desde diferentes miradas. “El diseño gráfico técnicamente es la resolución visual, para decirlo de alguna manera, de algún conflicto o problemática de carácter comunicacional. Si solo se ocupara de eso, fuera muy limitado. Pueden haber problemas de marketing, de comunicación, financieros, de recursos humanos” recalca Sapoznik.

## DISEÑO DE FUTUROS

Pensar en el diseño como una especialización limitada es algo muy anacrónico. Verse, por ejemplo, únicamente como diseñador gráfico, solo como diseñador industrial o solo como diseñador de espacios, es muy limitado. “En la pandemia me reconvertí. Repensé en qué otras cosas del diseño podía adquirir. Así como soy docente desde hace 35 años, también soy un alumno porque al mismo tiempo sigo aprendiendo. Uno de los temas que me interesó mucho fue el design thinking y el diseño de futuros” menciona Sapoznik.

Para Sapoznik, el design thinking es un tema del aquí y ahora para solucionar los problemas de la sociedad en el momento presente; y el diseño de futuros, para anticiparse a algo que va a suceder y que todavía no sabemos qué es y eso, para él, es maravilloso porque genera una intriga absoluta al poder diseñar algo que va a suceder en los próximos 30 a 50 años, o en el tiempo en el que muy probablemente no estemos nosotros ni nuestros hijos.

El diseño de futuros no es nuevo. Algunas personas lo llaman diseño especulativo. Hay que destacar un tema importante en la palabra plural: no es futuro sino futuros. No hay un único futuro. Para Sapoznik, el trabajo lo que te obliga es a pensar diferente. “Mucha gente lo vincula con la ciencia ficción, porque justamente son escenarios no previstos. Si yo hoy te cuento un escenario a futuro y me respondes con que eso ya existe, entonces hay algo que falla” menciona. El diseño de futuros es pensar visionariamente en algo que podría llegar a suceder en el futuro, que todavía no sucede, interpretando las señales o las vivencias. Hay una etapa del diseño de futuros que es capturar e interpretar señales: ver cosas



que pasan en el mundo que otros no ven. Al ver las tendencias, lo que se puede lograr es imaginar nuevas posibilidades. Hay que atravesar la barrera de lo obvio.

### DISEÑO GRÁFICO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS CON IMPACTO PERSONAL Y SOCIAL

Debemos pensar en la función social del diseño como herramienta de aprendizaje de varias destrezas y prácticas. “La experiencia en la Unidad 47 de San Isidro del Servicio Penitenciario de la Provincia de Buenos Aires es increíble porque, darle la oportunidad a las personas que están privadas de su libertad de un momento de pensar, crear, diseñar, más allá de que pueda ser poéticamente liberador, es ofrecer herramientas a personas que salen y van a querer reinsertarse en la sociedad porque generalmente salen con muy pocas herramientas. Por eso es importante el tema de la educación dentro de los muros para que cuando salgan tengan alguna herramienta para poder insertarse en la sociedad. Lo que hago ahí específicamente son los Talleres de Creatividad. Tener 4 o 5 momentos todas las semanas y sentarse entre ellos, con diferentes técnicas de creatividad y poder solucionar problemas “cotidianos” –digo problemas cotidianos porque nuestros problemas no son los mismos que tienen ellos– entonces tratamos de encontrar problemas que a ellos les afecten de alguna manera” indica Sapoznik.

El diseño es un medio para resolver problemas, para pensar problemas o soluciones. “Hay una cosa que tiene que ver con el prejuicio sobre las personas privadas de la libertad que parecieran no tener derecho para estudiar o aprender nada

nuevo, pero eso es una cuestión moral. Cuando yo decidí que parte de mi vida me iba a dedicar a la docencia empecé a pensar también en quienes necesitaban de esto, no solamente quienes fueron a la universidad sino quienes no acceden a eso, cómo hacemos para sacarle la educación en su momento, que son solo dos horas por semana. Son dos horas en las que todos somos iguales. Terminé conociendo sus nombres pero no los motivos por los que están ahí adentro. Sé que están por motivos que no son simples. Ellos ya están pagando por lo que hicieron con su privación de la libertad. Sus derechos humanos siguen ahí, por eso deben estudiar, educarse, trabajar. Eso es lo difícil” plantea Sapoznik.

### ÉXITO Y SOSTENIMIENTO DE PROCESOS

Contribuir conlleva un grado de humildad y modestia para generar el éxito. Lo más importante para Sapoznik es contribuir, siempre y cuando la empresa o la corporación tengan muy en claro qué es lo que quieren hacer. “Cuando doy mi taller o inicio alguna actividad o alguna charla en las empresas, siempre comienzo con el ejemplo de “Alicia en el país de las maravillas” en el momento en el que Alicia se pierde en el bosque. El Gato, que aparece entre los árboles, le pregunta qué es lo que sucede y ella le dice que quiere salir del bosque. El Gato le pregunta que para dónde quiere ir, a lo que Alicia responde que para cualquier lado. El Gato le dice entonces: “Cualquier camino te va a llevar”. En las empresas pasa mucho eso. No saben a dónde quieren ir, entonces cualquier camino los va a llevar. Después vemos en la vía pública, en las calles, casos en los que te preguntas: “¿Por qué hicieron esto? “¿Por qué cambiaron su identidad? ¿Para qué? ¿Qué están

comunicando? ¿Qué es lo que quieren decir?” Muchas veces no lo saben, porque no saben hacia dónde quieren ir” explica Sapoznik.

Lo primero que hay que cuestionar o preguntar es para qué se hace lo que hace. Existe una frase muy conocida en el mundo del diseño que dice: “Si no tienes nada que contar, no hay nada que enseñar”. Y eso es cierto. “Muchas veces es tan caprichoso, y lo cuento en la mayoría de ocasiones en mis clases de Estrategia de Marca, que existen peligros que se deben evaluar. El peligro más importante es el giro gerencial. Cuando llega gente nueva ocurre que dicen: “Ahora se van hacer las cosas a mi manera”. Siempre es mejor un gerente de marca o de producto que pueda sostener una estrategia ya comenzada por otro, que comenzar una nueva. Es menos caro y es más inteligente. Lo que pasa es que, la mayoría de gente, lo que quieren es diseñar una nueva estrategia de marca, y creo que sería más exitoso implementar una estrategia de marca existente. Es casi como los gobiernos. El que llega cambia todo lo que hizo el otro. Si fueran inteligentes, aprovecharían la energía realizada por el regente anterior y la implementarían con éxito” declara Sapoznik.

### PROACTIVIDAD Y EQUIPOS DE TRABAJO

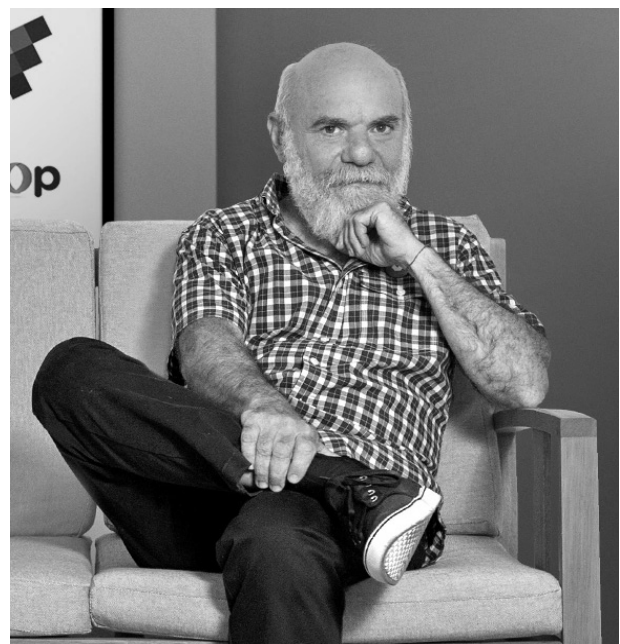
El gran problema generalmente es la implementación. Muchísimas veces se tienen ideas geniales, pero pocas las implementan o no las implementan, y se quedan solo en el proceso creativo. Para Sapoznik, pasa mucho con los emprendedores. Tienen grandes ideas, grandes proyectos pero después, en el momento de la implementación, fracasan. “Creo que lo primero en lo que tienen que ser conscientes es que el proceso creativo es un trabajo. No es esta cosa inspiradora que nos vamos a sentar en la oficina llena de millones de colores o mesas de ping pong o café libre: no. El clima ideal para el proceso creativo es trabajo al 100%, y demanda mucho esfuerzo. La gente a veces cree que solo te vas a sentar a ver qué se te ocurre y la inspiración divina baja para apoderarse de nosotros. Eso no existe en el mundo. El proceso creativo es trabajo” enfatiza.

Hay muchas cosas para tener en cuenta, por ejemplo, en el caso de Sapoznik, se suma a la tendencia general en el mundo de estar en contra del brainstorming porque le parece que está a veces muy fuera de contexto. “Como decir: “Bueno, nos juntamos en la sala de reuniones a realizar una lluvia de ideas. Es como decir, nos juntamos a compartir recetas de cocina”. Debe estar dentro del proceso creativo, de un ritmo que nos lleva acumulando diferentes experiencias. Por otro lado, la gente no es

auténtica 100% en los brainstorming. Porque especulan con que su idea debe ser la mejor: no pueden decir lo que les parece por miedo a ser criticados, o por ejemplo, en muchas culturas empresariales –y esto es real–¿para qué se van a aportar ideas para que la empresa se llene de dinero? El brainstorming está lleno de prejuicios y de juzgamientos. No digo que no se pueda hacer, lo que digo es que tiene que estar dentro de un proceso creativo y como parte de un engranaje creativo. El solo hecho de juntarse a pensar ideas, para mí es un gran fracaso. Se ponen muchas cosas en juego, y lo primero que se debe hacer es bajar el ego. Mi idea no es mi idea; mi idea es de todos. Hay que estar preparados para dejar el ego fuera de la sala de reuniones. Es muy difícil. Se pone mucho en juego si no parte de un proceso de creación” señala Sapoznik.

### EL MÉTODO SAPOZNIK

En cuanto a métodos creativos para trabajar en equipo, Sapoznik toma como punto de partida una idea que tenía Steve Jobs de unir dos puntos que hasta ese momento no estaban unidos para generar algo que hasta ese instante no existía. “Herramientas de acción, por ejemplo, es sentarse a trabajar y cuestionarse todo. Una línea que utilizo bastante para entender la metodología es elaborar cadáveres exquisitos. Pero lo primero, siempre, es definir bien el problema para poder encontrar la solución” sugiere Sapoznik a quien no le gusta que las sesiones de creatividad o de innovación sean lúdicas, puesto que las mismas deben estar destinadas al trabajo. “El proceso de creación es laborioso y agotador. El cerebro es vago, por eso creamos rutinas. En el momento que le pedimos hacer algo nuevo, debido a la fuerza de la costumbre, por lo general, no quiere” expresa.





# CONSTRUCCIÓN RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

## Esteban Proaño

El futuro es sostenible. La implementación de prácticas sostenibles con el medio ambiente son necesarias en el sector de la construcción. Factores como el cambio climático o la deforestación, nos afectan en la actualidad y pueden perjudicar más a las siguientes generaciones. La sostenibilidad tiene que convertirse en un factor fundamental que genere valor intangible a las empresas. Un trabajo en conjunto siempre va a dar mejores resultados; las empresas son un factor clave para la generación de proyectos que permitan un triple impacto en lo social, ambiental y económico.

### SOSTENIBILIDAD Y ECONOMÍA CIRCULAR

Para impulsar un cambio de mentalidad hacia la sostenibilidad, Esteban Proaño, Presidente Ejecutivo de SEDEMI, reconoce que es



Siendo la construcción un sector clave en el PIB del país, SEDEMI –como uno de los principales actores en este sector– implementa de manera responsable prácticas que minimicen el impacto ambiental. El objetivo de toda construcción sostenible es lograr edificaciones eficientes, donde se contemple el uso adecuado de los recursos naturales, se respete al medio ambiente y, al mismo tiempo, se tenga una rentabilidad económica.



importante liderar con el ejemplo. “En SEDEMI nos preocupamos en capacitar a nuestros colaboradores en temas de sostenibilidad y economía circular. Fomentamos el uso de prácticas sostenibles a través de nuestros diversos canales de comunicación digitales e implementamos las mismas en nuestra planta y en los proyectos de construcción que desarrollamos a través de nuestras unidades de negocios especializadas (Urbano, Industria, Petróleo & Gas, Energía, Telecomunicaciones)” explica.

Uno de los cambios de mentalidad más interesantes que han impulsado está directamente relacionado con el uso del acero en la construcción frente al hormigón. “En SEDEMI elegimos el acero como principal materia prima para nuestros proyectos y sólo construimos algo si tiene un componente significativo de acero. El impacto ambiental del acero es menor que el de otros materiales ya que es 100% reciclable y degradable, siendo posible reutilizarlo o reubicarlo una vez que se desmonta cualquier estructura. Después de ser reciclado no pierde su resistencia y propiedades físicas, razón por la cual se puede certificar a las edificaciones como eco-eficientes o sostenibles” añade Proaño.

### PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN

La planificación estratégica es fundamental para el desarrollo de cualquier proyecto. “Nos permite establecer el camino que debemos

seguir como empresa, y en función de ello, establecer los pasos que nos llevarán a cumplir los distintos objetivos. Nos gusta llamar a nuestra forma de trabajar “Construcción 4.0”, con la que tenemos un mayor control en la planificación y ejecución de proyectos de infraestructura, así como automatizar procesos, logrando mayor eficiencia, optimización de recursos y por ende de costos” menciona Proaño.

“Contamos con unidades de negocios especializadas para cubrir diferentes sectores estratégicos como son urbano, industria, energía, petróleo & gas y telecomunicaciones. Nuestros competidores tratan de hacer un poco de todo debido a que Ecuador es un mercado pequeño, pero nosotros nos diferenciamos porque tenemos equipos de trabajo especializados y experimentados para cada área, logrando una mejor organización y manejo del tiempo” afirma Proaño. SEDEMI cuenta con personal experto en ingeniería y están en la capacidad de producir sus propias estructuras metálicas sin la necesidad de subcontratar este trabajo. “Estar integrados verticalmente nos permite participar activamente en cada paso de un proyecto y garantizar la calidad y la optimización de recursos” declara.

### LA VISIÓN A FUTURO DE SEDEMI

SEDEMI está orientada a ser reconocida como una empresa constructora responsable y sostenible a nivel nacional e internacional. Para

esto, están en el camino de fortalecer sus ejes ambiental, social y económico. Con esa finalidad, continuarán promoviendo la construcción responsable y el uso del acero como materia prima principal para cualquier proyecto de construcción. “Nos apalancamos del constante avance tecnológico, para mejorar la eficiencia y la productividad y ofrecer soluciones de construcción aún más innovadoras que sigan contribuyendo al desarrollo del país. Trabajamos en el ámbito social para continuar generando un impacto positivo en nuestra comunidad. Por último, estamos trabajando en un plan de desarrollo sostenible, identificando nuevas oportunidades de expansión y diversificación” comenta Proaño.

“Nuestro trabajo diario está fundamentado en nuestros valores: enfoque a la solución, credibilidad, tenacidad e innovación. El compromiso de SEDEMI es encontrar siempre la mejor solución para sus clientes y sus proyectos, aplicando el conocimiento especializado y experiencia de nuestro gran equipo de trabajo. Nos caracterizamos por nuestra tenacidad: tenemos la fuerza que nos impulsa a ser los mejores. Como empresa, nuestra mirada siempre está en el futuro. Confiamos en el poder de la innovación para generar cambios positivos en nuestro entorno” declara.

Desde SEDEMI, su Presidente Ejecutivo, Esteban Proaño, impulsa distintos proyectos entre los que se encuentran los siguientes:

### **ACERO COMO PRINCIPAL MATERIA PRIMA**

SEDEMI solo construye algo si tiene un componente significativo de acero. Utilizan acero sostenible que está fabricado con un alto porcentaje de material reciclado; como producto es 100% reciclable cuando finaliza la vida útil del proyecto. El acero es intrínsecamente más sostenible que el hormigón. Este último, genera una gran cantidad de productos de desecho. SEDEMI construye sus estructuras metálicas de acero en el ambiente controlado de su planta para luego trasladarlas a los diferentes proyectos para su montaje.

### **DIGITALIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN**

Digitalizan sus procesos productivos a través de la Construcción 4.0 y la Metodología BIM, lo que les permite analizar a detalle un proyecto y tomar decisiones acertadas antes de su construcción, optimizando recursos y





reduciendo desperdicios. De igual manera, a través de los procesos automatizados de fabricación industrializada de su planta, fabrican partes y piezas en un ambiente controlado, que posteriormente permiten una gestión adecuada de desperdicios y chatarra.

**OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS**

Instalaron en su complejo industrial dos plantas de tratamiento de aguas residuales y reutilizan el agua dentro del mismo proceso productivo para así disminuir el consumo de agua nueva. Así mismo, implementaron un proceso para el correcto manejo de desechos peligrosos en sus proyectos y en su planta donde reciclan papel, cartón y chatarra metálica. Gracias a este reciclaje, durante el 2021 se evitó la tala de 162

árboles, se ahorraron 285.000 litros de agua y 1425 litros de combustible; con esto, se evitó la emisión de 653 toneladas de CO2.

Actualmente, se encuentran trabajando en un proyecto para mejorar la eficiencia energética de su planta y, para fines de este año, tendrá estimada su huella de carbono. Desde el año 2022 impulsan un proyecto que incluye a colaboradores y sus familias para promover la recolección y reciclaje adecuado de las pilas que utilizan en sus hogares y de esta manera, contribuir a la reducción de la huella ambiental. La implementación de estos procesos (tanto en planta, como en campo) se hizo a través de una planificación minuciosa, que los ha llevado a tener resultados provechosos en pro de la sostenibilidad.



**EL AUTO ELÉCTRICO  
ES MÁS FÁCIL Y  
DIVERTIDO DE  
CONducIR**



**El CHEVROLET BOLT EUV es uno de los vehículos 100% eléctricos de la marca.**

**Mientras el torque instantáneo aporta más seguridad en los adelantamientos, el sistema de conducción que permite el uso de un solo pedal potencia la autonomía de las baterías.**

SÃO CAETANO DO SUL. - Si hay un segmento que viene creciendo significativamente año tras año es el de los vehículos eléctricos, que cerró el 2022 con casi el 10% de las ventas mundiales de vehículos de pasajeros en comparación al 8,3% del 2021 según datos de la consultoría EV Volume. A pesar de la rápida popularización de la tecnología sostenible, muchas personas aún tienen dudas sobre cómo conducir un VE, el único vehículo de cero emisiones.

“De hecho, un auto eléctrico es incluso más sencillo de conducir que un vehículo automático convencional”, afirma Luiz Eduardo Martins, Director de Ingeniería de Vehículos de GM Sudamérica. Como los VE tienen un sistema llamado One Pedal. Basta que el conductor alivie la presión sobre el pedal del acelerador para que el vehículo inicie un frenado gradual, aprovechando de esta manera la energía disipada en la maniobra para potencializar la autonomía de las baterías.

“Un botón en el salpicadero activa este modo de conducción, y si hay necesidad de una frenada más brusca, el conductor debe utilizar el pedal de freno convencional”, explica Martins.

Otra ventaja de los vehículos eléctricos es la ausencia de ruidos y vibraciones procedentes del motor, lo que los hace mucho más cómodos y agradables, sobre todo durante viajes largos.

Los VE también son relativamente muy útiles en cuanto a prestaciones, con arranques potentes que los hacen muy divertidos de conducir. Esto se debe al hecho de que toda la potencia del motor está disponible de forma instantánea y a que sólo hay una marcha hacia delante, lo que también contribuye a maniobrar de nuevo en marcha, aportando una mayor sensación de seguridad al adelantar, por ejemplo.



# MANQURI

· Coffee Experience ·



(+593) 99 134 7865



cafemanquri@gmail.com



Juan Rodríguez E8-34 Y  
Av. 6 de Diciembre



www.manquri.com

# Seguimos Transformando AL ECUADOR



Mayor cobertura



Ahora pago ContraEntrega  
de producto y flete



Recolección a domicilio sin costo



servientrega  
Mundo de Soluciones