

IDENTIDAD.ec

Revista digital 593

Agosto | 2026
Edición 44

JHON JAIRO TABARES

El hombre detrás de la evolución de
Eternit.

eternit.com.ec

AMURA

Una marca ecuatoriana que celebra
la autenticidad.

SERGIO SACOTO



Created in Flipsnack



9:41



Elige la mejor opción
para tu negocio



ventas.tunegocio@gmail.com

- ☐ Se ve genérico
- ☐ Menos confianza
- ☐ Puede ir a spam



ventas@tunegocio.ec



- ☒ Se ve profesional
- ☒ Genera confianza
- ☒ Refuerza tu marca



NOTA EDITORIAL

La identidad se construye con historias de talento, esfuerzo y compromiso. En esta edición, estimado lector, presentamos a Sergio Sacoto, un artista que, tras más de 30 años de trayectoria, mantiene una relación auténtica con la música. Su vida, sus experiencias y sus raíces alimentan canciones que recorren el rock, el pop y el pasillo.

También analizamos el futuro de la Selección ecuatoriana después de su eliminación del Mundial 2026 y la despedida de varios de sus referentes. A ello se suman historias de emprendimiento y transformación, como las de Amura Studio y Eternit.

Conocemos, además, la labor de Aldeas Infantiles SOS Ecuador para proteger a niños y jóvenes, y viajamos hasta Espíndola, una tierra de lagunas, montañas y caminos ancestrales.

Esta edición también recoge iniciativas relacionadas con la tecnología, la educación, la nutrición y el cuidado ambiental.

Bienvenidos a estas páginas, donde la música, el deporte, la solidaridad y el emprendimiento reflejan la diversidad y la identidad de nuestro país.

CRÉDITOS

DIRECCIÓN

Ecuadordomain S.A. / Nic.ec

COLABORADORES FIJOS

Alex Puruncajas

EDITORIAL

Andrés Martínez

COLABORADORES DEL MES

Cooperativa Andalucía
Infin-IA

CORRESPONSAL GYE

Carla Capella

RECURSOS

Freepik
Flipsnack

COLABORACIONES O SUGERENCIAS

CORREO: direccion@revistaidentidad.ec

TELÉFONO: 0995124454

COPYRIGHT

Reservados todos los derechos para
Ecuadordomain S.A. / Nic.ec.



8

SALUD

Tres organizaciones unen esfuerzos para combatir la desnutrición infantil.

19

TECNOLOGÍA Y EDUCACIÓN

GEO impulsa la visibilidad de las marcas en las respuestas de la inteligencia artificial.

9

PERSONAJES

Sergio Sacoto cuenta cómo la música ha marcado su vida y trayectoria.

24

EMPRESAS .EC

Eternit se transforma para responder a las nuevas formas de construcción.

15

DESTINO

Espíndola cautiva con sus lagunas, montañas y caminos ancestrales.

28

ACADÉMICO

Las Profesiones Vinculadas Con La Tecnología, La Salud Y La Sostenibilidad Ganarán Terreno Durante La Próxima Década.

CONT



Created in Flipsnack

30 

MARCAS ECUATORIANAS

Amura crea moda urbana inspirada en la identidad ecuatoriana.

38 

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Aldeas Infantiles Trabaja Para Que Niños Y Jóvenes Crezcan En Familias Seguras.

35 

FINANZAS

Siete señales permiten saber si un negocio está preparado para invertir.

47 

EL PULSO DEL PAÍS

Noticias .ec

42 

DEPORTES

Ecuador analiza su futuro después de la eliminación del Mundial.

ENIDO

Tres organizaciones impulsan proyecto contra la desnutrición infantil

El Ministerio de Salud Pública (MSP), KOICA y UNICEF lanzaron un proyecto para prevenir la desnutrición crónica infantil en las provincias Chimborazo y Bolívar.

La iniciativa contempla una inversión de 12,7 millones de dólares y beneficiará a 11.200 niños y niñas menores de dos años y a 12.480 mujeres embarazadas en 14 parroquias.

El objetivo de este proyecto es fortalecer los servicios de salud, nutrición, agua y saneamiento durante los primeros 1.000 días de vida.

Durante el acto se destacó que se invertirá en capital humano porque los beneficiarios accederán a mejores condiciones para avanzar en una calidad de vida.



EDICIÓN 44, AGOSTO 2026

Sergio Sacoto: 'soy el agua y la música es mi cauce'



Created in Flipsnack

Camisa negra remangada, jean y botines oscuros. Sergio Sacoto se presenta en el Teatro San Gabriel de Quito con una pinta de rockero duro, pero no se confundan. Las letras de sus canciones son capaces de desarmar a los más ásperos de corazón.

Aunque viste de negro, las luces del escenario iluminan su figura. Resplandece la imagen de un artista auténtico. Su potente voz tenor interpreta una de las canciones que ha creado en más de 30 años de trayectoria musical.

Es una voz versátil, porque es muy capaz de interpretar rock, pop y hasta pasillos – en su última etapa – con una singular armonía.



Hay pocas personas en las butacas del Teatro. Apenas 40 de un escenario que tiene capacidad para más de 700.

Pero se trata solo de un ensayo. Es una prueba de lo que será una gira de conciertos que le llevará a varios teatros del país. Ha invitado a esta experiencia a amigos y representantes de medios de comunicación, entre ellos a revista Identidad.ec.

A Sergio (13 de septiembre de 1968) le gusta ensayar mucho antes de sus conciertos. Le gusta que su voz llegue “bien caliente” a las presentaciones porque así siente que se entrega al máximo.

Compara a los shows musicales con un partido de fútbol. “Antes de un partido hay que correr como loco para rendir al máximo. Y, para un show de dos horas, se requiere mucha potencia y fuerza en la voz. Siempre hay que estar cantando antes de una presentación”, dice horas después del ensayo, sentado en un cómodo sillón, en la entrevista con Identidad.ec. Está relajado y con una tasa de café en la mano. Cuando habla, lo hace en un tono reflexivo.

El regreso a Ecuador, el punto de partida

Sergio nació en Argentina, pero cuando tenía 9 años sus padres emigraron a Ecuador. A los 18 años volvió al país gaucho, pero para hacer la conscripción militar con la sugerencia de su padre

porque andaba sin un rumbo fijo por acá. Pero allá se dio cuenta que no tenía nada que hacer allá. Su vida estaba en Quito, en los barrios El Dorado y Cotocollao, donde se crio, donde hizo amistades, donde aprendió de la vida.

El regreso a Ecuador fue el punto de partida en la música. Primero fue con la agrupación Cruicks en Karnak, que se dio a conocer en los noventa con canciones como 'Al borde', lo que venga' o 'creo en ti". Fue un boom en la música nacional, pero los caminos de los integrantes y sus objetivos se distanciaron.



Después, Sergio se lanzó como solista y hoy es uno de los cantautores ecuatorianos que han sabido mantenerse vigentes, con una identidad y un respeto por su arte, sin que primen las exigencias del mercado por la elaboración de canciones de consumo rápido.

Explorar en la música nacional

En esta última etapa de su carrera, incluso, se ha volcado a la música nacional con géneros como el pasillo, con una adaptación propia de su estilo. ¿Por qué lo ha hecho? "Cuando somos pelados como que de alguna forma estamos pendientes de lo qué van a decir los demás o lo que piensa la gente. Pero en la medida que creces, entiendes que lo que quiere la gente es que tú t

Por eso, su música no se adapta a un solo género. “Trato de no ponerme restricciones con respecto a la música que hago... Si me sale un pasillo está bien y si me sale un vals, pues es un vals...”.

Esta reflexión marca su trabajo. Por eso, más que un género musical lo que importa es que lo que tiene que expresar sea algo personal y auténtico.

La idea, el punto inicial de la creación

En la creación de sus letras, mucho tienen que ver sus experiencias. “Mi identidad se alimenta de todo lo que está en el entorno, pero también de dónde vengo. Muchas veces de dónde vienes no significa el lugar, sino del entorno. Por ejemplo, en mi casa se escuchaba folclor, tango, cumbia, salsa... Por eso, mis primeras aventuras de fusión venían desde ahí”.

Después, en el proceso creativo, todo empieza con una idea. Hay ocasiones en que llega inesperadamente, pueden surgir al despertar, cuando está caminando, en medio de una conversación.

Sergio es muy cuidadoso cuando llega ‘la chispa’ de la creación. Si siente que algo ronda su cabeza, se detiene y hace una grabación en su teléfono móvil. Hace diez años era diferente. Tomaba los ‘microcasetes’ para grabarse.

Eran otros tiempos. La tecnología le ha ayudado a que no se pierdan esas ideas.

Cuando surge esa idea inesperada no hay tiempo para escribir o tomar una guitarra. Por eso, la graba. Y, más adelante, en el estudio con “un banco de ideas” empieza la composición.

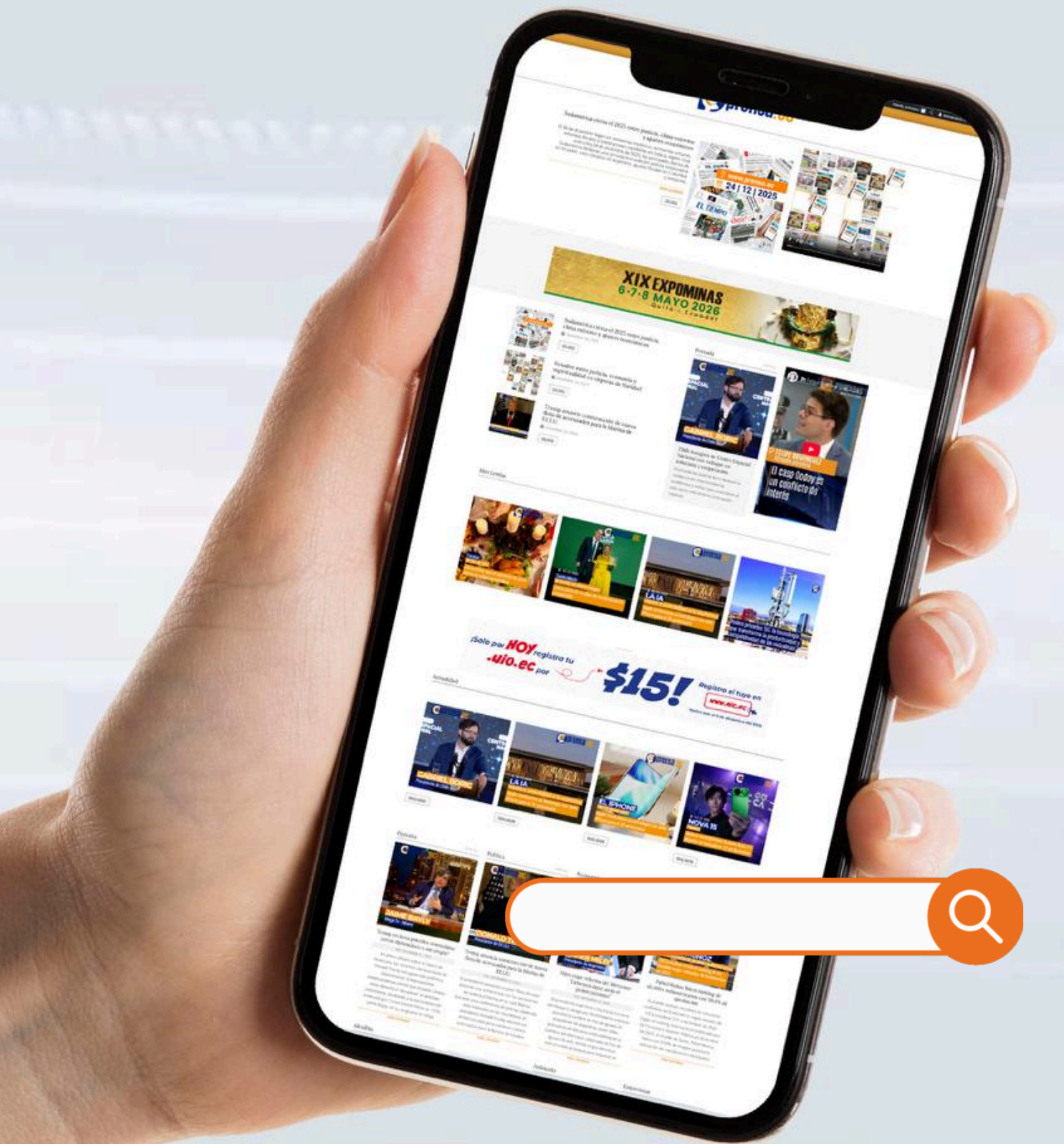
Así nació, por ejemplo, ‘La Fe’, una de sus canciones favoritas. La aprecia porque, cuando la creó, desconocía que iba a salir como si fuera un pasillo. “Tiene mucho, mucho de Ecuador. Se escucha claramente la música nacional. Yo quería hacer algo así y esta fue la respuesta”.

También tiene otras canciones que aprecia, como ‘creo en ti’, inspirada y dedicada a su esposa. Así, Sergio le canta al amor, la vida y a la ciudad.



Escrito por: Alex Puruncajas
Periodista



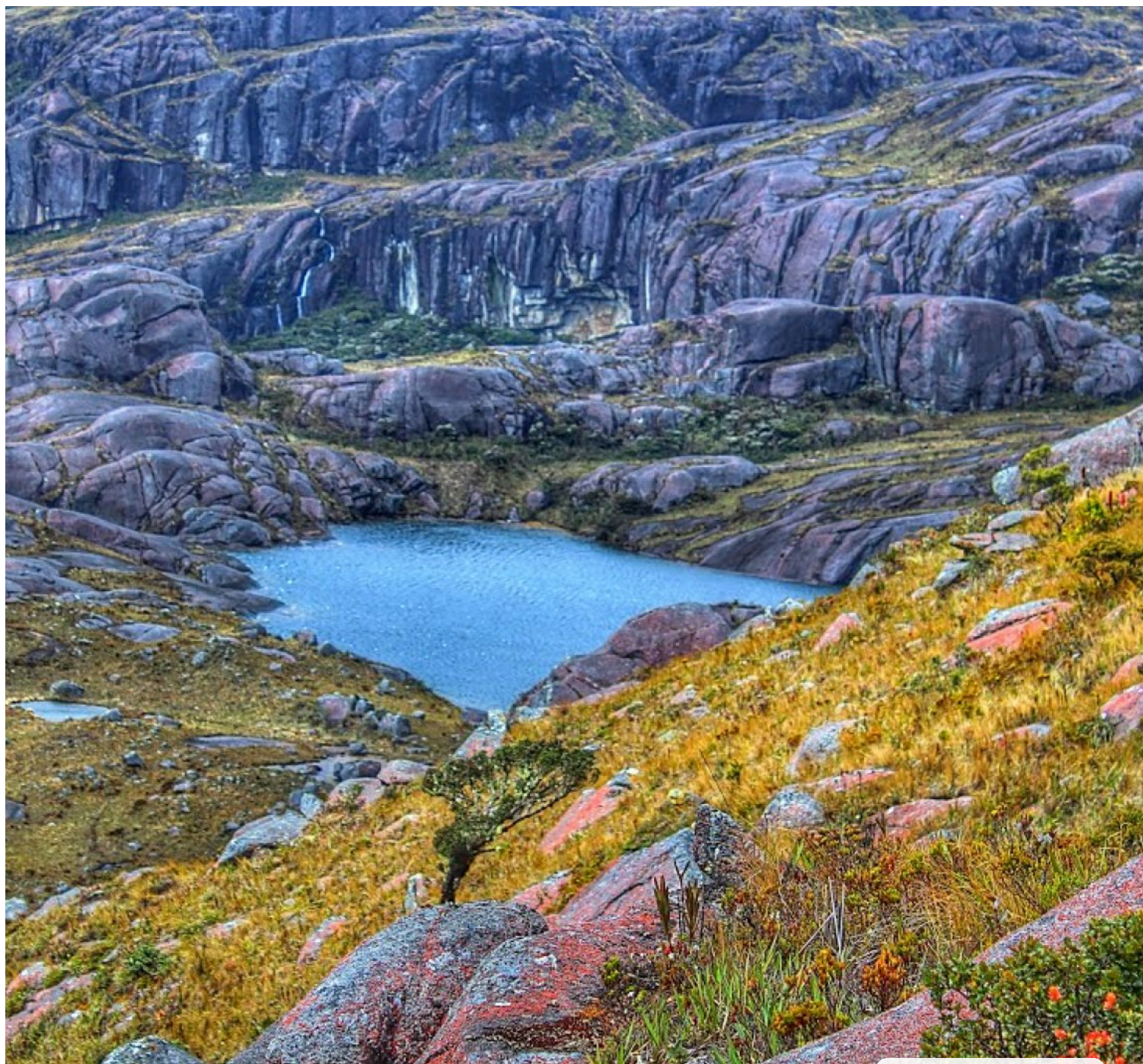


#HechosQueActúan

Created in Flipsnack

EDICIÓN 44 , AGOSTO 2026

ESPÍNDOLA, UN MIRADOR NATURAL CON SEDUCTORES PICOS Y LAGUNAS



A 3.800 metros sobre el nivel del mar se levanta el imponente pico rocoso de Jimbura, una parroquia del cantón Espíndola, en Loja. Es una pendiente pedregosa que parecería estar llena de grietas a punto de desplomarse. Pero su estructura es sólida. Su imponente imagen rústica contrasta con la calidez de los pajonales que rodean la zona y la inmensidad del cielo cuando está despejado.

A los pies del pico, o picacho como es conocido, está una seductora 'Laguna Negra', una de las más visitadas de ese cantón que parece escondido en el fin de Ecuador, en el sur del país, tan solo a 20 kilómetros de Perú.

El hombre que conoce los secretos de Espíndola

Arcesio Torres, de 65 años, subió a lo más alto de ese pico de Jimbura. Plasmó ese momento en una fotografía que está colgada en su perfil de Facebook.

Arcesio nació en Espíndola y, desde muy pequeño, supo que su vida estaría encaminada a dar a conocer al cantón lojano que se destaca por sus montañas, sus picos rocosos y sus lagunas. Su majestuosidad es seductora. Atrapa a turistas nacionales y extranjeros.

Desde los 11 años, empezó a investigar sobre la historia y la cultura de la localidad. Por su propia cuenta, fue a los lugares más reconocidos de esta región en la que nació, la que le dio todo. Se volvió en un explorador de estos sitios, algunos de ellos que son de difícil acceso. Hay hombres que se definen por donde nacieron y que pueden representar en sí mismo a toda una región. Arcesio es uno de ellos.

Así se transformó en uno de los habitantes que más sabe de la localidad. Habla con facilidad sobre fechas, extensiones y formas de llegar a los sitios turísticos.

Es capaz de contar los detalles del acta de creación del cantón, establecido el 27 de abril de 1970 y de la formación de las parroquias que lo componen.

Todo este camino le llevó a trabajar por su cantón en la municipalidad, donde actualmente se desempeña. Pero también se volvió guía de turismo. Ese trabajo lo cumple los fines de semana, no como una obligación, sino como una satisfacción. Porque cuando da a conocer más de su región siente que ha contribuido a su tierra.

Un sistema de lagunas majestuoso

"Mis abuelitos y mis padres vivieron y se criaron en Amaluza (cabecera cantonal de Espíndola). Ellos tenían ganado y lo llevaban a la parte alta en el verano. En el invierno, en cambio, lo llevaban a la parte baja y veía las lagunas. Aprendí de todo eso con ellos". Arcesio da este testimonio para revelar sus orígenes.

Con el paso de los años, se transformó en uno de los que guía a los visitantes para que conozcan esas lagunas y los picos más elevados. En Espíndola hay lagos de gran altitud como la Laguna Negra, la Laguna Bermeja, la Laguna Los Patos y la Laguna Ñatosa.



Miradores naturales para ver el entorno

Desde los miradores de Espíndola, algunos en los picos de las montañas, se puede apreciar con gran amplitud a las lagunas. Para verlas hay que estar pendiente del buen tiempo. Cuando hace sol y el cielo se despeja, se puede cumplir este propósito. “Hay que escoger un buen día para recorrer las lagunas, porque cuando está nublado apenas se puede divisarlas”.

Las lagunas se las puede recorrer en un día. Las más grandes son la de Yacur, el Arenal y la Chuquiragua. Para lograrlo hay que salir muy temprano. “Se puede partir a la 1 de la mañana desde Amaluza y se regresa a las 4 de la tarde para descansar”, explica Arcesio, el hombre que ha hecho decenas de veces este recorrido.

Vivir para dar a conocer la región

En uno de sus acompañamientos a turistas extranjeros, Arcesio hizo una expedición a la cascada de La Cofradía. Guió a visitantes ingleses que llegaron para conocer esta región a la que habían definido como única en el mundo.

Después de algunas horas del trayecto, cuando arribaron al punto más buscado, uno de los ingleses sorprendió a Arcesio. “Aquí puede construirse una casa para mí y, más adelante, otra para ti”.

Fueron palabras que lo emocionaron. “Con lo que dijeron me dieron a entender que les gustó el lugar que visitamos. Es lo bonito de esto. Saber que, desde tan lejos, llegan para conocer este lugar único. Es algo por lo que uno trabaja”.

Recorridos que descubren actividades ancestrales

Para llegar a Jimbura, desde Loja, el recorrido en un auto particular tarda entre tres y tres horas y media. En bus, el viaje puede tomar hasta cuatro horas.

También se pueden tomar ‘rancheras’ o ‘chivas’, que salen cada dos horas. Desde ahí se va, en cambio, a los refugios.

Durante el trayecto, se puede apreciar las actividades ancestrales que se conservan en el cantón como el telar de cintura. En el camino para ir a Jimbura se puede apreciar como los artesanos confeccionan las ollas.

Pero si alguien quiere emprender una aventura de mayores proporciones puede adentrarse en la impresionante ruta vial del Qhapaq Ñan, una ruta que utilizaron los incas para trasladarse desde Colombia hasta Perú, Bolivia, Argentina e, incluso, Chile. “Nuestros antepasados usaron el camino de los incas para ir al Cuzco”, cuenta Arcesio desde su tierra.

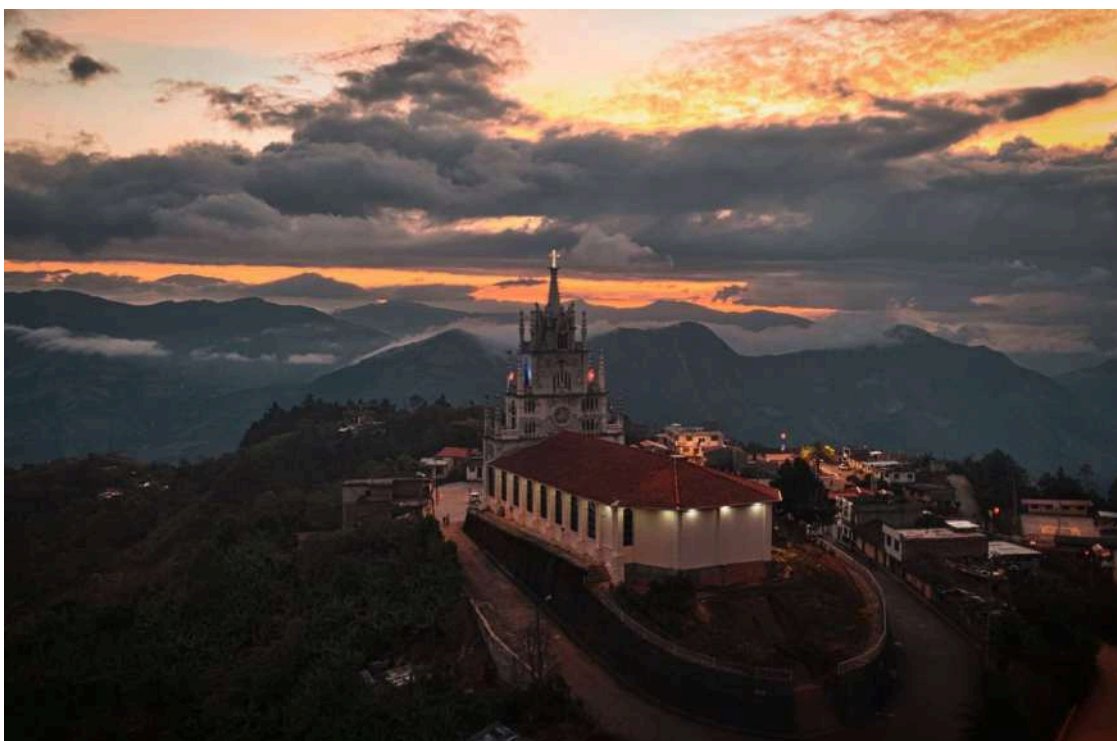
“Desde los miradores de Espíndola, algunos en los picos de las montañas, se puede apreciar con gran amplitud a las lagunas. Es un encuentro íntimo con la majestuosidad del paisaje”.

Clima cálido y frío que congela

En las regiones de Espíndola se puede pasar de un clima cálido a un frío extremo. En la parroquia 27 de abril, a 1.000 metros sobre el nivel del mar, se siente el aire caliente, pero al ascender a los picos de más de 4 mil metros de otras localidades se siente un frío extremo. “Por las mañanas, el rocío amanece congelado. Las lagunas amanecen congeladas por el frío”, explica Arcesio, consciente de que esta variedad en el clima es algo que también cautiva a los visitantes para acudir a esta región extrema del sur de Ecuador.

Del calor al frío o del frío al calor, Arcesio es feliz en esta tierra, un lugar escondido que enamora por la majestuosidad de sus picos y lagunas.

“En las regiones de Espíndola se puede pasar de un clima cálido a un frío extremo. Hay regiones a 1.000 metros sobre el nivel del mar, donde se siente el aire caliente, pero al ascender a los picos de más de 4 mil metros hay frío extremo.”



Escrito por: Alex Puruncajas
Periodista



Created in Flipsnack

GEO: Cómo aparecer en las respuestas de la Inteligencia Artificial



Por muchos años, el objetivo de cualquier estrategia de marketing digital ha sido: captar clientes, impulsar las ventas y mejorar la rentabilidad a través del Internet, para ello era importante aparecer entre los primeros resultados de una búsqueda en la web. Para alcanzar este fin, las empresas invertían tiempo y recursos en optimizar sus páginas web. Pero el consumo de información avanza mucho más rápido que lo que se necesita para tener una página web perfeccionada.

En la actualidad se ha vuelto una práctica muy común que, en vez de hacer una búsqueda en internet, las personas hacen de primera mano la pregunta a herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT, Gemini, Claude o asistentes similares. Son usados para conocer cuál es el mejor proveedor para brindar un determinado servicio, cuál es el software recomendado para administrar un negocio o hasta para saber qué empresa puede ofrecer la mejor solución para una necesidad específica.

Nuevos conceptos están surgiendo en el marketing digital debido a esta transformación, el Generative Engine Optimization es uno de estos, este es un conjunto de estrategias dirigidas a incrementar la probabilidad de que una marca, producto o información aparezca y sea recomendada directamente por modelos de inteligencia artificial convencionales.

Si bien el SEO (Search Engine Optimization) convencional mantiene su clásica funcionalidad, el GEO llega para complementarlo. Mientras el SEO trabaja creando la base, posicionando la página web para que el buscador la entienda, el GEO usa estos fundamentos para que la inteligencia artificial cite la marca, producto o servicio como una fuente confiable y relevante cuando es consultada por los usuarios.

Destacado: El objetivo del GEO no es solo optimizar contenido para una máquina, sino además ser el cimiento para que las herramientas de inteligencia artificial puedan crear información tan útil y confiable que pueda ser citada como fuente principal y no solo referencial.

La confianza será el principal factor de posicionamiento

Las herramientas de inteligencia artificial no proporcionan sus respuestas de manera aleatoria, sino que analizan información que viene de múltiples fuentes dando prioridad a aquellas que evidencian mayor calidad, credibilidad indiscutible y coherencia sostenida. Esto constituye una excelente propuesta para emprendedores y pequeñas empresas, porque en este nuevo contexto digital ya no tendrá ventaja quien haga una mayor inversión en publicidad, sino quien consiga una reputación más sólida mediante contenido de autoridad.

Las empresas que tengan un mayor acercamiento con sus clientes, ofreciéndoles conocimiento, contestando sus inquietudes y evidenciando su experiencia, tendrán mayores oportunidades de ser consideradas por las plataformas de IA cuando un internauta solicite recomendaciones.

Por todo esto, las reglas de juego en el marketing digital también se han modificado. Ya no es suficiente publicar promociones o hablar exclusivamente de los productos y servicios ofrecidos. Es necesario convertirse en una fuente de información útil y confiable para el cliente.

Cinco acciones para desarrollar una estrategia GEO eficaz

1. Crear contenido que responda a preguntas reales

Una de las principales acciones para posicionarse en las respuestas de una plataforma de inteligencia artificial es generar contenido que sea transparente, conciso y organizado, esto debido a que las consultas que se realizan generalmente a la inteligencia artificial suelen venir en formato de preguntas completas. Por eso, una estrategia efectiva consiste en desarrollar contenido que responda precisamente a esas inquietudes. Mientras más útil sea el contenido, mayores serán las probabilidades de que sea utilizado como referencia.

2. Reforzar experiencia y autoridad para ser fuente de referencia.

La inteligencia artificial busca señales que muestren que una organización posee un amplio conocimiento del tema sobre el que se está consultando, es decir que la empresa genera contenido de autoridad respaldado por expertos en el tema. Incluir logros obtenidos, publicar investigaciones, estudios académicos y datos contrastables; y mostrar la experiencia del equipo, consolida el respeto hacia la organización. Los criterios objetivos y la experiencia comprobada generan confianza tanto en los usuarios como en los modelos de inteligencia artificial.



3. Mantener una presencia digital consistente

Muchas empresas presentan información diferente en su sitio web, redes sociales o directorios digitales. Las plataformas de IA confía en lo que dices de tu organización, un número telefónico desactualizado, nombres distintos o descripciones inconsistentes dificultan que los sistemas identifiquen correctamente tu organización. Mantener la misma información en todos los canales fortalece la identidad digital y mejora la credibilidad de la marca.

4. Estructurar el contenido en forma comprensible

Para los modelos de inteligencia artificial la manera en que se presenta el contenido es tan importante como el contenido en sí, lo interpreta mejor cuando está bien estructurado. Utilizar títulos descriptivos, subtítulos, listas con viñetas, preguntas frecuentes, lenguaje natural y párrafos breves, facilita la comprensión del contenido. La idea no es escribir un algoritmo, sino el emular una conversación humana que este bien organizada para que la herramienta de IA la pueda comprender mejor.

5. Construir autoridad y consenso más allá del sitio web

La IA confía en fuentes que demuestren conocimiento, experiencia, autoridad y confianza. Impulsar para que la marca sea mencionada en foros, redes sociales, medios de comunicación, podcasts, directorios empresariales y en otras páginas webs; hace posible que múltiples fuentes certifiquen la experiencia y confiabilidad de la marca. Cuando una marca es mencionada en diferentes entornos fiables, incrementa las posibilidades de que los modelos de inteligencia artificial la cataloguen como una fuente destacada.

Destacado: En la era de la inteligencia artificial, las marcas que generan confianza tendrán más oportunidades de ser recomendadas que aquellas que solo intentan vender.

El GEO no reemplaza al SEO, se complementan.

Es importante entender que optar por GEO no significa abandonar las estrategias de posicionamiento tradicionales, la estrategia GEO no es una moda es una evolución natural del SEO en un entorno dominado por la inteligencia artificial.

El SEO sigue siendo indispensable para posicionar una página web o darla mayor visibilidad en los motores de búsqueda, para optimizar la velocidad de un sitio web y también para mejorar la experiencia del usuario.

El GEO, por su parte, incorpora una perspectiva innovadora: preparar el contenido de una marca para un ambiente donde las respuestas ya no provienen únicamente de una lista de enlaces, sino de modelos de inteligencia artificial que lo entienden, lo seleccionan y lo citan como fuente principal en la búsqueda ejecutada por un cliente.

Las empresas que combinen ambas estrategias estarán mejor preparadas para el futuro del marketing digital, porque mientras SEO posiciona la marca en los buscadores tradicionales, GEO optimiza la marca para que la IA la cite como fuente de autoridad.

Lo que construyes hoy es el éxito de tu futuro

La inteligencia artificial ya forma parte del proceso de toma de decisiones de millones de personas. Diariamente crece el número de internautas que consultan estas herramientas antes de comprar un producto o contratar un servicio.

El futuro del posicionamiento digital va más allá de aparecer en la primera página de un buscador. También conlleva estar presente cuando la inteligencia artificial responde la pregunta hecha por un posible cliente.



<https://www.infin-ia.com/>



Escrito por Infinia, Servicios de Inteligencia Artificial

Jhon Jairo Tabares, el hombre detrás de la evolución de Eternit



<https://eternit.com.ec/>





“En Eternit hemos adaptado una cultura de cambio. Estamos en un proceso de transformación para llegar a mercados con productos que nos permitan ser competitivos. Buscamos estar a la vanguardia y seguir liderando el sector de la construcción”.

Cuando asumió la gerencia general de Eternit en Ecuador, a finales del 2022, se encontró con una marca que estaba presente en el corazón y en la mente de los clientes de 35 años en adelante. Pero hacía falta llegar a las nuevas generaciones de consumidores, los que optan por sistemas de construcción livianos y más rápidos.

Ahí, con su equipo, Jhon Jairo Tabares emprendió un proceso de transformación para acercarse también a los jóvenes y sostener a la marca en el tiempo. Su trayectoria profesional y, sobre todo, su conocimiento de la firma le avalaron en su objetivo. Si alguien conoce a la marca es él: lleva 24 años en la firma.

Empezó en Eternit en el 2002, trayendo material de la compañía desde su natal Colombia a nuestro país. Entonces, Eternit Colombia y Eternit Ecuador eran rivales en el mercado. Pero, más adelante, el holding ‘Elementia Materiales’ absorbió a ambas.

Tras esa experiencia, lo enviaron a Panamá, donde permaneció 20 años. Fue cuando le ofrecieron volver a Ecuador, pero esta vez como gerente general. “Siempre agradecido con Panamá, pero ya era momento de un cambio”, le cuenta a la revista Identidad, desde la planta de 12 hectáreas de la empresa, ubicada en el sector de Guamaní, en el sur de Quito.

Aquí, el empresario nacido en Manizales hace 51 años se siente pleno y contento, pero con el desafío de que Eternit esté a la vanguardia del nicho del sector de la construcción.

¿Por qué aceptó la misión de gerenciar la empresa en Ecuador?

Ecuador es un país que ofrece tantas cosas hermosas. Resalto a la gente, la calidez y la hospitalidad. Ese cariño que ustedes nos dan y cómo acogen al extranjero lo he sentido en todo momento, al igual que mi familia. Eso ayuda mucho a conectarse.

Además, entre mis hobbies están las visitas a las montañas. Me gusta hacer fotografía y usar los drones en esos espacios. Y encontré en Ecuador el país perfecto para explorar este hobby. Eso me ha ayudado a conocer el país muy de cerca: su gente, su cultura, su tradición. He recorrido Ecuador y cada vez me enamoro más del país. El cambio no fue complicado. Lo hemos hecho de una manera positiva.

¿Cuál ha sido la estrategia para mantener a Eternit vigente en el mercado?

Somos una industria con 68 años en Ecuador. Hemos sido por excelencia el techo de los ecuatorianos, contribuyendo al desarrollo económico del país, con productos y materiales para la construcción de viviendas dignas. Las cubiertas han brindado confort térmico y acústico.

Pero no nos podemos quedar ahí. Necesitamos evolucionar y estar a la vanguardia, porque los países se abren más al mundo. Estamos en un proceso de transformación para llevar la empresa a nuevos mercados con productos que nos permitan ser competitivos.

¿En qué consiste este proceso de cambio?

Para llegar a las nuevas generaciones nos acercamos a las universidades, escuelas, colegios y a los nuevos profesionales. Empezamos un trabajo fuerte en cuatro pilares. El primero somos nosotros mismos. Si no tenemos una visión de cambio, una cultura, es difícil y, por eso, trabajamos en el cliente interno.

¿Cuáles son los otros pilares?

El segundo es ir a nuestro cliente, a nuestro distribuidor arraigado a la marca que ha crecido en su ferretería con nuestros productos. Abrimos nuestra planta para que nos visiten. El tercer punto son los constructores, diseñadores, ingenieros y arquitectos. No todos nos ven como un referente para sus necesidades. Hoy tenemos la huella de 'Mucho mejor Ecuador'. Somos constructores positivos. Nos certificábamos con la triple norma ISO.

Y el cuarto punto es el cliente final. Esa ama de casa, esas personas que construyen su vivienda con sacrificio. A través de los medios digitales mostramos todo lo que es Eternit.



¿Cómo se ha diversificado la marca Eternit en el mercado local?

Eternit se identifica por un propósito que se llama 'juntos construimos mejor'. Generamos más de 140 plazas de empleo directas y más de 300 indirectas. Y tenemos 4 pilares estratégicos.

El primero, la línea de ondulado, línea tradicional de nuestras cubiertas. Esas cubiertas las transformamos con color. Ofrecemos más de 10 colores para nuestros techos. Esto ha permitido que el mercado vea con unos nuevos ojos las cubiertas. Colores de tendencia que generan impacto arquitectónico muy bonito y que también generan plusvalía.

El otro pilar son los sistemas constructivos livianos. Trabajamos en ser una alternativa al sector tradicional. Buscamos a los jóvenes para atraerlos, capacitarlos y mostrarles las nuevas tendencias. Hoy se puede construir no solo con bloques y cemento, sino con perfilera, con placas de fibrocemento, de fibra de vidrio. Esto es rapidez y flexibilidad. No hay desperdicios. Se emplea menos mano de obra. La parte financiera también se beneficia.

El tercer pilar son los techos plásticos. Invertimos más de un 1 millón de dólares en el 2022: juntamos una planta de techos plásticos complementaria a los de fibrocemento. Con eso, vamos al mercado del metal puro y duro. Mucha gente no tiene el acceso para comprar una cubierta de fibrocemento. Nosotros tenemos una cubierta en techo de polipropileno, que ofrece ventajas con respecto a techos metálicos. Tiene garantía de 3 años y en precios cuesta prácticamente lo mismo.

Y el último pilar es un golpe en la mesa. Desarrollamos un sistema constructivo industrializado para ofrecer soluciones de vivienda sostenible, sismoresistente, digna y con garantía de 10 años de alta durabilidad. Es un kit para diferentes prototipos de vivienda para que los ecuatorianos puedan acceder a una vivienda desde 18 mil dólares.

¿Cuál es la capacidad de producción de Eternit?

Tenemos una capacidad instalada de 5600 toneladas al año. Pero, al ser dependientes de las cubiertas, vimos cómo se fue afectando nuestra participación. Además, la proliferación de productos sustitutos que están llegando desde China, vienen sin certificaciones, normatividad o respaldo y canibalizan nuestros productos. Ahora, estamos a un 50% de capacidad utilizada. Por eso, apostamos a estos nuevos retos de los plásticos, sistemas constructivos y vivienda para sostener la industria, sostener empleo y crecer.



¿A dónde se proyecta Eternit en el mercado?

La tendencia es una migración paulatina de sistemas constructivos tradicionales a constructivos livianos. En Ecuador es algo incipiente. En el país se consumen 14 millones de metros cuadrados de sistemas constructivos livianos y esto representa solamente el 0.6% del consumo per cápita. Hay mucho por crecer. Chile está en el 6% y Estados Unidos, en el 12%. Por eso robustecemos el portafolio de sistemas constructivos livianos. Además, y esto es primicia, tendremos 'gypsum', un producto muy demandado.

Con esta nueva estrategia, ¿qué importancia le da Eternit a la comunicación?

100 por ciento. Una empresa que no comunica lo que tiene se vuelve invisible. En Eternit tenemos ese propósito de comunicar, desde adentro, todo lo que hacemos con nuestro cliente interno, dándole un gran valor a nuestra gente, a nuestro recurso humano. Somos una empresa 'great place to work'. Por tercer año consecutivo somos 'great place to born'. Tenemos muchos testimonios de cómo impactamos al mercado. Esto nos ayuda a que la gente vea una marca más cercana, más dinámica.



Escrito por: Alex Purúncajas
Periodista



Las profesiones que ganarán terreno durante la próxima década

La inteligencia artificial, el análisis de datos, la ciberseguridad, la transición energética y el cuidado de la salud transformarán el mercado laboral. Las empresas buscarán perfiles técnicos, pero también trabajadores con pensamiento crítico, creatividad y capacidad de adaptación.

El mercado laboral de los próximos diez años estará marcado por la tecnología, el envejecimiento de la población y la transición hacia modelos productivos más sostenibles. Esto no significa que todos los empleos actuales desaparecerán, sino que muchas tareas cambiarán y obligarán a los trabajadores a actualizar sus conocimientos.

El Foro Económico Mundial estima que los cambios tecnológicos, económicos y demográficos transformarán cerca del 22 % de los puestos de trabajo hasta 2030. En ese periodo podrían crearse 170 millones de empleos y desaparecer 92 millones, lo que dejaría un saldo positivo de 78 millones de nuevas plazas.



Inteligencia artificial y análisis de datos

Los especialistas en inteligencia artificial, aprendizaje automático y grandes volúmenes de datos estarán entre los perfiles con mayor crecimiento. Las empresas necesitan trabajadores capaces de organizar información, interpretar tendencias y convertir los datos en decisiones útiles.

El Foro Económico Mundial ubica a los especialistas en big data, los ingenieros fintech y los expertos en inteligencia artificial entre las profesiones con mayor crecimiento porcentual hacia 2030. También aumentará la demanda de desarrolladores de programas y aplicaciones.

La inteligencia artificial no eliminará automáticamente todos los puestos relacionados con oficinas o servicios profesionales. En muchos casos, cambiará la forma de trabajar y asumirá tareas repetitivas, mientras las personas se concentrarán en la supervisión, la estrategia y la resolución de problemas. La Organización Internacional del Trabajo advierte que el impacto dependerá del tipo de ocupación y de las funciones realizadas dentro de cada puesto.

Ciberseguridad, una necesidad creciente

El aumento de operaciones digitales también incrementará los riesgos. Empresas, gobiernos, bancos, hospitales y centros educativos necesitarán proteger sus sistemas, bases de datos y transacciones.

Por ello, los analistas de seguridad informática, los especialistas en gestión de riesgos digitales y los expertos en protección de redes tendrán mayores oportunidades. En las proyecciones laborales de Estados Unidos, los analistas de seguridad de la información aparecen entre las ocupaciones técnicas con mayor crecimiento previsto durante la próxima década.

Energías renovables y empleos verdes

La transición energética abrirá espacio para técnicos, ingenieros y especialistas vinculados con la energía solar, eólica, eficiencia energética y construcción sostenible.

Entre las ocupaciones con mayor crecimiento proyectado hasta 2034 se encuentran los técnicos de mantenimiento de turbinas eólicas y los instaladores de sistemas solares fotovoltaicos. Sin embargo, la expansión de los empleos verdes también exigirá capacitación técnica y políticas que garanticen condiciones laborales adecuadas.

La agricultura también mantendrá una presencia importante. El Foro Económico Mundial proyecta millones de nuevos puestos agrícolas hacia 2030, impulsados por la adaptación al cambio climático, el crecimiento de la población y la necesidad de fortalecer la producción de alimentos.

Salud y cuidado de las personas

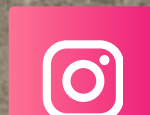
El envejecimiento de la población elevará la demanda de médicos, enfermeros, terapeutas, cuidadores y administradores de servicios sanitarios.

Las proyecciones laborales señalan que el sector de salud y asistencia social será uno de los que más empleo generará durante la próxima década. Entre los perfiles con mayores perspectivas están los profesionales de enfermería especializada, los administradores de servicios médicos y los trabajadores dedicados al cuidado domiciliario.

Aunque la tecnología ayudará en diagnósticos, registros y seguimiento de pacientes, el trato humano continuará siendo indispensable en actividades relacionadas con el acompañamiento, la comunicación y la toma de decisiones clínicas.

Escrito por Andrés Martínez

Amura, una marca ecuatoriana que celebra la autenticidad



“Los emprendedores deben saber que no es fácil, tienen que esforzarse. Un negocio puede consumir todo el tiempo, pero al final el esfuerzo tiene recompensas”

A veces, las caídas, los contratiempos y los infortunios son puntos de partida para plasmar una idea, crear un proyecto y construir un sueño. Alejandro Bermeo recuerda que la red social Instagram borró la cuenta en la que promocionaba sus diseños de ropa para comercializarlos y pensó que se había truncado su trabajo.

Alejandro es lojano y tiene 24 años. Su pasión por crear diseños únicos de ropa es algo que heredó de su madre. Ella trabajaba en sublimados y él aprendió

ese arte y también le tomó gusto a la creación de bocetos. Ahora, su emprendimiento, Amura Studio, crea diseños de ropa a los que él define como “auténticos, que celebran la autenticidad y sin filtros”.

Esa convicción guía sus diseños de ropa. Elabora camisas, camisetas, pantalones, shorts, chaquetas, calentadores, sudaderas, ‘hoodies’... con estilos urbanos que, son bastante apreciados por adolescentes y jóvenes.

Pero vamos al principio porque no todo emprendimiento tiene éxito desde el inicio. Cuando borraron su antigua página de Instagram, Alejandro se enfrentó al reto de crear una marca potente a la que habría que dedicarle todo su tiempo y concentración. La marca que plasmaría su sueño e, incluso, le permitiría sostenerse económicamente.



Antes de ello, quería ser ingeniero, una carrera que no pudo seguir por la llegada de la pandemia. Aprobó los exámenes de ingreso para estudiar en la Universidad Central de Quito. El virus afectó la economía familiar. Sus padres no podían costear su permanencia en la capital y optó por quedarse en Loja, donde estudió dos años de diseño gráfico. También abandonó estos estudios para crear Amura Studio.

Empezó solo, pero con la ayuda de su madre, quien tiene especialización en administración de empresas. Ella le ayudó a poner en orden las finanzas. Él se dedicó a crear los diseños y a trazar una ruta para elaborarlos con un distintivo propio y para comercializarlos.

Había que darle un nombre a la firma. Una noche se dedicó a investigar y conoció que Amura tenía que ver con el amanecer. Adoptó el nombre y creó las redes sociales.

“La acogida fue paulatina, poco a poco. No siempre ha sido fácil como podría creerse. Al principio utilizaba bastante publicidad en las redes sociales, pero poco a poco hemos ido bajando con eso. Ahora, intentamos tener contenido más orgánico y la comunidad ha ido creciendo”.

Una camiseta bajo pedido, el primer diseño

Desde Loja, conocida como la centinela del sur, habla sin poses en la entrevista concedida a la revista Identidad EC. Se expresa con sencillez sobre su trabajo. Cree que la clave para seguir adelante ha sido la persistencia y la confianza en que sus diseños pueden llegar a los jóvenes que buscan reconocerse en algo propio, en algo que refleje su autenticidad.

Aún recuerda que su primer diseño para su nuevo emprendimiento fue una camiseta bajo pedido. Después, empezó a diversificar el catálogo de las prendas que se ofertan a través de Whatsapp o las redes sociales como Instagram o Facebook. “Con esto, hemos ido creciendo y seguimos invirtiendo. Se volvió algo rentable, pero queremos seguir consolidando nuestro objetivo que es llegar a convertirnos en la principal marca de ropa de nuestro país con este estilo”.



Diseños inspirados en la cultura ecuatoriana

Alejandro también le dedica tiempo a investigar sobre la cultura ecuatoriana para inspirarse en los diseños. Trata de que tengan siempre algo de nuestro país. Una de sus últimas colecciones, por ejemplo, se basó en la cultura de la comunidad Saraguro que tiene una profunda conexión con la tierra y el cultivo del maíz.

“En una época, los indígenas no tenían todos los recursos y limitaban el largo de sus prendas. En eso nos basamos para hacer mangas cortas para representarlos. Son diseños pocos conocidos, pero que tienen un punto de vista personal”.

La inspiración también llega con la observación de marcas internacionales. Los bocetos los traza en su computadora. Pero todo nace con una idea para que encaje en un concepto. Después, llega el proceso de producción con materiales que son 100 por ciento ecuatorianos. Las telas las trae, por lo general, desde Quito.

Algunas prendas las construye desde cero. En Loja tiene las máquinas para la fabricación final del producto que también tiene acogida internacional. Ha enviado sus prendas al exterior.

Aunque su convicción es consolidar un estilo único y auténtico, asegura que por las exigencias del mercado ha debido hacer diseños bajo pedido. Por ello, se ha enfocado en adaptarse al mercado. Aunque lo importante es mantener un equilibrio entre lo propio y las tendencias.

En los últimos meses, por ejemplo, se ha enfocado en elaborar modelos para el frío de la sierra y el calor de la costa. También ha diseñado ropa para mujer con las nuevas tendencias de abrigos, chaquetas y pantalones.

Reconoce que la demanda depende mucho de la época. “El mercado, a veces, es muy cambiante. La mejor época suele ser la navidad, mientras que los meses de febrero y marzo suelen ser bajos. Ahora, hay una tendencia al alza con más pedidos”.

Escrito por Alex Purúncajas
Periodista



“El objetivo principal es que esto crezca, que crezca orgánicamente, que nos vayan conociendo más”.

¿ESTÁ TU NEGOCIO PREPARADO PARA CRECER?

SIETE SEÑALES DE QUE ES MOMENTO DE INVERTIR

Muchos emprendedores buscan abrir una sucursal, comprar maquinaria, contratar personal o ampliar sus productos. Sin embargo, antes de invertir deben comprobar si el negocio tiene la estabilidad necesaria para crecer.

Una inversión bien planificada puede aumentar la producción, mejorar la atención y generar mayores ingresos. Estas son siete señales que ayudan a identificar el momento adecuado.

1. La demanda supera la capacidad

El negocio recibe más pedidos de los que puede atender, los clientes esperan demasiado o se pierden ventas por falta de equipos, espacio o personal.

2. Las ventas aumentan de forma constante

El crecimiento debe mantenerse durante varios meses. Un solo mes con buenos resultados no es suficiente para justificar una inversión.



3. Existe un flujo de caja estable

La empresa puede pagar a proveedores, trabajadores y otras obligaciones sin afectar su operación diaria. También conserva dinero disponible para enfrentar gastos imprevistos.

4. Hay un objetivo definido

La inversión debe tener un propósito concreto: producir más, entrar a nuevos mercados, digitalizar procesos o mejorar la experiencia del cliente.

5. La competencia está avanzando

Cuando otras empresas incorporan tecnología, ofrecen nuevos servicios o mejoran sus procesos, no realizar cambios puede provocar una pérdida de clientes.

6. Los procesos reducen la productividad

Las tareas manuales, los errores frecuentes y los equipos antiguos pueden retrasar el trabajo. Invertir en tecnología o nuevos activos permite ahorrar tiempo y reducir costos.

7. El financiamiento generará ingresos

Un crédito debe utilizarse para proyectos que ayuden a producir más, vender mejor o aumentar la rentabilidad. No debería servir para cubrir problemas financieros constantes.



Escrito por Lic. Paola Trávez
Analista de Relaciones Públicas



www.andalucia.fin.ec



Created in Flipsnack

Con información es más fácil
TOMAR DECISIONES

**Investigaciones
de mercado**



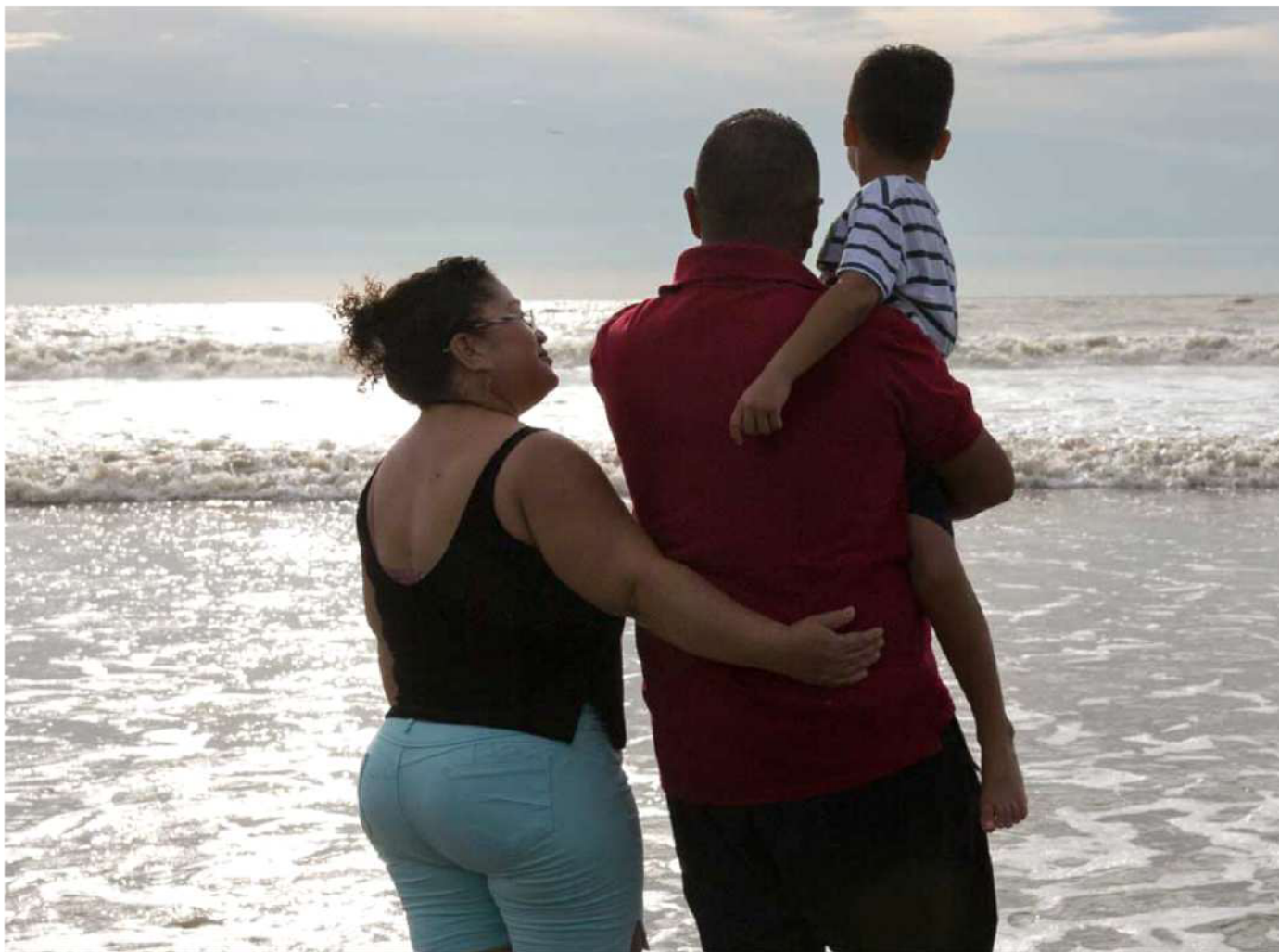
CLICK
R E S E A R C H

**Estudios de
opinión**

www.clickresearchec.com



Created in Flipsnack



ALDEAS INFANTILES Y EL RETO DE QUE LOS NIÑOS VIVAN EN FAMILIAS SEGURAS

Para muchos de nosotros, crecer dentro de un hogar puede ser algo muy natural. Para otros, las dificultades económicas de sus padres o las separaciones de sus progenitores los marcan. Pero para otros la realidad puede ser aún más dura. Niños víctimas de violencia de género, abusos o violencia están en riesgo. Están abandonados a su suerte en un entorno de violencia. No tienen cuidado paternal.

Es ahí donde entra Aldeas Infantiles SOS,

una organización no gubernamental sin fines de lucro que construyó su primera aldea en el país en 1963.

Su directora nacional, la ecuatoriana Eva Peñafiel, conversa con revista IDENTIDAD EC y nos cuenta sobre la labor para que los niños, adolescentes y jóvenes crezcan en un entorno protegido. Las cifras revelan el problema: más de 2 mil niños en el país están bajo protección especial. Es decir, fueron separados de su origen y tienen cuidado alternativo.



Y más allá de esas cifras, más allá de esas frías estadísticas, están las historias de esos niños que llegan desde entornos que no les garantizan su desarrollo y pudieran marcarlos de por vida. "Hay casos de niños con traumas tan profundos por lo que trabajamos en salud, psicología clínica, neuropsicología, neuropsiquiatría y salud funcional. Depende del caso, la atención debe ser individualizada".

86 niños en 30 casas de acogida

Antes, la negligencia, orfandad o situaciones de precariedad eran las razones principales por las que los niños eran separados de sus familias. Ahora hay una realidad diferente. Un estudio de Aldeas Infantiles revela que las causas son situaciones de violencia de género, abuso físico, sexual y violencia. Algunos, simplemente, no pueden volver a sus hogares porque sus padres fueron asesinados.

Aldeas infantiles tiene a 186 niños en 30 casas de acogida a escala nacional, que han perdido el cuidado de sus padres. "Nuestro enfoque es trabajar por el derecho de niños y niñas a vivir en familias libres de violencia. Este es un derecho que está establecido en la Constitución, pero también hay que garantizar que estén libres de violencia".

No se trata solamente de sacar a los niños de esos entornos. Aldeas infantiles trabaja, en primer momento, en una etapa denominada prevención para que los menores de edad sigan con sus familiares. Si eso no es posible llegan a las aldeas. Y, más adelante, pueden volver con sus familiares a través de procesos de reinserción o al cuidado familiar.



Algunos no pueden regresar con quienes les dieron la vida. Muchos de ellos tienen familiares que pertenecen a grupos de delincuencia organizada, GDO, en medio de la explosión de la violencia por el narcotráfico y las luchas de poder de estas agrupaciones delictivas que crecieron en los últimos años.

Una nueva realidad al cumplir 18 años

Lo más apremiante es que cuando los jóvenes de casas de acogida cumplen los 18 años, el Estado e instituciones dejan de brindarles la protección del cuidado especial y se enfrentan a otra realidad. Es ahí donde Aldeas infantiles interviene para proveerles un plan llamado 'vivienda tutelada', que les permite tener apoyo, económico, social y financiero hasta los 24 años.

Los jóvenes que han pasado por este proceso demuestran que sí se puede tener una nueva vida sin el cuidado paternal. Está la historia, por ejemplo, de Ariel, de 19 años, en Manabí Llegó a los 13 años a una aldea SOS y, tras cumplir la mayoría de edad, pasó a formar parte del plan 'vivienda tutelada'. Obtuvo una beca de Gestión Culinaria en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE). A la par, trabaja en un restaurante reconocido de Portoviejo.

También está la historia de Luz Ayabaca, quien se crio en una aldea y a los 19 años decidió estudiar la carrera de Derecho. Había dudas, miedos y ansiedad por enfrentarse a un entorno desconocido, por hablar ante nuevas personas. Pero ahora sigue con sus estudios y es un ejemplo de perseverancia y resiliencia para otros que crecieron junto a ella, sin el cuidado de sus padres.

Otros casos de esperanza son Anthony, Miller y Salomé, quienes se incorporaron a un trabajo, tras permanecer su adolescencia y edad en una aldea. Ven con optimismo su futuro.

¿Podrías crecer sin tus padres?

Es una pregunta dura y con pocas respuestas. Eva Peñafiel sabe que nada reemplazará a una madre, pero en Aldeas se trabaja con el enfoque para que crezcan seguros y también con cuidados especializados y procesos terapéuticos. "Son niños que muchas veces vienen desnutridos, con bajo peso, con baja estatura. Detectamos esos problemas, a la par de crear vínculos".

Eso sí, para llegar a Aldeas debe haber una medida judicial. Un juez debe determinar que su vida y su dignidad están en riesgo y emitir una medida de protección.

"Cuando llegan siempre establecemos un proceso de investigación que nos permite identificar si es que en verdad necesitan estar en un cuidado alternativo. Nos preguntamos si es que hay una familia extendida que pueda hacerse cargo del niño, porque siempre va a ser mejor estar en familia".

Entonces, se busca a los familiares porque, en algunos casos, se desconoce quienes son. Si se los encuentra, se trabaja con ellos para que puedan empezar un proceso de rehabilitación. Hay familias que están dispuestas a trabajar desde el primer momento, pero hay otras a quienes, incluso, no se las puede localizar.

Por eso, también se trabaja en la búsqueda de hogares adoptivos. A Aldeas ahora llegan niños de 8 años en adelante, mientras que antes venían más pequeños. Esto ha complicado el trabajo de que encuentren un nuevo hogar, porque muchos prefieren adoptar a niños de corta edad. Pero cuando se logra ubicar a un preadolescente, la alegría es enorme, una muestra de que siempre se puede salir adelante con una nueva familia y un nuevo rumbo.

"Hace algunos años, la negligencia, orfandad o situaciones de precariedad eran las razones principales por las que los niños eran separados de sus familias"



Escrito por: Alex Purúncajas
Periodista



EDICIÓN 44, AGOSTO 2026

ECUAD

¿Hay futuro en la Selección tras la eliminación del Mundial?

Las manos al rostro para cubrir su llanto, la sensación de tristeza y frustración por la eliminación del Mundial. Moisés Caicedo no pudo contener sus lágrimas ante más de 80 mil personas en el imponente estadio Azteca.

Ecuador había perdido 2-0 ante México, que festejaba con sus hinchas. De fondo, sonaba la canción 'México en la piel' de Luis Miguel, el Sol, uno de los mejores cantantes que ha dado ese país.

En otro costado, Moisés no paraba. Al ver su desconsuelo, Enner Valencia y Hernán Galíndez, los otros dos capitanes de la Tricolor lo abrazaron. Fue una postal reveladora porque Moisés es el nuevo símbolo de la Selección, el jugador sobre el que recaerá el peso del equipo en los próximos años, mientras que Enner y Galíndez se retiran. Dan la posta a las nuevas generaciones.

La derrota ante México marcó la despedida temprana de Ecuador del Mundial 2026. Se esperaba más, mucho más. Enner había dicho que se veía en semifinales, mientras que los especialistas consideraban a este equipo como "la generación dorada".

Pero las cosas empezaron mal. Una derrota ante Costa de Marfil y un empate ante la debutante Curazao encendieron las alertas. Después, la victoria ante Alemania solo fue un espejismo. En ese partido, Ecuador, por fin, se mostró combativo, sin temor a atacar, con sus jugadores mostrando la calidad y los éxitos con los que llegaban precedidos. Pero el juego de los dieciseisavos de final ante México dejó nuevamente en evidencia a la Tri y a su entrenador Sebastián Beccacece, sin un plan 'B' para contrarrestar el juego de los rivales.

El equipo pareció no manejar la presión de los anfitriones, sumados a problemas logísticos que lo complicaron. El viaje desde Estados Unidos a México duró nueve horas, cuando solo debió ser de tres. Los hinchas locales también se mostraron hostiles e hicieron un bullicio en el hotel donde se hospedó la Tricolor.

Se acabó el Mundial para Ecuador y habrá que esperar cuatro años más para ver nuevamente en la escena mundial. Pero ¿será que en ese tiempo puede mejorar para una participación? Hasta ahora, la mejor campaña de Ecuador en Mundiales



es Alemania 2006, torneo al que llegó hasta los octavos de final.

Ahora, se llegó hasta dieciseisavos, pero en el camino solo se consiguió una victoria en un torneo que contó con un mayor número de equipos, algo que permitió que selecciones con poco renombre participaran.

Un técnico que conduzca a la Tri

Tras la derrota ante México, los jugadores, el entrenador y los directivos se reunieron en el camerino del estadio Azteca. Fue el momento de las despedidas. Enner (de 36 años) y Galíndez (de 39) confirmaron que habían cumplido un ciclo. Con su edad, ya no se ven en un nuevo Mundial.

Galíndez ofreció disculpas y dijo que era momento de decir adiós. Fue uno de los mejores del plantel en el torneo. Mientras que Enner no salió a dar declaraciones. Gonzalo Valle, uno de los arqueros suplentes, sí habló ante los periodistas y dijo que “en su momento” se sabrá lo que se habló en el camerino.

También se despidió Becacece. Era algo que ya se sabía. Su contrato como DT de Ecuador finalizaba tras la participación en el Mundial. Durante su periodo, fue el ‘rey de los empates’ (12). Además, sumó 9 victorias y apenas 3 derrotas. En el aspecto que más quedó en deuda fue el juego ofensivo. Durante su periodo, la Selección solo recibió 11 goles, pero en cambio solo marcó 22 veces.

Con la solidez defensiva, Ecuador se presentó en el Mundial para dar pelea. Llegó con Willian Pacho, bicampeón de la Champions con el PSG, y Piero Hincapié, campeón de la Premier League con el Arsenal. Junto a ellos estuvo Joel Ordóñez, que juega en el fútbol de Bélgica.

La zona defensiva se completó con Alan Franco, un jugador que se desempeña como volante, pero Beccacece insistió en ponerlo como lateral. Su falta de oficio para el puesto se evidenció en algunos partidos.

Beccacece también insistió en poner de titular a Enner Valencia, quien no fue determinante para el ataque. Pese a ello, lo mantuvo siempre como la primera opción. Faltó eficacia ofensiva. Esas decisiones, más la falta de respuestas para contrarrestar el juego de los rivales, terminaron condenando al DT. No fue el entrenador que llevara a Ecuador “a un siguiente paso” como lo había prometido Francisco Egas, el presidente de la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF).

Egas busca “ahora” un técnico que ilusione. Su contratación está prevista para septiembre de este 2026 porque, entre el 21 de ese mes y el 6 de octubre, se prevé partidos de preparación en el calendario de la FIFA. Mientras tanto, las eliminatorias para el próximo Mundial se espera que empiecen en los primeros meses del 2027.

Egas asumió parte de su responsabilidad en la temprana eliminación y ahora espera contratar al técnico que aproveche las virtudes de una Selección que se destaca por la potencia de sus jugadores, varios de ellos en clubes de Europa.

El segundo equipo más joven del Mundial

Con un promedio de 26,1 años, la Tricolor fue el segundo equipo más joven del Mundial, solo detrás de Costa de Marfil. La juventud de sus figuras como Pacho, Caicedo y Piero Hincapié (24 años), Gonzalo Plata (25) y John Yeboa (26) dan esperanza de ver a Ecuador como un equipo más experimentado para los próximos mundiales.

El gran desafío, entonces, para el nuevo entrenador es fortalecer el ataque y encontrar un delantero capaz de resolver en juegos determinantes. En cuatro partidos del Mundial, ningún delantero de la Tri anotó. Solo concretaron dos volantes (Nilson Angulo y Gonzalo Plata), ante Alemania. Se va Enner, el goleador histórico de la Selección, y no se ve un delantero que sea capaz de consolidarse en la delantera.

Escrito por : Álex Puruncajas
Periodista deportivo





EL CONGRESO DIGITAL CONNECT EXPUSO SOBRE LA ESTRUCTURA DIGITAL

Con especialistas de ciberseguridad, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP) y el IAEN (Universidad de Postgrados del Estado) presentaron el Congreso Ecuador Digital Connect 2026. El propósito fue establecer una alianza estratégica para trazar una hoja de ruta en ciberseguridad, redes de quinta generación y soberanía tecnológica en el país.

En el evento participaron Fred Yáñez, gerente nacional de CNT EP; María Antonieta Álvarez, vicerrectora de IAEN; David Núñez, gerente de arquitectura de CNT, y Cecilia Paredes, docente de la Escuela Politécnica Nacional. Durante el acto de apertura, se destacó que el desarrollo de una infraestructura digital robusta permite impulsar la competitividad económica y garantizar la

SAMSUNG PRESENTÓ SU NUEVA GENERACIÓN DE PANTALLAS



Samsung Ecuador, la filial de la empresa surcoreana, aplica la inteligencia artificial para transformar la experiencia al ver en las pantallas. La empresa expuso sobre esta innovación en un evento realizado el 24 de junio en sus instalaciones, en el norte de Quito. Clientes, periodistas e invitados conocieron las novedades.

Con la nueva tecnología, los usuarios pueden disfrutar de una mejor calidad de la imagen, el sonido y las funciones interactivas de las pantallas.

Los ejecutivos de la compañía explicaron que los televisores Samsung, por ejemplo, pueden reconocer automáticamente contenidos y proporcionar información en tiempo real de los partidos de fútbol, a través de varios dispositivos conectados en el hogar.

La campaña Siembratón se desarrolló en Quito con el propósito de impulsar la restauración de ecosistemas y fortalecer la conciencia ambiental ciudadana. La empresa ChevyPlan, dedicada al financiamiento programado de vehículos en Ecuador, intervino en la iniciativa liderada por el Colegio Johannes Keple.

La jornada se desarrolló en el Parque Ecológico Angamarca, ubicado en el sector del volcán Ilaló.

Las actividades contribuyeron a la siembra de 350 árboles de especies nativas y comestibles como aliso, cholán, pumamaqui, guaba, laurel y tocte, seleccionadas por su alto valor ecológico y por su aporte a la biodiversidad local.



CHEVYPLAN PARTICIPÓ EN LA INICIATIVA 'SIEMBRATÓN'



Created in Flipsnack

FUNDACIÓN DISEÑA Y DESIGN FOR CHANGE ECUADOR LANZAN PROYECTO



La Fundación Diseña Futuro y Design for Change Ecuador lanzaron una nueva convocatoria para los Premios GOAT (Greatest Of All Time). El objetivo es inspirar a niños y jóvenes ecuatorianos a ser actores del cambio en sus comunidades.

La iniciativa, que tiene el auspicio de Banco Guayaquil, busca fomentar la creatividad, la innovación y el liderazgo social desde las aulas, promoviendo soluciones a desafíos del país.

“Más allá de un concurso, queremos impulsar una generación que identifique desafíos, proponga soluciones y actúe para generar un impacto positivo en su entorno”, destacó Pamela Ycaza, Fundadora y Directora Ejecutiva de Fundación Diseña Futuro.

El concurso está dirigido a instituciones educativas de todo el Ecuador. Los estudiantes deberán conformar equipos de entre tres y cinco integrantes, acompañados por un mentor, para identificar una problemática de su entorno y desarrollar una propuesta de solución con impacto tangible.







DOMINIOS ECUADOR

Junto a ti, en la evolución digital

Construimos **tu presencia digital** de principio a fin:



Hosting



Buzón de Almacenamiento



Correo



Backup



SSL



INCLUYE:

- Dominio
- Hosting
- Diseño Personalizado

Diseño Web

¡CONTÁCTANOS!

☎ 098 307 2989 ✋



www.dominiosecuador.ec



@dominiosecuador.ec



Created in Flipsnack