

Crear y compartir  
valor para cumplir  
con nuestra visión

THONY DA SILVA ROMERO  
Socio Director  
de Pizzolante

"INTEGRAR LA COMUNIDAD  
ES LA CLAVE"

Rosa Rijo  
Directora Ejecutiva de  
la Fundación Tropigas

ISSN 2520-0100

# FACTOR DE ÉXITO

*¡La clave está en la diferenciación!*

**Carlos José Martí Garden:**

Barcos recolectores de  
residuos flotantes del programa

**Ribera Verde**  
de Fundación Tropigas

disminuirán la contaminación de  
los ríos Ozama e Isabela.

**Juan Roberto Amell**

DIRECTOR DE ASUNTOS CORPORATIVOS  
- BEPENSÁ DOMINICANA -

"dentro y fuera  
de la botella"  
**Agua  
Sostenible**

**La Sostenibilidad  
empieza por casa**

Grupo Universal gestiona  
su RSE a partir de los  
objetivos de desarrollo  
sostenible.

**Sostenibilidad  
en América Latina**

Martha Herrera  
Presidenta de la Junta RedEAmérica

Dominican Energy Crops:

Una empresa que  
siembra energía y  
apuesta por un futuro  
sostenible

**La Comunidad  
Pesquera**  
como Activo Turístico

**Jake Kheel**

Vicepresidente de la Fundación  
Grupo Puntacaha

## DESARROLLO SOSTENIBLE

COMPROMISO DE TODOS

Solo con hielo  
*instintivamente único.*



**BARCELÓ**  
RON DOMINICANO



# CALIDAD CERTIFICADA



*¡Comprometidos con  
la calidad y el medio ambiente!*



# editorial

Fotografía | Tintorelli Photo & Digital Cinematography

Sostenibilidad, Valor Compartido y Responsabilidad Social Empresarial son los temas que ocupan esta edición, los cuales generan múltiples desafíos no solo a los gobiernos, sino a las organizaciones. Porque ellos implican, de una manera u otra, desarrollo, satisfacción de necesidades, convivencia, preservación y se hace imposible lograrlos de forma individual, en solitario, aplicando políticas aisladas que a fin de cuentas originan desgaste y pérdida de recursos.

En el desarrollo sostenible convergen todas aquellas acciones que conducen al bienestar del ser humano, tanto de forma individual como de manera colectiva; es usual que se “mida” a través de indicadores económicos, así como políticos, generalmente vinculados a la riqueza o al nivel de industrialización de un país. En 1972, durante la “Cumbre de la Tierra”, se define al desarrollo sostenible como la función que se ejerce para mejorar la calidad de vida humana, sin que implique exceder la capacidad de carga de los ecosistemas que lo sustentan.

En pocas palabras, el desarrollo sostenible se trata de conservar y para que sea considerado como tal, cualquier programa o proyecto que se encamine hacia dicho desarrollo debe presentar ciertas características particulares, como por ejemplo la promoción del reciclaje y la reutilización de productos, restauración de ecosistemas dañados, aceptación de la naturaleza como una de las bases fundamentales de convivencia entre los seres humanos, fomento del uso eficiente de los recursos y minimización del impacto que producen en el medio ambiente los procesos industriales y agrícolas, entre otras.

El sector empresarial dominicano está plenamente convencido de que la satisfacción de las necesidades humanas de

forma armónica con el medio ambiente, arroja resultados muy positivos en el desarrollo sostenible de las comunidades. Muestra de su compromiso es el evidente interés en crear e implementar mejores prácticas e iniciativas, cuyos resultados garanticen el cuidado del medio ambiente y el bienestar social de su gente.

Como ejemplo de ello, compartimos la labor que despliegan organizaciones como las empresas del Grupo Martí, encabezada por su CEO Carlos José Martí Garden, protagonista de nuestra portada y Presidente de la Fundación Tropigás. Desde siempre, la familia Martí ha estado apoyando diversas causas, por ello la creación de la Fundación Tropigás, desde entonces, fortalece su compromiso y dedica sus mayores esfuerzos a sensibilizar y educar a la población sobre el cuidado del medio ambiente a través de diferentes programas educativos, socioculturales y proyectos de conservación.

Fundación Tropigás busca soluciones a favor del saneamiento y rescate de los ríos Ozama e Isabela por medio de su programa “Ribera Verde” en donde se están desarrollando varios proyectos, entre ellos el de sus barcos recolectores de desechos sólidos, contribuyendo decididamente a la depuración y limpieza de estos ríos, lo que sin duda influye en una mejor calidad de vida de los habitantes de sus riveras.

También presentamos en esta edición a Grupo Universal, el cual ha desplegado un interesante programa de Responsabilidad Social Empresarial basado principalmente en que la Sostenibilidad empieza por casa, involucrando en su programa a sus colaboradores, proveedores, clientes, accionistas y a la sociedad, cumpliendo hasta ahora, con 15 de 17 objetivos establecidos por las Naciones Unidas, demostrando el gran compromiso de Grupo Universal

con el desarrollo sostenido en República Dominicana.

Dominican Energy Crops también integra este conjunto de organizaciones que ha dado un gran paso al frente, en este caso con sus Fincas Energéticas, concentrando sus esfuerzos en el desarrollo de plantaciones energéticas, apostando por el futuro sostenible. Así mismo, Industrias San Miguel, como parte de su programa de Responsabilidad Social Empresarial, se une a través de la Misión Rescate Lista Roja, al Ministerio de Medio ambiente, Ecored, el Jardín Botánico Nacional y a la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ), para contribuir con la conservación de las especies de la flora dominicana con riesgo de desaparecer, dedicando esfuerzos importantes a la siembra y conservación del Roblillo.

Al igual que estas empresas, muchas otras han entendido que el desarrollo sostenible no solo coadyuva a la conservación y sustentación de los recursos naturales renovables, sino que beneficia al ser humano de generaciones actuales y futuras, brindándole una mejor calidad de vida y que esto se logra solo con la convergencia y unión de muchas voluntades.

El empresariado dominicano definitivamente está decidido a involucrarse de lleno en la creación y ejecución continua de programas que contribuyan con el desarrollo sostenible de su país, así como a seguir asumiendo el compromiso de colaborar con la reconciliación entre el medio ambiente y el bienestar socioeconómico de las comunidades en República Dominicana.

*Isabel Cristina*



# PARADISE IN THE SKY

7 Mares is located at the Towers Boulevard, just in front of Jack Nicklaus Signature golf course Las Iguanas. Exclusive apartments with spectacular designs and incredible ocean view over the blue waters of Juanillo Beach, and minutes away from the beautiful Marina of Cap Cana.

NOW UNDER CONSTRUCTION!



WWW.7MARESCAPCANA.COM

YESCANDÚ



info@7marescapcana.com

809-567-9065  
809-223-5417



pág.  
12

## DESARROLLO SOSTENIBLE, COMPROMISO DE TODOS

Carlos José Martí Garden  
CEO de Martí y Presidente de Fundación Tropigas



pág.  
22

## “Dentro y fuera de la botella” Agua Sostenible



pág.  
30

## Crear y compartir valor



pág.  
36

## Vinicio Subero

Director Comercial Ron Barceló



pág.  
18

## La Comunidad Pesquera como Activo Turístico

Jake Kheel  
Vicepresidente de la Fundación Grupo Puntacana



pág.  
25

## La Sostenibilidad empieza por casa

Rafael Izquierdo  
Vicepresidente Ejecutivo Senior de Administración, Riesgo y Legal Grupo Universal



pág.  
34

## “SOSTENIBILIDAD EN AMÉRICA LATINA”

LOS RETOS SON OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Presidenta de la Junta Directiva RedAmérica



pág.  
64

## MILLENIALS

LA GENERACIÓN DEL CAMBIO SOCIAL

Revista Factor de Éxito República Dominicana

Número 13, Año 2- Julio / Agosto 2018

Directora:

Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:

Héctor Rolo Pinto - Isabel Figueroa de Rolo - Andrés García

Isabel Cristina Rolo Figueroa - Arianna Rolo Figueroa - Thony Da Silva Romero

Director de Arte:

Héctor Rolo Pinto

Directora Editorial:

Isabel Figueroa de Rolo

Directora de Mercadeo:

Arianna Mariely Rolo Figueroa

Gerente de Mercadeo: Nathaly Liendo

Gerente de Comunicación: MSc Arellys Rodríguez

Gerente de Negocios: María Concepción Romero

Diseño Gráfico: Angel (Paco) Pineda / Victor Hernández

Portada: Carlos José Martí

CEO MARTÍ y Presidente de Fundación Tropigas

Fotografía de portada: Tintorelli Photo & Digital Cinematography

Colaboradores:

Media & Content Cala Enterprises

Pizzolante Estrategia + Comunicación

New Link Group

Llorente & Cuenca

Banco Popular Dominicano

Barna Management School

Jake Kheel – VP Fundación Grupo Puntacana

Juan Roberto Amell – Director de Asuntos Públicos Corporativos de Bepensa Dominicana Vicepresidente del Fondo de Agua Santo Domingo

Rafael Izquierdo

– VP Ejecutivo Senior de Administración, Riesgo y Legal Grupo Universal

Leandro Díaz – Chef

Articulistas de la presente Edición:

Cirilo Guzmán – Abogado

Eddy Gouveia – Consultor

Fabrizio Poncde – Administrador

Ismael Cala – Autor Inspiracional – Conferencista

Arlene Sabaris – Administradora de Empresas

Thony Da Silva Romero – Consultor en estrategia y comunicación empresarial

Distribución:

Holiday Inn - Crowne Plaza – Hampton By Hilton

El Embajador, a Royal Hideaway Hotel

Barna Management School

Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo.

Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios- ANJE.

Asociación de Bancos Comerciales de la República Dominicana, Inc. - ABA.

Salas de espera de banca y seguros.

Don Pan

Casa de Campo

Grupo Puntacana: Aeropuerto, hoteles y Fundación Grupo Puntacana

Salas VIP Before Boarding - Aeropuerto de las Américas y Aeropuerto de Santiago

Distribución selecta a través de Ecomensajería, aliado estratégico del desarrollo sostenible en el impacto ambiental de reducciones de Co2.

Revista Factor de Éxito República Dominicana

Factor de Éxito Rolga Group SRL

RNC 1-3135817-9

Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3. Local C-6.

Ensanche Naco. Santo Domingo.

Teléfonos: +1 829-340-5724 – 809-542-2479

info@revistafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Contacto Venezuela

+58-243-553-0533

Contacto Panamá

+507-6450-3293 / +507-6976-9133

factordeexito@gmail.com

Registro de publicación impresa: ISSN 2520-0100

Registro de publicación electrónica: ISSN 2520-0585

El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.

  
Venezolana  
en todos los sentidos



  
años

Llegando tan lejos  
como soñamos

# ISM APADRINA SIEMBRA Y CONSERVACIÓN DEL ROBLILLO,

a través del programa  
“Misión Rescate Lista Roja”

La preservación de nuestra flora es uno de los temas que más preocupa a la población dominicana, por la riqueza que ésta posee y por su diversificada variedad de especies y géneros; sin embargo, son muchas las que se encuentran en peligro de extinción.

Dentro de la gran variedad que adorna los bosques y zonas arboladas de la República Dominicana se encuentra el Roblillo, un árbol maderable, medicinal y ornamental cuyo estado de conservación se encuentra en el rango de peligro crítico.

Es por esta razón que Industrias San Miguel, como parte de su programa de Responsabilidad Social se une a través del programa Misión Rescate Lista Roja, al Ministerio de Medio ambiente, Ecored, el Jardín Botánico Nacional y a la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ), para contribuir con la conservación de las especies de la flora dominicana con riesgo de desaparecer.

A través del acuerdo público-privado Misión Rescate Lista Roja, ISM asumió el compromiso de apadrinar la siembra y conservación del Roblillo, un árbol de distribución en bosques



secos y semi-secos en la región de Barahona y Pedernales, de madera amarillenta, liviana y resistente, utilizada en construcciones rurales, mientras que su corteza y sus raíces son usadas como medicinales.

Sobre la iniciativa, el Gerente General de Industrias San Miguel, Arturo Marroquín, manifestó que “Hacer la diferencia se logra dando el primer paso. Todos juntos debemos accionar para poder lograr un impacto en la mejora de nuestro entorno. El medio ambiente es nuestro hogar y hay que preservarlo, en ISM invitamos a todos los ciudadanos a cuidarlo.”

La empresa estará desarrollando actividades educativas y sensibilizando a sus colaboradores y al público en general sobre la importancia de esta especie, y de la flora en general.



# PREMIOS ATABEY CELEBRÓ SU DÉCIMA ENTREGA



Fueron reconocidas ocho iniciativas sociales y empresariales que trabajan con el compromiso de proteger el medio ambiente

El Centro de Innovación Atabey realizó la décima entrega de Premios Atabey con un gran espectáculo, celebrado por primera vez en el Teatro Nacional. Bajo el lema “Gente Innovadora que cuida la tierra”, se reconocieron 8 iniciativas sociales y empresariales que trabajan con el compromiso de proteger el medio ambiente.

Domingo Contreras, Presidente del Centro de Innovación Atabey felicitó a los galardonados, al mismo tiempo que agradeció a los asistentes por el apoyo brindado al Centro, agregando durante su discurso que “Tenemos que pasar de una práctica de usar y tirar a un modo de reducir, reusar y reciclar, pero ello tiene que venir con un nuevo modelo desde el diseño del producto o envase y su valorización basado en el concepto de la Cuna a la Cuna”.

Además, enfatizó acerca de la urgencia de pasar del caos de la basura a la Industria de los Residuos Sólidos, señalando que “una generación tiene que asumir la práctica de separación, al tiempo que se crean nuevas infraestructuras, incentivos y responsabilidades, se hace esencialmente inaceptable la práctica de usar y tirar. Se requiere una apuesta a la salud, al medio ambiente, a la creación de una nueva industria de los residuos sólidos para impulsar una Dominicana limpia.”

Durante 10 años ininterrumpidos el CI Atabey ha galardonado a 70 proyectos de toda la geografía nacional, esto como parte de su misión de apoyar y visibilizar personas y acciones que impulsen el desarrollo sostenible en la República Dominicana.

En esta ocasión se reconoció a:  
**Desarrollo comunitario: Proyecto “El CHOICAL”,** Chocolate de la Cuenca de Altamira (CHOICAL)

**Conservación: “Reserva El Zorzal”,** Proyecto Conservación del Zorzal Migratorio a través de mecanismos ambientales y económicos sostenibles.

**Construcción de capacidades: Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF),** 30 años promoviendo el desarrollo sostenible de la agricultura del sector agropecuario y forestal mediante la capacitación, información, innovación y asistencia.

**Turismo Sostenible: Rancho Platón;** Paraíso-Barahona (Platón Eco Lodge) centro turístico de eco-aventura localizado



en el municipio de Paraíso,.

**Energías Renovables: Asociación De Cacaocultores Los Innovadores de Vuelta Larga (ASOCAIVUL).** Generación micro hidroeléctrica y “universidad del campo” en Vuelta Larga. Aprovechamiento de una fuente local de energía renovable para el fomento del desarrollo integral en la comunidad de Vuelta Larga.

**Arte Ambiental: Bienvenido Valdez, Luthier,** fabricante de instrumentos musicales con residuos sólidos, uno de tres especialistas en todo el mundo.

**Empresarial: Moldeados Dominicanos, Moldosa,** Industria que transforma el papel desechado en embalaje ecológico biodegradable.

**Trayectoria Individual: Padre Rogelio Reconocimiento Especial en Conservación: Proyecto de Desarrollo Agroforestal de la Presidencia**

A la premiación asistieron importantes personalidades políticas y empresariales entre ellas, Ángel Estévez, Ministro de Medio Ambiente, Francisco Domínguez Brito, ex ministro de Medio Ambiente, Alfredo Martínez, Alcalde de Santo Domingo Este, René Polanco, -Alcalde de Santo Domingo Norte-, Franklin León, Presidente de la Cervecería Nacional Dominicana. Así mismo, acudieron a esta significativa entrega de reconocimientos Jhonny Jones, Presidente de la Liga Municipal Dominicana y Gerty Valerio, Gerente Comunicación Claro, entre otros.



**Oficinas Físicas y Virtuales a la medida de tus necesidades**  
**En el mejor centro corporativo del país**



809.542.2462

@smartoffcenter



Fundación Ealixir brinda apoyo a quienes han sufrido acoso  
**<CIBERNÉTICO>**

Ealixir es una fundación internacional presente en 28 países, privada y autónoma, sin fines de lucro y con el objetivo de utilidad social, que lucha contra el acoso cibernético en la web y está dirigida a todas aquellas personas que son afectadas por eventos negativos con repercusiones sociales. Nació para proteger una necesidad, la del derecho al olvido, y garantiza que la información negativa que causa daños personales y a empresas, sea eliminada de los principales motores de búsqueda. Su misión es proteger la seguridad y reputación en la web.

Se basa en la premisa de que si existe el derecho a las noticias y a la información, también está el derecho de quienes al exponerse a ataques personales cibernéticos de los medios, desean que eso, como cualquier otra pena, sea determinado y por lo tanto, tenga una duración limitada a lo largo del tiempo y además, que sea proporcional a los hechos cometidos. Por lo tanto, el derecho al olvido debe entenderse como el derecho del individuo a ser olvidado; una ley destinada a salvaguardar la privacidad impuesta por el tiempo y a una noticia ya hecha de dominio público.

La Fundación Ealixir tiende una mano a aquellos que sufren un ataque mediático que podría extenderse durante un período infinito, violando el derecho a ser olvidado. En casos como este, Ealixir ofrece un servicio para proteger un derecho que se ha visto comprometido, restaurando una situación de legalidad, enfocándose en cuatro áreas específicas de intervención: Ciberacoso infantil, Ciberacoso en general, Sostenibilidad para jóvenes estudiantes y Formación Didáctica en escuelas y universidades.

Ealixir ofrece la supresión de enlaces y noticias perjudiciales en las redes sociales y en general, en la web, tanto para personas jurídicas como para personas naturales, poniendo a disposición sus servicios de forma gratuita, a todos aquellos que no tienen la posibilidad económica de



eliminar enlaces web nocivos.

Esta Fundación sustenta sus propios proyectos, llevados a cabo en conjunto con otros organismos locales y gubernamentales y cuenta con el respaldo de las sociedades pertenecientes a Ealixir. Su Comité Científico tiene entre sus tareas proponer y aprobar las actividades de la Fundación, interviniendo en casos específicos de la vida cotidiana del país. Está compuesto por personas aprobadas por los fundadores, más su Presidente y Vicepresidente. Sus miembros son un Periodista del sexo masculino, una Periodista, dos Abogados, un Psicólogo, un Criminólogo, un Político o ex Político, un Ex Juez de Menores, un personaje joven del espectáculo y un individuo perteneciente al jet set internacional.

**Derecho al Olvido**

Es una novedad absoluta en el panorama legislativo y surge debido a la evolución tecnológica, y en particular, a la digitalización de la información y a la posibilidad de encontrarla con simplicidad y en tiempo real a través de diversos buscadores.

**Acoso y ciberacoso**

Si se comparan, se tiene que el ciberacoso opera por internet guardando ciertas características, como por ejemplo, que en la mayoría de los casos el abusador permanece en el anonimato. Además, logra detectar personas vulnerables, generalmente muy jóvenes, causándole daños severos que pueden llegar a ocasionar en la víctima aislamiento, depresión o incluso, intenciones suicidas. Lo más grave es que por las características propias del internet, estas agresiones permanecen en el tiempo y he ahí donde la Fundación Ealixir cimienta su principal tarea: el derecho a olvidar.



**SOY NIÑA, SOY IMPORTANTE:**

COMPROMISO DE LA FUNDACIÓN TROPICALIA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE



Fundación Tropicalia organizó la sexta edición de Soy niña, soy importante, un campamento de verano orientado a niñas de 9 a 12 años que tiene la misión de brindarles un espacio sano, seguro y divertido donde aprendan sobre sus derechos, construyan sus sueños y exploren el rol que ocupan en su entorno familiar y social.

Soy niña, soy importante nace del compromiso de la Fundación Tropicalia con el desarrollo sostenible de Miches. Cada verano, el campamento trabaja con niñas que viven en condiciones de riesgo y desigualdad, enfrentando desafíos como el embarazo adolescente, unión temprana o deserción escolar, perpetuando el ciclo generacional de la pobreza e impidiendo que las niñas desarrollen todo su potencial.

Fundación Tropicalia cree firmemente en que una niña con acceso a educación y con posibilidad de finalizar sus estudios, tendrá más oportunidades de conseguir empleo, lo cual mejorará su vida y la de su comunidad. Es por ello que este programa busca descubrir el potencial de sus participantes y fomentar en ellas la valentía necesaria para que tomen decisiones apropiadas para su edad, como continuar con sus estudios o evitar el embarazo no planificado y a destiempo.

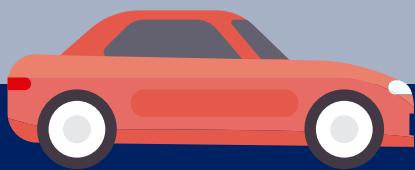
2018 marca la 6ta. edición del campamento, el cual se desarrolló en tres sesiones de una semana, en tres centros escolares diferentes, y contó con la participación de más 300 niñas. Esto es una realidad gracias a los aportes de la Fundación Tropicalia y al apoyo de distintas empresas,

voluntarios, voceros y empleados de Cisneros que se unen anualmente a la causa.

Este año además se lanzó la segunda edición de su Red de Embajadores, conformada por comunicadores, influencers y empresarios que promueven la igualdad de género y contribuyen a crear conciencia sobre la situación de las niñas en el país.

Las personas que deseen apoyar esta iniciativa y conocer el impacto que genera en las niñas de Miches, pueden hacerlo a través de la página [www.snsi.fundaciontropicalia.com](http://www.snsi.fundaciontropicalia.com), o escribir al correo electrónico [snsi@fundacion.tropicalia.com](mailto:snsi@fundacion.tropicalia.com)

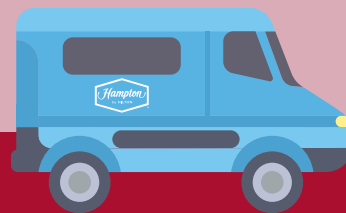




# APARCA



# DUERME



# Y VUELA

## Si llegas tarde al país o tu vuelo sale temprano, ¿Por qué no quedarte cerca del aeropuerto?

### Incluye:

- Habitación Estándar para 1 o 2 personas
- Internet Wireless
- Desayuno buffet o desayuno para llevar
- Servicio de shuttle con transportación gratuita 24 horas a la terminal de pasajeros del Aeropuerto de Las Américas o a las salas de **Before Boarding®\*\***
- Parqueo gratuito de su vehículo en el hotel durante los días de su viaje

### Otros beneficios:

- Servicio de llegada o salida por **Before Boarding®** por solo US\$40 más impuestos
- Facilidad del traslado de su vehículo hasta el aeropuerto al momento de su llegada

### Pregunte por las opciones de **Food to Go.**

*Sujeto a disponibilidad con costo adicional*

**US\$110**  
**+ impuestos (28%)**

*\*\*Si tiene contratados los servicios de **Before Boarding®***

Para reservas, consulte con nosotros o su agente de viajes

Hampton by Hilton | Santo Domingo Airport. Autopista de Las Américas km 27, Santo Domingo.  
Telf. 809 375 4000 | info.hampton@ddphotels.do | www.ddphotels.do



Santo Domingo Airport

# DESARROLLO SOSTENIBLE, COMPROMISO DE TODOS

“A través del programa Ribera Verde se impulsa el desarrollo local sostenible de las comunidades que se encuentran en las riberas de los ríos Ozama e Isabela.”

Carlos José Martí Garden, reconocido y exitoso empresario, CEO de MARTÍ y Presidente de Fundación Tropigas, forma parte de una familia constituida con base en valores muy firmes de honestidad, compromiso, lealtad y un gran amor, tanto por sus seres queridos como por sus emprendimientos organizacionales. Uno de éstos se despliega a través de la Fundación Tropigas, dentro del programa Ribera Verde, el cual contempla entre sus objetivos, impulsar el desarrollo local sostenible de las comunidades que se encuentran en las riberas de los ríos Ozama e Isabela.

Carlos José Martí Garden

CEO de MARTÍ y  
Presidente de Fundación Tropigas

El Presidente de Fundación Tropigas, convencido de que el éxito se logra gracias a la integridad, al trabajo y a la perseverancia que en el caso de la familia Martí y sus empresas ha sido durante más de 60 años, sostiene que la constancia les ha permitido formar un equipo enfocado en la excelencia en cada uno de los servicios que presta.

**“Los valores familiares deben estar presente en nuestro trabajo día a día, realizar un trabajo integro, honesto y responsable siempre da buenos frutos.”**

Enfocado en la necesidad de fomentar el desarrollo sostenible en las comunidades, Carlos José Martí estima conveniente que las organizaciones se comprometan de forma sostenida con la conservación y preservación del medio ambiente, ya que el sector privado juega un papel protagonista en su preservación, buscando la forma de no afectar los ecosistemas y hábitats terrestres y marítimos con las operaciones que realiza, respetando las normas medio ambientales e integrando la conservación y preservación del medio ambiente en su estrategia de negocio.

“Recuerdo que, -señala el ejecutivo-, desde muy temprana edad, cuando me inicié en los negocios de la familia, entendí que sentía



Fotografía | Tintorelli Photo & Digital Cinematography

un fuerte compromiso social por todas las necesidades existentes en nuestro país y que desde nuestras empresas podemos ayudar”, puntualiza.

En tal sentido nace la Fundación Tropigas, como respuesta a la necesidad de canalizar las diversas actividades de responsabilidad social que desarrollan, considerando Martí que el mayor aporte comunitario de la Fundación a República Dominicana, en cuanto a sostenibilidad medioambiental se

“adicional tenemos **constantemente** jornadas de sensibilización, **abordando** los temas de salud y saneamiento ambiental.”



Fotografía | Tintorelli Photo & Digital Cinematography

refiere, lo realiza el programa Ribera Verde, a través del cual se impulsa el desarrollo local sostenible de las comunidades que se encuentran en las riberas de los ríos Ozama e Isabela. Con los barcos recolectores de desechos sólidos, recientemente adquiridos, se despliega un operativo destinado a impactar a una comunidad vulnerable con más de 40,000 personas que necesitan del aporte del sector privado y del gobierno, para lograr un desarrollo sostenible y mejorar su calidad de vida.

Completa este proyecto la instalación de sistemas hidrobiológicos en las desembocaduras de las cañadas. Cabe destacar que los barcos recogen plantas, plásticos y todo tipo de residuo sólido que se encuentre flotando en los ríos Ozama e Isabela.



Fotografía | Tintorelli Photo & Digital Cinematography

Indica Carlos José Martí Garden que a través del programa trabajan de frente el manejo adecuado de residuos sólidos con 10 recolectores en triciclos, que buscan los desechos de las casas que están en los callejones y los colocan en puntos accesibles para los camiones del ayuntamiento, agregando que “adicional tenemos constantemente jornadas de sensibilización, abordando los temas de salud y saneamiento ambiental”.

Es importante destacar que el proyecto de los barcos recolectores de desechos sólidos es a largo plazo, y va de la mano con la educación ambiental en las comunidades ubicadas en las riberas de estos ríos, permaneciendo dos años en cada sector. Indica el Presidente de Fundación Tropigás que “tenemos campañas educativas enfocadas en la enseñanza media, con un personaje que se llama Juancho Ribero (un cangrejito); campamento de reciclaje, talleres de saneamiento ambiental para los comunitarios y un diplomado de Cambio Climático para docentes, entre otras”, considerando que “la educación es clave para lograr cambios de hábitos”.

Fotografía | Tintorelli Photo & Digital Cinematography

## Barcos Recolectores Ribera Verde

El exceso de lilas y residuos flotantes que existen actualmente en los ríos Ozama e Isabela trae como resultado que el programa Ribera Verde adquiera 2 barcos recolectores de residuos flotantes y plantas acuáticas para que sean utilizadas de manera permanente en estos ríos con la colaboración del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Corporación de Acueducto y Alcantarillado de Santo Domingo (CAASD), la Armada Dominicana y los ayuntamientos del Distrito Nacional, Santo Domingo Norte y Santo Domingo Este, entidades que contribuirán en la eficiencia y sostenibilidad de sus operaciones, siendo un plan piloto que sin duda incentivará a otras empresas a unirse, para lograr la reducción de la contaminación en estos ríos. Esta iniciativa de Fundación Tropigás forma parte de su búsqueda constante de soluciones para contribuir con el plan estratégico de la Comisión Presidencial Ozama e Isabela a favor del saneamiento y rescate de ambos ríos.

“la *educación* es clave para lograr cambios de hábitos”.



# Desarrollo sostenible de las comunidades más vulnerables



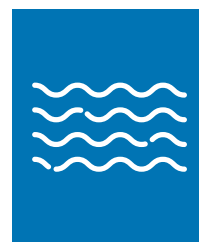
Gracias al esfuerzo mancomunado de todas las partes involucradas, Ribera Verde en cada uno de sus focos ha obtenido resultados muy satisfactorios para beneficio de estas comunidades en La Ciénaga.

El programa **Ribera Verde** es una iniciativa de la Fundación Tropigas para fomentar y contribuir con el saneamiento ambiental y mejora de calidad de vida de los sectores que se encuentran en las riberas de los ríos Ozama e Isabela, impulsando el desarrollo local sostenible de sus comunidades.

Ribera Verde está enfocado en seis pilares:



Manejo de Residuos



Saneamiento y Rescate de Cañadas



Educación Ambiental



Reforestación



Salud Preventiva



Participación Comunitaria



Fundación Tropicigas seleccionó el sector La Ciénaga como punto de partida del programa Ribera Verde; desde enero del 2017 ha implementado los diferentes proyectos de saneamiento ambiental y mejora de calidad de vida, con el objetivo de cuidar el medio ambiente y fomentar el desarrollo sostenible de la comunidad.

El éxito del programa Ribera Verde está muy relacionado con el número de alianzas estratégicas que se han creado con el sector gubernamental y empresas privadas, así como con las redes comunitarias que se han formado donde residentes en el sector tienen la oportunidad de participar, capacitarse y obtener empleos.

Gracias al esfuerzo mancomunado de todas las partes involucradas, Ribera Verde en cada uno de sus focos ha obtenido resultados muy satisfactorios para beneficio de estas comunidades en La Ciénaga.

### Manejo de residuos, saneamiento y rescate de cañadas

Con el propósito de reducir la cantidad de residuos sólidos que llegan a los ríos Ozama e Isabela, el programa Ribera Verde ha establecido un sistema de gestión integral de residuos sólidos para su manejo, separación y reciclaje, logrando un cambio de actitud en los hábitos de higiene y protección del medio ambiente de las comunidades ubicadas en las riberas de estos ríos, creando un equipo de trabajo de 10 recolectores y 15 promotoras ambientales reclutados en el mismo sector, los cuales laboran conjuntamente, entrando callejón por callejón en triciclos, recolectando y llevando los residuos no reciclables a 10 puntos limpios asequibles para la recogida

del camión del ayuntamiento, y los reciclables al centro de acopio para ser reutilizados, complementando esa gestión con jornadas de sensibilización casa por casa.

Ribera Verde realiza 4 jornadas de limpieza en las cañadas más contaminadas del sector La Ciénaga y 2 operativos de control de fuga de agua potables a 1,000 viviendas familiares con el objetivo de reducir la contaminación de las aguas estancadas y cuidar el recurso del agua.

*“Gracias al esfuerzo mancomunado de todas las partes involucradas, Ribera Verde en cada uno de sus focos ha obtenido resultados muy satisfactorios para beneficio de estas comunidades en La Ciénaga.”*

Este programa ha reforestado áreas verdes y creó un vivero comunitario para promover los huertos familiares, entregándole más de 10,000 plantas germinadas a los residentes, garantizando así el consumo de alimentos sanos para la familia.

### Salud preventiva y participación comunitaria

En relación a salud preventiva, el programa Ribera Verde creó una estrategia local de redes integrales y sistemas comunitarios de alertas tempranas, vigilancia epidemiológica para la protección y respuesta rápida ante enfermedades como la malaria, dengue, zika y chikunguya, realizando 24 jornadas de salud preventiva, creando una red comunitaria de salud y una red comunitaria de emergencia y gestión de riesgos.

### Educación Ambiental

El programa ha impartido 14 capacitaciones a líderes comunitarios y voluntarios sobre saneamiento ambiental y salud, un diplomado de Cambio Climático para docentes e implementó una campaña educativa basada en el cuento infantil llamado “Las aventuras de Juancho Ribero”, impactando a más de 600 niños del sector.

Ribera Verde ha involucrado a los comunitarios en todas las acciones que ha realizado, logrando con ello generar un sentido de pertenencia que ha propiciado altos niveles de participación, misma que se ve reflejada en las actividades deportivas y de esparcimiento donde se refleja el trabajo en equipo.





“La *evaluación* de las fortalezas, debilidades, activos y necesidades de una comunidad constituyen el *primer paso* en la planificación de un *proyecto eficaz*.”



# INTEGRAR LA COMUNIDAD ES LA CLAVE

LOS PROYECTOS EXITOSOS TIENEN EN COMÚN LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN LAS TOMAS DE DECISIONES



por Rosa Rijo Directora Ejecutiva de la Fundación Tropigas para Revista Factor de Éxito.

Lograr una visión compartida de las necesidades de una comunidad es fundamental para el éxito de cualquier proyecto que busque ser de gran impacto en sectores vulnerables.

Realizar planes integrales de desarrollo sostenible representa una estrategia valiosa y efectiva para la transformación de pensamiento de una comunidad, tomando en cuenta además de lo visible la forma de intervenir y de abordar los diferentes grupos sociales.

Los proyectos exitosos tienen en común la participación comunitaria en las tomas de decisiones, donde jóvenes, adultos, profesionales, negociantes, líderes comunitarios y religiosos emiten su opinión y participan de manera activa.

El plan de acción del proyecto debe formularse partiendo de un levantamiento previo de información donde salen a relucir las necesidades e inquietudes de la comunidad, así como informaciones de referencia e indicadores a tomar en cuenta como medición de impacto.

La evaluación de las fortalezas, debilidades, activos y necesidades de una comunidad constituyen el primer paso en la planificación de un proyecto eficaz, promoviendo que el compromiso y el involucramiento sean cada vez más activos, dando como resultado la autogestión del desarrollo, generando un sentido de pertenencia.

La integración de la comunidad en los proyectos es de gran importancia para garantizar la sostenibilidad del mismo, involucrando a los comunitarios en la búsqueda de alternativas para solucionar las problemáticas del sector.

La participación social permite a la comunidad organizarse para expresar sus necesidades y defender sus intereses, promoviendo una administración más transparente de los recursos que puedan adquirir como comunidad beneficiada de un proyecto.

El desarrollo sostenible concibe un nuevo tipo de gestión que fomenta una cultura de participación hacia un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano, que lo coloca como centro y sujeto primordial del desarrollo, implicando el fortalecimiento y la plena

participación ciudadana en convivencia armónica con la naturaleza.

En el programa Ribera Verde que lideramos a través de la Fundación Tropigas, brazo social del grupo Martí, estamos desarrollando iniciativas de saneamiento ambiental y mejora de calidad de vida en el sector La Ciénaga, las cuales han sido construidas a partir del protagonismo real de las personas, familias, niños/as, productores, fundaciones e instituciones que existen en la comunidad.

Partimos de un levantamiento previo de información, el cual nos permitió ver con mayor claridad las necesidades críticas de la comunidad, así como datos relevantes para identificar los indicadores a tomar en cuenta como medición de impacto en la comunidad durante un periodo de dos años.

Los equipos de trabajo, redes comunitarias y voluntariado han sido todos conformados por personas residentes en el sector, siendo estos parte activa de la implementación de los diferentes proyectos del programa, garantizando así mayor compromiso y sentido de pertenencia por estar trabajando para la mejora de su comunidad.

El programa Ribera Verde, a través de sus 6 proyectos: manejo de residuos, limpieza de cañadas, reforestación, salud preventiva, educación ambiental, y participación comunitaria es una fuente de empleo para más de 90 personas residentes en el sector, desempeñando las funciones de recolectores de residuos, brigadistas de saneamiento, promotores ambientales, pintores, facilitadores y entrenadores deportivos.

En el desarrollo del programa se han creado con los voluntarios del sector redes comunitarias de Salud, de Emergencia ante Desastres Naturales y de Guardianes del Medio Ambiente, lo que denota una gran integración de la colectividad, donde todos los integrantes reciben capacitaciones de Cambio Climático, Salud y Saneamiento Ambiental, Reciclaje, Primeros Auxilios y Liderazgo Social, entre otros.

La integración de la comunidad sin duda ha sido la clave de la efectiva implementación del programa Ribera Verde en el sector La Ciénaga, siendo este un modelo replicable en los demás sectores de las riberas de los ríos Ozama e Isabela.



Prácticas y oportunidades para la construcción del desarrollo sostenible en comunidades aledañas

# La Comunidad Pesquera como Activo Turístico

Foto aérea antiguo Puntacana Resort & Club

“Hoy en día, en Fundación Grupo Puntacana tenemos contratados tres equipos de “jardineros de coral,” representados por ex-pescadores que han abandonado la pesca artesanal. Anteriormente vivían de arponear los peces colorados del arrecife. Hoy contribuyen a la conservación de los corales.”

Jake Kheel

Vicepresidente de la Fundación Grupo Puntacana

**E**n 2017, el Ministerio de Medio Ambiente declaró una nueva veda para eliminar la captura del Pez Loro. Como pez herbívoro, esa especie consume algas en los arrecifes, limpiando y protegiendo los corales. También sirve como una máquina de producción de la arena blanca que decora las playas del Caribe. Su excremento, constituido por roca y coral digerido, es arena blanca. Se estima que

cada Pez Loro defeca alrededor de 200 litros de arena blanca al año. Una abundancia de Pez Loro, según científicos, corresponde a arrecifes saludables.

En República Dominicana, los peces loros son cada día más escasos. La pesca artesanal ha disminuido drásticamente la población de meros y pargos. Mientras sus opciones de pesca tradicionales disminuyen, los

pescadores reemplazan los peces de más alto valor económico por categorías de peces con menos valor, como el Pez Loro.

Alarmantemente, en Punta Cana, la zona turística de mayor importancia del país, la captura de este pez representa el 50% de la pesca local. Ese fenómeno señala una sobrepesca intensiva de una especie clave para las playas turísticas.

**NUEVA**  
**PANTALLA LED**  
**GRAN FORMATO**  
AV. TIRADENTES  
CON ROBERTO PASTORIZA



Sin embargo, ¿cuál será el impacto a los miles de pescadores artesanales que dependen de la pesca de Pez Loro para el sustento?

La experiencia de Fundación Grupo Punta Cana puede ser ilustrativa para otras regiones del país. Hace cinco años, comenzamos a incorporar pescadores en nuestro proyecto de restauración de corales. Debido al crecimiento y éxito del proyecto, faltaba personal. La restauración de coral requiere mano de obra trabajando en viveros sub-marinos. Aunque no requiere mucha experiencia técnica, sí requiere experiencia práctica bajo el agua. En vez de entrevistar biólogos marinos, decidimos certificar y contratar a un grupo de pescadores locales.

Hoy en día, tenemos contratados tres equipos de “jardineros de coral,” representados por ex-pescadores que han abandonado la pesca artesanal.



“la captura de este pez representa el 50% de la pesca local”

Anteriormente vivían de arponear los peces colorados del arrecife. Hoy contribuyen a la conservación de los corales.

Entusiasmados con esa experiencia, priorizamos la contratación de pescadores en diferentes actividades de la Fundación Grupo Punta Cana y empresas asociadas. Tratamos de ofrecer alternativas de empleo dignas y a la vez, disminuimos la pesca artesanal no regulada en los arrecifes. Complementamos la prohibición de la pesca con la incorporación de nuevas capacidades de los pescadores en la industria turística.

Hoy en día, La Asociación de Artesanos y Servicios Marítimos (ARSEMAR), una entidad compuesta por pescadores y sus familiares, ofrece una variedad de servicios y productos relacionados al mar. Además de “jardineros de coral,” producen artesanía, trabajan como capitanes de barcos, buzos y prestan otros servicios marítimos.

La lección más importante de esa experiencia es la necesidad de complementar los límites de explotación pesquera con la creación de nuevas oportunidades para la comunidad de pescadores y sus familias. El sector privado será un actor clave para encontrar soluciones de empleos nuevos. La integración del sector privado a las iniciativas de conservación del estado no es solamente una meta loable, es imprescindible.



Foto aérea Punta Cana Resort & Club

# Reflexiones sobre el Desarrollo Sostenible

por Jake Kheel

Vicepresidente de la Fundación Grupo Puntacana para Revista Factor de Éxito.



**H**ace trece años, recién graduado de la maestría en Gestión Ambiental, Grupo Puntacana me invitó a formar parte de su empresa como Director Ambiental de la Fundación. A pesar de una buena preparación académica y experiencia profesional, realmente no sabía nada sobre “desarrollo sostenible”, más que, como concepto, se trata de crear un balance entre diferentes industrias, las comunidades afectadas en sus alrededores y el medio ambiente local. Pero en el proceso de traducir lo teórico a la práctica, he aprendido algunas lecciones sobre turismo sostenible que pueden profundizar su implementación en diferentes empresas.

## 1. Desarrollo sostenible significa crear comunidades integrales

Un ejemplo de comunidad integral es Punta Cana, que durante los últimos 25 años ha tenido un crecimiento explosivo. La evolución de la región ha atraído capital de inversión, creando fuentes de empleo y fomentado oportunidades económicas amplias. Sin embargo, para atraer y mantener un turismo duradero que produzca esos beneficios, también es necesario proveer agua potable, manejar los desechos sólidos y los residuos de agua que se producen en los complejos turísticos; proteger los recursos naturales que atraen a los turistas (como los arrecifes, playas y bosques) y asegurar condiciones dignas para las personas que trabajan en la industria.

El desarrollo sostenible significa, no solamente proveer servicios para visitantes, es la creación de una comunidad integral

La evolución de la región ha atraído capital de inversión, creando fuentes de empleo, y fomentado oportunidades económicas amplias.

donde esos beneficios son compartidos entre las empresas, comunidades y el medio ambiente. Esa realidad aumenta la responsabilidad que obligatoriamente tiene que asumir cada compañía, entidad pública y persona involucrada en la industria, para garantizar el éxito del destino en el largo plazo.

“El desarrollo sostenible significa, no solamente *proveer servicios para visitantes*, es la creación de una *comunidad integral*”

## 2. No existe una receta única para el desarrollo sostenible

Siguiendo con el ejemplo del turismo, hace poco tuve la oportunidad de visitar Rancho Baigüate en Jarabacoa. Me impactó la variedad de programas de sostenibilidad que tienen desde hace años: agricultura sostenible en la forma de permacultura, programas de educación ambiental con alumnos a nivel nacional y esfuerzos de restaurar los suelos y bosques de su propiedad y alrededores. Su

compromiso con el turismo sostenible está claro.

Esa visita me confirmó que para lograr un turismo sostenible existe una diversidad de soluciones, dependiendo de la realidad de cada lugar y no hay una sola receta. El turismo de alta montaña, o de hoteles de baja densidad, enfrenta realidades diferentes que el turismo de sol y playa, o de destinos de mayor densidad. No existe una fórmula única de turismo sostenible que cubra todas las realidades de todos los destinos. Hay que celebrar esa diversidad de soluciones.

## 3. Compartir los éxitos, pero también los fracasos

Para muchas empresas, uno de los motivos más importantes para apoyar el desarrollo sostenible es mantener o mejorar su imagen corporativa. Estas se dedican a promover los logros de sus programas ambientales, aunque esa promoción solo es justificada cuando sean programas creíbles, y más aún si su experiencia puede influir en las decisiones de otras empresas turísticas o a otros destinos. Sin embargo, raras veces las empresas están dispuestas a discutir o compartir sus experiencias negativas. Pero esa experiencia es también fundamental para evitar la replicación de errores o para identificar debilidades en ciertas prácticas y realizar mejoras y modificaciones. Un compromiso con el turismo sostenible requiere una visión que va más allá de una sola propiedad.



“Dentro y fuera de la botella”

# Agua Sostenible

“Nuestro objetivo es transformar las comunidades donde tenemos presencia mediante iniciativas medioambientales, que beneficien también a nuestros colaboradores y consumidores”

por **Juan Roberto Amell**  
Director de Asuntos Públicos Corporativos de  
Bepensa Dominicana / Vicepresidente del Fondo de  
Agua Santo Domingo  
para Revista Factor de Éxito.

**E**n el negocio de las bebidas no alcohólicas, el Sistema Coca-Cola cuenta con marcas preferidas tanto por el mercado local como internacional, como lo son Coca-Cola, Sprite y Dasani, entre otras. Esto es algo que nos enorgullece, pero también nos mantiene comprometidos con el trabajo que hacemos y con la constante búsqueda de realizar las cosas siempre mejor.

Para la Compañía Coca-Cola y su socio embotelladora Bepensa Dominicana, integrantes del Sistema en el país, es una prioridad implementar prácticas sostenibles

que garanticen nuestra permanencia y que verdaderamente provoquen un impacto positivo en la sociedad.

A lo largo de los años hemos encontrado diferentes fórmulas para hacer de nuestro negocio uno sostenible. Actualmente utilizamos un modelo operativo que llamamos el Triángulo de Oro, en donde el negocio, las comunidades y las autoridades juegan un rol conjunto para ofrecer soluciones a las necesidades locales. Este modelo es parte del esquema de negocios que llamamos “Nuestra ruta hacia el futuro”,

a través de la cual nos comprometemos a realizar acciones “dentro y fuera de la botella”, es decir, enfocadas tanto en nuestros productos como en la comunidad.

Las acciones “dentro de la botella” nos permiten ofrecer a las personas las bebidas que quieren. Mientras tanto, las acciones “fuera de la botella” nos llevan a cumplir nuestro compromiso social, el cual actualmente está enfocado en la preservación del medioambiente, especialmente en el cuidado del agua y el adecuado manejo de los residuos sólidos.



# SALA VIP ZAFIRO

DISFRUTE DE NUESTRA SALA VIP ZAFIRO EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DEL CIBAO.

## NUESTROS SERVICIOS

-  Ambiente confortable y exclusivo
-  Servicio de llegada y salida expreso
-  Internet de alta velocidad
-  Personal altamente calificado
-  Picaderas y bebidas ilimitadas de cortesía
-  Canales internacionales de tv
-  Revistas de interés

*Before Boarding salas VIP de alto nivel para hacer de su estadía en el aeropuerto una experiencia memorable. Asistencias VIP también disponibles en los Aeropuertos Internacionales de Las Américas en Santo Domingo, Gregorio Luperón en Puerto Plata y Profesor Juan Bosch en Samaná.*

¡Consulte con el emisor de su membresía la disponibilidad de acceso a la Sala VIP!

Nuestra iniciativa principal enfocada en agua es el programa Agua por el Futuro, implementado junto a The Nature Conservancy desde 2013. Se trata de la iniciativa que nos permitió cumplir una de las metas más importantes que nos hemos propuesto, que es ser agua-neutral. Esto significa que reabastecemos el 100% del agua que utilizamos en nuestros productos.

Con Agua por el Futuro hemos reabastecido más de 600,000 metros cúbicos de agua, 637 hectáreas reforestadas y más de 50,000 de personas beneficiadas alrededor de las principales cuencas hidrográficas del país.

Ahora, nuestra nueva meta es lograr Un Mundo Sin Residuos, un reto que nos hemos trazado para 2030, y que implica recuperar el 100% de los envases que colocamos en el mercado.



### HEMOS REABASTECIDO



+ 600,000  
metros cúbicos de agua



637  
hectáreas reforestadas



+ 50,000  
personas beneficiadas

Otra de nuestras iniciativas con las que buscamos seguir transformando la sociedad es el programa Reciclaje Inclusivo, las jornadas de Limpieza de Costas y las demás actividades de voluntariado que realizamos, que son trabajos con la comunidad apoyando iniciativas como el Pintatón y la construcción de hogares con TECHO, así como las acciones de colaboración que llevamos a cabo con los vecinos de nuestra planta, en los sectores de Costa Brava y Las Antillas.

Nuestro trabajo ha dado frutos, y como resultado hemos sido reconocidos por nuestras mejores prácticas de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa. Un ejemplo de esto es que contamos con la certificación internacional ISO 14001 sobre el cuidado al medioambiente.

Del mismo modo, hemos obtenido galardones como el Premio a las mejores prácticas en RSE de la AMCHAMDR (2015), la medalla de plata renglón industria del Premio

Nacional a la Calidad del Sector Privado (2017), entre otros reconocimientos que, dicho sea de paso, no son la razón por la que llevamos a cabo nuestras iniciativas, pero sí nos enorgullecen y nos motivan a seguir trabajando para transformar nuestro entorno.

“Premio a las mejores prácticas en RSE de la **AMCHAMDR** (2015), la medalla de plata renglón industria del **Premio Nacional a la Calidad del Sector Privado** (2017)”





# La Sostenibilidad empieza por casa

## Grupo Universal gestiona su RSE a partir de los objetivos de desarrollo sostenible

**S**eñala Rafael Izquierdo, Vicepresidente Ejecutivo Senior de Administración, Riesgo y Legal, que “el involucramiento de nuestros colaboradores en las labores ambientales, comunitarias y de RSE ha sido tal que Great Place to Work Institute otorgó a Grupo Universal el reconocimiento especial Better for the World, por su capacidad para generar compromiso y entusiasmo en su equipo humano en torno a los temas de sostenibilidad”.

Grupo Universal es consciente de que puede tener un impacto positivo en la sociedad, desde la creación de empleos de calidad, de los productos innovadores que ofrece hasta la construcción de edificaciones autosostenibles en un 85%. A través de varias iniciativas, el conglomerado empresarial de soluciones de seguros, financieras y de servicios sabe que puede hacer la diferencia y generar negocios con propósitos.

Rafael Izquierdo, Vicepresidente Ejecutivo Senior de Administración, Riesgo y Legal destaca que la cultura corporativa y de sostenibilidad de Grupo Universal se ha ido forjando por uso y costumbre durante más de medio siglo, pero no conforme con ello, han documentado políticas, procedimientos, protocolos y códigos de comportamiento y de relaciones, como una forma de cimentar su rigor, carácter e importancia, además de tener referencias, guías y modelos de gestión, de conducta y de relaciones entre los seres humanos, con las comunidades y con el entorno en general. Indica Izquierdo que “Esa práctica nos ha facilitado alinear nuestra estrategia de sostenibilidad en marcos y normativas globales, como los Objetivos

de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, y para nuestro orgullo, estamos contribuyendo con 15 de los 17 objetivos, y estamos comprometidos institucionalmente a continuar fortaleciéndonos en su ejecución y alcance.”

La estrategia de RSE y sostenibilidad involucra a sus colaboradores, proveedores, clientes, accionistas y a la sociedad en su conjunto, y es abordada sobre la base de siete pilares: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de los consumidores, participación comunitaria y su desarrollo, los cuales son gestionados a través de una serie de indicadores fiables, comparables y con validez regional en el Comité de Sostenibilidad.

Para avanzar significativamente en la ruta de la sostenibilidad, Izquierdo enfatiza lo vital de que todas las áreas y colaboradores marchen juntos tras ese objetivo. Sin embargo, las funciones gerenciales de planificación y comunicación han sido aliadas clave para impulsar, alinear los propósitos, difundir y animar constantemente a su gente en torno a la gran meta de construir una sociedad mejor.

...nueve certificaciones como **“Mejor Lugar para Trabajar”** en Centroamérica y América Latina que recibe desde 2011 por el Instituto Great Place to Work.

El primer peldaño empezó atendiendo a su grupo primario, los colaboradores, haciendo de Grupo Universal un lugar en el que todos ellos quisieran felizmente permanecer, sentirse plenos y productivos, así como trabajar con entusiasmo. Esto es avalado por las nueve certificaciones como **“Mejor Lugar para Trabajar”** en Centroamérica y América Latina que recibe desde 2011 por

Rafael Izquierdo

Vicepresidente Ejecutivo Senior de Administración, Riesgo y Legal Grupo Universal

el Instituto Great Place to Work. También su enfoque de sostenibilidad lo pone en práctica a través de la rendición de cuentas voluntaria a terceros moralmente autorizados, lo que les permite establecer objetivamente una variable de control. **“La rendición de cuentas y la transparencia también nos da insumos útiles para robustecer nuestra reputación institucional”**, puntualiza Rafael Izquierdo.

Asimismo, ha aprendido a formar redes de colaboración que contribuyan a multiplicar el impacto social de sus acciones al trabajar con instituciones ambientalistas, comunitarias, filantrópicas y educativas, orientadas a la equidad de género y al microcrédito, así como con una amplia diversidad de instituciones públicas y privadas para alcanzar los objetivos sociales más ambiciosos, de acuerdo con una visión compartida, destacándose Sanar una Nación, Creando



Sueños Olímpicos, ECORED, Centro Regional de Estrategia Económicas Sostenibles, Fondo de Agua de Santo Domingo, entre otras.

Para Grupo Universal es muy importante que su gente se involucre en la construcción de un mejor país, y que sus prácticas ambientales, de salud, educación y solidaridad social trasciendan los límites de los espacios corporativos, y se constituyan en estilos de vida de los colaboradores. El involucramiento de nuestros colaboradores en las labores ambientales, comunitarias y de responsabilidad social de la empresa ha sido tal que Great Place to Work Institute otorgó a Grupo Universal el reconocimiento especial Better for the World, por su capacidad para generar compromiso y entusiasmo en su equipo humano en torno a los temas de sostenibilidad.

Izquierdo destaca que estos procesos no se dieron de forma lineal, sino que algunas de las acciones emprendidas se solapan y se superponen en el tiempo, por lo que decidieron plantearlas de acuerdo con lo que consideran la mejor forma de exposición para compartir lo que han aprendido en el proceso de transformación de una empresa económicamente exitosa en una empresa, además, sostenible en todas sus dimensiones. “En modo alguno nuestra ruta es una receta. Creemos que cada institución debe definir su propia ruta, de acuerdo a su cultura corporativa y otros factores, pero puede ser útil a otros saber lo que hemos aprendido en la ruta hacia la sostenibilidad, cuya meta está en construcción permanente”.



# Dominican Energy Crops,

una empresa que siembra energía y apuesta por un futuro sostenible

Con sus fincas energéticas dedicadas a la producción de biomasa, permiten “sembrar energía”, la cual resulta inagotable, dado que es producir a partir de materiales orgánicos.

República Dominicana cuenta con fincas energéticas que permiten literalmente “sembrar energía”; este es el caso de Dominican Energy Crops, empresa que concentra sus esfuerzos en el desarrollo de plantaciones energéticas dedicadas exclusivamente a la producción de Biomasa.

Dominican Energy Crops es una empresa que ha apostado por el futuro sostenible, desde la misma esencia de su modelo de negocio, siendo propietaria de una finca energética que gestiona 5,000 hectáreas de plantaciones de acacia para la producción

de biomasa y, adicionalmente, concentra sus esfuerzos en desarrollar y gestionar fincas energéticas de terceros, con el propósito de suministrar biomasa de calidad de forma constante, confiable y sostenible en la República Dominicana.

Estas fincas energéticas dedicadas a la producción de biomasa permiten “sembrar energía”, que, a diferencia de otros recursos no renovables como el petróleo y sus derivados, resulta inagotable, dado que se produce a partir de materiales orgánicos que están ampliamente disponibles.

Con la utilización de la biomasa para producir energía no se causa daños a la tierra, por el contrario, permite dar un uso apropiado para conservar la capa vegetal y contribuir a su vez a disminuir niveles de contaminación.

La biomasa es una alternativa viable para que las empresas comprometidas al logro de los objetivos de desarrollo sostenible, aporten a la reducción de sus emisiones, y a la vez, reduzcan costos asociados a la adquisición de combustibles fósiles importados.

Dominican Energy Crops, tiene su centro de producción principal en los Llanos, San Pedro de Macorís, es fuente de empleo para la comunidad donde se desarrolla, y aporta al bienestar de las comunidades cercanas mediante el acondicionamiento de los caminos rurales y la realización de operativos de salud, así como otras ayudas para sus habitantes.

“Sembramos energía y apostamos por un futuro sostenible”, afirma George Alexander Nader, CEO de Nader Enterprises, firma que tiene dentro de su portafolio a la empresa Dominican Energy Crops. Nader a la vez indicó que para el óptimo desarrollo de este sector es necesario darle prioridad a ley forestal, como una forma de garantizar las inversiones y apostar por el crecimiento de este modelo de negocio, que ha demostrado en otros países tener excelentes resultados.

La biomasa es un combustible con un tipo de producción más económica, renovable y ambientalmente compatible, permitiendo a través de su uso, sustituir parte del consumo de combustibles fósiles tradicionales, como el petróleo o el carbón, brindando así independencia energética al no tener que recurrir a combustibles provenientes de otros países. Además, fomenta las inversiones en zonas rurales y genera empleo en toda la cadena de suministro.



“Sembramos **energía** y apostamos por **un futuro** sostenible.”

George Alexander Nader



# ECO MENSAJERIA

Un mundo mejor en cada entrega!

Cada Eco entrega lleva uno de nuestros Eco Sellos indicando que durante la entrega no hubo emisiones de CO2. Estos promueven un mensaje positivo ambiental y social, compartiendo valores, diferenciando así su marca e imagen ante cada destinatario y logrando "Un mundo mejor en cada entrega!".



Objetivos que su empresa apoyará al utilizar nuestros servicios.



## REVISTA FACTOR DE ÉXITO

Impacto ambiental de reducciones de CO2 por utilizar el servicio de Eco Entregas.

Reconocemos a Revista Factor de Éxito como aliados estratégicos del Desarrollo Sostenible.



1,397.12 Kg de CO2 dejados de emitir



4,144 Kms eléctricos



116 Árboles equivalentes



543,469 Galones de agua limpia

Datos avalados por la firma de consultoría e Innovación Emprendimiento Sostenible ES.

[www.ecomensajeria.com.do](http://www.ecomensajeria.com.do)

[ecomensajeria@emprendimientosostenible.com](mailto:ecomensajeria@emprendimientosostenible.com)

809-363-8732

[f](#) [t](#) [i](#) [@ecomensajeriard](#)

# Crear y compartir valor

## para cumplir con nuestra visión

Thony Da Silva Romero

Mgtr, Consultor Internacional en Estrategia y Comunicación Empresarial, Socio de PIZZOLANTE.

**E**n muchos escenarios empresariales se discute hoy, con frecuencia, sobre la estrategia de gestión de las crecientes expectativas sociales, y para ello, se realizan múltiples eventos para presentar, generalmente ante la misma audiencia, avances, casos, mejores prácticas y conceptos asociados a las diversas etiquetas que distinguen el quehacer social de las empresas y que van, desde la filantropía, la responsabilidad social, la sostenibilidad y/o el “valor compartido”, añadiéndole en algunos casos el apellido de “estratégico(a)” para procurar darle un “impulso de relevancia adicional”.

Sin embargo, independientemente de la etiqueta o la aproximación, estaremos de acuerdo en la importancia y trascendencia actual de la relación empresa-sociedad, lo que obliga y hace mandatorio su presencia en la gestión integral del plan de negocios al más alto nivel. Ante la evidencia que denota el incremento de su importancia, en todos los ámbitos y en todo el mundo, sería “miopía” o “suicidio corporativo” no asumirlo.

Muchas empresas han iniciado sus propios procesos para repensar su modelo de relación con el entorno, con sus comunidades vecinas, con las inquietudes de sus clientes y/o consumidores y con sus grupos de presión, buscando así, evaluar y diseñar la mejor aproximación para crear los espacios de resonancia necesarios en los que puedan aportar, a partir de lo que mejor se sabe hacer y desde la naturaleza propia de su negocio, posibilidades de apoyo a aquellas causas que bien pueden estar vinculadas o no con su “core business”, definiendo así la naturaleza de su aproximación, según las opciones disponibles, y otorgándole con ello un carácter táctico o verdaderamente estratégico.

Todo esfuerzo en esta dirección, sin importar su alcance, debería estar concebido con el fin de darle sostenibilidad de largo plazo al negocio con el fin de que sus promotores puedan alcanzar la visión que se propusieron lograr al emprender la iniciativa empresarial, sin embargo, no hay una fórmula de “talla única”, puesto que sobre estos esfuerzos inciden múltiples factores, tales como: naturaleza del negocio, circunstancias coyunturales, realidades locales, intereses de los accionistas, etc., que tienen que evaluarse previo a que una empresa ponga en marcha alguna aproximación con el fin de lograr objetivos de corto, mediano y/o largo plazo, en lo que a su gestión social se refiere.

Ninguna de las estrategias de aproximación que una empresa pueda plantearse tienen porque ser excluyentes entre sí, sin embargo, mucha atención debe colocarse en la viabilidad de estas en términos de su capacidad para hacerse sostenibles. Las empresas pueden considerar cada una de ellas como parte de una “bolsa de inversión social” donde la combinación idónea, según cada caso, pueda contribuir a



determinar la mejor diversificación para, no sólo mitigar riesgos de corto plazo, sino generar los rendimientos esperados a largo plazo.

Por lo tanto, cualquier combinación de esfuerzos, bien sean filantrópicos, de RSE, “Valor Compartido”, etc., debe procurar un claro retorno en alguna dimensión medible, bien sea en el ámbito de lo social, económico o reputacional. Por supuesto, aquella fórmula que consiga acumular la mayor cantidad de retorno en todos los ámbitos resultará la más estratégica, sin desmérito de aquéllas que pueden resultar, aunque con un carácter más táctico, igualmente importantes para asegurar la combinación ideal según sea la circunstancia de la organización y su relación con el entorno.

Hoy además existe un lineamiento global a través del “Objetivos de Desarrollo Sostenible” de la agenda 2030 de Naciones Unidas, los cuales establecen con claridad las prioridades sobre las cuales estos invitan al sector empresarial a trabajar con el fin de unificar esfuerzos y alinearse adecuadamente para agregar valor al proceso de mejora de los indicadores locales y globales.

Cada empresa está recorriendo su propio camino, y cualquiera que sea su elección para insertarse y alinearse con las crecientes expectativas sociales, deberá preocuparse por ajustar su actuación a dos elementos clave: su conciencia social, y su capacidad para traducir esa conciencia en acciones responsables de valor, para sí misma y para la sociedad.



# AMCHAMDR

## Lanzan iniciativa que promueve mejores prácticas de gestión del talento humano

Participaron representantes de gestión humana del sector empresarial dominicano.



### Sobre la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR)

El comité de sostenibilidad de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR por sus siglas en inglés) lanzó el pasado 22 de junio la iniciativa “Hablemos de sostenibilidad”, con el objetivo de proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro para los empleados.

El acto estuvo encabezado por la presidenta del comité, Josefina Navarro, vicepresidenta de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social del Banco BHD León; Thony Da Silva, también miembro del comité y socio de la firma de comunicación Pizzolante; y Juan Amell Llibre, director de asuntos corporativos de Bepensa. Además, contó con las ponencias magistrales de altos representantes de las áreas de gestión del talento humano de la Asociación Popular de Ahorros y Préstamos, con Amelia Prota, vicepresidenta de Desarrollo Corporativo, y Rosa Ortega, directora de Talento y Cultura; Bepensa Dominicana, con Jonathan Nouel, director de Desarrollo Humano; y Hanes Brands Caribe, con Freddy Vanderpool,

gerente senior de Recursos Humanos.

Las posturas estuvieron orientadas a las prácticas internas de gestión humana que favorecen y promueven el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, además del empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, tal como señaló Navarro.

*“En la medida en que las instituciones productivas tienen personas más complacidas, cómodas con su espacio de trabajo, tranquilas respecto de la seguridad de su empleo, acompañadas en sus procesos y sus necesidades, en esa medida, tendrán mayor compromiso con dar lo mejor de sus cualidades humanas y de sus capacidades profesionales laborales”,* precisó Navarro.

La actividad se desarrolló en el salón C del edificio corporativo de Claro Dominicana, y en ella participaron representantes de las áreas de recursos humanos de diversas instituciones del sector privado dominicano.

La Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR por sus siglas en inglés) es una asociación sin fines de lucro, incorporada legalmente el 8 de noviembre de 1923, que fomenta un clima de inversión saludable basado en el acceso de conocimiento, oportunidades y una cultura de mejores prácticas para el desarrollo socio-económico y profesional de sus socios. AMCHAMDR está afiliada a la U.S. Chamber of Commerce y es miembro fundador de la Asociación de Cámaras Americanas de Comercio en América Latina (AACCLA por sus siglas en inglés).

AMCHAMDR trabaja una agenda diseñada para conectar y representar a sus socios de nuevas tendencias en el mundo de los negocios, mercados e indicadores tanto a nivel nacional como internacional. Su catálogo de servicios está diseñado para agregar valor a sus miembros, ofreciendo soluciones concretas e identificando oportunidades de crecimiento empresarial y profesional.

🐦 📺 📧 @FOADOMINICANA #FOA5AÑOS FOA.DO

# 5 AÑOS EL CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE EL FUTURO DE LA PUBLICIDAD

foa  
THE  
FUTURE  
OF ADVERTISING

# 27

DE SEPTIEMBRE  
SALÓN DE EVENTOS  
**SAMBIL**  
Santo Domingo

UN EVENTO A BENEFICIO DE:



ORGANIZA: **md**  
marketingdirecto.com

INVITA: **FACTOR DE ÉXITO**

PARTNERS: **ICEMD** **COMUNIQUE** **PRORES** **SAMBIL** **YAS** **R**

MEDIA  
PARTNERS:





# SPEAKERS #FOARD2018



**BONIN BOUGH**

Reconocido como uno de los top mobile marketers más premiado en el mundo.



**KIM GARST**

Una de las 10 influenciadoras más poderosas en las redes sociales según Forbes.



**TONI SEGARRA**

Considerado el mejor publicista de la historia de España.



**LARS SILBERBAUER**

Director global de redes sociales y videos en LEGO.



**MARCOS DE QUINTO**

Senior adviser del ceo de coca-cola company.

# MASTER CLASS #FOARD2018



**DEBBIE MILLMAN**

Nombrada "una de las personas más creativas en los negocios" por Fast company.



**CARLOS MOLINA**

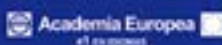
Vice-Presidente Corporativo de Experience & Think en IZO, España.



**MÓNICA DÍAZ - PONTE**

20 años de trayectoria en Marketing Digital y actual CEO de Digital Addiction.

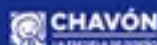
SPONSORS:



PRODUCTION PARTNERS:



HOST  
PARTNERS:



ASEGURA TU ENTRADA AL FUTURO:





A través de la responsabilidad social, CEMEX está construyendo un mundo más sostenible. La creación de valor compartido busca un impacto positivo para todos, y es una evolución de la responsabilidad social corporativa y la filantropía.

Desde su posición como Directora Corporativa de Responsabilidad Social en CEMEX, Martha se ha propuesto mejorar el futuro creando un impacto positivo en su entorno. Esta estrategia ha hecho de CEMEX una empresa más competitiva y exitosa, y la clave ha sido la creación de valor compartido. Implementando nuevas estrategias de negocio, entendiendo las necesidades sociales, apostando por centros de innovación y forjando nuevas capacidades corporativas, las empresas líderes en valor compartido identifican las necesidades y expectativas de la sociedad y, con una estructura innovadora, crean modelos de negocio con impacto socioambiental.

## “SOSTENIBILIDAD EN AMÉRICA LATINA”

LOS RETOS SON OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Martha Herrera González

Presidenta de la Junta Directiva RedAmérica

“La creación de valor compartido es clave en nuestra estrategia de negocio responsable”, explica Martha. “Las necesidades sociales representan el mayor mercado de necesidades no atendidas y los déficits sociales y los impactos ambientales representan costos para las empresas. No podemos prosperar en comunidades débiles”. CEMEX crece ofreciendo productos y soluciones de construcción al alcance de familias de bajos recursos, incluyendo financiamiento para mejoras en el hogar y generando alianzas para la innovación social y desarrollo de capacidades de construcción. La inteligencia social influye directamente su toma de decisiones. Así, CEMEX está creando impacto positivo en el desarrollo social y ambiental basándose en su estrategia de negocios, alcance y retando la manera en que las decisiones se toman tradicionalmente. Su éxito se refleja en los indicadores de medición de progreso.

“La creación de valor compartido es clave en nuestra estrategia de negocio responsable”

Es retador, pero se puede lograr. Cada negocio está diseñado para impactar algún área de la sociedad y brindar un producto o servicio que de una manera u otra, satisface o mejora la vida de quien lo recibe. Las empresas con propósito reinterpretan su modelo de gestión empresarial y crean estrategias a largo plazo, repensando los productos y servicios que ofrecen y reevaluando las necesidades de clientes, involucrando a su cadena de valor y mejorando el ecosistema local del negocio. Simultáneamente, colocan a las



personas en el centro, impulsan un liderazgo inclusivo, trabajan para generar confianza, son transparentes, responsables y rinden cuentas. La creación de valor compartido busca un impacto positivo para todos, y es una evolución de la responsabilidad social corporativa y la filantropía.

CEMEX busca mejorar la calidad de vida y bienestar de las personas, y lo hace estratégicamente a través de cuatro pilares: la educación y el desarrollo de capacidades; la infraestructura sostenible y resilientes y movilidad; el emprendimiento social y ambiental y la cultura de protección ambiental y salud. Estos pilares los aplica CEMEX en todas sus operaciones, sin importar geografía. Desde México hasta Polonia y de Santo Domingo a El Cairo, CEMEX se enfoca en lo local, actúa en potencial inmediato, invierte en el proceso (no lo subsidia) y mide sus acciones. Es así el modelo sistémico mediante el cual crece con sus comunidades y cumple con su propósito.

Involucrándose personalmente es la mejor

manera de dejar un legado positivo y ser agentes de cambio social. Desde la empresa privada, Martha Herrera es una jugadora clave en el Pacto Global de las Naciones Unidas. Es directora de la Red del Pacto Global en México y apuesta por los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Desde ahí su discurso sobre la adaptación, innovación, colaboración y actuación cobra vida. Lo importante de las estrategias de valor compartido es que sean escalables, y entre más empresas firmen el compromiso y actúen en su ámbito, habrá más oportunidades para alcanzar un desarrollo sostenible. Su estrategia va mucho más allá de una oportunidad de negocios.

“Tomemos conciencia como empresas y tomemos el rol necesario para transformar y trascender”. Los retos globales son locales, y la colaboración es un factor crítico para combatirlos.

# Vinicio Subero

“Considerarse **exitoso** en alguna de las etapas de la **vida empresarial** requiere **mucha madurez**”



Vinicio Antonio Subero Ortíz | Director Comercial de Ron Barceló

“Mi inspiración viene dada por mi intención y mi atención. Mi intención de dejar un legado digno y mi atención a los detalles para lograr que esto suceda”.

**E**l Director Comercial de Ron Barceló, Vinicio Antonio Subero Ortíz, es un joven emprendedor empresario, ingeniero civil con postgrados en Administración de Proyectos, en Negocios Internacionales y en Negociación que ha otorgado un empuje claro y decisivo a la conocida empresa dominicana Ron Barceló.

**RFDE: ¿Cómo entra Vinicio Subero en la industria del Ron?**

“Aproximadamente 13 años quedé absorto por la bibliografía de Andrés Oppenheimer, quien es un prestigioso periodista argentino que reside en los Estados Unidos y quien cita en sus libros, muchos de los desafíos que enfrentan los países de América Latina para poder competir eficientemente en el ámbito global. En sus escritos se resaltan algunas de las, en aquel entonces todavía escasas, pero contundentes, historias de éxitos de nuestros países en el marco comercial internacional.”

Agrega Subero que para ese momento se

da cuenta de que creía profundamente en que República Dominicana podría ser parte de la lista de esas historias narradas por Oppenheimer “y que el ron era un producto prometedor, con un complejo proceso de producción, que podría llevarlo a convertirse en una marca país simplemente prestando atención a las tendencias del consumidor, llevando esos hallazgos a nuestro equipo de trabajo y provocando el ir en contra de nuestra propia inercia, exigiéndonos cada vez más, motivados a posicionar nuestro destilado nacional como un jugador icónico capaz de trascender nuestras fronteras geográficas”, puntualizó.



¿Alguna Vez saliste a un viaje de negocios y al salir a comer no diste con lo que buscabas?

# COMENSAL TV

TU GUÍA GASTRONÓMICA

## Ven con nosotros a este delicioso viaje de la Alta Cocina

**Comensaltv** tu Guía Gastronómica. Proyecto que rescata anécdotas y detalles de los cocineros y lugares más influyentes de cada ciudad creando así una experiencia única donde tú nuestro protagonista te convertirás en todo un conocedor experto.

Chef con 18 años de experiencia en la industria del arte culinario, su experiencia se establece en hoteles y restaurantes de clase mundial. Creando una experiencia culinaria del comensal única.

Comensaltv es tu nuevo mapa culinario.

Producción y dirección estará a cargo de [@tintorellifilmsrd](#)

**Chef**

Marco Sanchez  
[@marcotulio\\_chefdr](#)  
 el host entrevistador de [@comensaltv](#)



# BARRO

**RFDE** ¿Se define como una persona de éxito? Si es así ¿Cuáles actitudes o claves le han favorecido o considera usted le han marcado para ser un empresario de Éxito?

“La clave del éxito es muy relativa y que considerarse exitoso en alguna de las etapas de la vida empresarial requiere mucha madurez, pues de lo contrario este pensamiento podría servir de cimio para los muros de un área de confort que podría limitar nuestra capacidad de innovación, de reinventarnos y de provocar cambios, en lugar de simplemente adaptarnos a ellos. En caso de no materializarse todos estos elementos, harían de un posible éxito, una alegría efímera.”

“No obstante –continuó–, me identifico plenamente con la “escalera del éxito” de Richard St. John, en donde éste es un viaje constante que inicia con la pasión y termina con la persistencia. Los peldaños entre un extremo y otro están ocupados por el trabajo arduo, vocación de servicio, foco y empuje. Mientras caminemos entre los linderos de estos valores, y nos divirtamos genuinamente haciéndolo, estaremos construyendo nuestro éxito particular. Intento mantenerme mirando los peldaños bajo mis pies para asegurarme de que tienen alguno de estos rótulos para luego, con paso seguro, avanzar al próximo.”

**RFDE** indagó acerca de la etapa más importante en la vida de Vinicio Subero, quien asevera que es la actual.

“Esto se debe a un compromiso interior para prestar atención a todo aquello que está sucediendo a mi alrededor y mi constante ejercicio para mantenerme enfocado en cada instante”, lo que le permite estar en un continuo aprendizaje, aceptando y disfrutando.

“Mi inspiración viene dada por mi intención y mi atención. Mi intención de dejar un legado digno y mi atención a los detalles para lograr que esto suceda”.

**RFDE** ¿Cuál ha sido su éxito como empresario?

“Si hay algún éxito, sería el de haber formado un equipo de trabajo que está siempre insatisfecho con los logros, a pesar de que éstos se antojen grandiosos. Un equipo que se mantiene hambriento y que confía en la recompensa de un trabajo arduo, pero inteligente”, añadiendo que no han temido cambiar las reglas del juego, e incluso inventar un juego nuevo “siempre apegados al marco de la ética y al de los valores más sólidos.”

“En otras palabras –continuó–, hemos apostado por un equipo que puede mantener una marca viva, fresca y relevante por generaciones, que ha desarrollado la capacidad de volver lo imprescindible en prescindible y con ello en atemporal”.

Señaló los logros ciertamente tangibles, “como el haber pasado de ocupar la posición número 38 en el ranking mundial de rones, hace poco más de 15 años, y hoy ser el número 1 dentro de los rones oscuros de exportación, según las estadísticas del reporte británico IWSR, el de ser la única empresa dominicana en estar totalmente integrada verticalmente, produciendo su propia caña de azúcar hasta envasar y comercializar los rones terminados, de ser la primera empresa de rones a nivel mundial en ser certificada Carbono Neutral por compensar al 100% las emisiones de dióxido de carbono y el de haber sido la marca de rones Premium dominicanos en obtener el máximo galardón a nivel internacional, reconociéndose nuestro Barceló Imperial como el mejor Ron del Mundo en dos ocasiones consecutivas por el Beverage Tasting Institute de Chicago”, expresó con orgullo.

**RFDE** ¿Cómo es la producción de Ron Barceló?

“Es un arte casi alquímico en donde no hay espacio para el conformismo y donde reina la curiosidad en las mezclas de rones naturalmente envejecidos”, indicando además que “el ser el único ron dominicano, y uno de los pocos del mundo, con un proceso de producción verticalmente integrado, nos permite velar con mimo la siembra de nuestra propia caña de azúcar y perseguir la excelencia en cada una de las etapas, hasta llegar al disfrute por parte del consumidor final, que valora nuestro respeto por el medio

ambiente y reconoce nuestra responsabilidad con la comunidad.”

**RFDE** ¿Cuáles considera usted sean las claves de Éxito de Ron Barceló?

“La diversidad de sus productos: Barceló cuenta con un amplio portafolio de rones Premium, cuyas variantes han sido elaboradas para satisfacer numerosos momentos de consumos y paladares, formando parte de la alta coctelería o bien ofreciendo bebidas de meditación que maridan a la perfección con comidas y puros”.

Otra de las claves es la diversidad de su gente, manifestando que “es una empresa que basa su reclutamiento, retención y promoción de talentos en el mérito, abriendo las puertas a los mejores profesionales de diferentes nacionalidades, edades y género”.

Sobre el particular, añadió la diversidad cultural, ya que “Ron Barceló es la marca dominicana más internacional con presencia en unos 75 países, lo que nos ha permitido aprender y perfeccionar el arte de negociar dentro de diferentes culturas y con ello, transferir experiencias a los aportes estratégicos que podemos volver transversales entre los diferentes mercados.”

**RFDE** En su opinión, en República Dominicana, ¿cuál ha sido el aporte más importante de la empresa a RD, en cuanto a RSE se refiere?

“Haber sido la primera y, hasta el momento, la única marca de ron en haber compensado al 100% todas las emisiones de dióxido de carbono que se generan en la producción. Es el aporte más trascendental, no solo por el impacto directo a la sostenibilidad del medio ambiente, sino por provocar un estímulo a ser emulados en esta práctica por otras empresas dominicanas,



# BARCELÓ

pertenezcan o no a la industria licorera”.

En materia de inversiones, Vinicio Subero indicó que en los últimos 15 años, Ron Barceló ha invertido en República Dominicana una suma mayor a los 100 millones de dólares, y sobre la participación en el mercado de exportación dominicano, destacó que las mismas representaron un 70% de su venta anual, al finalizar el año 2017, “constituyéndose en la marca número uno de exportación de rones oscuros a nivel mundial, según el reporte británico IWSR”.

*RFDE ¿Cuál cree usted que sea el valor*

“como el haber pasado de ocupar la posición número 38 en el ranking mundial de rones, hace poco más de 15 años, y hoy ser el número 1 dentro de los rones oscuros de exportación”.

*compartido más relevante de la empresa en RD?*

“La transparencia”

*RFDE ¿Qué inversiones ha realizado la compañía en los últimos años y a cuánto ascienden?*

“Las inversiones más recientes y entre las más trascendentales son las relacionadas con la sustentabilidad, en donde el monto ha superado los 20 millones de dólares en los últimos 8 años y tras ellas tenemos un plan sistémico que abarca programas de impactos positivos en el agua, el aire, el terreno y en la comunidad”.

*RFDE ¿Cuáles son los programas de Responsabilidad Social Empresarial que ejecuta la empresa, tanto para sus empleados como en la comunidad donde está establecida? ¿Cree que dichos programas han mejorado la competitividad de la organización?*

“Son varios los que tenemos y que impactan

positivamente la calidad de vida de nuestros empleados y de la comunidad, entre ellos se destaca el más reciente llamado la Bloquera Solidaria. Se trata de una alianza entre el Ayuntamiento de San Pedro de Macorís, CEMEX y nuestra fundación AFD-Ron Barceló, en una iniciativa social inclusiva y auto sostenible que facilita la fabricación de bloques de concreto a familias que buscan construir o mejorar su propia vivienda.”

Agrega Subero que “este proyecto tiene un efecto multiplicador ya que cada familia que trabaja en la fabricación de sus bloques tiene el derecho a 4 de cada 10 bloques elaborados, mientras los restantes 6 bloques se venden a negocios de la zona para comprar los materiales que darán paso a la producción de los bloques

que fabricará y utilizará una nueva familia”. Indica que este programa facilita el acceso a tecnología, materia prima y capacitación.

“Nuestra Fundación se ha caracterizado por promover la educación en los niños facilitando transporte e infraestructura, tales como aulas y espacios deportivos, así como la formación de maestros...” Añadió que “de la misma manera, nos enfocamos en la asistencia de los envejecientes, brindándoles soporte en sus actividades diarias y en el cuidado de su salud, procurando brindarles una tercera edad con dignidad”, puntualizando que sin duda alguna, “estos programas son pilares en la motivación de nuestros empleados y forman parte importante del salario emocional que todos demandamos”.





Sin ruido, sin humo, sin gasolina y sin emisión de CO2, Eco Mensajería fue reconocida por las Naciones Unidas como ejemplo regional de lucha contra el cambio climático.



eco

  
mensajería

「un reto  
local de  
impacto  
global」





**POPULAR**

#EcoeficienciaPopular

# Nuestras oficinas brillan con luz propia

*Somos la organización líder en generación de energía limpia y sostenible del país. La excelencia de nuestra red de oficinas fotovoltaicas ha sido reconocida por el Ministerio de Medio Ambiente.*

*A tu lado, siempre.*

[www.popularenlinea.com](http://www.popularenlinea.com)  
Telebanco 809-544-5555

 @Popularenlinea

 Banco Popular Dominicano

**A**lcanzar el desarrollo sostenible requiere empoderarnos de informaciones que nos comprometan y enfoquen hacia decisiones más conscientes y responsables, a favor de una economía baja en emisiones de CO<sub>2</sub>. Según el Banco Mundial, las emisiones de CO<sub>2</sub> en República Dominicana se estiman en 2.14 toneladas per cápita, y de esta cifra solo el transporte es responsable de emitir el 28%. Dicha cifra es un 12% superior al promedio mundial, ya que según la CEPAL, el transporte es responsable de una cuarta parte de las emisiones a nivel global. Es por esto que en horas pico, Santo Domingo se convierte en un importante emisor de gases de efecto invernadero y por ende, en un espacio de aire altamente contaminado, propiciando una fuente que alimenta el principal problema que pone en riesgo nuestro futuro común, el Cambio Climático.

Al analizar los datos de la DGII, podemos identificar que el parque vehicular de la República Dominicana se duplica cada 5 años, pasando de 1.1 millones de unidades en el 2000, hasta llegar a 3.6 millones en el 2015. No obstante, ya al 31 de diciembre de 2017, el stock de vehículos registrados ascendió a 4,097,338 unidades, registrándose un total de 243,300 vehículos de nuevo ingreso respecto al 2016, de los cuales el 54.6% son motocicletas, el 21.1% corresponde a automóviles, el 10.2% son jeeps y el 14.0% restante corresponde a vehículos de carga y autobuses, entre otros, con más del 50% de los vehículos registrados en solo 2 provincias, Santo Domingo y Santiago. Según un informe realizado por la vicepresidencia de la República, cada día se movilizan, solo en el Gran Santo Domingo, 3.5 millones de personas, de las cuales 2.5 millones lo hacen en transporte público y 1 millón en vehículos privados.

Según la EPA, transporte y energía representan más del 60% de las emisiones de CO<sub>2</sub> a nivel mundial, por lo que encontrar un modelo de negocio que una ambos sectores para hacerlos más eficientes, sería un paso vital en la lucha contra el cambio climático. Es así como en el año 2012 la firma de consultoría e innovación Emprendimiento Sostenible ES, decide apostar por la Movilidad Sostenible en la República Dominicana y define un plan estratégico para el desarrollo de diversas startups, que permitan reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> y dinamizar una economía más



sostenible. Conscientes de que el transporte público moviliza más de ¾ de la población en las zonas urbanas siendo fuente importante de emisión de gases de efecto invernadero, la primera startup se llamó “Eco Concho”. Se apostó a la entrada en vigencia de la ley 103-13 de “Incentivo a la importación de vehículos de energía no convencional”. Pero luego de analizar el mercado, lograr alianzas con los sindicatos y diseñar un plan de introducción de un modelo híbrido de una importante marca de vehículos, el proyecto no pudo lograr su objetivo que dependía en gran medida del involucramiento del sector privado, el cual mostró resistencia e inseguridad de vincularse al sector del transporte público, adicionalmente a que la ley 103-13 se aprobó, pero no se implementó.

Luego de casi 2 años de trabajo, la firma decide persistir y apostar ahora por un modelo de negocios que eliminara el riesgo aprendido, diseñando una segunda startup que permitiera concientizar la sociedad, introducir el uso de vehículos eléctricos e impulsar el desarrollo de dicho mercado, dando paso a “Eco Mensajería” que sin ruido, sin humo, sin gasolina y sin emisión de CO<sub>2</sub>, es la primera y única empresa de mensajería ecológica y empresa pionera en el uso de vehículos eléctricos en el país. Se logró permeable la cultura y motivar el desarrollo del mercado de vehículos eléctricos, con más de 150 empresas clientes, varios importadores de motos eléctricas y recientemente carros eléctricos, así como más de 100,000 servicios realizados y más de 300,000 kilómetros recorridos de forma 100% eléctrica. Eco Mensajería fue reconocida por las Naciones Unidas como ejemplo regional de lucha contra el cambio climático y ganadora global como uno de los mejores emprendimientos sociales llegando hasta el 4to. lugar a nivel mundial entre más de 2,500 emprendimientos de unos 27 países, superando naciones como Estados Unidos, Japón y China, logros que han posicionado la República Dominicana como referente regional.



No obstante, el reciente informe de situación nacional de los 17 Objetivos para el Desarrollo Sostenible establece que el cumplimiento del ODS 9 en la República Dominicana se ve limitado por el incremento de las emisiones de CO<sub>2</sub> provenientes de los sectores generación eléctrica y transporte, lo cual afecta a su vez el logro del ODS 12 de producción y consumo sostenible. Lo que nos deja al sector privado, el gobierno y la sociedad un problema que nuestra actitud y trabajo en equipo debe convertir en oportunidad; hacer realidad la Movilidad Sostenible, un reto local de impacto global.



# La Responsabilidad Familiar Corporativa

proporciona Apoyo profesional, servicios y beneficios familiares

La empresa se beneficia al facilitar horarios más amplios de atención al público, menores gastos por ausentismo laboral y mayor implicación de las personas en su trabajo.

**E**n los últimos años he tenido la oportunidad de conocer a cientos de directivos y empresarios que pasan por las aulas de Barna Management School. Uno de los diagnósticos que realizamos del perfil directivo de los participantes arroja de manera consistente un talón de Aquiles común en las distintas promociones de directivos: niveles bajos de competencia para gestionar el stress, el tiempo y para conciliar las dimensiones profesional, personal y familiar.

Hasta hace poco tiempo, el tema de conciliación trabajo, familia y vida personal no se encontraba en la agenda de las empresas dominicanas. Hoy, los responsables de gestión humana ya muestran su preocupación al constatar cómo el talento, y sobre todo el más joven, está empezando a demandar que la empresa propicie las condiciones adecuadas que permitan al empleado no tener que ser un héroe para integrar las tres dimensiones vitales de manera equilibrada; pudiendo dedicar tiempo a su vida personal, familiar y profesional.

En el ámbito de la responsabilidad de la empresa con los denominados “stakeholders”, no existe duda del compromiso con quien aporta el capital, con los clientes y proveedores, e incluso con la sociedad y el medioambiente; sin embargo, se puede obviar la trascendencia que tiene, incluso para la sostenibilidad de la empresa, la responsabilidad social interna con los empleados. Y una realidad incuestionable es que esas personas pertenecen a núcleos sociales, denominados familias, de las que se derivan, a su vez, compromisos familiares.

La Responsabilidad Familiar Corporativa de una empresa apoya la integración del trabajo, la familia y la vida personal de los colaboradores y facilita la flexibilidad, tanto en el tiempo como en el espacio. Proporciona apoyo profesional, servicios y beneficios familiares que van más allá de una retribución económica. La experiencia de numerosas compañías en diferentes países demuestra que tiene un impacto positivo tanto en las personas como en la empresa y la sociedad.

Las personas, al facilitarles organizar su tiempo de trabajo de modo que no



Carlos Martí Sanchis, PhD

Profesor de Dirección de Personas  
en las Organizaciones  
Barna Management School



“Estudios recientes arrojan que la falta de integración entre la vida **profesional, familiar y personal** impacta negativamente en los resultados individuales y de **la organización**”

interfiera o dificulte las responsabilidades con la propia familia, tienden a disminuir el tiempo de desplazamientos y, por lo tanto, a favorecer el rendimiento.

La empresa se beneficia al facilitar horarios más amplios de atención al público, menores gastos por ausentismo laboral y mayor implicación de las personas en su trabajo. Son esencialmente necesarias y positivas en industrias o sectores que experimentan cambios de producto o de servicios constantes y rápidos, donde el valor añadido de los empleados es mayor.

La sociedad consigue una reducción de los costos en los servicios de salud, ya que se dedica tiempo al ejercicio físico y se facilita la disminución del stress y otras enfermedades relacionadas; y una disminución de la contaminación ambiental debido al menor número de desplazamientos de los trabajadores. Tiene un impacto positivo también en el nivel educativo del país porque

los padres pueden involucrarse más en la educación de los hijos, con el consiguiente rendimiento escolar y la disminución de adicciones y de criminalidad.

Estudios recientes arrojan que la falta de integración entre la vida profesional, familiar y personal impacta negativamente en los resultados individuales y de la organización. En las empresas con entornos desfavorables a la conciliación trabajo-familia, existe una menor motivación, compromiso y productividad de las personas (19% menos según estudios del IESE Business School, Escuela aliada de Barna). Por tanto, la Responsabilidad Familiar Corporativa no parece que vaya a ser una moda pasajera, sino una nueva tendencia que marcará diferencias entre compañías en República Dominicana.

# 4<sup>TA</sup> SEMANA MIPYMES 2018

IMPULSANDO LA INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES Y EMPRENDEDORES

**17 al 21 de octubre | Hotel Dominican Fiesta**

## Conoce los **servicios gratuitos** que tendremos en esta Semana Mipymes 2018

- Diseño y construcción de páginas web.
- Asesoría en Marketing Digital.
- Geo localización de negocios.
- Financiamientos.
- Formalización de empresas.
- Capacitación y consultoría empresarial gratuita.
- Foros temáticos de especialidad, charlas, conferencias y talleres.
- Identificación de oportunidades comerciales con grandes empresas tractoras.
- Vinculación con instituciones que promueven y aplican metodologías para emprendedores.



[www.semanamipymes.do](http://www.semanamipymes.do)

[www.micm.gob.do](http://www.micm.gob.do)



@mic\_rd






micmrd



micmrd



Por: Cirilo de Jesús Guzmán López  
Abogado

 @DonCiriloGuzman  
 doncirilo@guzmanlaws.com  
 www.guzmanlaws.com

La sostenibilidad empresarial es un concepto que busca un equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental. El objetivo es un balance entre la creación de riqueza y el uso de los diferentes recursos humanos, materiales, naturales y económicos. Para finalmente mejorar las condiciones sociales y económicas en beneficio de todos incluyendo la empresa.

Las empresas conscientes de esta sostenibilidad, hacen mucho énfasis en respetar los derechos laborales, los derechos humanos de todos sus socios y empleados, y sobre todo velar por un medioambiente sano y seguro para ellos y su entorno. Esto crea una conciencia social en donde todos los involucrados están conscientes del cumplimiento de su deber, pero sobre todo del cumplimiento de sus normas y leyes.

Básicamente una empresa sostenible es la que añade valor a lo interno de ella misma y en su entorno, generando valor compartido.

Mientras que el valor compartido tiene su foco en mejorar las técnicas para el

## DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES A LA SOSTENIBILIDAD, VALOR COMPARTIDO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La sostenibilidad vista desde el punto de vista legal, se fundamenta en la aplicación de todo derecho fundamental que le asiste a una empresa y a todo el entorno de la misma.

crecimiento orientado a mejorar la eficiencia, dando como resultado el mejoramiento de cultivos y mejor calidad de productos. Con la finalidad de que todo el que participe en conjunto con la empresa obtenga una porción mayor de sus ingresos económicos.

La empresa está llamada a tener una propuesta de valor que la distinga y que llene las necesidades

La teoría estratégica dice que, para tener éxito, una empresa debe crear una propuesta de valor distintiva que satisfaga las necesidades de sus clientes. En esto entra la responsabilidad social empresarial, en donde las empresas contribuyen activa y voluntariamente al desarrollo social, económico y ambiental.

Dicha responsabilidad lleva a las empresas a un cumplimiento estricto de toda ley y norma establecida, otorgándoles a dichas legislaciones un debido respeto en cuanto a su implementación y cumplimiento.

¿Qué normas legales son aplicables en la República Dominicana en torno a la sostenibilidad, el valor compartido y la responsabilidad social empresarial?

En primer lugar, la Constitución dominicana, donde se plasman todos los

derechos fundamentales que asisten a las personas y empresas. La misma en su artículo 5 establece el fundamento de dicha Constitución, al plasmar: “La Constitución se fundamenta en el respeto a la dignidad humana y en la indisoluble unidad de la Nación, patria común de todos los dominicanos y dominicanas”.

La también llamada Carta Magna indica también derechos fundamentales a la preservación de los recursos naturales (arts. 14-17); el derecho al trabajo (art. 62);

Establece la Constitución dominicana que: “Constituyen deberes del Estado prevenir la contaminación, proteger y mantener el medio ambiente en provecho de las presentes y futuras generaciones”. (art. 67). Dando así la definición del derecho fundamental al medio ambiente, que dentro de la responsabilidad social empresarial es una de sus metas.

En la República Dominicana el trabajo es un derecho, un deber y una función social que se ejerce con la protección y asistencia del Estado. Es finalidad esencial del Estado fomentar el empleo digno y remunerado. Los poderes públicos promoverán el diálogo y concertación entre trabajadores, empleadores y el Estado, según el artículo 62

de la Constitución sobre derecho al trabajo.

Contamos con dos legislaciones que fortalecen el desarrollo de la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial, que son el Código de Trabajo (Ley 16-92), y la Ley de Medio Ambiente.

Ley No. 16-92, que es el Código de Trabajo de la República Dominicana, fue Promulgado el 29 de mayo de 1992; y el 18 de agosto del año 2000, fue promulgada la Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ley 64-00).

Algunos juristas y empresarios consideran que el Código de Trabajo debe revisarse y actualizarse a los nuevos tiempos, tesis que comparte quien escribe estas líneas.

Existe un sinnúmero de legislaciones aplicables, pero como veremos todo se encuentra en los derechos fundamentales plasmados en la constitución dominicana, la cual, en todos sus derechos reconocidos, no son limitativos sino más bien enunciativos, por no existir, según reconoce la misma carta magna, un límite a los derechos humanos.

La sostenibilidad vista desde el punto de vista legal, se fundamenta en la aplicación de todo derecho fundamental que le asiste a una empresa y a todo el entorno de la misma, incluyendo sus directivos, empleados y asociados. Nunca olvidando que el cumplimiento de las normas internas, por el hecho de la conciencia de todos los involucrados, no como una coacción sino como algo que de llevarse a cabo está encaminada a generar valor para todos.

La responsabilidad social que tienen las empresas, comprende desde la educación de quienes laboran en ella, la seguridad a un empleo estable, bien pagado y gratificado no solo con bonos y regalos sino también con el reconocimiento al valor agregado que provean dichos actores.

Una empresa que cumple con las normas debidas de medio ambiente, educación, el pago de sus impuestos, el bienestar de sus empleados y el entorno donde se desarrolla, es una empresa encaminada a proyectar un verdadero compromiso social, no solo de ganar dinero, sino también protagonista del buen vivir de ella misma y de todos.

Si las empresas capacitan a sus miembros, los mismos estarán llamados incluso a hacer circular ese tipo de educación en sus familias, dando como resultado que sus hijos aprendan del buen ejemplo, de lo que es una

responsabilidad social compartida.

Esto la ley por sí sola no lo logra, pues si bien se ha creado una norma para proteger el medio ambiente, por ejemplo, solo con educación de la que nace la conciencia, un individuo sabe que no debe contaminar, por lo que las diferentes legislaciones son inútiles sin el factor educación.

Las leyes, todas ha sido creadas para organizar y regular la vida en sociedad, propiciando el entendimiento de qué no hacer o qué hacer, sin embargo, solo la persona con conciencia de por sí sola ni siquiera tiene que llegar a incumplirlas, puesto que lo ético y lo moral surgen solo cuando con el ejemplo se ha aprendido a ver qué debe ser lo correcto.

Un ejemplo de que en la República Dominicana se reconocen derechos fundamentales cuando se quiere crear dinero y emplear personas, que a su vez produzcan beneficios a ellos y sus familias; es el Artículo 50 de la Constitución, que establece la Libertad de empresa, al expresar: “El Estado reconoce y garantiza la libre empresa, comercio e industria. Todas las personas tienen derecho a dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las prescritas en esta Constitución y las que establezcan las leyes”.

Como hemos mencionado, la ley se crea para propiciar la armonía entre todas, y luego al derecho a la vida, y al de la libertad, el bien jurídico protegido es la familia, fundamento

“La Constitución se fundamenta en el respeto a la dignidad humana y en la indisoluble unidad de la Nación, patria común de todos los **dominicanos y dominicanas**”.

de donde se crean y educan las personas llamadas a formarse con la responsabilidad social esperada. La carta magna lo plasma en su artículo 55 sobre Derechos de la familia, al expresar: “La familia es el fundamento de la sociedad y el espacio básico para el desarrollo integral de las personas. Se constituye por vínculos naturales o jurídicos, por la decisión libre de un hombre y una mujer de contraer matrimonio o por la voluntad responsable de conformarla”.

El valor compartido es de todos, fraguado en la familia de donde surgen los creadores de empresas; con la conciencia de esa responsabilidad social que su empresa debe poseer, para ser dichas empresas compromisarias de unos verdaderos valores morales, sociales, ambientales, de trabajo y bienestar compartido, al amparo de nuestra legislación fundamental.





## AFP POPULAR Cuidando a los Cuidadores de Nuestros Adultos Mayores

AFP Popular implementa varios programas que se encargan de proveer bienestar a los adultos mayores del país, un importante, y muchas veces desatendido segmento de la sociedad.

Desde hace años, AFP Popular tiene instituido dentro de los pilares de su gestión formar parte del desarrollo sostenible de la República Dominicana, no tan solo a través del servicio previsional que ofrece, sino también a través del trabajo que realiza como empresa socialmente responsable.

En este sentido, tres años atrás la organización inició un amplio programa de inversión social acorde al Modelo Popular de Actuación de Sostenible, el cual permite encauzar el apoyo brindado en tres focos:

- **Envejeciendo con Dignidad**, que busca garantizar el acompañamiento y la atención de los envejecientes para el mejoramiento de su bienestar.

- **Un Mejor Futuro**, que apunta a impulsar el desarrollo de jóvenes profesionales y fomentar la cultura previsional, incrementando la consciencia de futuro en la sociedad de nuestro país.

- **AFP Verde**, que está enfocado en cultivar la protección del medioambiente de la República Dominicana a través de la reforestación,

iniciativa que nace del Grupo Popular de la mano con Plan Siembra.

### Envejeciendo con Dignidad

Conscientes de las necesidades de los envejecientes, AFP Popular implementa varios programas que se encargan de proveer bienestar a los adultos mayores del país, un importante, y muchas veces desatendido segmento de la sociedad.

Como iniciativa central de este eje de responsabilidad social corporativa, en AFP Popular está el programa **“Cuidando a los Cuidadores”**, que consiste en una



alianza realizada por la organización para la realización de unos talleres impartidos por el Centro de Desarrollo y la Interacción Constructiva (CEDIC), cuyo objetivo es mejorar la calidad del sistema de atención a los adultos mayores.

Este proceso ha sido facilitado por el CONAPE, para apoyar en los procesos de formación del personal que trabaja asistiendo a los adultos mayores en los centros diurnos y permanentes de la organización.

El programa ejecutado estuvo compuesto por tres módulos:

- **Módulo I.** La persona del cuidador, su perfil, condiciones y roles.
- **Módulo II.** El adulto/a mayor, sus condiciones, necesidades y derechos.
- **Módulo III.** Recursos para la autoprotección del cuidador.

La metodología implementada fue eminentemente participativa y vivencial, apoyada en los marcos teóricos del desarrollo humano, sistémico y constructivista. Cada grupo participó en 16 horas de formación teórico-práctica, distribuidas en 2 días de trabajo, de 8 horas cada uno.

A través de su equipo de profesionales asociados, expertos en las áreas de psicología clínica, forense, educativa, psiquiátrica y derecho, el CEDIC ha capacitado a más de 250 cuidadores de centros de geriátricos a nivel nacional. Algunas de las localidades incluyeron: Santo Domingo, Cotuí, La Vega y Santiago. Esto ha implicado una mejora en el cuidado de más de 1,000 envejecientes a nivel nacional.

El perfil de los participantes incluyó geriatras, fisiatras, enfermeros, auxiliares de enfermería y odontología, psicólogos, trabajadores sociales, bioanalistas, conserjes, jardineros, choferes, recepcionistas, encargados de cocina y lavandería, entre otros.

Luego de tres años impartiendo capacitaciones, el programa ha tenido mucho éxito en el cambio del trato de los cuidadores de los centros hacia los envejecientes, y el



**Sor Teresa de Jesús Madera Paulino**  
Centro Geriátrico San Joaquín Santa Ana Pontón  
La Vega

autocuidado de los mismos frente a la carga emocional y física que conlleva su trabajo diario. El CEDIC reporta, “La percepción hacia los adultos mayores cambia, y ahora los cuidadores los ven como individuos aún en desarrollo, con sus sentimientos, intereses, gustos, preferencias y sobre todo derechos, que requieren acompañamiento, tomando en cuenta a la persona y su identidad”. Los participantes han calificado la información impartida con un 91% de excelencia, y muchos solicitan continuar con las capacitaciones.

Por parte de los cuidadores, la Hermana Nidia Beatriz Mesa de Navarrete comenta que “estos módulos que hemos visto en esos dos años nos permiten descubrirnos como cuidadores, descubrir que es un llamado, que es una vocación, que, para poder cuidar al otro, necesitamos cuidarnos a nosotros mismos, tener una actitud positiva, saber que tenemos y necesitamos elementos que nos ayuden a cuidar mejor a estos adultos que hemos querido y al que nos sentimos con agrado cuidar.”

Por parte de AFP Popular, el señor Luis José Jiménez, Vicepresidente de Finanzas y Operaciones, comenta que, “desde AFP seguiremos con nuestro firme compromiso de formar a los cuidadores que se encargan

“Le agradecemos muchísimo a AFP Popular por todos los aportes que están haciendo para esta misión sobre todo del centro Geriátrico San Joaquín en Santa Ana. Nos han aportado algunos equipos que eran vitales para el cuidado de esos abuelos que tenemos en ese centro, que atendemos las 24 horas. Gracias por ser parte de nuestra misión, gracias a AFP Popular, que Dios le siga poniendo en su corazón el deseo de dar y de servir.”

de los adultos mayores de nuestro país”. El programa está pautado a continuar para capacitar 200 cuidadores adicionales en los próximos dos años.



# Banco Popular, líder en generación de energía limpia y sostenible

La preservación del medioambiente es una prioridad fundamental para el Banco Popular Dominicano. Honrar este compromiso impulsa a la organización financiera a una constante y diversa ejecución de proyectos que contribuyan a mitigar los efectos nocivos del cambio climático.

Este ejercicio de ciudadanía corporativa, como empresa social y ambientalmente responsable, cuenta con un enfoque de sostenibilidad y eficiencia energética que la organización financiera implementa en su red de oficinas.

Desde 2011, el Banco Popular viene instalando miles de paneles solares en sus sucursales. En concreto, suman 53 oficinas fotovoltaicas, el 27% de la red total.

Tanto los tejados de estos edificios como los parqueos cuentan con 10,445 paneles solares, una capacidad instalada de 2.8 megavatios (mW) y una producción de energía limpia al año de 4.3 millones de kilovatios por hora (kWh).

Esto equivale al consumo promedio de 8,669 hogares con una estimación de 500 KW hora/mes, lo que convierte a la institución en líder nacional en producción de energía solar.

Esta iniciativa ha merecido que la institución reciba el Premio a la Excelencia en Producción Más Limpia (P+L) de Energía Renovable en 2017, entregado por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

El galardón busca promover las mejores prácticas y reconocer a las organizaciones que aplican una estrategia de producción limpia en su cadena de valor.

## Orígenes y logros

El proyecto fotovoltaico del Popular inició con la oficina de Juan Dolio y hoy se extiende por 22 provincias.

La inversión ambiental realizada permite al banco ahorrar un promedio anual de RD\$33.8 millones de su factura eléctrica, reducir el consumo de energía de origen fósil y, como consecuencia, su impacto ambiental.

Así, la reducción ponderada de CO2 al año es de 2.76 millones de kilogramos, cifra que se traduce a 275,978.53 árboles salvados anualmente.

*“Con las oficinas fotovoltaicas tenemos la oportunidad de servir, no solo a nuestros clientes, sino a todos los dominicanos, a nuestras familias, a nuestros amigos y a nuestra tierra”,* manifiesta el vicepresidente del Área de Ingeniería y Mantenimiento del banco, José Rafael Hernández Caamaño.

Adicionalmente, la organización financiera mantiene un monitoreo y gestión constante de sus consumos y, en muchas de sus dependencias, ha instalado equipos que permiten un uso más eficiente de los recursos, como sensores de movimiento para activar la luz, reguladores en los dispensadores de agua y sistemas automatizados en los equipos

electromecánicos (BMS).

## Cultura 3R y reforestaciones

El Popular va un paso más allá. Para continuar mitigando el impacto de su huella ambiental, los empleados participan en un programa interno de recogida de residuos de papel, cartón y plástico, desarrollando así toda una cultura 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar) a lo interno de la organización.

Periódicamente, además, se involucran en jornadas de siembra para reforestar diversas zonas del país, como los terrenos del Plan Sierra.

Allí, en cerca de dos décadas, los empleados de Grupo Popular han sembrado en la Cordillera Central, más de 275 mil árboles, permitiendo la creación de 20 nuevos bosques en las montañas que rodean al municipio de San José de las Matas, en la provincia de Santiago.

“...la reducción ponderada de CO2 al año es de **2.76 millones** de kilogramos, cifra que se traduce a **275,978.53** árboles salvados anualmente”.



CFA Research Challenge - Global Winners 2017

**UN PROGRAMA PARA TODA LA VIDA**



# ENFRENTA *TUS* RETOS

**MBA**

MASTER IN  
BUSINESS  
ADMINISTRATION

Dirigido a jóvenes  
profesionales con  
un mínimo de 2 años de  
experiencia laboral.

**EMBA**

EXECUTIVE MASTER  
IN BUSINESS  
ADMINISTRATION

Dirigido a directivos  
con un mínimo de  
5 años de experiencia  
directiva.




**Próximo inicio octubre 2018**

Información & entrevistas 809 565 9558 | [info@barna.edu.do](mailto:info@barna.edu.do)



**Todos podemos aprender lo esencial de las finanzas empresariales y tomar un rol activo**

Por: Eddy Gouveia  
Empoderador en liquidez,  
rentabilidad y valor empresarial

-  tuconsultor@eddygouveia.net
-  www.eddygouveia.net
-  Eddy Gouveia

Entiendo que la sostenibilidad también crea interesantes nuevos negocios: sofisticados títulos valores llamados “bonos verdes” y otros vehículos de inversión y financiamiento creados por instituciones financieras.

Para mencionar algunos proyectos con ese financiamiento, ad hoc cito la web de un banco (1): <https://www.bbva.com/es/bonos-verdes-funcionan/>

- **Energías renovables** (producción, transmisión, dispositivos y productos) y eficiencia energética (edificaciones nuevas o reformadas, almacenamiento de energía, calefacción urbana, redes inteligentes).
- **Prevención y control de la contaminación** (tratamiento aguas residuales, reducción de emisiones, control de gases efecto invernadero,

Sostenibilidad es utilizar los recursos naturales cubriendo las necesidades del presente sin comprometer las generaciones futuras.

descontaminación de suelos, prevención y/o reducción de residuos, reciclaje de residuos transformándolos eficientemente a energía, productos de valor añadido desde residuos).

- **Gestión de recursos naturales** (agricultura, cría, pesca y acuicultura sostenible, protección biológica de cultivos, conservación o restauración de paisajes naturales).
- **Conservación de biodiversidad terrestre y acuática** (protección de ambientes costeros, marinos y cuencas).
- **Transporte limpio** (transporte eléctrico, híbrido, público, ferroviario, no motorizado, transporte multimodal, infraestructura para vehículos de energía limpia y reducción de emisiones).
- **Gestión del agua** (infraestructura sostenible para agua potable, tratamiento de aguas residuales,

sistemas de drenaje urbano, capacitación fluvial y mitigación de inundaciones).

- **Adaptación al cambio climático** (sistemas de apoyo a la información: observación del clima, sistemas de alerta temprana).
- **Productos adaptados ta la economía ecológica y/o circular** (tecnología para desarrollo e introducción de productos respetuosos del medio ambiente, ecoetiqueta o certificación medioambiental, embalaje y distribución eficientes).
- **Edificios ecológicos** (cumplimiento de normas o certificaciones reconocidas).

La mayoría de estas iniciativas de sostenibilidad tiene un gran impacto “puertas afuera”. Es decir, beneficia e impacta favorablemente a comunidades, proveedores, clientes, gobiernos y otras organizaciones relacionadas o no con el negocio.



Te invitamos a vivir una experiencia de Realidad Aumentada, escanea el código siguiendo las instrucciones



**ABRE LA APP**  
Descarga Zappar gratis desde tu App Store o Play Store



**APUNTA**  
Coloca el Código que cubra tu pantalla completa



**DISFRUTA**  
Ve como las cosas cobran vida!



# OMG!!!

## Experience

*...dale play*

Haz de tus comunicaciones una *Experiencia* DIGITAL

PANTALLAS TOUCH

HOLOGRAMA

REALIDAD VIRTUAL

REALIDAD AUMENTADA



*Somos expertos en:*

Comunicación + **Innovación** = Experiencia **Digital** ÷

**Realidad Aumentada**  
**Realidad Virtual**  
**Pantallas Touch**  
**Hologramas**

[www.estoesbrand.com](http://www.estoesbrand.com)  
[ventas@estoesbrand.com](mailto:ventas@estoesbrand.com)  
+001 809 5422493

Para mí hay una forma simple y “puertas adentro” de crear, mantener y hacer crecer un “negocio sostenible”, desde el punto de vista económico – financiero y en armonía con una creación de valor respetuosa del entorno.

La misma consiste en empoderar a los líderes de corporaciones, y hasta emprendimientos, asegurando que ellos y sus equipos hablen inteligentemente el lenguaje financiero y logren con sus decisiones aumentar a largo plazo en su organización:

1. **La liquidez:** capacidad de pagar oportuna y completamente sus obligaciones financieras y tener capital de trabajo

2. **La rentabilidad:** generar beneficio económico reconociendo todos los desembolsos junto con gastos que no requieren desembolsos y

3. **El valor:** remunerar al accionista por el costo de oportunidad de su inversión, riesgo asumido al financiar los espacios, equipos e inventarios que requiere el negocio.

A este empoderamiento dedico mi vida, teniendo la fortuna de poder ser compartido con personas de varios países, entre los que se encuentra mi querida República Dominicana.

La experiencia me dice que no importa el rol en el negocio ni la preparación académica de una persona. Todos podemos aprender lo esencial de las finanzas empresariales y tomar un rol activo, tanto en la operatividad cotidiana de la empresa como en la formulación y gestión de proyectos como los arriba citados.

La clave es diseñar un plan de formación de alto impacto empezando con los llamados “no financieros”: los expertos del negocio en ventas y marketing, logística, producción, recursos humanos, etc. ya que son ellos los

que verdaderamente tienen el control de la “chequera” del negocio a través de las decisiones que toman y compromisos que asumen sin muchas veces estar conscientes del impacto de su accionar en la liquidez, rentabilidad y valor.

Paralelamente se dibujan “mapas de rentabilidad, liquidez y valor”: modelos construidos con mentoría para medir estas variables en las actividades del negocio.

.....





# Liderazgo en tiempos de Valor Compartido



Por: *Frabizzio Ponce*

Administrador de Negocios  
[www.frabizzioponce.com](http://www.frabizzioponce.com)

Necesitamos empezar a humanizar las organizaciones de forma que sean lugares donde los colaboradores obtengan no solo su merecido beneficio económico, sino que puedan aspirar a lograr su plenitud como profesionales

La creación de valor compartido representa una estupenda posibilidad de crecimiento integral, para la organización, para su entorno inmediato y para la sociedad en general. Pese a ser una propuesta relativamente joven, empieza poco a poco a calar en una humanidad cansada de lo mismo y sedienta de una propuesta que genere beneficios a nivel no solo de capital, sino dentro de una integralidad que incluya sostenibilidad ambiental y crecimiento social.

Según investigaciones realizadas por el economista Michael Porter, quien fue el primero en acuñar el término, las estrategias derivadas de la decisión de generar valor compartido por parte de las organizaciones crean ventajas competitivas más sostenibles en el tiempo, por encima de medidas en solitario como mejoras al producto o racionalizar costos.

Y para dar ese salto organizacional, requerimos empezar por el liderazgo. ¿Somos líderes que crean valor compartido? ¿Cómo debe ser el liderazgo que necesitamos en una organización donde se generen estrategias de beneficio integral a partir de su propia cadena de valor?

Mi propuesta inicia por humanizar las organizaciones. Necesitamos aterrizar en el hecho de que existen multitud de desafíos a

nivel de gestión del talento humano, debido a la diversidad generacional que convive día a día entre las paredes de una empresa, por lo cual los estilos de liderazgo que funcionaban hace algunos años ya están obsoletos. Necesitamos empezar a humanizar las organizaciones de forma que sean lugares donde los colaboradores obtengan no solo su merecido beneficio económico, sino que puedan aspirar a lograr su plenitud como profesionales, encontrando sentido a lo que hacen.

¿Cómo humanizamos las organizaciones? Humanizando el liderazgo. Y para ello, comparto algunos atributos clave que debemos valorar si queremos optar por crear valor compartido:

- **Espiritualidad:** Una correcta óptica de la espiritualidad nos ayudará a entender que solo estamos de paso en esta vida y vienen otros detrás de nosotros, entre los que podemos contar a nuestros hijos y nietos. No nos aventuramos a decir dónde ni cuándo, pero es necesario que le demos importancia a esta área de nuestra vida y, de esa forma, empezar a aumentar nuestro nivel de consciencia en cuanto al papel que podemos desempeñar en

nuestras organizaciones y en la vida.


- **Entusiasmo:** El entusiasmo puede ser un arma de doble filo. Por sí mismo, es el principal multiplicador de fuerzas cuando se inicia un proyecto, pero también puede desmoronarse como un castillo de naipes trayendo abajo consigo ilusiones y esperanzas. Por ello, es necesario que decidamos ser entusiastas, día a día, paso a paso, en especial cuando el horizonte se torne oscuro.

- **Visión estratégica:** Si hablamos de valor compartido, requerimos ver más allá de nuestra oficina y de la visión organizacional que nos hayamos propuesto, debemos identificar también las necesidades de nuestro entorno y la forma de generar sinergias, teniendo presente que una estrategia de valor compartido no es un proyecto puntual de corto o mediano plazo, sino una relación generosa de larga duración.

La aventura del liderazgo evoluciona constantemente y la creación de valor compartido es un semillero donde podemos crear también nuevos líderes comprometidos con un mundo mejor.



Por: *Ismael Cala*  
Periodista, autor inspiracional y conferencista

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

La emigración es un tema complejo. Fue el camino que escogimos millones de personas para irnos de nuestros países y soñar con un futuro mejor. En este sentido, siempre honro a las naciones que me acogieron con hospitalidad. Hemos sido afortunados, porque otros millones no pueden cambiar de geografía.

Nadie debe abandonar el sueño de transformar su destino, pero es difícil que se abran todas las puertas del mundo. Las puertas, hablando en sentido literal, pero también metafóricamente, son artefactos estrechos. Y así funcionan en Estados Unidos, pero también en México, con la presión migratoria que viene desde Sudamérica y Cuba; en República Dominicana, con los haitianos; o en Panamá, con los venezolanos. Todos los países regulan sus flujos migratorios. Yo preferiría vivir en un mundo sin fronteras, pero me temo que es solo una utopía.

Dicho esto, y entendiendo que la emigración desordenada siempre es fuente de conflicto, no podemos permanecer indiferentes ante el drama que han vivido miles de niños y sus familias en la frontera entre México y Estados Unidos.

No pocos expertos consideran que el presidente Trump ha intentado utilizar a los menores para forzar la aprobación de una reforma migratoria a su medida, que también reduzca la emigración legal. Resultaría intolerable usar a niños con estos fines.

En este contexto, también sería deseable que las familias se abstengan de llevar a sus hijos en esas peligrosas travesías. En el pasado, miles de cubanos hicieron lo mismo para huir de la isla y sometieron a sus niños a verdaderas odiseas marítimas, como la que protagonizó el balsa Elián González.

En cuanto al drama de las familias separadas, Estados Unidos debería buscar alternativas mucho más humanistas, porque los primeros siete años son trascendentales en la formación de un niño. A esas edades, los traumas dejan marcada la personalidad para siempre. Una separación produce miedo, desolación, angustia, y esto les crea un tatuaje mental de desesperanza.

Al decir de Aldous Huxley, el miedo ahuyenta al amor, a la inteligencia y la bondad, “y sólo queda la desesperación muda; y al final, el miedo llega a expulsar del hombre la humanidad misma”.

Afortunadamente, se han alzado muchas voces que hacen la diferencia. Estados Unidos es una democracia en la que la opinión pública cuenta. Y la sociedad humanista ha dicho bien alto: ¡Así no, Mr. Trump!

*La extensión de la pobreza y los conflictos armados han producido un crecimiento acelerado y descontrolado de las migraciones. En 2015, 24 personas por minuto huyeron de sus hogares en busca de protección.*

*Aproximadamente el 86% de los refugiados se ubica en países de ingresos medios y bajos.*

*Las crecientes oleadas de refugiados generan violencia, xenofobia, fuga de mano de obra, falta de acceso y calidad en servicios básicos universales, desvío de recursos y riesgos altos para los migrantes. Por esto, se considera que las crecientes oleadas de refugiados y desplazados internos son un problema crítico para asegurar el desarrollo sostenible.*

*El compromiso de “no dejar a nadie atrás” de la Agenda 2030 requiere que se preste especial atención a los grupos vulnerables, entre ellos los migrantes forzados y refugiados.*





A C R O P O L I S

# Un lugar lleno de buenos momentos

Vive más  
emociones



Av. Winston Churchill, Ens. Piantini, Santo Domingo.



ACROPOLISCENTER



## Consejo Nacional de la Empresa Privada Celebró 55 años de exitosa trayectoria

El Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), organización que reúne a las principales empresas y asociaciones empresariales de la República Dominicana, recientemente conmemoró el “*Día Nacional de la Empresa Privada y el Empresariado Nacional*”, el cual coincide con la celebración de sus 55 años de trayectoria institucional, motivo por el cual ofreció un almuerzo de gala.

Encabezado por la Vicepresidenta de la República, doctora Margarita Cedeño de Fernández, el evento fue celebrado en el Garden Tent del Hotel El Embajador, contando con la participación de ministros y funcionarios del gobierno, diplomáticos, líderes empresariales, políticos, académicos de opinión así como medios de comunicación.

Pedro Brache, Presidente de CONEP, ofreció palabras de bienvenida a los invitados a través de las cuales no sólo agradeció el evidente compromiso del empresariado con el Consejo y con República Dominicana, sino

que además indicó que el gremio empresarial sostiene el firme propósito de abogar porque la economía del país mantenga un crecimiento sostenido, lo que sin duda repercute en el bienestar de sus ciudadanos.

El Presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada puntualizó que el sector privado dominicano está al tanto de que aun existen escenarios que deben mejorar, como el de transporte, salud, educación y el acceso a un salario digno, señalando que ante estos importantes desafíos, el empresariado entiende que en definitiva, debe y tiene que haber una mejor distribución y en este sentido, CONEP brinda su completo apoyo a cualquier iniciativa gubernamental.

“En nuestra trayectoria nos hemos involucrado en una amplia diversidad de alianzas, pactos y reformas. Esto nos obliga diariamente a evaluar la mejor manera de fortalecer el trabajo en cooperación con los distintos actores públicos, privados y sociales, con el propósito de materializar proyectos,

sobre todo de aquellos que han visto la luz en el pasado”, destacó Pedro Brache.

Por su parte, Stanley Motta, reconocido emprendedor y empresario centroamericano, Presidente de Copa Holdings, fue el Orador Principal en este almuerzo de gala. En su discurso, el destacado filántropo compartió una breve historia sobre el legado de su padre, Alberto Motta Cardoze, quien inició el hoy poderoso holding estableciendo la primera tienda en el hemisferio occidental en el Aeropuerto de Tucumén, en Panamá.

Señaló que como empresa familiar han enfrentado diversos retos, logrando adaptarse a las variadas exigencias que conllevan hoy en día una organización corporativa, recordando al empresariado presente, que este holding familiar se ha extendido a la banca, transporte aéreo, energía, seguros, telecomunicaciones y agricultura, entre otros.



Motta, quien ha sido Presidente de la Junta Consultiva de INCAE, miembro del Consejo Asesor EGADE Business School (Tecnológico de Monterrey, México) e IESE Business School (Barcelona, España), puntualizó que “El futuro está en la empresas privada, creando fuentes de trabajo y esos puestos deben estar ocupados por personas bien capacitadas y formadas”, aunque no desestimó alianzas con el sector gubernamental, considerando que unidos ambos sectores, pueden prestar ayuda a aquellas organizaciones que por sí solas no pueden surgir.

El Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), tiene como misión liderar el fortalecimiento del sistema de libre empresa, participando activamente como agente de cambio y transformación, en la consolidación de la democracia y sus instituciones, para promover el desarrollo económico y social de la nación dominicana. Además, tiene como objetivos la defensa, desarrollo y diversificación de la economía nacional, basados en el sistema de la empresa privada y de la libre iniciativa, así como la representación, significación, apoyo y defensa de sus miembros.

.....



## Marketing Digital Inmobiliario MADI 2018 EN UNA EDICIÓN LITE

Congreso MADI, sigue destacando como un evento pionero e innovador, que pretende seguir acortando la brecha entre lo offline y lo online en el sector inmobiliario de la República Dominicana. El pasado 4 de julio, en el Hotel Embassy Suites by Hilton de Santo Domingo se desarrolló y como parte del programa que se impartió en el Congreso MADI 2018, se realizaron talleres en Santo Domingo, Santiago y Punta Cana de Estrategia de Contenidos y Herramientas Digitales, denominado “Content Marketing & Digital Tools”.

El evento estuvo dirigido a todos los profesionales, agentes, desarrolladores y brokers inmobiliarios para consolidar sus conocimientos en el ecosistema digital, comprender mejor el rendimiento con herramientas digitales, crear un buen performance en publicidad online o mejorar la experiencia y management digital para con



sus clientes, logrando potenciar su negocio en internet, distinguirse de sus competidores o innovar.

Además se presentaron reconocidos expertos nacionales e internacionales, en áreas de la Transformación digital, estrategia de contenido en social media, herramientas digitales para la optimización, estrategia CRM o performance en publicidad digital.

Entre los ponentes nacionales estuvieron Arturo López Valerio, Milca Peguero y José

Ramón Corniel, mientras que los expositores internacionales invitados fueron Yi Min Shum, desde Venezuela y Rubén Frattini desde Argentina. Este año la edición Lite tuvo un panel de publicidad digital para el inmobiliario que destacó por albergar panelistas de prestigio como Augusto Romano, Alex Madera o especialistas en publicidad en social media o en medios digitales como Salvador Flores o Alba Acosta.



# CROWNE PLAZA<sup>®</sup>

SANTO DOMINGO



809.221.000  
[www.crowneplaza.com/santodomingo](http://www.crowneplaza.com/santodomingo)  
[santodomingo@ihg.com](mailto:santodomingo@ihg.com)  
Ave. George Washintong Nro. 218, P.O. Box 2890,  
Santo Domingo, Rep. Dominicana



# Holiday Inn

SANTO DOMINGO



809.621.000  
[www.holidayinn.com/sdojdominicana](http://www.holidayinn.com/sdojdominicana)  
[holidaystodomingo@ihg.com](mailto:holidaystodomingo@ihg.com)  
Ave. Abraham Lincoln Nro. 856, P.O. Box 3164  
Santo Domingo, Rep. Dominicana



con el Chef Leandro Díaz



## Asopao de Camarones Brisas del Caribe



@leandrodiaze



chefleandrodiaz



chefleandrodiaz



chefleandrodiaz@gmail.com



www.chefleandrodiaz.com



**LEANDRO DIAZ**  
COCINERO DOMINICANO

*Prueba un chín*  
de REPÚBLICA DOMINICANA

## “ Soy Feliz Cocinando para Mi Gente ”

*Para el Chef Leandro, ser cocinero es la excusa perfecta para lograr algo maravilloso.*

Adentrarme a mi pueblo, a mis raíces, me hace feliz; conocer y aprender del día a día de quienes no conocemos me reconforta, conocer de aquellos desconocidos que te reciben con una sonrisa como cuando le llega un pariente que hace tiempo no ve y te reciben con los brazos abiertos, y eso, nos hace reflexionar, ¿donde verdaderamente deseamos estar?

La cocina integra sabores para con ello integrar familias, pueblos, ciudades, en fin, el mundo.

Ser cocinero es la excusa perfecta para lograr algo maravilloso...algo que resulta MÁGICO!!...hacer feliz a la gente!!

Me encanta el rol que me ha tocado interpretar en esta vida, ser feliz creando felicidad a través de los sentidos, del alma, del corazón, a través de mi cocina he logrado revalorar la vida a sabiendas de que mientras sonrisas existan, ahí estaré yo, siendo feliz cocinando para mi gente!!

*Leandro Díaz*

**Orgulloso Cocinero Dominicano**

## Asopao de Camarones Brisas del Caribe

¡Fuego a la lata!

¿Qué vamos a necesitar?

- 2 Tazas de arroz
- 2 Lt. Caldo de pescado
- 1 Lata de tomates pelados
- 2 Cda. de pasta de tomate
- 2 Tazas de camarones pelados
- Guisantes al gusto
- 2 Dientes de ajo
- 1 Cebolla blanca
- 1 Taza de apio
- Cilantro
- 1 Naranja agria
- Sal al gusto
- 1 Cdta. de pimentón
- 1 Cdta. de bija

En una ollita pones el arroz en fondo de pescado/camarón hirviendo para adelantar cocción.

Saltea los camarones sin piel en aceite de oliva con una pizca de sal... Retira y reserva.

En la misma sartén, saltea cebollas y ajos, durante unos minutos hasta dorar, pasa todo a una olla.

Luego agrega tomates triturados sin piel y pasta de tomate, cocina removiendo por unos minutos, agrega apio y cilantro. Retira, licua y cuela.

En una olla añade el licuado, el resto del fondo de pescado y verifica la sal. Cuando esté hirviendo, agrega todo el contenido de la ollita al arroz... Cocina hasta lograr el espesor buscado. 5 minutos antes de retirar del fuego, adiciona los camarones y los guisantes. Termina con ralladura y zumo de naranja agria. Sirve con tostones.

# MILLENNIALS

## LA GENERACIÓN DEL CAMBIO SOCIAL

“Crear un negocio fuerte y construir un mundo mejor no son metas contradictorias: ambas son ingredientes indispensables para el éxito a largo plazo”

- W. C. Ford Jr, Ford Motor Company.



Por: *Arlene Sabaris*

Administradora de Empresas con  
Especialización en Administración Financiera.

 asabaris@gmail.com

 Arlene Sabaris

 @Asabaris

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una práctica de gestión que incorpora las preocupaciones sociales y ambientales en las actividades de los negocios. Abarca diversos objetivos, desde el trato ético a los colaboradores y participantes de la cadena de valor, a los ingredientes saludables y la fabricación de productos ecológicos y sostenibles.

La RSE adquiere un significado especial si la empresa quiere captar a los consumidores de la generación que representa más del 30 por ciento de la población latinoamericana. Los Millennials nacieron entre el 1980 y el 2000, constituyen una poderosa influencia social, son activos representantes en las causas benéficas, les gusta donar y más del

60 por ciento está preocupado por el estado del mundo, y quiere hacer una diferencia. Estos jóvenes crecieron con la tecnología y utilizan las redes sociales como forma de comunicación instantánea para expresar sus inconformidades y satisfacciones acerca de los productos que consumen.

De acuerdo con un reciente estudio de Deloitte, el 63 por ciento de los Millennials dona a una organización sin fines lucrativos y participa activamente a través del voluntariado, por tanto, quiere que su empleador tenga un sentido de propósito más allá de las ganancias, al igual que las empresas en las que gastan su dinero. Para las organizaciones que desean conectar con esta generación, más allá del marketing tradicional, la responsabilidad social se ha convertido en una prioridad, ya que no solo es importante para los Millennials que las marcas contribuyan socialmente, sino también que sean auténticos con la forma en la que colaboran a la causa escogida, aprovechando el marketing de contenido y las redes sociales.

De acuerdo al Grupo Omnicom, el 70 por ciento de los millennials gastará más en marcas que apoyan causas en las que ellos creen, pues quieren saber qué hacen las empresas para convertir el mundo en un lugar mejor. A pesar de que cada marca es distinta, escoger hacia dónde dirigir los esfuerzos de RSE ya no es una tarea aleatoria, y de acuerdo

a la región, las causas que interesan a los jóvenes varían. Conforme el estudio global Nielsen de 2012, mientras en África el primer interés lo ocupan las causas relacionadas a erradicar la pobreza y el hambre, en Latinoamérica lo constituye el interés por el medioambiente, seguido del apoyo al emprendimiento.

El reporte Nielsen indica que, aquellas instituciones con un compromiso por la sostenibilidad crecieron en más de un 4 por ciento comparadas con las que no lo tenían, que prosperaron en menos de un 1 por ciento. Cada empresa, cada marca, debería descubrir la causa social con la que conectan sus consumidores y lograr que esta sea coherente con la filosofía institucional; comunicar de manera efectiva y transformar sus esfuerzos en RSE en una inversión. ¡El 30 por ciento del mercado así lo pide!

Para ampliar los resultados de la encuesta Deloitte 2017 sobre los Millennials, puede visitar el siguiente link.

<https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>

Más detalles en <http://www.adweek.com/brand-marketing/agencies-are-carving-out-niche-socially-responsible-marketing-168592/>

A Nielsen Report: The Global, Socially-Conscious Consumer, March 2012



**GOR** BUSINESS SOLUTIONS, SRL

**OFERTA: ¡CONSTITUYA SU EMPRESA  
POR SÓLO RD\$18,500.00!**



## ¡Constituya su compañía!

Ofrecemos un servicio de calidad y eficiencia para su seguridad

### ESTE PRECIO INCLUYE

- Certificado nombre comercial de la empresa.
- Estatutos sociales de la empresa.
- Acta de asamblea constitutiva.
- Nómina de accionistas.
- Lista de suscripción de cuotas sociales.
- Certificado del registro mercantil.
- Acta de inscripción del RNC
- Inscripción en la oficina virtual de la DGII
- Usuario y clave de la DGII
- 10 comprobantes fiscales (NCF)
- Pago tarifa nombre comercial
- Pago tarifa registro mercantil
- Pago publicación del nombre comercial en el periódico
- Pago de impuesto por capital de RD\$ 100,000
- Pago de honorario

C/ Gustavo Mejía Ricart No. 120 Edif. Las Anas,  
Local 301, Ens. Piantini.  
info@gorbusiness.com Tel: 809-567-1977 809-567-1255  
[www.gorbusiness.com](http://www.gorbusiness.com)

CENTRO ODONTOLÓGICO  
**BAGNARA**<sup>RD</sup>



¡CONSTRUIMOS  
SONRISAS!

### REALIZAMOS TRATAMIENTOS DE:

- Ortodoncia - Blanqueamiento Dental
- Protesis - Implantes Dentales
- Tratamiento de Conductos - Cirugía
- Odontología Estética (Diseño de Sonrisa)**
- Odontología general y Odontopediatría

### Ofrecemos soluciones para tu bienestar



Confirma tu seguro y ¡APARTA TU CITA!

(829) 547-4771 | COBAGNARARD **SAMBIL**  
[www.centroodontologicobagnara.com](http://www.centroodontologicobagnara.com) SANTO DOMINGO

Te acompañamos  
en tus mejores momentos...

Una distribución  
selecta para ti

Contamos con una distribución ecológica a través de Eco Mensajería, que desde esta edición te brindará la oportunidad de suscribirte para que la revista te llegue a la comodidad de tu hogar u oficina.



Encuétranos en:

**GRUPO PUNTACANA**

**CASA de CAMPO**  
RESORT & VILLAS

**eco**  
MENSAJERÍA

**beforeboarding**

**Holiday Inn**

**CROWNE PLAZA**  
HOTELS & RESORTS

**Don Papi**

**ANJE**

**CAMARA**  
SANTO DOMINGO

**ABA**

**Hampton**  
by Hilton

**BARNA**  
Management School



**GRUPO  
UNIVERSAL**

**SOLUCIONES  
DE SEGUROS,  
FINANCIERAS Y  
DE SERVICIOS.**



**UNIVERSAL**

**Great  
Place  
To  
Work®**

**Los Mejores Lugares  
para Trabajar®**

AMÉRICA LATINA

2018



@UniversalRD



@Universal\_RD



Grupo Universal



Canales Universal

[www.universal.com.do](http://www.universal.com.do)



**Tradición**  
que UNE a la  
**Familia**



@pollocibao  
www.pollocibao.com

SERVICIOALCLIENTE@POLLOCIBAO.COM  
809.590.7076 / 809.701.1233



Ayudamos a gestionar riesgos,  
para evitar vestimos así.

# Pizzolante™

estrategia  
comunicación+

Firma Internacional de Consultoría en  
Estrategia y Comunicación Empresarial

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

