


# FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA   
ISSN 2520 - 0100

www.revistafactordeexitocom  
@RevistaFactordeExitof @RevistaDE



**Raquel Giráldez** | **Guillermo Díaz**

Directora de Sostenibilidad  
y Responsabilidad Social,  
Banreservas

Gerente del Programa  
Emprendedores,  
Cree Banreservas

**Cree Banreservas está reescribiendo  
las reglas del emprendimiento dominicano**

## Cambiando las reglas: Startups, innovación y tecnología

Interview

**Isabel Puig Núñez**

Directora ejecutiva de CODOPYME

**MIPYMES primero: reglas claras,  
innovación con impacto**

Interview

**Piero del Risco**

Cofundador y CEO de Pana

**Remesas en minutos: el  
nuevo estándar**

Interview

**Iván Valdez**

Managing Director de PedidosYa República Dominicana

**Logística inteligente  
que cambia hábitos**

Gente de Éxito

**Ignacio Méndez**

Director fundador de CEJEM República Dominicana

**Impulsar innovación  
que transforme realidades**

**EXPO** 2022  
FACTOR DE ÉXITO 5  
LIBERAZO EMPRESARIAL  
Y DE NEGOCIOS

# *Vive Cap Cana* TU CIUDAD DESTINO





CAPCANA

*Ciudad Destino*

# editorial

## Cambiando las reglas del juego: innovación con propósito, creatividad que impulsa y tecnología que transforma

**E**n un mundo donde la tecnología redefine la velocidad con la que avanzan los negocios, la innovación dejó de ser un privilegio para convertirse en una necesidad estratégica. Hoy, la capacidad de adaptarse, experimentar y transformar es lo que marca la diferencia entre las empresas que sobreviven y las que lideran. Y en República Dominicana, esa transformación no es un concepto futuro: está ocurriendo ahora mismo, desde startups emergentes hasta MiPymes que reinventan su forma de operar, pasando por instituciones que apuestan por un país más competitivo, creativo e inclusivo.

Esta edición celebra precisamente eso: a quienes se atreven a hacer las cosas de manera diferente. A las startups que están democratizando servicios financieros, simplificando procesos y escalando con modelos de negocio digitales. A las MiPymes que están digitalizando su operación para competir en nuevos mercados. A las empresas tradicionales que están convirtiendo décadas de experiencia en ventajas competitivas mediante herramientas modernas como la inteligencia artificial, la automatización, los datos y el blockchain. Y también a las instituciones que creen en el talento local y están sembrando las bases de un ecosistema cada vez más sólido.

Cambiar las reglas no es solo implementar tecnología o lanzar un pitch atractivo. Es, sobre todo, replantear cómo entendemos los problemas y cómo construimos soluciones relevantes. La innovación no ocurre únicamente en laboratorios de Silicon Valley; ocurre también en la República Dominicana y en cada rincón del Caribe donde alguien identifica una necesidad y decide atenderla con creatividad, estrategia e intención.

Hoy, la inteligencia artificial, el blockchain, las plataformas digitales y la automatización dejaron de ser lujos futuristas para convertirse en herramientas accesibles, capaces de transformar sectores completos: finanzas, logística, turismo, salud, educación y manufactura. Pero aunque la tecnología acelera los procesos, es la mentalidad detrás de ella la que realmente cambia el juego. Son las personas: líderes que cuestionan el status quo, equipos que aprenden rápido, emprendedores que se atreven a fallar, corregir y avanzar con más fuerza.

En esta edición presentamos historias que inspiran y enseñan. Conversamos con emprendedores que han levantado capital, con líderes que transforman industrias tradicionales y con visionarios que construyen soluciones regionales con impacto global. Destacamos casos como Pana, fintech dominicana respaldada por Y Combinator que está revolucionando la economía transfronteriza; PedidosYa, que redefine la experiencia urbana apoyándose en logística inteligente y tecnología; y CREE Banreservas, que desde la sostenibilidad impulsa el emprendimiento con acompañamiento, formación y financiamiento.

También dedicamos un espacio especial a la economía naranja, donde creatividad, cultura y tecnología convergen para generar desarrollo. Foro Caribe Naranja y sus fundadores nos muestran cómo el Caribe está consolidándose como un laboratorio creativo capaz de generar ideas, emprendimientos culturales y proyectos que aportan identidad, valor económico e innovación.

Las MiPymes, protagonistas de nuestra economía, son el corazón de esta edición. Representan el 98% del tejido empresarial y, al mismo tiempo, uno de los mayores laboratorios de innovación del país. Son empresas que se reinventan, que adoptan herramientas digitales, que se abren a nuevos modelos de negocio y que, muchas veces en silencio, están moviendo la productividad, el empleo y la competitividad nacional.

Cambiar las reglas del juego no es tarea de unos pocos. Es un esfuerzo colectivo que requiere valentía, visión y persistencia. Requiere que emprendedores, empresas, instituciones, academia, inversionistas y gobierno trabajen juntos para que innovar sea la norma y no la excepción.

Bienvenidos a la edición #77 de Revista Factor de Éxito.

Bienvenidos a las historias de quienes ya están escribiendo el futuro.

Isabel  
Cristina  
Directora Ejecutiva





**Renueva Verde**  
Banreservas



Comprometidos en ofrecer **soluciones sostenibles** para tu negocio.

Con nuestros financiamientos comerciales para **paneles solares y vehículos híbridos o eléctricos.**



Tasas  
atractivas



Descuentos en  
aliados comerciales



Beneficios  
exclusivos

# contenido

# directorio

pág. 12 portada



Cree Banreservas está reescribiendo las reglas del emprendimiento dominicano

**Raquel Giráldez - Guillermo Díaz**  
Directora de Sostenibilidad y Responsabilidad Social, Banreservas  
Gerente del Programa Emprendedores, Cree Banreservas

pág. 18 interview



MIPYMES primero: reglas claras, innovación con impacto

**Isabel Puig Núñez**  
Directora ejecutiva de CODOPYME

pág. 22 interview



Logística inteligente que cambia hábitos

**Iván Valdez**  
Managing Director de PedidosYa República Dominicana

pág. 26 interview



Remesas en minutos: el nuevo estándar

**Piero del Risco**  
Cofundador y CEO de Pana


pág. 30 Gente de Éxito



Impulsar innovación que transforme realidades

**Ignacio Méndez**  
Director fundador de CELIEM República Dominicana

pág. 36 interview



**Foro Caribe Naranja 2025**

Cultura, innovación y propósito: el nuevo ADN del liderazgo dominicano

Pamela Pítizia, José Grateraux, Arlette Palacio y Angel Rosario  
Coproductores del Foro Caribe Naranja


pág. 42 Sección especial



**PLAYBOOK DE INNOVACIÓN**

FUTURISTIC HUD  
TEST 90% 70%

pág. 48 VIP Empresariales



**EXPO 2025**

FACTOR DE ÉXITO  
LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

Liderazgo, propósito e innovación desde el Caribe

Revista Factor de Éxito República Dominicana  
Número 77, Año 9

**Directora ejecutiva:**  
Isabel Cristina Rolo Figueroa

**Comité ejecutivo:**  
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo  
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa  
Arianna Rolo Figueroa

**Fundadora-Directora editorial:**  
Isabel Figueroa de Rolo

**Director de arte:**  
Héctor Rolo Pinto

**Directora de mercadeo:**  
Arianna Rolo

**Coordinadora de comunicaciones:**  
Eidrix Polanco

**Director de negocios internacionales:**  
Luis Daniel Ariás

**Directora de negocios:**  
María Concepción Romero

**Asesor comercial:**  
Rosely Matos

**Secretaría administrativa:**  
Eimy Pimentel

**Digital content manager:**  
Gabriela Alfonso  
Tina Pérez  
Lina Bsaris

**Web master:**  
Juan Rebollo

**Digital marketing manager:**  
Jacqueline León

**Diseño y diagramación:**  
Luis Gota  
Daniel E. Gota  
Hermes Flores

**Portada:**  
Raquel Giráldez  
Directora de Sostenibilidad  
y Responsabilidad Social, Banreservas  
Guillermo Díaz  
Gerente del Programa Emprendedores,  
Cree Banreservas

**Articlistas de esta edición:**  
Lourdes Peguero Alfonso  
Ph.D. Marcelo Muñoz  
Erik Díaz  
Milca Peguero  
Alvaro "Cuco" de Venegas

📍 Revista Factor de Éxito República Dominicana  
Factor de Éxito Rolga Group SRL  
RNC 1-3135817-9  
Dirección: Calle Eugenio Deschamps 34 Corporativo Get One, local 209, Los Prados, Santo Domingo, República Dominicana.  
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.552.8060

✉ [info@revistafactordeexito.com](mailto:info@revistafactordeexito.com)

📷 **Instagram:** @RevistaFactordeExito

🐦 **Twitter:** @RevistaFDE

📘 **Facebook:** Revista Factor de Éxito

🌐 **LinkedIn:** Revista Factor de Éxito

🌐 [www.revistafactordeexito.com](http://www.revistafactordeexito.com)

Registro de publicación impresa: ISSN 2520-0100  
Registro de publicación electrónica: ISSN 2520-0585

## Renovación empresarial

La Asociación Interamericana de Empresas, ASINE, atraviesa una etapa de renovación que redefine su papel dentro del ecosistema empresarial de las Américas. Bajo el liderazgo de su presidenta, Yissett Stalcup, la organización impulsa un modelo de gestión más ético, innovador y orientado a resultados, fortaleciendo la conexión entre talento local, inversión responsable y oportunidades regionales.

Stalcup destaca que este proceso exige escuchar más, decidir con datos y actuar con transparencia, pilares que sustentan una gobernanza moderna y colaborativa. La nueva ASINE prioriza la sostenibilidad, la formación ejecutiva y el desarrollo de redes empresariales que generen valor real para sus miembros y para el país.

El relanzamiento surge como respuesta a un entorno donde la digitalización, la sostenibilidad y el nearshoring exigen asociaciones más ágiles y estratégicas. Por ello, ASINE

adopta criterios ESG, establece alianzas medibles con cámaras y gremios del continente y promueve programas que conectan oferta y demanda mediante misiones comerciales, jornadas B2B y proyectos colaborativos.

La visión de Stalcup se apoya en habilidades clave: escucha activa, disciplina estratégica y liderazgo orientado al servicio. Este enfoque consolida una cultura organizacional basada en transparencia, inclusión y generación de valor compartido.

Con República Dominicana posicionada como un hub regional gracias a su ubicación, talento y diversificación económica, ASINE trabaja para fortalecer la seguridad jurídica, atraer inversiones responsables y abrir puertas a sectores emergentes como tecnología, energía limpia y economía creativa.

Esta etapa, definida por acción, alianzas y fe en el futuro, proyecta a ASINE como un puente confiable



entre el talento dominicano y las oportunidades del continente, impulsando crecimiento sostenible y colaborativo.

## Experiencia elite

En la escena vibrante del lujo en la República Dominicana, El Grupo Thornberry destaca como una propuesta fresca y visionaria. Fundado por el empresario estadounidense Nathan Thornberry, el grupo llegó al país con una idea clara: crear un ecosistema donde la inversión, el confort y las experiencias de alto nivel convivan de forma natural.

Su presencia en Punta Cana y Cap Cana se ha fortalecido con un portafolio que combina residencias exclusivas, en lugares icónicos como Fishing Lodge, Punta Palmera y Golden Bear, con servicios que elevan cualquier estancia: transporte VIP, concierge, experiencias hoteleras propias y una propuesta gastronómica que ya marca tendencia. The Scene, con espacios en Cap Cana y BlueMall Punta Cana, se ha convertido en un punto de encuentro para quienes buscan buena comida y ambiente premium.



THE LUXURY COLLECTION

EL GRUPO THORNBERRY

Mirando hacia 2026, el grupo prepara nuevos desarrollos como Punta Cana Resorts, Vista Cana y Larimar, además de la expansión de sus marcas “¡The Scene!” y “¡Con Gusto!” en zonas estratégicas del este del país.

El corazón de esta etapa es la Luxury Collection, un modelo fraccional diseñado para quienes desean disfrutar y, a la vez, invertir de forma inteligente. Combina participación accionaria en propiedades respaldadas por activos, acceso garantizado a destinos top, gestión profesional y un estilo de vida a la altura del Caribe más exclusivo.

Más que vender propiedades, El Grupo Thornberry está creando una comunidad global que busca sentido de pertenencia, legado y una manera distinta de vivir las inversiones.

*El Grupo Thornberry: posee tus vacaciones. Vive tu legado*

## Impulso Mipymes

**E**l presidente Luis Abinader encabezó en Santo Domingo una jornada dedicada a impulsar la recuperación y el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas de la circunscripción 3 del Distrito Nacional. Durante el acto, se otorgaron RD 150 millones en créditos con tasas preferenciales a través de Promipyme, destinados a apoyar a emprendedores y microempresarios afectados por la tormenta Melissa. Estos fondos buscan ayudarles a reponer inventarios, cubrir pérdidas recientes y preparar sus negocios para la temporada navideña, una de las más importantes para el comercio local.

El mandatario destacó que estas iniciativas responden a una estrategia más amplia de inclusión financiera que ha permitido que miles de personas accedan a financiamiento formal en condiciones accesibles. Programas como “Tu firma es tu garantía” han sido clave para que ciudadanos con recursos limitados puedan obtener préstamos sin depender del mercado



informal, contribuyendo a la reducción de la pobreza y al fortalecimiento del tejido productivo.

En esta jornada se beneficiaron 630 microempresarios, de los cuales un 64 % son mujeres, subrayando el papel protagónico de las emprendedoras en la economía nacional y su creciente participación en sectores productivos.

El director de Promipyme, Fabricio Gómez Mazara, informó que la institución recibió RD 1,500 millones

en fondos de emergencia para responder con rapidez a las demandas surgidas tras la tormenta Melissa. Gracias a este respaldo, Promipyme ha podido ampliar su alcance y ejecutar un programa agresivo de apoyo financiero. Desde el inicio de la gestión, se han otorgado más de RD 3,550 millones en créditos, consolidando una red de apoyo que busca dinamizar las Mipymes, generar empleos y promover la estabilidad económica de las comunidades más vulnerables.

## Conectividad inteligente



**E**n un entorno empresarial cada vez más digitalizado, la conectividad dejó de ser un aspecto técnico para convertirse en una ventaja competitiva. Bajo esa premisa, Nexxt Solutions Infraestructure se ha consolidado como referente en el segmento de cableado estructurado en América Latina y el Caribe, ocupando el segundo lugar en participación de mercado en la región del Caribe, según Prensario.

Su propuesta combina calidad, eficiencia y sostenibilidad, ofreciendo soluciones costo-efectivas que permiten a las organizaciones optimizar recursos sin comprometer el rendimiento. Cada producto está diseñado con ingeniería inteligente



que equilibra desempeño, durabilidad y facilidad de instalación, impulsando infraestructuras modernas, confiables y sostenibles.

El respaldo de garantías extendidas de 15 y 25 años refuerza la confianza que los clientes depositan en la marca, reflejando su compromiso de acompañar cada proyecto a largo plazo. Esta solidez se traduce en continuidad operativa, reducción de riesgos y un mayor retorno de inversión.

Con presencia consolidada en Latinoamérica y el Caribe, Nexxt combina la fortaleza de una empresa internacional con la cercanía de un socio local. Su equipo técnico acompaña todo el proceso, desde el diseño hasta el soporte postventa, generando valor y confianza.

Más que ofrecer productos, Nexxt construye las bases sobre las que las empresas edifican su transformación digital. En un mundo que avanza hacia la hiperconectividad, la marca reafirma su propósito: desarrollar infraestructura confiable e inteligente que potencie la productividad y la evolución tecnológica de las organizaciones.

## Movilidad y seguridad



Uber celebra su décimo aniversario en República Dominicana con el lanzamiento de “Zonas de Alerta”, una nueva función de seguridad que advierte a los socios conductores cuando un viaje tiene punto de origen o destino en zonas asociadas a alertas. Con esta herramienta, la plataforma busca ofrecer mayor transparencia y permitir decisiones más informadas antes de aceptar un viaje.

En estos diez años, más de 300 mil personas han generado ingresos adicionales a través de la app, consolidando el impacto de Uber en la movilidad y la economía nacional. “Durante esta década hemos invertido en tecnología para brindar soluciones accesibles y confiables, contribuyendo al bienestar de miles de familias dominicanas”, expresó Laura Santillán, Gerente General de Uber para Centroamérica y el Caribe.

La compañía destaca sus logros bajo el concepto x10+: se ha expandido a nueve zonas del país, con 11 opciones de movilidad, entre ellas Uber Teens y Uber Seniors. Desde República Dominicana se han desarrollado innovaciones como Uber Moto y Uber Encargo, replicadas en otros países de la región.

Uber también impulsa el turismo y el comercio local, gracias a alianzas con taxistas turísticos y el Aeropuerto Internacional Las Américas, facilitando la movilidad de visitantes de más de 134 países.

Con más de 30 herramientas de seguridad, cobertura de Mapfre BHD Seguros y un equipo de soporte 24/7, la empresa reafirma su compromiso con la seguridad vial y el desarrollo del país. “Este aniversario es solo el inicio de una nueva etapa de innovación y crecimiento conjunto”, concluyó Santillán.



**SMARTOFFICE**  
OFICINAS INMEDIATAS A SU MEDIDA

Oficinas físicas y  
virtuales a la medida  
de tus necesidades

**En el mejor centro  
corporativo del país**



809.542.2462



@smartofficenter

## Impulso femenino

El Banco BHD y el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (ProDominicana) firmaron un acuerdo estratégico para fortalecer a las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres, mediante programas de formación, asesoría técnica y acceso a soluciones financieras especializadas.

Como parte de esta alianza, ambas instituciones desarrollarán iniciativas conjuntas dirigidas a mujeres empresarias, que abarcan asistencia técnica y formativa para mejorar la gestión empresarial y la capacidad exportadora, acompañamiento en procesos de internacionalización para posicionar sus marcas en mercados globales, así como el impulso a la innovación, el acceso al crédito y la capacitación empresarial. Todo ello orientado a fortalecer sus habilidades estratégicas y operativas y elevar su competitividad.

Sobre este compromiso, Steven Puig, presidente del Banco BHD, afirmó que "este acuerdo con ProDominicana



reafirma nuestra visión de impulsar la inclusión financiera y el liderazgo femenino en el sector empresarial. Creemos en el talento de las mujeres y en su capacidad para generar valor y transformar la economía del país".

Por su parte, Biviana Riveiro Disla, directora ejecutiva de ProDominicana, señaló que "con esta alianza fortalecemos el acceso de las mujeres empresarias a herramientas que les

permitan trascender fronteras. Nuestro objetivo es acompañarlas en su proceso de internacionalización y contribuir a que sus negocios sean más competitivos y sostenibles".

Entre las iniciativas contempladas se incluye la creación y desarrollo del programa Mujeres que trascienden fronteras, orientado a ofrecer formación y capacitación a mujeres pymes interesadas en el comercio exterior.

## IA Corporativa

### Crecer LAB

Durante décadas, la informática impulsó la eficiencia empresarial mediante la automatización de tareas programáticas. Sin embargo, esa automatización tenía un límite: las computadoras solo podían ejecutar instrucciones explícitas. Eran herramientas capaces de resolver problemas, sí, pero sin capacidad de interpretar contextos, tomar decisiones o actuar con verdadera autonomía.

Ese paradigma cambió con la convergencia de tres avances clave. Por un lado, el internet generó volúmenes masivos de datos que alimentaron nuevos modelos de aprendizaje. Paralelamente, el desarrollo de GPU permitió multiplicar la capacidad de procesamiento. Y finalmente, en 2017, el paper "Attention Is All You Need" introdujo la arquitectura que dio origen a los Large Language Models (LLM), marcando un antes y



Carlos Barranco  
Gerente general de Crecer Lab

un después en la inteligencia artificial moderna.

Con esta tecnología, las empresas ahora pueden apoyarse en sistemas capaces de recibir un objetivo y encontrar las rutas óptimas para alcanzarlo, sin necesidad de programar cada escenario posible. Actividades que antes pertenecían exclusivamente al dominio humano,

por requerir comprensión, análisis o criterio, pueden ser delegadas a máquinas entrenadas para operar con precisión y adaptabilidad.

La consecuencia es profunda: reducción de costos operativos, mayor alcance, respuestas más rápidas y servicios de mejor calidad. Este nuevo modelo libera a los equipos humanos para enfocarse en tareas estratégicas, creativas y de alto valor, mientras la IA gestiona procesos repetitivos o altamente demandantes.

En este contexto surgen los Agentes IA, herramientas capaces de percibir su entorno, analizar información, planificar acciones y ejecutarlas en múltiples canales, WhatsApp, voz, llamadas, redes sociales, y en distintos formatos como texto, imágenes, documentos o video.

Las organizaciones que identifiquen qué procesos pueden automatizarse mediante inteligencia artificial no solo optimizarán recursos: redefinirán su competitividad. La pregunta ya no es si adoptar IA, sino cuán rápido puede implementarse para no quedar atrás en esta nueva era corporativa.



**LOS BUENOS  
EMPRENDIMIENTOS  
NO ARRANCAN  
SOLOS**



## Certificación Mipymes

Te permite acceder a herramientas y servicios orientados al fortalecimiento de capacidades, la creación de oportunidades de negocio y la promoción del crecimiento sostenible de las mipymes.



← Escanea el código QR  
para conocer más



**INDUSTRIA, COMERCIO  
Y MIPYMES**



▶ **Raquel Giráldez**

Directora de Sostenibilidad y Responsabilidad Social, Banreservas

"La innovación solo tiene verdadero valor cuando se integra a la sostenibilidad. El desarrollo no se mide solo en crecimiento, sino en cómo redistribuimos las oportunidades".



▶ **Guillermo Díaz**

Gerente del Programa Emprendedores, Cree Banreservas

"Emprender no es solo construir negocios, es construir futuro. Cada idea que se convierte en solución genera valor más allá de lo económico."



## Cree Banreservas está reescribiendo las reglas del emprendimiento dominicano

**E**n la última década, la conversación sobre desarrollo en República Dominicana ha incorporado una pieza esencial: el emprendimiento como motor de diversificación productiva, generación de empleo de calidad y movilidad social. En ese giro, la banca ha tenido que repensar su rol. Ya no basta con intermediar recursos; se trata de facilitar capacidades, reducir asimetrías de información y conectar talento con mercados. Banreservas, como institución financiera líder del país, ha asumido ese desafío con una estrategia que cruza inclusión, sostenibilidad y dinamización del tejido empresarial. En ese cruce nace Cree Banreservas, un programa que ordena y acelera la relación entre la banca y los emprendedores, dando respuesta a tres vacíos tradicionales: acceso al capital adecuado, acompañamiento técnico y articulación con cadenas de valor.

La apuesta no surge en el vacío. En el mapa dominicano conviven emprendedores de base tecnológica, MiPymes que transitan la formalidad y negocios tradicionales que buscan profesionalizarse y escalar. Todos comparten obstáculos conocidos: financiamiento oportuno y a condiciones razonables, capacitación gerencial, adopción tecnológica, gobernanza interna, cumplimiento normativo y, cada vez más, criterios de sostenibilidad ambiental y social. Cree Banreservas entra a ese terreno con un enfoque integral: canaliza inversión, ofrece mentoría especializada, impulsa formación y promueve la inserción competitiva en mercados locales y regionales. Es decir, corrige fallas de mercado y de coordinación que, por sí solas, detienen a un buen proyecto.

El diferencial estratégico reside en la coherencia institucional. Desde la Dirección de Sostenibilidad y Responsabilidad Social, Banreservas entiende que la inclusión financiera debe traducirse en resultados verificables: más empresas formalizadas, mejores prácticas de gobernanza, productos y servicios con menor huella ambiental, mayor participación de mujeres y jóvenes en el liderazgo de negocios, y emprendimientos capaces de integrarse a cadenas de suministro que exigen estándares crecientemente rigurosos. La innovación, vista así, no es un fin en sí mismo, sino una herramienta para ampliar oportunidades y cerrar brechas.

Cree Banreservas opera como un laboratorio de innovación aplicada: identifica talento, diagnostica necesidades, diseña rutas de crecimiento y habilita el capital y las alianzas que cada etapa exige. Cuando un equipo emprendedor llega con un prototipo o una prueba de concepto sólida, el programa no solo evalúa el



potencial de mercado; también observa la capacidad de ejecución, la estructura de costos, la tracción comercial, la calidad del gobierno corporativo y el grado de alineación con criterios ESG. La mirada es 360° porque el objetivo es escalabilidad sostenible: modelos capaces de crecer sin comprometer su viabilidad financiera ni su impacto ambiental y social.

Este modelo resuelve una tensión habitual en el ecosistema: el tiempo. Los emprendedores suelen necesitar decisiones rápidas, pero responsables. Para eso, Banreservas ha desarrollado mecanismos de evaluación y acompañamiento que reducen la fricción entre la necesidad de capital y la debida diligencia. La mentoría estratégica y la formación curada —en finanzas, ventas, expansión, procesos, talento, tecnología, regulación— aceleran curvas de aprendizaje y evitan errores costosos. A la par, el enfoque de red conecta con proveedores, clientes, instituciones públicas, cámaras y universidades. La lógica es clara: ningún proyecto escala solo.

El énfasis en sostenibilidad no es decorativo. En sectores como agroindustria, turismo, manufactura ligera, economía circular, tecnología aplicada a salud o logística, los mercados ya demandan evidencia: eficiencia energética, manejo de residuos, trazabilidad, equidad en la gestión del talento, cumplimiento fiscal y laboral, ética en la cadena de suministro. Emprender hoy implica cumplir estándares desde temprano; hacerlo tarde suele salir más caro. Al alinear el financiamiento con prácticas responsables, Cree Banreservas no “encarece” el emprendimiento: lo fortalece para competir donde cuenta.

También hay una convicción de país. Apoyar emprendimientos de base tecnológica y MiPymes dinámicas además de diversificar la economía; democratiza el crecimiento. Cuando el acceso al crédito se acompaña de educación financiera y de herramientas de gestión, el resultado trasciende la supervivencia de la empresa: se generan empleos formales, se

profesionalizan procesos, se abren rutas de exportación, se incorporan mujeres a posiciones directivas y se crea un entorno que reconoce al emprendedor como actor de desarrollo. Esa es la narrativa que Banreservas impulsa con hechos, indicadores y metodologías que permiten dar seguimiento a cada peso invertido y a cada capacidad instalada.

Con ese marco, esta conversación con Raquel Giráldez y Guillermo Díaz ilumina el “cómo”: las métricas detrás de la visión, los criterios que orientan la selección de proyectos, las capacidades que se priorizan para el crecimiento y las historias que reafirman por qué vale la pena insistir.

**Raquel desde su rol en Cree Banreservas, ¿cuál ha sido el impacto cuantificable del programa en términos de proyectos apoyados, inversión canalizada o emprendimientos sostenibles activados en los últimos años?**

*En los últimos años, Cree Banreservas ha logrado convertirse en un verdadero motor del emprendimiento dominicano. En los últimos cinco años hemos canalizado recursos financieros y no financieros de 2, 895 proyectos, ofreciendo inversión por más de RD\$72,000,000.00, mentorías estratégicas y programas de formación. Este acompañamiento ha permitido que estos emprendimientos no solo nazcan, sino que se consoliden como proyectos sostenibles, generando empleo, integración en cadenas de valor locales y fortalecimiento de la resiliencia económica de nuestro país. El impacto es tangible y habla de cómo un programa bien estructurado puede transformar la realidad de los emprendedores y sus comunidades.*

**¿Cómo integra Cree Banreservas la sostenibilidad en su estrategia de apoyo al emprendimiento, y qué criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) son prioritarios al evaluar proyectos?**

*La sostenibilidad no es un complemento en Cree, sino el eje transversal que define cada decisión. En lo ambiental,*

priorizamos iniciativas que promuevan el manejo responsable de recursos y la economía circular; en lo social, damos espacio a la inclusión, fomentando la participación de mujeres y jóvenes; y en gobernanza, acompañamos a los emprendedores en su proceso de formalización y en la adopción de buenas prácticas corporativas. Todo esto asegura que los proyectos respaldados tengan viabilidad, impacto positivo y una proyección sostenible a largo plazo.

**En un ecosistema donde la innovación tecnológica avanza rápidamente, ¿cómo Cree Banreservas prepara a los emprendedores para adoptar modelos de negocio sostenibles y escalables?**

En un contexto donde la tecnología avanza a gran velocidad, nuestra responsabilidad es preparar a los emprendedores para construir modelos de negocio sostenibles y escalables. Desde Cree hemos desarrollado una plataforma robusta de formación, mentorías con expertos, gestión empresarial y oportunidades de conexión con redes regionales de emprendimiento. Estas iniciativas brindan a los emprendedores herramientas concretas para crecer de manera responsable, posicionando al talento dominicano en un mercado cada vez más competitivo y globalizado.

**¿Qué papel juega la responsabilidad social corporativa de Banreservas en la transformación del ecosistema emprendedor dominicano hacia una economía más inclusiva y sostenible?**

La responsabilidad social de Banreservas es el marco que nos permite trascender del rol tradicional de un banco. Con Cree, demostramos que la inversión puede ser una herramienta de transformación social y económica; apostamos por un ecosistema emprendedor inclusivo, donde el acceso al crédito y la capacitación no esté limitado por barreras estructurales. Apoyamos a sectores que históricamente han sido menos atendidos y promovemos la innovación como motor de desarrollo sostenible. Todo esto se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, y refuerza el compromiso de Banreservas con un país más equitativo y resiliente.

**Reflexionando sobre su trayectoria de 25 años en banca, ¿cuál ha sido el aprendizaje más significativo que ha moldeado su visión sobre la relación entre sostenibilidad, innovación y desarrollo económico?**

Tras 25 años de experiencia en la banca, mi mayor aprendizaje es que la innovación solo tiene verdadero valor cuando se integra a la sostenibilidad. El desarrollo económico no debe medirse únicamente en cifras de crecimiento, sino también en cómo se redistribuyen las oportunidades, cómo cuidamos nuestros recursos naturales y cómo construimos sociedades más inclusivas. Estoy convencida de que la banca del futuro será aquella que logre equilibrar rentabilidad con impacto social y ambiental. Esa visión guía mi trabajo y la estrategia de Cree Banreservas: un programa que apuesta por un desarrollo económico que transforme positivamente la vida de las personas y el futuro del país.

**Guillermo, ¿Cuántos emprendimientos forman parte actualmente del portafolio de inversión de Cree Banreservas, y cuál ha sido el crecimiento promedio o el retorno de impacto de estos proyectos en los últimos años?**

El portafolio de proyectos activos de Cree Banreservas está compuesto por 14 emprendimientos de diferentes sectores económicos, los cuales alcanzaron ventas estimadas de RD\$165,516,259 en el 2024, con un crecimiento promedio anual en ventas superior al 40%. Estos emprendimientos han generado un impacto significativo en la creación de empleos formales, el fortalecimiento de cadenas de valor locales y la promoción de modelos de negocio sostenibles, consolidando así el rol de Cree Banreservas como catalizador del emprendimiento innovador y de alto impacto en la República Dominicana.

**Como responsable de gestionar inversiones en emprendimientos innovadores, ¿qué características o señales identifican como indicadores clave para apostar por una startup o proyecto disruptivo?**



Desde Cree analizamos cuatro aspectos o características clave que nos permiten identificar las potencialidades de un proyecto. Estos se relacionan con: la capacidad de diferenciación o innovación que le otorgue ventajas competitivas en el mercado; que representa una oportunidad o problema real con potencial de crecimiento y escalabilidad; que el emprendedor demuestra habilidades de gestión y cuente con un equipo capaz de planear diversas estrategias, ejecutarlas, así como evaluar sus resultados eficazmente.

**¿Cómo ha evolucionado el perfil del emprendedor dominicano que busca financiamiento en Cree, especialmente en sectores tecnológicos o digitales?**

Hemos tenido desde el joven innovador que se apasiona por el problema y busca una mejor solución, hasta el perfil del emprendedor que viene de la industria, quizás con mayor experiencia e identifica oportunidades no resueltas y genera, con su emprendimiento, una nueva forma de solucionarlo o mejora la existente. Entiendo que en los proyectos tecnológicos y digitales ha evolucionado la forma de acercamiento en la gestión de inversión “financiamiento”, ya que procuran suplir su capital con los requerimientos de nuevos instrumentos tales como SAFE y Notas convertibles.

**¿Qué desafíos enfrentan los emprendedores dominicanos al momento de escalar sus negocios, y cómo los acompaña Cree Banreservas en ese proceso crítico de crecimiento?**

El proceso de escalar un negocio está lleno de desafíos que van desde la gestión del capital necesario para las inversiones requeridas en el proceso de crecimiento y escalar un negocio; temas operativos de calidad, gestión comercial y estructura operativa. Cree ofrece un programa de pre aceleración diseñado para optimizar el proceso de desarrollo de proyectos emprendedores, aumentando significativamente sus posibilidades de éxito en el mercado. A través de talleres y webinars en línea con expertos en diversas áreas empresariales, nuestros participantes reciben un acompañamiento de mentorías y vinculación a las estructuras del ecosistema emprendedor.

En la parte de los proyectos invertidos, el equipo de Cree acompaña como unidad técnica en la definición de gestiones estratégicas y apoya el gobierno corporativo de la empresa.

**Desde su experiencia acompañando proyectos en todas sus etapas, ¿qué momento o historia de un emprendedor lo ha marcado personalmente y reafirmado su compromiso con la innovación y el emprendimiento?**

Más que un momento, es una de las experiencias más significativas ser testigo del proceso, desde el instante en que una idea nace, quizás en medio de una lluvia de ideas, una conversación espontánea o una mesa de trabajo llena de entusiasmo, hasta verla transformarse en un proyecto tangible, con propósito y que genera valor real para los clientes, para sus aliados y para la comunidad. Ver cómo esa chispa inicial se convierte en una solución que impacta, que crea oportunidades, que abre puertas y que incluso tiene el poder de generar empleos, es profundamente inspirador. Es ahí donde comprendemos que emprender no es solo construir negocios, sino construir futuro.

Cada paso, cada reto y cada logro forman parte de una historia que vale la pena contar, porque detrás de cada proyecto exitoso hay una visión que se atrevió a convertirse en realidad.

En un entorno global que exige reinención constante, Cree Banreservas representa una nueva forma de entender la banca: cercana, estratégica y profundamente humana. Bajo la dirección de Raquel Giráldez y Guillermo Díaz, el programa ha trascendido las métricas tradicionales para convertirse en un modelo de desarrollo sostenible basado en confianza, educación financiera y articulación productiva. Si la innovación es la chispa, el acompañamiento es el combustible que la vuelve llama perdurable.

El espíritu de esta edición —liderazgos que cambian las reglas— encuentra en Cree Banreservas un ejemplo tangible: integrar sostenibilidad, tecnología y propósito para que el emprendimiento deje de ser un acto solitario y se convierta en una red de transformación. El legado está en los números, sí, pero sobre todo en la evidencia cotidiana: jóvenes que innovan, comunidades que se fortalecen, empresas que crecen con ética y visión de país.

Cree Banreservas no solo impulsa emprendimientos: impulsa futuro. Y lo hace con una lógica simple y poderosa: cuando el talento recibe el apoyo correcto, el país entero se mueve hacia adelante.





## Isabel Puig Núñez

Directora ejecutiva de CODOPYME, GUYANACHAMDR, ADECOM  
CEO de Laga Corporation  
Socia Fundadora de Vysindra Academy

### MIPYMES primero: reglas claras, innovación con impacto

“La digitalización no debe verse como un lujo,  
sino como una herramienta de supervivencia y  
competitividad.”

**D**octora en Derecho y consultora con dominio en gobernanza corporativa y articulación público-privada, Isabel Puig dirige CODOPYME, voz del 98% del tejido empresarial dominicano. Desde allí ha impulsado la formalización de más de 500 MIPYMES mediante alianzas con el MICM (Industria y Comercio), DGII (Impuestos Internos), ProIndustria, Promipyme e INFOTEP, y ha creado espacios de diálogo como la Expo Feria CODOPYME, que convoca a más de 6,000 empresarios. En paralelo, lidera la Cámara de Comercio Dominico-Guyanesa (GUYANACHAM) y la firma Laga Corporation, orientada a certificaciones y cumplimiento (ISO, ISCC) para competir en cadenas globales.

Su propuesta encaja con esta edición —“Cambiando las Reglas: Startups, innovación y tecnología”— al conectar regulación inteligente, transformación digital y sostenibilidad con resultados medibles para el usuario-empresa. Lo que sigue explora barreras, oportunidades y modelos de gobernanza para escalar innovación MIPYME con impacto económico y social.

**Como directora ejecutiva de CODOPYME, representando al 98% del tejido empresarial dominicano, ¿cuál ha sido el impacto cuantificable de sus iniciativas en términos de MiPyMEs formalizadas, políticas implementadas o mejoras regulatorias logradas en los últimos años?**

*Durante los últimos años, CODOPYME ha logrado avances significativos en materia de formalización, incidencia regulatoria y fortalecimiento gremial. A través de nuestras alianzas con el MICM, DGII, ProIndustria, Promipyme e INFOTEP, hemos contribuido a la formalización de más de 500 MIPYMES, a la creación de mesas sectoriales de diálogo público-privado, y a la incorporación de políticas más inclusivas para el sector en el marco de la Ley 488-08 y el Decreto 31-22 sobre manufactura local.*

*A nivel de incidencia, hemos impulsado la participación efectiva de las MIPYMES en el Consejo Nacional de la Seguridad Social (CNSS), promovido el acceso a compras públicas a través de la DGCP y generado espacios de diálogo nacional como la Expo Feria CODOPYME, que se ha convertido en un punto de encuentro estratégico multisectorial para más de 6,000 empresarios y emprendedores.*

**En un ecosistema donde las MiPyMEs constituyen la columna vertebral de la economía, ¿cómo está CODOPYME impulsando la adopción de tecnologías emergentes como IA, blockchain o automatización para que estas empresas compitan efectivamente en la economía digital?**

*La digitalización no debe verse como un lujo, sino como una herramienta de supervivencia y competitividad. CODOPYME promueve la transformación digital del sector MIPYMES mediante la creación de alianzas con instituciones como INFOTEP para capacitar a empresarios en automatización, inteligencia artificial aplicada a la gestión y marketing digital inteligente.*

*Además, estamos trabajando con universidades para desarrollar plataformas blockchain que fortalezcan la trazabilidad, transparencia y certificación de productos locales, abriendo la puerta a su exportación y certificación internacional.*

**Desde su experiencia liderando procesos de incidencia y reformas normativas, ¿qué barreras regulatorias o estructurales considera más urgentes de eliminar para desbloquear el potencial innovador de las MiPyMEs dominicanas?**

*Las principales barreras son la burocracia, la falta de financiamiento formal y la ausencia de incentivos fiscales específicos para la innovación. Necesitamos avanzar hacia un*

*marco regulatorio más ágil y digitalizado, donde los procesos de registro, permisos y tributación sean simples, interoperables y accesibles en línea.*

*Asimismo, urge establecer mecanismos diferenciados de crédito y capital semilla, especialmente para las startups tecnológicas y las microempresas lideradas por mujeres. Innovar debe ser un camino viable, no una carga administrativa.*

**Como CEO de Laga Corporation y especialista en certificaciones internacionales (ISCC, ISO), ¿cómo pueden las pequeñas y medianas empresas dominicanas utilizar la sostenibilidad y el cumplimiento regulatorio como ventajas competitivas para escalar regionalmente e internacionalmente?**

*La sostenibilidad y la certificación son hoy un lenguaje universal de competitividad. A través de Laga Corporation, acompañamos a las empresas a obtener certificaciones como ISO 9001, 14001, 45001 y muchas más y ISCC PLUS, que no solo mejoran sus procesos, sino que las posicionan ante mercados internacionales y cadenas de suministro globales.*

*Una MIPYME que demuestra cumplimiento ambiental, social y de gobernanza (ESG) tiene acceso a nuevas fuentes de financiamiento, mejores contratos y alianzas regionales. Convertir la sostenibilidad en una ventaja estratégica es el camino hacia una República Dominicana más productiva y verde.*

**En su rol como Directora de la Cámara de Comercio Dominico-Guyanesa (GUYANACHAM), ¿qué oportunidades específicas ve para que las startups y MiPyMEs dominicanas aprovechen los corredores comerciales emergentes en el Caribe y cómo la tecnología puede facilitar esa expansión?**

*El Caribe está viviendo una nueva ola de integración económica y digital. Desde GUYANACHAM hemos identificado oportunidades concretas en energías renovables, agroindustria, servicios técnicos, turismo sostenible, infraestructura y formación técnica.*

*La tecnología actúa como puente: permite la exportación de servicios profesionales, el comercio electrónico regional y la gestión logística inteligente. Estamos promoviendo misiones empresariales y plataformas B2B entre República Dominicana y Guyana que conectan oferta y demanda con soluciones tecnológicas.*

**Con su formación como doctora en Derecho y su experiencia en articulación público-privada, ¿qué modelo de gobernanza o colaboración entre gobierno, sector privado y ecosistema emprendedor considera esencial para acelerar la transformación digital del país?**

*El modelo ideal debe basarse en una triple hélice de colaboración: Gobierno, Academia y Empresa. El Estado debe proveer el marco normativo y los incentivos fiscales, el sector privado aportar innovación, inversión y escalabilidad, y las universidades generar capital humano y conocimiento aplicado.*

**¿Qué señales o características identifican en una MiPyME que está verdaderamente preparada para adoptar modelos de negocio disruptivos, y cómo apoya CODOPYME ese proceso de transformación?**

*Una MiPyME preparada para la disrupción es aquella que cuestiona su modelo de negocio, mide sus resultados y se atreve a invertir en conocimiento. CODOPYME apoya ese proceso mediante*



capacitaciones en diferentes temas se interés vigentes para las Mípymes.

También promovemos la formalización digital, la bancarización y la transformación cultural de los equipos como pasos previos a la adopción tecnológica.

**Reflexionando sobre su trayectoria como abogada, consultora, líder gremial y promotora de inversiones internacionales, ¿cuál ha sido el aprendizaje más significativo que ha moldeado su visión sobre lo que realmente significa innovar y desafiar el status quo en un contexto donde las pequeñas empresas luchan por sobrevivir y crecer?**

*El mayor aprendizaje ha sido entender que innovar no siempre implica crear algo nuevo, sino hacer las cosas de manera diferente, con propósito, coherencia y sensibilidad humana. La verdadera innovación ocurre cuando se logra equilibrar la estrategia empresarial con la empatía social y la visión sostenible, generando impacto real en las personas y en los ecosistemas productivos.*

*He comprobado que la formación académica en Derecho, negocios, sostenibilidad y cumplimiento se complementa de forma natural con la experiencia laboral, brindando una perspectiva integral que permite abordar los desafíos desde la legalidad, la eficiencia y la ética. Cada paso en mi trayectoria —tanto en el ámbito gremial como en la consultoría y la cooperación internacional— me ha reafirmado que la transformación no depende solo del conocimiento técnico, sino de la capacidad de escuchar, negociar, adaptarse y liderar con empatía.*

*Las habilidades blandas, como la comunicación asertiva, la adaptabilidad, la inteligencia emocional y la gestión colaborativa, son hoy tan determinantes como las competencias técnicas. Son estas las que permiten convertir las ideas en acción, los equipos en comunidades y los obstáculos en oportunidades.*

*En ese sentido, mi más reciente emprendimiento, Vysindra, una academia digital enfocada en educación STEM, innovación y transformación digital para MIPYMES y jóvenes, representa justamente esa visión: formar talento humano que combine habilidades técnicas con valores humanos y conciencia sostenible.*

*En contextos donde las MIPYMES enfrentan múltiples limitaciones, innovar se convierte en un acto de liderazgo humano y ético. Significa construir puentes, inspirar confianza y demostrar que el cambio sostenible surge cuando el conocimiento, la experiencia y los valores trabajan juntos al servicio de un propósito colectivo.*

El recorrido de Isabel Puig demuestra que cambiar las reglas es profesionalizar al sector MIPYME con métricas — formalización, certificaciones, compras públicas— y tecnología útil —IA aplicada, blockchain para trazabilidad— bajo marcos regulatorios simples y predecibles. Su enfoque integra ESG y cumplimiento para abrir financiamiento y mercados, y suma gobernanza de triple hélice para escalar talento y adopción digital. La próxima frontera: consolidar corredores caribeños y plataformas B2B que exporten productos y servicios dominicanos con sello de calidad. Visión final: innovación con propósito, reglas claras y sostenibilidad como idioma común del crecimiento.



# Un año celebrando nuestras raíces

Honramos el legado prehispánico y la esencia del patrimonio dominicano.

Más de 60,000 visitantes ya han reconectado con la identidad de los pueblos originarios de la Española

**VISÍTANOS EL FIN DE SEMANA DE PUERTAS ABIERTAS, 21, 22 Y 23 DE NOVIEMBRE.**



Conecta con lo que somos.  
Respira cultura.



Descarga nuestra app



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

   @casadelcordon

CENTRO CULTURAL  
**TAINO**  
CASA DEL CORDÓN



## Iván Valdez

Managing Director de PedidosYa  
República Dominicana

### Logística inteligente que cambia hábitos

Cuando la rapidez premia, liderar con visión y precisión se convierte en la clave para transformar la experiencia digital.

La trayectoria de Iván Valdez cruza dos mundos y los vuelve uno: la disciplina del consumo masivo (AB-InBev) y la agilidad del e-commerce y q-commerce. Como cofundador de DeliveryRD —adquirida por Delivery Hero— defendió el liderazgo local con bajo presupuesto, apostó por logística propia cuando el mercado aún dependía de las entregas de los comercios y promovió pagos online por encima del efectivo. Hoy, como Managing Director de PedidosYa en República Dominicana (tras lanzar también la operación en El Salvador), impulsa un ecosistema que combina datos, machine learning y experiencia de usuario. Bajo su gestión, PedidosYa Market se consolidó como el primer supermercado 100% digital del país con entregas sub-30 minutos; en 2025, las órdenes de supermercado crecieron cerca de 50% y los suscriptores de PedidosYa Plus se duplicaron. En sintonía con la edición Cambiando las reglas: Startups, innovación y tecnología, su historia explica cómo la logística “invisible” reconfigura hábitos, acelera la adopción digital y crea valor medible para usuarios, aliados MIPYMES y el país.

**De DeliveryRD a PedidosYa: ¿Cuál fue el proceso estratégico y las métricas de crecimiento que demostraron a DeliveryHero que valía la pena adquirir la startup? ¿Qué cifras de adopción, usuarios o penetración de mercado fueron decisivas en esta transacción?**

*Desde temprano en nuestro desarrollo nos alineamos como Co-Founders en la visión de realizar un “exit” con algún gigante que tome ventaja en la industria, pero nunca nos imaginamos que seríamos punto de atracción de Delivery Hero, la empresa global con mayor track record de liderazgo en los mercados donde participa a nivel global, operando en alrededor de 70 países.*

*Con ese norte claro, lo primero que nos ayudó fue posicionarnos como líderes en nuestro mercado de origen, República Dominicana, pese a la entrada de fuertes competidores internacionales. Este hecho lo combinamos con una estrategia de Comunicación y Relaciones Públicas que cruzó fronteras en LATAM, y esto contribuyó de manera importante a que DeliveryRD estuviese presente en el Top of Mind entre plataformas de delivery de la región.*

*Una vez iniciamos conversaciones con Delivery Hero, a ellos les llamó la atención nuestros números y nuestro potencial en RD, sin embargo los tres aspectos que captaron más su atención fueron: 1- Haber mantenido el liderazgo local vs gigantes de la industria, aún con bajo presupuesto de mercadeo; 2- La alta adopción de órdenes entregadas por logística propia en un momento donde la industria apenas estaba iniciando a hacer el shift del modelo en el que los comercios realizaban sus propias entregas; y 3- La alta penetración de pagos online de los usuarios en la aplicación vs pagos en efectivo.*

**Con más de 6 años liderando en e-commerce y Q-commerce, ¿cómo han evolucionado las expectativas del consumidor dominicano en términos de velocidad, personalización y experiencia digital, y qué tecnologías están implementando en PedidosYa para mantenerse a la vanguardia?**

*En primer lugar, para el usuario dominicano ya no es suficiente recibir un producto en tiempo y forma, sino que cada vez más se inclina por soluciones con tiempos de entregas más cortos. La rapidez premia.*

*En segundo lugar, estamos viviendo una etapa en la que hacer compras de supermercados en línea se está volviendo cada vez más una cotidianidad. En 2025 hemos aumentado en casi un 50% las órdenes de supermercados a través de PedidosYa. Y este factor combinado con la necesidad de rapidez, llevó al lanzamiento de PedidosYa Market, el primer supermercado 100% digital con entregas a domicilio en menos de 30 minutos.*



*Por último, el usuario dominicano busca eficientizar sus gastos, y se inclina cada vez más a pagar una suscripción mensual en programas de lealtad, como PedidosYa Plus, con la finalidad de generar ahorros posteriores en sus compras. En 2025 la cantidad de usuarios suscritos a PedidosYa Plus se duplicó en comparación al año anterior.*

**PedidosYa compite en un mercado cada vez más dinámico y tecnológico. ¿Qué papel juegan la inteligencia artificial, el machine learning o la automatización en la optimización logística, predicción de demanda y experiencia del usuario en su plataforma?**

*La data en general es un elemento fundamental en nuestro día a día. Analizamos técnicamente todo lo que podemos medir y con esto múltiples pruebas, dándonos la licencia de fallar cuantas veces sea necesario para aprender y optimizar cada proceso y cada interacción con el usuario.*

*Partiendo de esto, el Machine Learning nos ayuda a gestionar diversas patas del negocio de manera escalable, predictiva y con alto nivel de precisión. Un ejemplo de esto es nuestra plataforma para correr la logística de entregas, la cual se va alimentando de los tiempos de preparación de cada comercio, así como los tiempos de entrega de la flotilla en determinados momentos del día y la cantidad de socios entregadores que tenemos activos, y con esto saber qué tiempo de entrega prometerle al usuario pero también saber elegir cual socio entregador es el más indicado para realizar cada entrega, indistintamente si es el que está más cerca del punto de recogida o no, sino más bien el que puede realizar la recogida en el tiempo preciso con el menor tiempo de espera en el comercio.*



**Como cofundador que logró una salida exitosa con una empresa del DAX-30, ¿qué lecciones críticas aprendió usted sobre escalabilidad, cultura organizacional y ejecución que hoy aplica al liderar PedidosYa en República Dominicana?**

Lecciones son muchísimas. Sobre escalabilidad mi primera fue enfocar los recursos en erradicar los problemas y no en ser los mejores en atenderlos cuando suceden. Esto, aunque de fondo es algo muy básico, cambió de manera importante nuestra manera de pensar. Un ejemplo de esto fue al inicio de la alianza, donde nuestro enfoque iba más por una ruta de tener el mejor call center de RD con miras de ser los mejores al momento de que un usuario tuviese alguna eventualidad. Sí queremos ser muy buenos ante las eventualidades, pero el mayor esfuerzo lo enfocamos hoy en día en anticipar y atacar las causas de potenciales eventualidades.

Sobre cultura, o “cooltura” como le llamamos, siento que al paso de los años hemos logrado, por un lado, desarrollar una cultura empresarial que promueve constantemente subirnos la vara mientras trabajamos en equipo para lograr resultados más rápidos, y por otro lado contar con la gente correcta que hace fit con dicha cooltura, que se repite de manera transversal en las distintas operaciones y los distintos mercados de PedidosYa, lo cual permite que nuestra ejecución apunte mucho a la homogeneidad sin importar las fronteras.

**Desde su experiencia en AB-InBev como Director de Marketing Regional, ¿cómo integró usted su visión de marca y marketing tradicional con la agilidad y disrupción que requiere liderar una plataforma digital en constante transformación?**

Fue muy interesante el momento en el que hice la transición de una multinacional con guías y lineamientos bien claros, grandes presupuestos y equipos enormes, a haber emprendido a una startup junto a mis co-founders donde los lineamientos los creábamos desde cero, con muy poco músculo de inversión y un equipo que inició únicamente con nosotros mismos.

Tuve muchos aprendizajes, sin embargo los dos que mejor me ayudaron fueron: 1- Estructurar la marca y la empresa pensando como grandes, y 2- Aprender a ejecutar con recursos mínimos, priorizando más el hecho de “hacerlo” vs el hecho de “hacerlo a

la perfección”, alcanzando con el primero resultados similares con una porción muy baja de la inversión que conlleva el segundo.

**El ecosistema de startups dominicano está madurando. ¿Qué gaps o desafíos estructurales (acceso a capital, talento tecnológico, regulación) considera usted que aún limitan el potencial de escalamiento de emprendimientos tecnológicos en el país?**

República Dominicana viene avanzando en materia de startups tecnológicas, existen ya muy buenas propuestas en el mercado desarrolladas por dominicanos, y alianzas como la que recientemente hicimos como país con NVIDIA nos ponen en una mucho mejor posición de cara a futuro. Entiendo que aún nos queda un largo camino por recorrer en materia de acceso a capital, desarrollo de futuros talentos y nuevas tecnologías, debemos seguir apostando más por este camino para cerrar brechas frente a países más desarrollados en la región.

**PedidosYa es una marca consolidada. Sin embargo, ¿cómo mantiene usted viva la mentalidad de startup y la cultura de innovación continua dentro de una operación que ya es líder de mercado?**

Principalmente manteniendo vivo el mindset emprendedor de actuar con agilidad, probar, cometer errores, aprender, volver a probar hasta encontrar el camino adecuado y luego optimizar. Esto conlleva que actuemos siempre con humildad, entendiendo los “por qué’s” y siempre jugando en equipo.

**Reflexionando sobre su trayectoria —desde cofundar una startup local, ejecutar una salida exitosa y ahora liderar una operación regional— ¿cuál ha sido el momento o decisión más desafiante que lo obligó a redefinir su comprensión sobre lo que realmente significa innovar y desafiar el status quo?**

Es una pregunta interesante, podría separarlo en tres momentos desafiantes, cada uno en etapas distintas:

1- El momento en el que decidimos cambiar el modelo de negocios de DeliveryRD y pasar de ser un E-Commerce a ser una empresa de logística, esto logró trascender y cambió el rumbo de la industria en RD.

2- El lanzamiento de nuestro propio supermercado virtual, PedidosYa Market, abriendo nuevos horizontes que nos han ayudado a expandir la categoría de Q-Commerce (Quick Commerce) más allá de restaurantes.

3- Adentrarnos en el mundo Fintech, ofreciendo préstamos a nuestros comercios afiliados, lo cual ha ayudado al desarrollo de una gran cantidad de MIPYMES que han tenido acceso fácil a liquidez para expandir sus negocios.

El caso de Ivan Valdez muestra cómo “cambiar las reglas” ocurre en la operación: liderar con datos, anticipar fallas y estandarizar una cooltura que ejecuta rápido. Métricas como crecimiento de órdenes, duplicación de lealtad y entregas sub-30 min prueban que la innovación paga cuando se traduce en ahorro de tiempo y mayor acceso para usuarios y MIPYMES. Con logística propia, pagos digitales y machine learning, PedidosYa convierte velocidad en confianza y hábito. Lo que viene: q-commerce ampliado, fintech integrado y experiencias más personalizadas. Innovar es hacer, aprender y escalar —sin perder el foco en las personas.



Lo que sus clientes reciben  
a tiempo con nuestros  
Eco Mensajeros:

**FELICIDAD**

Lo que podemos lograr  
al permitirnos ser su aliado  
de logística sostenible  
de última milla:

**UN MUNDO MEJOR  
EN CADA ENTREGA**

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

809-363-8732

@ecomensajeriard





## Piero del Risco

Cofundador y CEO de Pana

### Remesas en minutos: el nuevo estándar

“La verdadera innovación requiere apropiarse completamente del problema, ciclos de aprendizaje rápidos y libertad para replantear supuestos.”

**P**iero del Risco ha recorrido los dos lados del sistema financiero: la ingeniería del cambio dentro de un banco centenario y la velocidad quirúrgica de una startup. Como Vicepresidente de Banca Digital de Scotiabank para Caribe, Centroamérica y Uruguay, lideró equipos multifuncionales en 11 países y levantó en República Dominicana una fábrica digital regional que estandarizó procesos y aceleró lanzamientos. Su rol como ex Vicepresidente de ADOFINTECH lo situó, además, en el corazón del diálogo regulatorio y gremial que hoy empuja la madurez del ecosistema. Con formación ejecutiva en Stanford, un MBA por la Universitat de Barcelona y una obsesión consistente por el diseño centrado en el usuario, la analítica aplicada y la ingeniería con estándares globales, Piero mantiene un hilo conductor: crear productos simples para resolver problemas reales a escala.

Esa brújula lo llevó a cofundar Pana, fintech respaldada por Y Combinator que construye la cuenta USD sin fronteras para conectar EE. UU. con Centroamérica y el Caribe. Pana integra blockchain y stablecoins, orquestación KYC/AML y un entramado de APIs abiertas para mover valor casi en tiempo real entre países, reduciendo costos y fricciones que por décadas afectaron a migrantes y familias. En esta entrevista para la edición #77, Cambiando las Reglas: Startups, innovación y tecnología, Piero comparte métricas concretas de impacto, aprendizajes al pasar de la banca tradicional al mundo startup y una visión de inclusión financiera que apuesta por digitalizar —de origen a destino— el flujo de remesas.

**Pana es un banco retador respaldado por Y Combinator enfocado en la economía transfronteriza. ¿Qué métricas de crecimiento, adopción de usuarios o volumen de transacciones pueden compartir que demuestren el impacto real de Pana en la vida financiera de migrantes y familias que mueven dinero a través de fronteras?**

Al 28 de octubre de 2025, Pana ha superado las 100,000 cuentas activas (más de 50,000 en USD Stablecoins con Pana Global) y estamos incorporando entre 1,000 y 1,300 nuevas cuentas diariamente (30,000–40,000 al mes). Actualmente, somos la aplicación #6 en la App Store en República Dominicana, estamos en el top 10 en Honduras y seguimos creciendo en Guatemala. Operamos con un enfoque en Centroamérica y el Caribe —incluyendo República Dominicana, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador— conectando 27 corredores en la región a través de alianzas con más de 5,000 bancos y 200,000 puntos de efectivo.

Procesamos miles de transacciones diarias y alcanzamos un run-rate de volumen total de pagos entre US\$60M y US\$80M, acelerando gracias a la expansión de on-ramps y tarjetas. El impacto es concreto: remesas que antes tardaban días y tenían altos costos ahora llegan en minutos, con tarifas significativamente reducidas, promoviendo mayor ahorro y uso cotidiano de servicios digitales.

**Desde su experiencia liderando la transformación digital en Scotiabank para 11 países de la región, hasta cofundar una fintech disruptiva, ¿cómo cambió su comprensión sobre lo que realmente significa innovar dentro de una institución bancaria tradicional versus construir desde cero con mentalidad de startup?**

En la banca tradicional hay un enorme talento, recursos y grandes ideas; sin embargo, la ejecución ágil es un desafío debido a los incentivos, el riesgo, los costos regulatorios y la tecnología heredada. En una startup, se aprende a resolver problemas específicos con infraestructura eficiente, aunque inicialmente no represente un gran impacto para un banco tradicional. La lección es clara: la verdadera innovación requiere apropiarse



completamente del problema, ciclos de aprendizaje rápidos y libertad para replantear supuestos (producto, riesgo, compliance, UX) sin las limitaciones de procesos históricos.

**Pana se posiciona como una solución "accesible, asequible y conveniente" para millones de personas. ¿Qué tecnologías emergentes (IA, machine learning, blockchain, APIs abiertas) están implementando para ofrecer una experiencia financiera superior y reducir costos operativos frente a la banca tradicional?**

Las tecnologías que usamos para reducir costos y mejorar la experiencia son:

**Blockchain & stablecoins (USDC):** Facilitamos el movimiento de valor entre EE. UU. y América Latina casi en tiempo real, descargándolo en cuentas locales, lo que elimina intermediarios y reduce costos.

**APIs abiertas / "API translator":** Nos conectamos con bancos y aliados en la región para facilitar transferencias A2A (Account-to-Account) y retiros en efectivo, estandarizando integraciones diversas.

**ML / IA aplicada:** Implementamos detección de fraude y análisis de riesgo mediante señales de dispositivo, geolocalización y comportamiento, además de un onboarding más fluido que minimiza la fricción sin comprometer el cumplimiento.

**Orquestación KYC/AML:** Utilizamos Geo-KYC, biometría y reutilización de datos para evitar costos duplicados en verificaciones, cumpliendo con estándares OCC/FDIC a través de nuestro banco patrocinador.

El resultado: menores costos por transacción, tiempos de liquidación más rápidos y una experiencia de usuario sencilla que compite directamente con el efectivo.

**Como ex-Vicepresidente de ADOFINTECH, ¿cuál es su diagnóstico sobre la madurez del ecosistema fintech dominicano y regional? ¿Qué barreras regulatorias, de infraestructura tecnológica o acceso a capital considera que aún limitan el potencial de escalamiento de las fintechs en el Caribe y Centroamérica?**

República Dominicana ha avanzado significativamente gracias a la colaboración entre reguladores, supervisores y el sector privado (con ADOFINTECH jugando un papel clave). Sin embargo, persisten desafíos:

**Fragmentación regulatoria en el Caribe y Centroamérica:** La falta de homologación o pasaporte regional dificulta operar en múltiples mercados con reglas compatibles.

**Infraestructura bancaria desigual:** APIs limitadas, tiempos de liquidación prolongados y coberturas inconsistentes.

**Capital de riesgo limitado:** Escasez de fondos a nivel regional y de masa crítica fuera de los grandes mercados.

**Prioridades:** promover sandboxes regionales, implementar un pasaporte regulatorio, adoptar open banking, desarrollar e-KYC interoperable y habilitar pagos instantáneos transfronterizos.

**Construir una "fábrica digital regional" en República Dominicana mientras lideraba Banca Digital en Scotiabank fue un hito. ¿Qué aprendizajes clave sobre cultura organizacional, colaboración multifuncional y experimentación aplica hoy al liderar Pana con equipos de producto, diseño, ingeniería y análisis?**

La pandemia nos enseñó a construir equipos remotos de alto desempeño. En Pana, nos enfocamos en:

**Talento distribuido:** Balance entre criterio local y estándares globales.

**Rituales de producto:** Demos semanales, PRDs claros y post-mortems sin culpas.

**Colaboración integral:** Equipos de producto, diseño, ingeniería y datos trabajando como una unidad con métricas compartidas.

**"Simplicity Wins":** Reducción de complejidad, entregas frecuentes y enfoque radical en el usuario.

**Y Combinator es una de las aceleradoras más prestigiosas del mundo. ¿Qué representó para Pana formar parte de YC, y cómo esa experiencia ha moldeado su estrategia**



**de producto, go-to-market y captación de inversión para competir globalmente?**

Y Combinator elevó nuestro nivel de enfoque y velocidad: hablar con usuarios diariamente, identificar el punto de entrada correcto (ingresos en EE. UU. → remesas digitales → gasto local) y medir absolutamente todo.

Además, nos brindó acceso a una red global de fundadores e inversionistas que sigue siendo clave en áreas como producto, compliance y capital. En nuestra estrategia de go-to-market, cambiamos el enfoque al momento en que captamos al cliente en el ecosistema de remesas (nómina y payouts), lo que nos da una ventaja competitiva frente a soluciones que solo atienden el lado receptor.

**La inclusión financiera es uno de los grandes retos de América Latina y el Caribe. ¿Cómo está Pana redefiniendo el acceso a servicios financieros para poblaciones históricamente desatendidas, y qué impacto social aspiran a generar en los próximos años más allá de las métricas de negocio?**

Para nosotros, la clave de la inclusión financiera es eliminar el efectivo. Al digitalizar desde la nómina en EE. UU. hasta los pagos locales en América Latina, transformamos las remesas en liquidez instantánea y uso cotidiano (alquiler, servicios, compras), fomentando el ahorro en USD y mejorando la trazabilidad.

El impacto que buscamos: menores costos para las familias, mayor seguridad, creación de historiales transaccionales que permitan acceso a crédito a largo plazo y educación financiera simple dentro de la app.

**Reflexionando sobre su trayectoria —desde liderar transformación digital en una institución centenaria hasta fundar una fintech que desafía el modelo bancario tradicional— ¿cuál ha sido el momento o decisión más difícil que lo obligó a replantear su visión sobre qué significa realmente innovar y cambiar las reglas del juego en servicios financieros?**

La decisión más difícil y cómo redefinió nuestra innovación. Hemos enfrentado dos momentos clave:

Dejar la banca para emprender, conscientes de que la innovación no puede limitarse a un manual o reporte; se necesita desafiar supuestos y reconstruir desde cero.

En Pana, decidir cerrar líneas no esenciales y enfocarnos en Pana Global, incluso cuando el instinto nos pedía abarcar más. Este enfoque extremo, en un entorno regulatorio complejo, transformó nuestras reglas del juego.

La historia de Piero del Risco muestra que "cambiar las reglas" no es un lema: es una disciplina. Las métricas de Pana evidencian adopción, velocidad y reducción de costos donde más duele: el bolsillo de las familias que envían y reciben dinero. Su aprendizaje —del músculo corporativo a la precisión startup— se traduce en una tesis clara para la región: interoperabilidad, datos y producto centrado en el usuario como base para competir a escala. Si Centroamérica y el Caribe apuestan por pasaportes regulatorios, pagos instantáneos y open banking, el futuro de las remesas y de la inclusión financiera puede ser lo que Pana ya ensaya: dinero que fluye sin fronteras, con reglas simples y confianza programada.

## Control total de tu negocio con facturación electrónica nativa

Emite comprobantes electrónicos sin depender de aplicaciones externas y lleva tu gestión más allá, con herramientas que ningún software contable tradicional puede ofrecer.

Sé parte de las más de 2,000 empresas en 15 países que ya administran su negocio con Adm Cloud.



SOLICITA UN DEMO

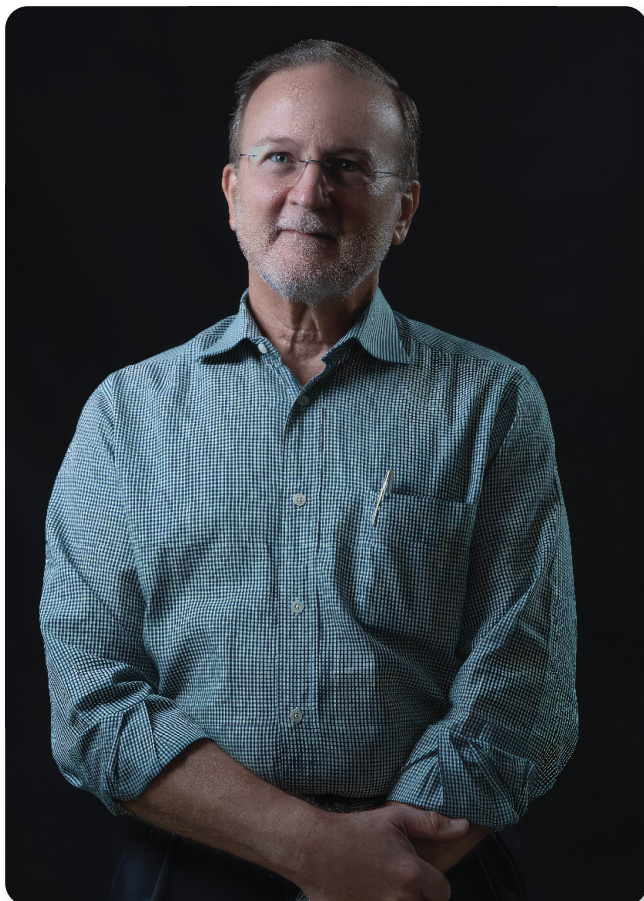


## Ignacio Méndez

Director fundador de CELIEM República Dominicana

Impulsar innovación que  
transforme realidades

“No se pueden tener dos caras. La empresa no puede tener una reputación intachable si sus líderes son cuestionables.”



**D**urante más de cuatro décadas, Ignacio Méndez ha sido una de las voces más influyentes en el fortalecimiento del tejido empresarial dominicano. Licenciado en Administración de Empresas (UNPHU) y con un posgrado en Gerencia de Producción (INTEC), ha ocupado roles estratégicos como presidente de asociaciones empresariales, miembro del Consejo Nacional de Competitividad (2004–2012) y Viceministro de Fomento a las MIPYMES (2012–2020). Su liderazgo acompañó hitos como la creación de los Centros MIPYMES, la expansión de servicios de apoyo emprendedor y la instalación de una cultura de articulación público-privada. Hoy, al frente de CELIEM República Dominicana y desde consejos corporativos y educativos, impulsa un ecosistema donde pequeñas empresas, innovación aplicada y cooperación internacional convergen.

En una edición dedicada a quienes están cambiando las reglas desde la disrupción tecnológica, su visión conecta territorio, digitalización y reputación, adelantando una conversación que revela los retos culturales, institucionales y económicos que deben superarse para que las startups dominicanas escalen con impacto local y proyección global.

**¿Desde su experiencia liderando CELIEM y acompañando a MIPYMES en múltiples países de la región, qué elementos considera indispensables para que una startup dominicana realmente “cambie las**

### **reglas” y logre escalar con una propuesta basada en innovación y tecnología?**

*Sin lugar a duda, debe ser una propuesta que, aparte del aporte en innovación y tecnología, necesariamente llene una necesidad insatisfecha en una gran parte del mercado meta. Además de lo anterior, en el proceso de gestación y prueba de la propuesta, necesita que sus protagonistas logren vender muy bien la idea y sepan tocar las puertas necesarias para conseguir el financiamiento imprescindible para el desarrollo de sus diferentes etapas.*

**La innovación solo escala si resuelve necesidades reales del mercado y encuentra financiamiento temprano.**

### **Usted ha impulsado iniciativas de desarrollo territorial, conocimiento aplicado e innovación abierta, como el Foro PYMES y programas de transferencia como Habilitas. ¿Cómo pueden estos modelos convertirse en catalizadores para un ecosistema de startups más robusto en República Dominicana?**

*Siempre he estado convencido de que tenemos varias grandes carencias; una de ellas es la falta de conocimiento de las opciones y oportunidades que nos brinda el ecosistema y la otra es tener un ambiente proemprendimiento y proinnovación (y pro-MIPYMES) que les facilite la vida, que los deje trabajar tranquilos y que vaya corrigiendo distorsiones en el camino. Somos una sociedad en desarrollo, y muchos de sus emprendimientos y soluciones a problemas pueden y deben salir de la misma gente que los está viviendo.*

### **En un contexto donde la inteligencia artificial, el blockchain y las tecnologías emergentes están acelerando la transformación del tejido empresarial, ¿cómo evalúa la capacidad actual de las MIPYMES dominicanas para adoptar estas herramientas y convertirlas en ventaja competitiva?**

*Como en casi todas las áreas, todas estas nuevas tecnologías emergentes tienen una capacidad impresionante de mejorar la forma en que se desarrollan las actividades empresariales MIPYMES. A los dubitativos siempre les comento el caso del colmado de la libretica banileja antes y después de convertirse en un subagente bancario. Es el mismo banilejo, ahora sin libretica y con una computadora. ¿Por qué dudar de la capacidad de nuestra gente? ¿Por ser chiquita?... ¡Jamás! Lo que hay que hacer es trabajar muy duro para compartir información adecuada y dar capacitación y entrenamiento gratuito al sector... una de las razones que nos llevó a conformar los Centros MIPYMES.*

**Las MIPYMES pueden adoptar tecnología con éxito cuando reciben información, acompañamiento y capacitación gratuita.**

**En sus recientes publicaciones ha resaltado el valor de la cooperación internacional y la articulación entre academia, gobierno y empresas. ¿Qué tipo de alianzas estratégicas hacen falta para que el país dé un salto cualitativo en innovación y emprendimiento?**

*Que nuestros gobiernos, todos, crean en la necesidad de promover, proteger y crear las condiciones necesarias para que las ideas nuevas florezcan y puedan crecer sin problemas. Tenemos demasiadas trabas producto de muchos años de falta de atención y de crear un marco legal y económico que solo piensa en la mediana y gran empresa, dejando a los chiquitos solos enfrentando condiciones no necesariamente creadas a propósito, pero que ciertamente castran su crecimiento y muchas veces su vida. El sector necesita tener en los gobiernos un “chapulín colorado” que los acompañe quitando trabas y barreras que les hacen la vida muy difícil.*

**Usted introdujo MERCO en República Dominicana para elevar los estándares de reputación y responsabilidad corporativa. ¿Qué lecciones deja este proceso para los emprendedores tecnológicos que desean construir marcas confiables desde el día uno?**

*La reputación corporativa es un tema de importancia capital. Lo ha sido siempre y lo es muchísimo más ahora. No se pueden tener dos caras. La empresa no puede tener una reputación intachable si sus líderes son cuestionables. Siempre he sido de la opinión de que el empresario jamás puede vivir de espaldas a la sociedad donde se desenvuelve... hay que participar de ella. Y cada vez menos se puede mentir... ahora estamos a ley de una foto en las redes para destruir una inversión cuantiosa levantando una reputación, no solamente tuya, sino también de tu empresa.*

**La reputación corporativa es un activo irremplazable: coherencia ética y participación social son determinantes.**

**Su incorporación al Consejo de Directores del Instituto Pedro Poveda refuerza su vínculo con la formación de líderes. ¿Qué competencias considera críticas para que los nuevos emprendedores dominen en una economía digital que exige visión sistémica, ética y adaptabilidad constante?**

*Hay que estar abiertos al aprendizaje y vivir aprendiendo siempre. Hay que interesarse por todo, por lo que te incumbe directamente y por lo que está sucediendo a tu alrededor. Hay que perder el miedo a ser curioso, a equivocarse buscando formas nuevas. Tenemos que arrimar el hombro con otros colegas... no todo es competencia en el mercado. Y, sobre todo, saberse parte de una sociedad y no vivir cada vez más aislado y egoísta.*

**En países con fuerte presencia de MIPYMES, la innovación suele verse como algo “lejano” o “costoso”. Desde su perspectiva, ¿cómo se desmonta esta percepción y se impulsa una cultura de innovación accesible, práctica y alineada a las necesidades reales de los territorios?**

*Si uno sabe lo que significa ser MIPYMES, sabe que estos empresarios no tienen tiempo ni para respirar porque están buscándose los ingresos que necesitan para vivir. Por esta razón, el abordaje no puede ser el clásico de dar lecciones; tiene que presentarse la innovación como algo que puede mejorarles el negocio, mejorándoles los ingresos. Tiene que hablárseles del bolsillo. Si uno es lo suficientemente convincente, habrá varios que serán los primeros y, luego, al compartir sus historias, vendrán muchos más. Y otro tema: con los MIPYMES no se puede pretender hablar inicialmente de otra innovación que no sea innovación básica, innovación para los chiquitos: mejorar un proceso, mejorar una presentación, un empaque... una llevará a la otra.*

**La innovación territorial debe partir de procesos simples, prácticos y orientados a “mejorarle el bolsillo” al pequeño empresario.**

**Usted participa con frecuencia en espacios para emprendedores y programas de acompañamiento. ¿Cuál es el principal reto que observa hoy en la mentalidad emprendedora dominicana y qué mensaje considera urgente para quienes están construyendo startups con proyección regional o global?**

*En días recientes está resurgiendo un espíritu de esperanza en el ecosistema emprendedor dominicano. Hay muchos emprendedores e innovadores haciendo cosas muy interesantes. Creo que hay que seguir promoviendo ese espíritu mejorando las condiciones en las que se desarrollan los emprendimientos y las MIPYMES en el país, mejorándolas cambiando y quitando trabas, no solo publicando historias bonitas en las redes. No hacemos nada promoviendo al sector emprendedor si no promovemos también el emprendimiento y la innovación gubernamental. Es una tarea pendiente hace muchos años y cada vez más necesaria.*

**La visión de Ignacio Méndez revela que cambiar las reglas no depende únicamente de tecnología, sino de crear condiciones institucionales, culturales y éticas que permitan que cada idea prospere. Su trayectoria combina experiencia pública, gremial y empresarial con un compromiso profundo hacia las MIPYMES, la reputación corporativa y la innovación territorial. Los datos que comparte — desde la adopción tecnológica hasta las barreras regulatorias— recuerdan que el crecimiento real ocurre cuando se alinean capacidades, políticas y propósito. Hacia adelante, insiste en que ninguna transformación será sostenible sin un Estado innovador y un empresariado ético. “Si florecen las ideas, florece el país”: esa es la apuesta que proyecta para el futuro del ecosistema emprendedor dominicano.**



# 7mo. CONGRESO INTERNACIONAL TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR

Innovación | Networking | Inversión

Organizado por:

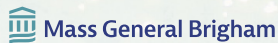


## ¡GRACIAS POR SU VALIOSO APOYO!

### PATROCINADORES



UNIÓN MÉDICA DEL NORTE  
CLÍNICA UNIVERSITARIA  
LA EXCELENCIA AL ALCANCE DE TODOS



### MEDIA PARTNERS



### INSTITUCIONES COLABORADORAS



congresoadts.com | + 809 567-2663

FACTOR DE ÉXITO

# PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE



CHILE | COLOMBIA | ECUADOR | MÉXICO | PANAMÁ  
REPÚBLICA DOMINICANA | MIAMI | ATLANTA | NEW YORK



DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUI ➡



# Foro Caribe Naranja® 2025



José Grateraux, Arlette Palacio, Ángel Rosario y Pamela Pítizia

Coproductores del Foro Caribe Naranja

Cultura, innovación y propósito:  
el nuevo ADN del liderazgo dominicano

El Foro Caribe Naranja ha consolidado un liderazgo que une  
creatividad, sostenibilidad e innovación para redefinir  
el desarrollo cultural de República Dominicana.

Cinco años atrás, el Foro Caribe Naranja comenzó como un sueño que parecía ambicioso: posicionar a la República Dominicana como un punto de encuentro entre creatividad, innovación y desarrollo sostenible. Hoy, ese sueño se ha convertido en un referente regional que impulsa el talento local, profesionaliza la producción cultural y promueve la economía creativa como motor de competitividad.

Bajo el liderazgo de Pamela Pitizia, José Grateraux, Arlette Palacio y Ángel Rosario, el Foro ha evolucionado hacia una plataforma con propósito, coherencia narrativa y una estética que refleja la madurez del ecosistema creativo dominicano. Su visión colectiva ha sido clave para transformar el evento en un laboratorio de ideas donde se cruzan la cultura, la tecnología y la sostenibilidad.

A través de su trabajo, estos líderes han demostrado que la innovación no solo se mide en avances tecnológicos, sino en la capacidad de un país de reconocer su identidad, fortalecer sus cadenas de valor creativas y construir un relato de desarrollo desde la diversidad. En un contexto donde el liderazgo se redefine, el Foro Caribe Naranja representa una muestra tangible de cómo la colaboración entre el sector privado, el gobierno y la cultura puede generar un impacto real y medible en la sociedad.



**Pamela Pitizia**  
Coproductora Foro Caribe Naranja  
COO SWITCH HAVAS

**¿Qué ha implicado producir durante cinco años un foro con estándares internacionales, y cómo ha evolucionado la capacidad local para responder a ese reto?**

*Producir el Foro Caribe Naranja durante cinco años ha sido un ejercicio constante de aprendizaje, resiliencia y visión. Desde la primera edición nos propusimos demostrar que en República Dominicana existe el talento, la disciplina y la*

*capacidad técnica para desarrollar eventos con estándares internacionales. Eso implicó profesionalizar procesos, integrar equipos multidisciplinarios, crear metodologías de producción colaborativas y, sobre todo, fortalecer la cadena de valor cultural.*

*A lo largo de estos años hemos visto una evolución notable: proveedores más especializados, técnicos y creativos que entienden la dinámica de los foros globales, y un ecosistema que responde con innovación ante cada nueva edición. Hoy podemos decir que el país cuenta con una infraestructura creativa más sólida, capaz de producir experiencias con calidad, propósito e impacto.*

**¿Qué aprendizajes —tanto operativos como humanos— les ha dejado la producción de cinco ediciones del Foro, y cómo han contribuido a elevar los estándares de los eventos culturales en el país?**

*En el plano operativo, entendimos que la excelencia se construye en los detalles: desde la curaduría de contenidos hasta la experiencia del público, cada decisión es una oportunidad de inspirar y elevar expectativas. Hemos apostado por estándares globales en montaje, comunicación y diseño, pero siempre con sello local y un enfoque sostenible.*

*De cara a las personas, el FCN nos ha recordado que la creatividad florece en comunidad. Cada edición ha sido posible gracias al compromiso de un equipo que combina técnica, estrategia y propósito con ejecución. Esa sinergia ha contribuido a cambiar la manera en que se conciben los eventos culturales en el país ya no como actividades aisladas, sino como plataformas de conocimiento, conexión y transformación que empuja a RD a ser un Hub Cultural en la Región.*



**José Grateraux**  
Coproductor Foro Caribe Naranja  
CEO de Switch Havas

**Cinco años después del primer Foro Caribe Naranja, ¿cómo describiría el cambio en la percepción del empresariado y las marcas hacia el sector creativo como una oportunidad de desarrollo en República Dominicana?**

*El cambio ha sido muy significativo. Cuando comenzamos Caribe Naranja, hablar de economía creativa era todavía abrir una conversación. Hoy vemos cómo las marcas, las empresas y el liderazgo corporativo reconocen en el talento creativo dominicano una fuente de innovación, competitividad y desarrollo.*

*El empresariado ha pasado de observar la creatividad como un componente estético a entenderla como una estrategia de transformación: una forma de conectar con audiencias, construir identidad y generar valor económico.*

*Este proceso no ha ocurrido de manera espontánea. Ha sido fruto de un esfuerzo colectivo por demostrar que la creatividad es un activo productivo, con impacto real en sectores como el turismo, la comunicación, la gastronomía, el diseño o las industrias culturales. Desde el foro, hemos trabajado para visibilizar esas conexiones y ofrecer un espacio donde las marcas puedan inspirarse, aprender y establecer alianzas con el ecosistema creativo.*

*Y parte de esos logros es que varias de las principales instituciones financieras del país ya han creado o destinado fondos especiales de financiamiento para las industrias culturales y creativas, una señal clara de que el sector ha ganado legitimidad económica y proyección en el liderazgo empresarial.*

*Lo que antes se percibía como una apuesta de nicho, hoy se asume como una oportunidad de país.*

**¿Qué lecciones ha dejado la articulación entre sector privado, gobierno y cultura, y qué barreras aún impiden una mayor inversión en la economía creativa?**

*La principal lección es que la colaboración entre sectores es posible cuando existe una visión compartida. El Foro Caribe Naranja ha demostrado que el diálogo entre empresa, gobierno y cultura puede trascender los discursos para generar acción, programas e impactos medibles. Hemos aprendido que cuando el sector privado se involucra con la creatividad desde la empatía y el propósito, los resultados son más sostenibles y transformadores.*

*Sin embargo, los desafíos persisten. Aún necesitamos estructuras de financiamiento adaptadas a los modelos del sector creativo, datos que sustenten su aporte económico y políticas públicas que incentiven la inversión privada. También es fundamental seguir fortaleciendo las capacidades del talento creativo para hacerlo más competitivo en mercados internacionales.*

*El camino está trazado. Lo que sigue es consolidar un ecosistema que funcione con la misma lógica de las industrias tradicionales, pero con el espíritu que define a la cultura: innovación, diversidad y colaboración. Esa ha sido siempre la apuesta del Foro Caribe Naranja —construir puentes entre creatividad y desarrollo, conectar a quienes imaginan con quienes invierten, y reafirmar que el Caribe puede proyectarse al mundo desde su identidad.*



**Arlette Palacio Coproductora  
Foro Caribe Naranja  
CEO SIP GROUP**

**¿Cómo ha aportado el Foro en la forma en que se entienden hoy la innovación, la sostenibilidad y la cultura dentro del desarrollo nacional?**

*Se tiende a ver la sostenibilidad como un concepto muy académico y aislado del quehacer de las personas y organizaciones. El Foro se ha ido constituyendo en un espacio de referencia donde se presentan experiencias y casos donde la innovación, la sostenibilidad y la cultura convergen y donde también se hace evidente que la innovación es la base de la sostenibilidad y la cultura es la que la sostiene. Poder ofrecer un espacio que sirve literalmente como un foro de discusión de estos temas es un gran aporte para el desarrollo del sector.*

*Me llena de satisfacción cuando me encuentro con personas de las industrias culturales y creativas que me dicen que no fue hasta que participaron en el foro que entendieron dónde encajaba su ocupación. Esto de por sí es un logro enorme para mí.*

**¿Ha visto resultados concretos —en políticas, alianzas o proyectos— que hayan surgido a partir del enfoque sostenible e innovador promovido por el Foro en estos cinco años?**

*Se están haciendo hoy muchas cosas en la República Dominicana para impulsar la economía naranja. No puedo decir que ha sido producto del foro pero sí puedo decir que el Foro ha generado un sentido de urgencia. De que se entienda que en términos de desarrollo económico, social y cultural, las industrias culturales y creativas representan una oportunidad importante para la generación de riqueza.*

En términos de proyectos que se han impulsado en los últimos años post la primera entrega del foro puedo mencionar que el Ministerio de Cultura (MINC) y el Consejo Nacional para la Promoción y Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Promipyme) lanzaron un fondo de RD\$500 millones para financiar emprendedores y empresas creativas. Lo cual el Ministro de Cultura, Roberto Angel Salcedo mencionó en sus palabras de apertura de la edición del Foro este año en octubre pasado.

También hay colaboraciones del Ministerio de Cultura con organismos internacionales como UNESCO y la Unión Europea, por ejemplo, para iniciativas como ARTSECURE que brinda un marco integral de seguridad social para artistas.

Así como el proyecto del Directorio Creativo que fue lanzado ya hace un tiempo por el Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES con apoyo del Banco Popular.



**Ángel Rosario**  
Coproductor Foro Caribe Naranja  
CCO de Switch Havas

**¿Cómo se define cada año la narrativa central del Foro, y qué estrategias han sido clave para que Caribe Naranja evolucione de evento cultural a marca con propósito y proyección internacional?**

La narrativa de cada edición del Foro nace de una conversación profunda entre contexto, propósito y visión. No se trata solo de identificar una tendencia, sino de leer el momento cultural, social y económico del país y de la región, y responder con una propuesta que active reflexión, diálogo y acción desde la creatividad. Cada año nos preguntamos: ¿qué necesita decir hoy Caribe Naranja?, ¿qué conversación debe liderar? Así es como han surgido temas como la

convergencia digital, el vínculo entre cultura y turismo, la exportación creativa o, este año, el emprendimiento como motor económico. La clave ha sido mantener la coherencia con nuestro propósito original, posicionar a República Dominicana como el hub cultural y creativo del Caribe, y al mismo tiempo permitirnos evolucionar, sin perder identidad.

En cuanto a las estrategias, hemos trabajado Caribe Naranja como una marca cultural desde el primer día. Cuidamos cada detalle: desde la narrativa visual hasta el lenguaje de la agenda, desde los speakers internacionales y locales que elegimos hasta las historias que contamos. No es solo un evento: es una plataforma con tono, estética, causa y comunidad. Eso ha hecho que hoy, cinco años después, ya no hablemos de una serie de foros, sino de un movimiento con voz propia, reconocimiento internacional y un rol activo en el desarrollo cultural de la región.

**¿Qué rol juega la visión creativa en transformar un evento cultural en una plataforma viva que conecta identidad, innovación y comunidad?**

La visión creativa no es un complemento en Caribe Naranja; es su columna vertebral. Le da alma, coherencia y dirección. Desde los contenidos hasta la experiencia en el espacio, todo responde a una intención clara: proyectar el talento cultural dominicano con una mirada hacia su profesionalización. Queremos que el creador, el artista o el gestor cultural no solo sea visible, sino también viable. Aquí, la creatividad no adorna: estructura. Es el hilo que conecta identidad, innovación y comunidad dentro de una plataforma en evolución.

Nuestro reto ha sido reflejar la complejidad de nuestra cultura, vibrante, diversa, contemporánea y profundamente humana, a través de una narrativa que convierte lo intangible en estrategia. Disciplinas como la música, el arte, el cine, la gastronomía o la publicidad, entre otras, se transforman en herramientas para construir comunidad y proyectar identidad. Caribe Naranja no es solo un evento. Es una plataforma viva donde la cultura se convierte en puente hacia desarrollo e innovación.

Y eso solo ocurre cuando la creatividad está en la mesa de decisiones desde el inicio. Ese enfoque ha fortalecido una comunidad creativa que se reconoce, se conecta y se proyecta.

El legado del Foro Caribe Naranja trasciende sus escenarios y paneles. Es una invitación a mirar la creatividad como estrategia de país y no como un lujo de pocos. La visión de sus coproductores ha sembrado un movimiento que inspira a nuevas generaciones a creer en el poder de la cultura para transformar realidades y conectar al Caribe con el mundo desde su autenticidad.

Su liderazgo reafirma que cuando la creatividad se sienta en la mesa de decisiones, surgen oportunidades que cambian las reglas del juego —porque la innovación, cuando nace del propósito, deja de ser tendencia para convertirse en legado.



## La plataforma de pagos del BHD que impulsa la inclusión financiera en la República Dominicana

“Cada interacción —desde entender su propio estado de cuenta hasta realizar su primer pago digital— se convierte en un paso concreto hacia la inclusión financiera real.”

Ángel Gil  
CEO Billet

**E**n un mercado donde el efectivo todavía domina y miles de pequeños negocios siguen excluidos del sistema financiero, Billet emerge como una solución diseñada para cambiar las reglas del juego. Integrando tecnología, agilidad tipo fintech y el respaldo del Grupo BHD, la plataforma acelera la transición digital del país con productos accesibles, sencillos y profundamente conectados con las realidades del usuario y del emprendedor dominicano. A continuación, Billet responde a los desafíos, oportunidades y decisiones estratégicas que impulsan este caso de innovación para la edición #77 de Factor de Éxito.

### ¿Qué obstáculo específico del mercado dominicano decidieron resolver con Billet y por qué ahora?

Billet nació para resolver dos obstáculos del mercado dominicano:

La baja inclusión financiera real, especialmente en jóvenes, trabajadores independientes y personas sin historial crediticio, que hasta hace poco no podían acceder a instrumentos modernos de pago.

La limitada aceptación de pagos digitales en MiPymes, donde aún predomina el uso de efectivo por barreras de entradas críticas como: costos de adquisición de equipos, precios fijos mensuales, requisitos de documentaciones complejas y no digitales, disponibilidad de fondos tardíos, complejidad operativa, entre otros.

Esto responde a tres fuerzas:

- ▶ La masificación del smartphone en segmentos históricamente excluidos.
- ▶ La adopción masiva de los dominicanos de la digitalización frente a la realidad de la pandemia del Covid, en comercios y servicios.
- ▶ Un entorno regulatorio y tecnológico favorable que permite, por primera vez, un onboarding 100% digital con biometría y sin procesos presenciales.

Billet conecta estas dos necesidades: usuarios que requieren una solución simple para manejar su dinero, y comercios que necesitan aceptar pagos sin fricción y con liquidez inmediata. En ambos casos con modelos comerciales adaptados a sus realidades de emprendimientos y negocios en crecimiento.

### ¿Cómo aterrizan la inclusión y la educación financiera en comportamientos medibles (ahorro recurrente, pagos a tiempo, uso de metas, etc.)?

Billet aterriza la inclusión y la educación financiera en comportamientos medibles. En solo tres años hemos integrado a más de:

- ▶ 40,000 comercios, de los cuales el 95 % nunca había aceptado pagos con tarjeta, ampliando de forma tangible la huella digital del país.
- ▶ Del lado del usuario, más de 400,000 dominicanos —60 % sin instrumentos financieros previos— hoy realizan pagos, envían dinero y utilizan servicios digitales por primera vez, evidenciando una transición real del efectivo hacia herramientas financieras modernas. Esto se refleja en mayor transaccionalidad, pagos más puntuales y hábitos responsables impulsados por educación contextual dentro de la app.
- ▶ Complementamos este proceso con iniciativas de educación financiera accesibles: contenido educativo constante en nuestras redes sociales, y material explicativo dentro del mismo estado de cuenta de la tarjeta de crédito, donde el usuario aprende cómo leerlo, qué significan los cargos, fechas de corte, pagos mínimos y cómo estos influyen en su salud financiera. Cada interacción —desde entender su propio estado de cuenta hasta realizar su primer pago digital— se convierte en un paso concreto hacia la inclusión financiera real.

### ¿Qué ajustes internos hizo BHD (gobernanza, procesos, talento) para

### que Billet operara con agilidad de fintech sin sacrificar cumplimiento y riesgo?

Billet inició como una operación bajo el modelo regulatorio de agregador y entidad de pago, lo que nos permitió construir un esquema ágil, capaz de innovar y siempre dentro del marco de cumplimiento del Grupo BHD. Esto implicó ajustes clave en gobernanza, procesos y talento: se creó una célula propia de producto, tecnología, operaciones y riesgo digital con metodologías ágiles y enfoque en UX, y se desarrollaron procesos nativos digitales para onboarding, validaciones y operación diaria que permiten trabajar con la velocidad de una fintech.

Todo esto se complementa con un modelo de cocreación y escucha activa con nuestros usuarios y comercios, asegurando que cada mejora responda a necesidades reales del mercado dominicano.

Billet se consolida como uno de los casos más contundentes de innovación financiera en la región: una plataforma que traduce tecnología en inclusión, simplicidad en confianza y agilidad en oportunidades reales tanto para personas como para negocios. Su enfoque demuestra que la transformación digital tiene un gran impacto cuando contribuye a la inclusión financiera, generando nuevas dinámicas económicas en el país. En un ecosistema donde la competencia por la atención del usuario es cada vez más intensa, Billet destaca por hacer que la digitalización bancaria sea accesible y cercana.



🌐 <https://billet.do/> 📱 [@Billet.do](https://www.facebook.com/Billet.do)



## Innovar desde el centro del mercado: la transformación tecnológica de la BVRD

La institución impulsa una transformación digital centrada en el mercado, donde la innovación tecnológica nace del diálogo y la colaboración con sus actores clave.

**E**n la Bolsa de Valores de la República Dominicana (BVRD) entienden que innovar no significa solo incorporar tecnología, sino ponerla al servicio del mercado.

La transformación digital de la institución nace de la interacción constante con quienes participan en el mercado: corredores, puestos de bolsa, emisores e instituciones que día a día confían en sus servicios.

Cada avance implementado surge de un diálogo continuo con más de 60 contrapartes, donde la co-creación es más que un concepto: es la manera en la que se entregan soluciones de alto valor.

### Innovación que se construye juntos

Hace algunos años, la BVRD decidió abrir la puerta de la innovación a toda la organización. Hoy, las ideas nacen de distintas áreas del negocio que viven la operación diaria del mercado.

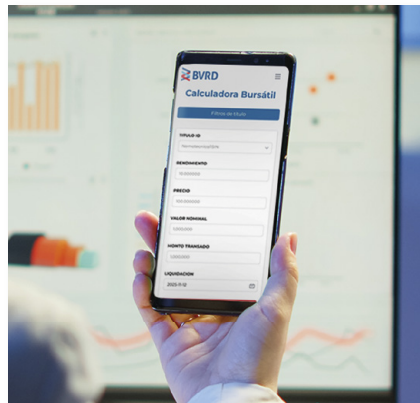
Esa colaboración ha transformado su cultura interna: expertos de negocio, desarrolladores y analistas trabajan de manera conjunta, combinando conocimiento técnico y experiencia operativa.

El resultado de esto es que cada solución refleja una comprensión profunda de las necesidades reales del mercado, traduciéndose en beneficios tangibles para quienes operan en él.

### Soluciones con impacto medible

De esta forma han surgido proyectos que hoy forman parte esencial de la dinámica bursátil:

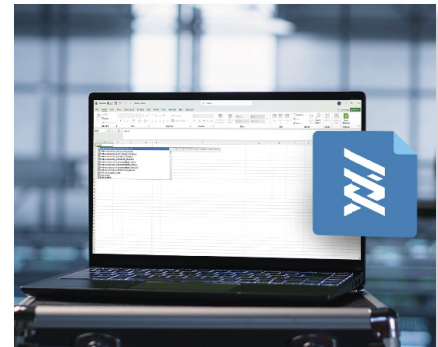
La Calculadora Bursátil, que procesa más de 35 mil cálculos diarios, permite a los participantes optimizar sus operaciones y ofrecer respuestas ágiles a sus clientes.



El portafolio de Market Data, lanzado en enero de 2025, ya cuenta con 21 instituciones suscritas, facilitando la automatización de procesos internos donde se apoya la toma de decisiones con información actualizada en intervalos cercanos a tiempo real.



El próximo entregable, el complemento BVRD de Excel, disponible en Microsoft Store, brindará una suite de soluciones para que los profesionales del mercado puedan integrar datos bursátiles directamente en su flujo de trabajo, con acceso a información tanto histórica como actualizada al minuto.



### Tecnología que inspira confianza

La prioridad de la BVRD sigue siendo la seguridad y estabilidad de cada una de sus soluciones. El proceso de desarrollo se implementa siguiendo estándares rigurosos y bajo la premisa de que “la innovación debe fortalecer la confianza, nunca ponerla en riesgo”.

De esta forma, la institución ha logrado que sus colaboradores comprendan que la innovación no es un proyecto con fecha de cierre, sino un proceso continuo de evolución.

La BVRD continuará trabajando de la mano con cada uno de sus usuarios, transformando las ideas en soluciones concretas que fortalezcan la eficiencia, la transparencia y el crecimiento sostenible del mercado dominicano.

## Laboratorio de Mentores impulsa el futuro digital del emprendimiento dominicano

La plataforma consolida su misión de impulsar marcas competitivas y con visión global.

La cuarta edición del Laboratorio de Mentores se consolidó como uno de los encuentros formativos más influyentes del ecosistema empresarial dominicano, reuniendo a expertos locales e internacionales para impulsar el crecimiento de marcas y negocios en la era digital. En un contexto donde la innovación y la capacidad de adaptación son esenciales, el evento se convirtió en un punto de convergencia para empresarios, emprendedores y profesionales interesados en transformar sus modelos de negocio y elevar su competitividad.

Más que un evento, Laboratorio de Mentores ha evolucionado hacia una plataforma de alto impacto que democratiza el acceso a metodologías estratégicas, tradicionalmente reservadas para grandes corporaciones. Su misión es promover una nueva mentalidad empresarial basada en propósito, estrategia y tecnología, pilares esenciales para construir marcas sólidas, consistentes y con visión internacional.

Celebrado en el Teatro La Fiesta del Hotel Jaragua, el encuentro reunió a cientos de participantes atraídos por la oportunidad de acceder a contenidos de vanguardia. La agenda combinó conferencias magistrales y sesiones formativas centradas en innovación, ventas digitales, automatización, liderazgo y modelos escalables. Según la organización, las metodologías presentadas han generado más de 100 millones de dólares en ventas online a nivel global, evidenciando su aplicabilidad y resultados.

Durante la apertura, Jenniffer Arias, fundadora de la plataforma, destacó que el Laboratorio es “una experiencia de transformación”



diseñada para convertir marcas comunes en marcas legendarias. Subrayó que el futuro empresarial del país depende de líderes capaces de romper limitaciones y aprovechar las oportunidades del entorno digital.

El panel de expertos incluyó a figuras de reconocimiento internacional. Juan Martitegui abordó el potencial de la inteligencia artificial para potenciar la productividad y el crecimiento exponencial. Hensy Vega profundizó en branding y posicionamiento, ofreciendo herramientas para construir marcas auténticas y memorables. Susi Vereecken centró su participación en liderazgo consciente y cultura organizacional, mientras que Gisel Castillo analizó los procesos de innovación y transformación digital.

Los especialistas en ventas premium Alfonso Bastida y Christian Helmut presentaron estrategias para captar mercados de alto valor, y Juan Carlos Barrios compartió tácticas de productividad y ejecución estratégica.

Finalmente, Geni Ramos presentó soluciones de automatización, una de las áreas más demandadas por empresas que buscan escalar.

Las conferencias se complementaron con un ambiente de networking activo, donde los asistentes intercambiaron ideas, generaron alianzas y exploraron nuevas oportunidades. Este componente reforzó la visión de Laboratorio de Mentores como un espacio de crecimiento colectivo y colaboración estratégica.

Con esta edición, la plataforma reafirma su compromiso con el desarrollo del talento emprendedor dominicano, promoviendo una mentalidad orientada a la innovación, la sostenibilidad y la excelencia. En un momento en que la transformación digital redefine las reglas del mercado, Laboratorio de Mentores se posiciona como un aliado clave para quienes aspiran a construir marcas capaces de trascender y competir a escala global.



## Elka Núñez

CEO de RESOLTO RD

### Donde las ideas se transforman: creatividad familiar con propósito

“Más que producir eventos, transformamos ideas en emociones que conectan personas, marcas y propósitos. Cada proyecto es una oportunidad para dejar una huella positiva.”

**E**n un mercado donde las ideas son fugaces y la atención un bien escaso, RESOLTO RD ha logrado algo poco común: convertir cada proyecto en una experiencia que deja huella. Nacida del esfuerzo y la visión de una familia dominicana que apostó por su talento, la empresa ha crecido con un propósito claro —dar vida a conceptos que inspiran, emocionan y conectan.

Bajo el liderazgo de Elka Núñez, su CEO, esta agencia productora ha sabido combinar la creatividad con la disciplina, la pasión con la estrategia, transformando retos en oportunidades para sus clientes dentro del mundo del entretenimiento y el ámbito corporativo. Desde sus inicios hasta su consolidación, RESOLTO RD representa una historia de resiliencia, innovación y compromiso, donde la familia y el propósito caminan juntos hacia un mismo destino: hacer que cada evento cuente y cada idea cobre vida.

**¿Cómo nació RESOLTO RD y qué los inspiró a convertir una idea familiar en una empresa que transforma conceptos en experiencias memorables?**

RESOLTO RD nació en medio de una crisis financiera nacional, en un año de reforma fiscal en el que muchas empresas cerraron sus puertas. En aquel contexto adverso,

nuestra productora de conciertos, espectáculos, festivales y experiencias corporativas enfrentó uno de sus mayores retos.

Como parte natural de nuestro trabajo, siempre habíamos almacenado mobiliario, escenografías, utilería y props: recursos valiosos que permanecían guardados sin propósito claro. En medio de la incertidumbre, una amiga con experiencia en la industria cinematográfica nos preguntó: “¿Y por qué no ponen todo esto en alquiler?”. Nos explicó el modelo de una Prop House Rental y, literalmente, la idea cayó del cielo.

Actuamos de inmediato: desarrollamos nuestra presencia digital y abrimos una nueva línea de negocio para servir a la industria del cine, ampliando así nuestro alcance y visión empresarial. Así nació RESOLTO RD, como una evolución impulsada por la creatividad familiar y el talento multidisciplinario: una mercadóloga, un arquitecto, una publicista con máster en fotografía y un futuro cineasta con máster en multimedia. Juntos, convertimos una crisis en una oportunidad y, sobre todo, en una historia de reinversión.

Hoy, esa esencia creativa se multiplica con la incorporación de la nueva generación. Lia Miranda Núñez, egresada de la carrera de Comunicación Visual con especialidad

en Fotografía en la Escuela de Diseño Chavón, representa la continuidad natural del legado familiar. Fotógrafa de profesión y productora por vocación, se ha desarrollado en la industria del entretenimiento desde temprana edad siguiendo los pasos de Elka. Actualmente se desempeña como project y content manager en RESOLTO RD, aportando una mirada fresca, sensible y moderna a cada producción.

**La pandemia representó un gran desafío para el sector del entretenimiento y los eventos. ¿Cuál fue el punto de quiebre que los impulsó a reinventarse y continuar creciendo?**

Tras varios años de crecimiento sostenido con nuestra línea de Prop House Rental, decidimos dar un paso estratégico: abrir un espacio físico para atender al público y presentar formalmente nuestra propuesta. Organizamos una semana completa de open house dirigida a clientes, aliados y colaboradores, respaldada por una campaña integral de marketing. Sin embargo, apenas un día después de concluir el evento, el país entró en cierre total debido a la pandemia.

Aquel golpe inesperado no detuvo nuestra visión. Nos adaptamos con agilidad, exploramos nuevas oportunidades acordes a las condiciones sanitarias y logramos mantener la empresa en marcha. Ese



Elka Núñez y Lia Miranda Núñez

período nos permitió fortalecer nuestra resiliencia, perfeccionar procesos y confirmar que la innovación siempre encuentra su camino, incluso en los momentos más difíciles.

**Dicen que el éxito llega cuando uno se atreve. ¿Qué proyectos o momentos marcaron esa etapa en la que decidieron “atreverse y lograrlo”?**

En RESOLTO RD nos define la capacidad de atrevernos. Cada desafío asumido con determinación, confianza y excelencia ha forjado nuestro carácter como empresa. A lo largo de nuestra trayectoria hemos participado en proyectos de alto impacto que nos han permitido crecer junto a la industria: desde los Premios Casandra (hoy Premios Soberano) y el Festival Presidente, hasta conciertos con talentos nacionales e internacionales y producciones para marcas de gran prestigio.

Cada uno de esos proyectos ha sido una escuela, un peldaño en la construcción de nuestro prestigio como referentes en producción y diseño de experiencias. Pero el momento que más nos marcó fue, sin duda, la pandemia. Con el país paralizado, nos contactaron para desarrollar un estudio de grabación que permitiera a instituciones educativas continuar impartiendo clases virtuales. Lejos de detenernos ante la magnitud del reto,

decidimos avanzar. No solo creamos un estudio: abrimos dos. Esa iniciativa no solo mantuvo nuestras operaciones, sino que también generó empleos en un momento de crisis global. Así reafirmamos nuestra esencia: somos una empresa que transforma desafíos en innovación.

**Cuando una marca les confía su imagen en un evento, ¿cómo garantizan la calidad y el compromiso en cada detalle para reflejar fielmente la esencia de sus clientes?**

Cuando una marca confía en nosotros, asumimos la responsabilidad de representar su identidad con precisión, respeto y creatividad. Para lograrlo, seguimos un proceso basado en tres pilares: comprensión, diseño y ejecución.

Primero, leemos la esencia antes de crear la forma: exploramos su ADN, su historia, su tono y su propósito. Luego, traducimos esa identidad en una experiencia visual coherente. Colores, texturas, iluminación, materiales y atmósferas se integran para contar una misma historia. En RESOLTO RD la estética no adorna: comunica.

Por último, producimos con visión y rigor técnico. Supervisamos cada etapa —desde las primeras pruebas hasta la última luz encendida—, asegurando que cada detalle esté a la altura de la marca que representamos. Para nosotros, entregar un proyecto es entregar una experiencia que eleva, inspira y honra la confianza de nuestros clientes. Nuestra meta siempre será superar expectativas.

**Si pudieran resumir el legado de RESOLTO RD en una frase, ¿cómo describirían el impacto que buscan dejar en las personas y en la industria del entretenimiento?**

RESOLTO RD es un trampolín para nuevos talentos y futuros profesionales de la industria. Amamos compartir lo que mejor sabemos hacer. Nuestro legado se resume así: convertimos visiones en experiencias, elevamos marcas y construimos un futuro donde la creatividad dominicana brille con fuerza en cada escenario.

En cada paso, RESOLTO RD reafirma que el verdadero éxito no está solo en crecer, sino en hacerlo con propósito. Su historia demuestra que la unión familiar, la constancia y la fe en las ideas pueden transformar cualquier reto en un nuevo comienzo. Hoy, la empresa continúa expandiendo su alcance y consolidando su reputación como aliada estratégica de marcas que buscan experiencias auténticas, memorables y bien ejecutadas.

Con la mirada puesta en el futuro, RESOLTO RD sigue fiel a su esencia: innovar sin perder el toque humano, mantener la excelencia como estándar y recordar que, detrás de cada gran evento, hay un equipo que vive su lema con convicción —donde las ideas se transforman.





## FESTIVAL CAYE 2025: una fiesta cultural con 13,000 personas dinamizando la economía.

Entre danza, música, artes visuales y experiencias comunitarias, el festival celebró el poder del arte para unir, inspirar y dinamizar la ciudad.

**D**urante dos días, artistas, vecinos, visitantes y emprendedores se encontraron en un mismo pulso creativo que reafirmó el poder del arte como fuerza transformadora.

Las calles del histórico sector Ciudad Nueva se llenaron de vida con danza, música, pintura en vivo, instalaciones interactivas, artesanía, talleres, teatro, humor y otras experiencias creativas. En Sabores de CAYE, los emprendimientos gastronómicos de vecinos y negocios locales ofrecieron delicias dominicanas, mientras el Rincón Dorado, con sus mecedoras en el Parque Cervantes, invitó a las personas adultas mayores a disfrutar de actividades especialmente pensadas para ellas. El área infantil, por su parte, se convirtió en un espacio de imaginación y juego, donde el arte, el teatro y la educación entretenida fueron protagonistas.

“CAYE es lo que ocurre cuando la gente y la ciudad se miran de frente y se reconocen. Cada edición es un ejercicio de imaginar juntos la ciudad que soñamos”, expresó Venus Patricia Díaz, directora del festival.

Para el artista Angurria, cofundador del proyecto, “lo más valioso es que la gente se siente parte. CAYE no es un evento que se hace en Ciudad Nueva: es un evento que sucede con Ciudad Nueva.”

El festival dinamiza la economía naranja, impactando directamente en artistas, proveedores de servicios, emprendimientos gastronómicos y negocios locales.

Más de 630 personas acreditadas trabajaron en esta edición —entre artistas, técnicos, productores, diseñadores, gestores y emprendedores— reflejando cómo la cadena de valor cultural dinamiza la economía de forma intensiva y activa múltiples eslabones productivos, contribuyendo al desarrollo económico y promoviendo la puesta en valor de Ciudad Nueva.

La segunda edición del Festival CAYE fue posible gracias a la suma



de voluntades de instituciones, empresas, artistas, colectivos y emprendedores. Entre los aliados se destacan el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), la Universidad Iberoamericana (UNIBE), Billboard, Arquitexto, Fachadas RD y Tix.do, junto a decenas de entidades, marcas y proyectos que apuestan por una ciudad más creativa, sostenible y humana.

CAYE se consolida como la plataforma modelo de arte, comunidad y desarrollo que impulsa la imaginación colectiva y el crecimiento económico. En sus calles, la identidad dominicana se hace visible y la mirada compartida entre vecinos y artistas se convierte en una promesa de futuro.

**¡Gracias por haber sido parte!**



CAP CANA  
*Ciudad Destino*

**CONSTRUGER.**



Crecer **LAB**



**BARCELÓ**  
 RON DOMINICANO



**QUISQUEYA**  
 CrossFit



REAL ESTATE  
 SOSTENIBLE



TURISMO  
 REGENERATIVO



ENERGÍA  
 RENOVABLE



MIPYMES  
 RESILIENTES

## Liderazgo, propósito e innovación desde el Caribe

Con este evento, desde Factor de Éxito, asumimos con responsabilidad la misión de crear espacios que inspiren y fortalecen la cultura de colaboración entre América Latina y el Caribe. Nuestro norte es claro y no cambia: conectar, crear y transformar.



**Isabel Cristina Rolo Figueroa**  
 Directora ejecutiva de Factor de Éxito

**Isabel Mariella Figueroa de Rolo**  
 Fundadora y directora Editorial Revista Factor de Éxito

**Arianna Rolo**  
 Directora de mercadeo de Factor de Éxito



**F**actor de Éxito se propuso brindar una experiencia única y transformadora con la ExpoCumbre Factor de Éxito 2025, celebrada en Cap Cana, Ciudad Destino, el pasado 29 y 30 de octubre, donde durante dos jornadas de alto nivel se reunieron líderes empresariales del Caribe y América Latina comprometidos con la sostenibilidad, la innovación y la colaboración intersectorial.

Bajo el lema “Sostenibilidad y convergencia: el futuro de los negocios en el Caribe”, la cumbre integró —por primera vez en un mismo espacio— los cuatro pilares que definen el desarrollo de la región: Real Estate, Turismo, Energías Renovables y MiPymes, demostrando que la verdadera transformación empresarial surge cuando los sectores convergen con propósito, visión y responsabilidad compartida.

### Propósito, sostenibilidad y visión compartida



La jornada inaugural fue presentada por **Isabel Cristina Rolo Figueroa**, directora ejecutiva de Factor de Éxito, quien dio la bienvenida con un mensaje que resaltó la esencia colaborativa de la cumbre.

*“El progreso se construye colaborando: conectando, creando y transformando juntos.”*



A su vez, **Jorge Subero**, presidente ejecutivo de Cap Cana, reafirmó el compromiso de la Ciudad Destino con la sostenibilidad.

*“Reafirmamos nuestro compromiso con la sostenibilidad y la innovación, avanzando firmemente como una Ciudad Destino... Nuestro propósito es seguir impulsando un desarrollo responsable y resiliente, que sirva de ejemplo para la República Dominicana y la región.”*



La conferencia inaugural estuvo a cargo de **Ramón Fauria (España)**, mentor de alto rendimiento y experto en liderazgo consciente, con la ponencia “**Cómo optimizar tu poder de influencia y liderazgo**”, que invitó a los participantes a liderar con propósito e impacto.



● **El Panel 1: Casos de Éxito – Inversiones que transforman**, moderado por **Saraida de Marchena**, presidenta de Markatel Communications, destacó ejemplos de inversión y desarrollo sostenible con la participación de **Jickson Disla (República**

**Dominicana)**, gerente general de Grupo Inverstar y DominicanRepublic.com, y **Alberto Muñoz (España)**, director de Ventas Internas y Marketing de Larimar City & Resort (España).



● **El Panel 2: Turismo regenerativo – Creando valor a través de experiencias sostenibles**, moderado por **Bacilio Valenzuela (República Dominicana)**, consultor en turismo sostenible, contó con **Mónica Herrera (República Dominicana)**, consultora en Marketing y Comunicación en Barrancolí, **Jessica Ajá,**

vicepresidenta ejecutiva de Hodelpa Hotels & Resorts, y **Miguel Calzada (Ecuador–República Dominicana)**, presidente de CTN y Puro Turismo, quienes dialogaron sobre innovación, cultura y bienestar.



El experto **Marcelo Muñoz** (Chile), consultor Fortune 500 y mentor internacional TEDx, presentó la conferencia “IA Executive: Cómo usar la inteligencia artificial para tomar mejores decisiones”, seguida de **Erik Díaz** (Chile), consultor estratégico y creador del modelo de Innovación Humanista, con la ponencia “Innovación impulsada por el desafío de la longevidad: presente y futuro”.



• **El Panel 3: Liderazgo con propósito – Estrategias para inspirar, impactar e invertir en el futuro**, moderado por **Indhira Báez** (República Dominicana), fundadora de CEO Talks Innovation, reunió a **Jessica Santiago** (Puerto Rico), professional certified

coach, **Catalina Cajías** (Ecuador), directora de WEF Ecuador, y **Ana García-Sotoca** (España-República Dominicana), directora ejecutiva del Clúster Turístico La Romana-Bayahibe, quienes reflexionaron sobre liderazgo femenino y propósito empresarial.



Juan Andrés Romero (España), CEO de CLERHP Estructuras S.A. y promotor de Larimar City & Resort, profundizó en la relación entre sostenibilidad e inversión con su conferencia “Transformación, inversión y futuro en el Caribe”.

El primer día concluyó con el POV “Del discurso a la acción: gobernanza, sostenibilidad y comunicación política como pilares de la inversión responsable”, presentado por Raniero Cassoni (Venezuela), presidente de Strategos Político Consultores, y la conferencia “Liderazgos que cambian el rumbo” a cargo de Marta Alonso Pelegrín (España), directora para América del Sur de Global Energy Services (GES).



### Confianza, innovación y liderazgo con propósito

La segunda jornada inició con las palabras de Isabel Mariella Figueroa de Rolo, fundadora y directora Editorial de Factor de Éxito, quien reflexionó sobre la dimensión humana del liderazgo:

*“El liderazgo no se trata solo de ocupar espacios, sino de abrirlos para que otros también brillen”.*





● **El Panel 4:** Real Estate e inversión estratégica – Nuevos horizontes para el desarrollo inmobiliario, moderado por **Gilsé Echavarría (República Dominicana)**, especialista en Comunicación y Gestión Social, integró a **Marcus Boereau (Haiti)**, presidente y CEO del Grupo Perassan, **Robert de la Cruz (República Dominicana)**, CEO de Apartamentos RD, y **Lorena Sevilla (México)**, directora de Ventas y Expansión Internacional de Noval Properties, quienes discutieron sobre innovación y sostenibilidad en el sector inmobiliario caribeño.

● **El Panel 5:** Energía renovable disruptiva, moderado por **Indira Isabel Lorenzo (República Dominicana)**, directora de Sostenibilidad de Fundación Tropigás, reunió a **Antonio Viloria (República Dominicana)**, director de Generación de Cenetur, **Yomaira Martínó (República Dominicana)**, consultora líder en GreEnergy Dominicana, y **Grace Keller (Chile)**, vicepresidenta de la Asociación de Hidrógeno Verde de Chile, quienes destacaron el papel de la energía limpia en la competitividad regional



**Thony Da Silva Romero (Venezuela)**, socio director de PIZZOLANTE, presentó el estudio “**El Poder de la Confianza 2025**”, desarrollado junto a DATOS Group y Factor de Éxito, reafirmando que la coherencia y la confianza son hoy los mayores activos de una organización.



● **El Panel 6:** Sistemas de almacenamiento energético – Tecnologías emergentes, moderado por **Lourdes Peguero (República Dominicana)**, consultora en Comunicación y Sostenibilidad, contó con la participación de **Betty Soto (República Dominicana)**, viceministra de Innovación y Transición Energética del Ministerio de Energía y Minas, **Oscar San Martín (República Dominicana)**, vicepresidente de Nuevos Negocios de InterEnergy Group y Gerente General de CEPM, y **Marta Alonso Pelegrín (España-Chile)**, directora de GES, quienes abordaron los avances en almacenamiento energético y cooperación público-privada.



● **El Panel 7:** Competitividad e innovación en las MiPymes – Claves para crecer en mercados dinámicos, moderado por **Margarita Mejía (República Dominicana)**, directora de Estrategia y Planificación en ForTech, reunió a **Isabel Puig (República Dominicana)**, directora ejecutiva de CODOPYME, **Marcelo Muñoz (Chile)** y **Mario Decormis (Bolivia)**, director de Soluciones Comerciales de VISA.



● **Panel 8:** Negocios del Futuro – Inversión, innovación y nuevos mercados globales Moderado por **Thony Da Silva Romero (Venezuela)**, el panel reunió a **Juan Andrés Romero (España)**, CEO de CLERHP Estructuras S.A. y promotor de Larimar City & Resort; **Henri Hebrard (República Dominicana)**, economista y consultor empresarial; y **Jorge Subero (República Dominicana)**, presidente ejecutivo de Cap Cana. El diálogo se centró en cómo la inversión inteligente, la colaboración y la sostenibilidad se convierten en los motores de una nueva década de desarrollo empresarial para el Caribe.



El dominicano **Carlos Barranco**, gerente general de Crecer Lab, presentó su POV “La innovación como factor de éxito sostenible.”



**José Miguel Sánchez** (España), psicólogo organizacional y deportivo, coach ejecutivo y profesor, inspiró a los asistentes a liderar con empatía y visión transformadora, con la conferencia “El viaje del líder: Liderar para inspirar en entornos cambiantes”.



Finalmente, **Diego Ledesma** (Argentina), consultor y creador del modelo HumanWare, cerró con la conferencia “Del algoritmo al propósito”, invitando a las empresas a equilibrar humanidad y tecnología.



El evento culminó con las palabras de Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo de Factor de Éxito:

*“La verdadera fuerza de la región está en la unión, en la confianza y en la capacidad de innovar desde nuestras raíces”.*



## Aliados que impulsan el liderazgo sostenible

La ExpoCumbre Factor de Éxito 2025 contó con el apoyo especial de Larimar City & Resort, Cap Cana Ciudad Destino, Construger, y otros aliados estratégicos que apuestan por un Caribe sostenible, competitivo e innovador.

Más que un evento, fue una experiencia transformadora que reafirmó el propósito de Factor de Éxito: conectar líderes, impulsar el progreso y construir, desde el Caribe, una comunidad empresarial que brilla por su capacidad de crear valor con propósito.

Cada jornada culminó con un cóctel de networking en el Sanctuary Cap Cana, espacios que reunieron a los asistentes en un ambiente de inspiración, diálogo y alianzas estratégicas, y que reforzaron el espíritu de colaboración, visión y compromiso que marcó todo el evento.





## CEO Talks Innovation: liderazgo humano en la era de la inteligencia artificial

Una experiencia que une estrategia, innovación y propósito. En su segunda edición, CEO Talks Innovation by Indhira Báez reunió a destacados líderes empresariales y profesionales que exploran cómo la inteligencia artificial está redefiniendo el liderazgo contemporáneo, impulsando una nueva visión de gestión humana y transformación tecnológica.

Con una propuesta que integra visión estratégica, liderazgo consciente y transformación tecnológica, CEO Talks Innovation by Indhira Báez se consolida como un encuentro empresarial de relevancia en la República Dominicana, reuniendo a líderes y ejecutivos comprometidos con la evolución del liderazgo en la era de la inteligencia artificial.



Celebrado en el Hotel Catalonia Santo Domingo, el pasado 8 de noviembre, el evento convocó a altos representantes del sector empresarial, emprendedor y académico en una jornada diseñada para inspirar nuevas formas de dirigir, innovar y crecer en un entorno en constante cambio.

Las ponencias y paneles abordaron ejes fundamentales de la transformación empresarial actual: innovación sostenible, cultura organizacional, ciberseguridad, comunicación corporativa y el papel del talento humano como motor de la transformación digital.

Entre los participantes destacaron Tamara Vásquez, subdirectora de Planificación y Gestión Internacional de Promipyme; Verónica Núñez, presidenta de ANMEPRO; Armida Peña, líder de equipos; Isabel Figueroa de Rolo, Fundadora y Directora editorial de Factor de Éxito; Amarilys Durán, abogada y empresaria; Danielis Fermín, periodista de El Dinero Mujer; y Iza Montalvo, estratega de medios.





La conducción del encuentro estuvo a cargo de su fundadora, Indhira Báez, estratega de negocios y conferencista, quien resaltó que el propósito de CEO Talks Innovation trasciende el intercambio de ideas para convertirse en un espacio de conexión y acción colectiva.

“Más que un evento, CEO Talks Innovation es un movimiento que busca conectar ideas con acciones. Hoy confirmamos que cuando el liderazgo se humaniza y se apoya en la tecnología, se abren caminos hacia una innovación más consciente y sostenible”, expresó Báez durante el cierre.

El evento generó un ambiente de diálogo constructivo y colaboración intersectorial, donde la excelencia profesional se combinó con la sensibilidad humana. Los asistentes coincidieron en que la innovación comienza con las personas y que el liderazgo del futuro exige equilibrio entre la estrategia, la empatía y la visión tecnológica.



Los paneles estuvieron integrados por Ely Vargas, creadora de Emprende y Mujer Pro; Emely García, especialista en protección de datos; y César Novo, consultor en tecnología y ciberseguridad, quienes compartieron perspectivas sobre los retos y oportunidades que la digitalización plantea al liderazgo moderno, desde un enfoque ético, inclusivo y sostenible.



Con esta segunda edición, CEO Talks Innovation reafirma su papel como un espacio de encuentro y reflexión para quienes impulsan la evolución del liderazgo empresarial en la República Dominicana, promoviendo una gestión más humana, consciente y alineada con los desafíos del nuevo contexto digital.



## Punta Cana Free Trade Zone impulsa innovación y competitividad

“Sin duda es un proyecto que simboliza innovación, inversión y confianza para el país.”

**Ebell De Castro**  
Gerente General Punta Cana Free Trade Zone (PCFTZN)

Con más de quince años dedicados al diseño, promoción y gestión de zonas francas e infraestructura industrial en la República Dominicana, Ebell De Castro lidera hoy uno de los proyectos más ambiciosos de Grupo Puntacana: el Punta Cana Free Trade Zone (PCFTZN). Tras su paso por el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación, el Ministerio de Industria y Comercio y la gerencia de Nigua Free Zone, aporta una visión integral de competitividad, inversión y desarrollo exportador. Bajo el liderazgo de Grupo Puntacana —referente de desarrollo sostenible por más de 55 años—, PCFTZN se proyecta como el primer Centro Logístico Aéreo e industrial de la región, con más de 742 mil metros cuadrados de desarrollo y la creación estimada de más de 9,000 empleos.

En el marco de la edición #77 de Factor de Éxito, dedicada a innovación, tecnología y emprendimiento, esta conversación revela cómo el proyecto redefine el rol de la República Dominicana como hub regional de innovación, logística y tecnología de alto valor agregado.

**El Punta Cana Free Trade Zone nace como el primer Centro Logístico Aéreo e industrial de la región, con más de 742 mil m<sup>2</sup> y la proyección de generar más de 9,000 empleos. Desde la visión estratégica de Grupo Puntacana, ¿cómo redefine este proyecto el rol de República Dominicana en el mapa global de innovación, logística y competitividad, y qué tipo de empresas e industrias quieren atraer para consolidar al país como hub regional?**

Desde nuestra visión, el Punta Cana Free Trade Zone abre una nueva etapa para el país, al crear las condiciones necesarias para que la República Dominicana se inserte con mayor fuerza en las cadenas globales de valor, con capacidades que antes no existían.

Gracias a su ubicación estratégica entre Europa y América, y a su diseño como primer Centro Logístico Aéreo, Industrial y Parque



de Zona Franca de la región, el proyecto crea un corredor multimodal desde el corazón del continente americano, capaz de integrar manufactura avanzada, logística de valor agregado y servicios aeronáuticos de clase mundial.

Nuestro Master Plan, con más de 742 mil metros cuadrados y una proyección de más de 9,000 empleos, está concebido para atraer industrias de alto valor como manufactura avanzada, componentes aeronáuticos, semiconductores, electrónicos de alta gama, farmacéutica, joyería y empresas logísticas especializadas. Asimismo, captamos compañías vinculadas a servicios técnicos aeronáuticos, distribución internacional y soluciones de tecnología.

Con estas inversiones, aspiramos a integrar al país en redes globales de comercio e innovación, ampliando nuestra competitividad y consolidándonos como un hub estratégico para empresas que buscan operar con eficiencia, conectividad inmediata y un ecosistema de soporte integral. Sin duda es un proyecto que simboliza innovación, inversión y confianza para el país.

**Este nuevo complejo integra centro de carga aérea, terminal de combustible, área de mantenimiento y reparación de aeronaves y una zona industrial**

**para manufactura avanzada. ¿De qué manera este ecosistema integrado habilita modelos de negocio de alto valor agregado (industria 4.0, tecnología, servicios avanzados, startups) y qué diferenciales ofrece frente a otros polos logísticos y zonas francas de la región?**

Nuestro ecosistema está diseñado para maximizar la eficiencia operativa y habilitar modelos de negocio basados en innovación, logística avanzada y manufactura especializada. Somos la única Zona Franca en la región del Caribe ubicada dentro de un aeropuerto, lo que permite a las empresas tener sus operaciones productivas a pocos metros de la pista de vuelo y conectadas directamente al Hub de Carga Aérea, operado junto a empresas aliadas como DP World.

Este diferencial es incomparable en la región, representando reducción de costos logísticos, tiempos de entrega significativamente menores y un acceso inmediato a Norteamérica, Sudamérica y Europa. Asimismo, ofrecemos infraestructura industrial de clase mundial, terminal de combustibles con beneficios fiscales, operaciones de mantenimiento aeronáutico de alto nivel en alianza con FL Technics, y servicios complementarios que permiten una puesta en marcha rápida y eficiente.



Todo esto crea las condiciones ideales de negocio de alto valor agregado para Industria 4.0, tecnología y servicios avanzados, al ofrecer un ecosistema logístico multimodal (aéreo, marítimo y terrestre) integrado que, además de los incentivos fiscales de Zona Franca, proporciona infraestructura altamente especializada como el MRO aeronáutico y centros de datos, diferenciándose de otros polos por su enfoque estratégico en la alta tecnología y la conectividad regional del Caribe.

**Con un impacto estimado de más de 9,000 empleos en la Región Este, ¿cuál es la estrategia de Grupo Puntacana para asegurar que este crecimiento se traduzca en empleos de calidad, desarrollo de talento local y encadenamientos productivos? ¿Qué tipo de alianzas con universidades, centros técnicos y actores del ecosistema emprendedor están impulsando para formar las capacidades que este hub requerirá?**

En Grupo Puntacana entendemos que esta transformación solo es sostenible si se acompaña del desarrollo del capital humano. Es por esto que el Punta Cana Free Trade Zone integra desde su diseño centros educativos y servicios, orientados a garantizar la disponibilidad y formación del talento técnico y profesional que este ecosistema requiere.

El proyecto generará más de 9,000 empleos directos e indirectos, entre ellos empleos que hoy no existen en el país, abriendo así nuevas oportunidades para nuestros ingenieros, técnicos y jóvenes profesionales, incluyendo posiciones altamente especializadas en mantenimiento aeronáutico, logística, manufactura avanzada y servicios corporativos. Nuestro compromiso está en facilitar formación técnica y transferencia de conocimiento a través de alianzas con instituciones educativas y centros de capacitación, en entrenamiento especializado en logística, manufactura y disciplinas técnicas aeronáuticas.

**Grupo Puntacana ha sido referente de desarrollo sostenible por más de**

**55 años. En ese sentido, ¿cómo se integran los criterios de sostenibilidad —en infraestructura, energía, gestión ambiental y gobernanza— en el diseño y operación del Punta Cana Free Trade Zone, y cómo esperan que este estándar influya en la forma en que las empresas que se instalen aquí conciben su propio modelo de negocio?**

Para Grupo Puntacana, la sostenibilidad es el pilar principal de nuestra filosofía de desarrollo. Desde hace más de cinco décadas demostramos que es posible desarrollar infraestructura de clase mundial mientras protegemos el entorno y generamos impacto social positivo.

Esta visión sostenible se refleja en cada componente del Punta Cana Free Trade Zone, que integra infraestructura industrial de última generación y una red de servicios complementarios como centros educativos, recolección de desechos, paisajismo y servicios operativos, concebidos bajo principios de gobernanza sostenible que fortalecen el funcionamiento del proyecto y garantizan su desarrollo integral.

En línea con este compromiso, nuestro plan es convertirnos en autogeneradores del 100 % de la demanda de energía eléctrica del complejo, a partir de fuentes renovables, reafirmando así nuestro enfoque hacia un modelo energético limpio, eficiente y resiliente.

Este marco no solo guía nuestra operación, sino que establece un estándar que buscamos transferir a las empresas que se instalen aquí, inspirándolas a adoptar modelos de negocio donde la eficiencia, la innovación y la responsabilidad ambiental sean parte integral de su cultura corporativa.

**En palabras del Sr. Frank Elías Rainieri, “Esto no es un punto de llegada, sino un nuevo comienzo”. Mirando los próximos 10 a 15 años, ¿cuáles son los hitos que Grupo Puntacana se propone alcanzar para consolidar este proyecto como un hub regional de innovación,**



**comercio y tecnología, y qué papel jugarán las alianzas público-privadas y la cooperación internacional en esa próxima etapa?**

Los próximos años marcarán la expansión de una industria que recién comienza. Nuestra visión es consolidar al Punta Cana Free Trade Zone como un ecosistema industrial y aeronáutico sin precedentes en América Latina, integrado a las cadenas globales de valor, generador de empleo especializado y referente regional de logística, manufactura avanzada y servicios aeronáuticos.

Entre los hitos clave para la próxima década destacan:

- La ampliación de posiciones de mantenimiento aeronáutico y el crecimiento del MRO hasta convertirse en un centro regional de referencia.
- La instalación de nuevas industrias de manufactura avanzada y componentes aeronáuticos.
- El fortalecimiento del Hub de Carga Aérea en conexión directa con nuevas rutas comerciales internacionales.
- La expansión continua de infraestructura industrial, logística y de servicios dentro del Master Plan a 20 años.

Nada de esto sería posible sin el apoyo del Gobierno dominicano. La alianza público-privada ha sido esencial para materializar esta visión y lo seguirá siendo en la etapa de crecimiento, permitiendo mejoras regulatorias, incentivos competitivos y coordinación institucional que faciliten la llegada de más inversión internacional.

#### Factores clave

- ▶ Primer Centro Logístico Aéreo, Industrial y Parque de Zona Franca del Caribe ubicado dentro de un aeropuerto, con conexión directa al Hub de Carga Aérea.
- ▶ Master Plan de más de 742 mil m<sup>2</sup> y proyección de más de 9,000 empleos directos e indirectos, con foco en manufactura avanzada y tecnología.
- ▶ Apuesta por industrias de alto valor agregado: semiconductores, componentes aeronáuticos, electrónicos de alta gama, farmacéutica, joyería y servicios técnicos aeronáuticos.
- ▶ Compromiso de autogenerar el 100 % de la energía del complejo a partir de fuentes renovables, integrando sostenibilidad, competitividad y resiliencia.

## De novedad a herramienta cotidiana

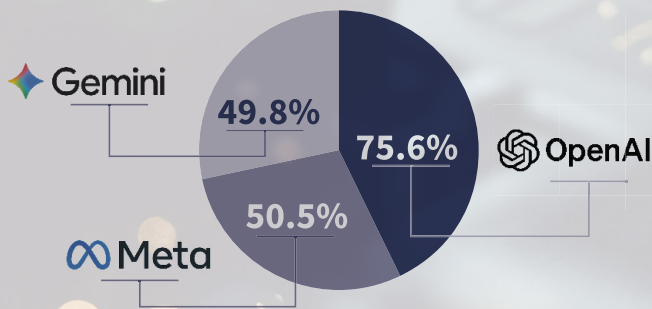
El estudio regional de CCK Centroamérica y Datalex Latam revela que los profesionales dominicanos muestran una de las actitudes más abiertas y optimistas hacia la IA en la región.

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta cotidiana para miles de profesionales en República Dominicana. Lo que hace pocos años parecía lejano o limitado al mundo tecnológico, hoy forma parte del día a día en oficinas, emprendimientos y empresas de todos los tamaños. Así lo confirma el estudio regional “Percepciones del uso de la inteligencia artificial en las empresas”, elaborado por CCK Centroamérica y Datalex Latam, que muestra un panorama claro: la IA llegó para quedarse, y la República Dominicana está entre los países más abiertos y entusiastas en adoptarla.

### ● Una tecnología que ya es parte del trabajo

El estudio revela que el 94.3% de los profesionales dominicanos ha oído hablar de herramientas de IA, y que tres de cada cuatro ya las usan activamente. Además, casi la mitad interactúa con ellas todos los días.

Las plataformas preferidas son:



Este comportamiento evidencia que el país avanza hacia una cultura laboral donde automatizar tareas, buscar información con asistencia de IA y usarla como apoyo creativo se ha vuelto completamente normal.

**Curiosidad (66.5%)**

**Entusiasmo (51.4%)**

**Fascinación (39.1%)**

### ● Curiosidad, entusiasmo y fascinación

El estudio también destaca el clima emocional en torno a esta tecnología. Las emociones predominantes entre los profesionales dominicanos son mayoritariamente positivas:

Solo un 14.4% expresa desconfianza, lo que indica que la mayoría percibe la IA como una oportunidad, no como una amenaza. En términos de reputación, los encuestados consideran que la IA mejora la imagen de las empresas, especialmente cuando se utiliza para innovar, ser más eficientes o elevar la calidad del servicio al cliente.

### ● Los desafíos: ética, transparencia y responsabilidad

A pesar del entusiasmo, persisten preocupaciones que no deben pasarse por alto. Entre ellas destacan la **recolección excesiva de datos personales (39%)**, la **posible pérdida de empleos (37%)** y la **falta de justicia algorítmica (34%)**.

Además, un 30% siente que las empresas son solo “medianamente responsables” en su uso de IA, y un 28% considera que aún no está claro si actúan con ética y transparencia.

Quizá por esto, **más del 80% de los encuestados respalda la creación de marcos regulatorios** que impulsen un uso seguro y justo de la tecnología.

### ● Expertos señalan el camino a seguir

Para **Diana Quirós**, gerente de Investigación e Inteligencia de Datos de CCK Centroamérica, en República Dominicana la IA “ha pasado de ser una curiosidad tecnológica a una herramienta cotidiana”. Sin embargo, advierte que las empresas deben asumir un uso responsable y claro.

Por su parte, **Juan Esteban Durango**, consultor de Datalex Latam, destaca la importancia de que las organizaciones establezcan **marcos internos de gobernanza de IA**, claves para aumentar la transparencia, fortalecer la confianza y evitar riesgos en la toma de decisiones automatizadas.

### ● Una oportunidad para las empresas dominicanas

El informe concluye que la IA puede fortalecer la reputación de una empresa cuando se usa con ética, propósito y transparencia. No se trata solo de implementarla por tendencia, sino de hacerlo de forma estratégica, humana y alineada a las necesidades reales de los clientes.

República Dominicana ya demuestra un entusiasmo notable por la inteligencia artificial. El reto ahora es transformar ese entusiasmo en prácticas responsables, innovadoras y sostenibles que impulsen el crecimiento y la competitividad del país.



## EL EMPRENDIMIENTO EN REPÚBLICA DOMINICANA COMO MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO

### Lourdes Peguero Alfonseca

Consultora especializada en Comunicación, Relacionamento Estratégico y Sostenibilidad

in @LourdesPegueroAlfonseca

empleos y valor compartido para las economías en desarrollo. Somos reconocidos como fuente de innovación y desarrollo que aumenta la productividad empresarial, mejora los niveles de vida y lleva nuevas tecnologías al mercado. En Estados Unidos, por ejemplo, las startups representan alrededor del 20% de la creación total del empleo, mientras que las empresas de alto crecimiento, generalmente jóvenes, generan casi el 50%.

### DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES PARA TRANSFORMAR LA NECESIDAD EN INNOVACIÓN

**E**l 12 de noviembre se celebra en República Dominicana el Día del Emprendedor, una fecha para reconocer la labor de quienes, con ideas innovadoras, esfuerzo y compromiso, contribuyen a la economía. Sin embargo, emprender en el país caribeño dista de la imagen romántica que se proyecta en algunas plataformas.

Emprender es más que reuniones con cafecitos en mano, horarios flexibles o huir de la figura del jefe. Tampoco es buscar validación en redes sociales ni adoptar un título sin esencia. Desde la experiencia, emprender significa exponerse, arriesgar capital, perder horas de sueño y continuar adelante cuando el panorama local y global se convierten en capas superpuestas de incertidumbre.

#### ● La realidad del emprendimiento dominicano

En República Dominicana, la mayor parte de los emprendimientos ha proliferado como respuesta a varios factores: la diversificación de ingresos por bajos salarios, el escaso reconocimiento al talento humano, la falta de empleo formal por "alcanzar un techo profesional", entre otros. Esta realidad contrasta con el emprendimiento transformador que identifica el reciente Reporte Económico de América Latina y el Caribe del Grupo Banco Mundial: Emprendimiento transformador para el empleo y el crecimiento. Según este documento, los emprendedores somos motores de crecimiento económico, movilizados de capital y creadores de

#### ● Desafíos y asignaturas pendientes

Para que República Dominicana aproveche verdaderamente el potencial transformador del emprendimiento, se demandan acciones concretas. Primero, hace falta un mapa detallado del ecosistema emprendedor que permita identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de desarrollo. Segundo, urge la creación de incentivos fiscales para los primeros cinco años ininterrumpidos de operación, no préstamos que generen más deuda, sino verdaderos estímulos que permitan a los emprendedores consolidarse.

El Banco Mundial destaca que comprender el emprendimiento es fundamental para enfrentar el desafío laboral global. Entre 2025 y 2050, tres regiones sumarán más de mil millones de personas a la población en edad de trabajar, mientras la creación de empleo se ha desacelerado. Los cambios estructurales, el cambio climático, la transición energética y tecnologías como la inteligencia artificial añaden al mapa de la incertidumbre.

República Dominicana debe transitar del emprendimiento por necesidad hacia el emprendimiento transformador: aquel que genera innovación, escalabilidad y empleos de calidad. Solo así los emprendedores dominicanos podrán convertirse en verdaderos catalizadores del desarrollo económico sostenible que el país necesita.



## LA BRECHA DE LA IA GENERATIVA ES UN ASUNTO CULTURAL

**Ph.D Marcelo Muñoz**

Director de Global Network Trainers

Este fenómeno nos revela un asunto esencial: la tecnología no es la barrera, sino que la falta de visión estratégica, descartando, por tanto, que sea un tema de modelos más grandes ni de presupuestos más millonarios, sino de cómo lideramos la adopción.

En el mismo reporte se explica que las organizaciones que sí logran resultados positivos siguen una clara línea de gestión: se asocian en lugar de construir solas; empoderan a la primera línea, permitiendo que los usuarios más cercanos a los problemas lideren la adopción, en lugar de centralizar todo en un laboratorio corporativo desconectado; y son organizaciones que encuentran la verdadera rentabilidad en optimizar procesos invisibles, reduciendo gastos externos y automatizando tareas críticas de soporte.

Entonces, si el 95% de los proyectos fracasan, el problema no está en la IA, sino que en cómo se piensa, lidera y gestiona esta transformación. Por lo mismo, la pregunta que deberíamos hacernos no es qué modelo de IA es más avanzado, sino qué problema de negocio se quiere resolver y cómo se integra la IA para su aprendizaje y evolución.

La brecha de la IA no es tecnológica, es cultural, organizacional y de liderazgo. Estamos viviendo el nacimiento de lo que el informe llama el "Agentic Web", un grupo de sistemas capaces de aprender, recordar y coordinarse de manera autónoma. Pero antes de llegar ahí, es urgente resolver un asunto más simple: cómo atreverse a liderar con intención, claridad y estrategia. La IA no fracasa. Fracasan los proyectos sin dirección.

**E**n los últimos meses hemos visto titulares que celebran la llegada de la inteligencia artificial generativa a las organizaciones como si fuera la gran panacea. Sin embargo, un reciente informe denominado "The GenAI Divide: State of AI in Business 2025", elaborado por los expertos del MIT, Aditya Challapally, Chris Pease, Ramesh Raskar y Pradyumna Chari, nos entrega una verdad incómoda: El 95% de los proyectos de IA no generan ningún retorno medible y solo el 5% logra cruzar lo que los autores llaman "la brecha de la IA generativa", transformando pilotos en soluciones integradas que producen millones en valor.

La pregunta que surge es inevitable: ¿cómo puede ser que, invirtiendo más de 40 mil millones de dólares, la gran mayoría de las empresas no logre resultados tangibles?

El estudio identifica cuatro factores claves. En primer lugar, pilotos que no cruzan la línea de producción y el entusiasmo inicial no se traduce en impacto real, porque la mayoría de los proyectos quedan atrapados en la fase experimental. Segundo, herramientas que no aprenden ni se adaptan. Tercero, inversión mal dirigida, ya que la mayoría del presupuesto se concentra en ventas y marketing, ya que es más fácil mostrar resultados, cuando el ROI más atractivo está en operaciones, procesos financieros y back-office. Y en cuarto lugar aparece el fenómeno del Shadow AI que muestra que mientras las compañías se estancan, los colaboradores ya utilizan ChatGPT, Claude o Copilot en lo personal. La paradoja es brutal: los empleados cruzan la brecha antes que sus organizaciones.



## LA INNOVACIÓN QUE NACE DEL CUIDADO, NO DE LA PRISA

**Erik Díaz**

Creador del modelo de Innovación Humanista

entendimiento profundo de que la innovación no es una carrera, sino que se trata de una nueva relación con el tiempo. Y cada bloque ayuda a cuidar ese ritmo.

Desde ahí, la Innovación Humanista se vuelve útil no solo para equipos, sino para ecosistemas completos. Gobiernos, universidades, empresas, startups, comunidades, ya que cada actor aporta algo distinto, pero todos comparten la responsabilidad de imaginar juntos. No se trata de coordinar instituciones, sino de crear un espacio donde la colaboración sea un comportamiento natural y no un acuerdo formal. Un lugar donde los mentores cuidan la cadencia, los habilitadores traducen conocimiento, los emprendedores experimentan y el ecosistema encuentra sentido en el movimiento conjunto.

Y es aquí donde la conversación sobre el futuro adquiere otra textura. No estamos llamados a predecir nada. No es ese el juego. La evidencia lo muestra con claridad, ya que los futuros no se descubren, se trabajan. Aparecen en las conversaciones que nos permitimos tener, en las decisiones que elegimos postergar o enfrentar, en los experimentos que activamos, en las formas de organización que diseñamos. El futuro no llega; lo construimos. Y lo construimos siempre desde un lugar profundamente humano, aunque la tecnología avance a ritmos que nos sobrepasan.

Por eso la Innovación Humanista propone algo simple y a la vez profundo que es crecer sin deshumanizar, transformar sin acelerar más de lo que el sistema puede sostener, diseñar sin olvidar quiénes serán afectados, imaginar sin perder de vista lo que nos hace comunidad. Es una metodología, sí, pero también es una invitación a cambiar la manera en que nos relacionamos con la innovación, con el tiempo y entre nosotros.

Ya no podemos dar respuestas bajo lógicas lineales, y por tanto la única forma de crear futuros deseables es volver a mirarnos, escucharnos y construir desde ahí. No para controlar lo que viene, sino para poder habitarlo con sentido.

**D**urante años repetimos que innovar era adelantarse. Identificar tendencias, medir señales débiles, construir escenarios, anticipar lo que venía para reaccionar un poco más rápido que los demás. Era una idea seductora, casi tranquilizadora, porque nos hacía creer que el futuro podía controlarse si teníamos suficientes datos. Sin embargo, la realidad empezó a mostrar otra cara. Los sistemas se volvieron cada vez más frágiles, las relaciones no respondieron de manera lineal, la información dejó de dar certezas y las personas comenzaron a cargar con una ansiedad silenciosa que ninguna metodología lograba resolver.

Fue ahí cuando me di cuenta de que la innovación, tal como la habíamos entendido, se había quedado corta. Y no porque las herramientas fueran inútiles, sino porque les pedíamos algo que no podían darnos... “sentido”. El futuro no se deja predecir, y sin embargo insistimos en tratarlo como si fuera una ecuación. En ese choque entre lo que queríamos y lo que el mundo nos mostraba apareció la necesidad de otra mirada.

Es aquí donde la Innovación Humanista nace como una forma distinta de comprender el cambio. Es un modelo, sí, pero también es una actitud, una ética y un movimiento que reconoce algo fundamental, la innovación no comienza en la tecnología ni en el mercado, sino en las personas. En cómo sienten, cómo aprenden, cómo se relacionan y cómo son capaces - o no - de sostener la incertidumbre.

El modelo se estructura en seis bloques que no funcionan como pasos, sino como espacios de trabajo que se entrelazan. Discovery y Mindset, por ejemplo, avanzan juntos porque descubrir un desafío sin cuestionar tu forma de pensar es simplemente acumular datos. Potential abre posibilidades que luego Growth organiza sin aplastar la cultura del equipo. Performance cierra el círculo aprendiendo, y Exit recuerda que saber terminar también es parte del proceso. Pero más allá de su estructura, lo que realmente importa es la lógica que los articula, con el



## DEL CAOS A LA CLARIDAD: CÓMO EL CRM IMPULSA EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS QUE ENTIENDEN A SUS CLIENTES

**Milca Peguero**

Mercadóloga, mentora y consultora de marketing digital

@milcapeguero in @milcapeguero contacto@milcapeguero.com

Estos avances se notan especialmente en sectores como el inmobiliario, financiero, educativo y de servicios, donde la personalización y la eficiencia marcan la diferencia. Allí donde antes reinaba la improvisación, el CRM ha permitido dar paso a la estrategia.

Cada vez más organizaciones comprenden que el crecimiento no depende solo de vender más, sino de **entender mejor a sus clientes y gestionar relaciones con inteligencia.**

### ■ El verdadero valor: relaciones, no solo registros

Implementar un CRM no es digitalizar una libreta de contactos. Es cambiar la mentalidad: de reaccionar a oportunidades, a anticiparlas; de tener clientes que compran una vez, a construir relaciones que generan repetición y recomendación.

En Latinoamérica, el **74 % de los usuarios dejaría de usar una marca tras una mala atención.** No basta con vender: hay que cuidar, dar seguimiento y fidelizar. Un CRM permite hacerlo al colocar al cliente en el centro, unificando equipos y ganando velocidad y personalización.

También mide qué funciona, dónde se pierden oportunidades, cuánto cuesta captar un cliente y cuánto vale uno que repite. Facilita decisiones más sensatas y menos basadas en intuición.

Para una empresa que quiere crecer de verdad en América Latina (y en República Dominicana) adoptar un CRM no es un lujo: **es un paso de madurez.** Significa pasar de “vender más” a “vender mejor”, entender al cliente, alinear equipos y generar ventajas competitivas.

Porque no se trata solo de digitalizar procesos, sino de **humanizar relaciones en entornos digitales.** El CRM es el puente entre ambos mundos. Y quien lo cruza, se encamina hacia un crecimiento sostenible, conectado con sus clientes y orientado al éxito de largo plazo.

**E**n muchas compañías de la región (ya sean pymes, emprendimientos familiares o negocios consolidados) la venta sigue siendo una mezcla de “a quién conozco”, “qué me sale hoy” y “a ver si me contestan”. Hojas de cálculo, libretas, post-its, WhatsApp... seguimientos que dependen de la memoria de alguien. Se vende, sí, pero no se escala. Cuando llega la meta de “crecer un 20 % este año”, suele chocar contra la realidad: clientes dispersos, esfuerzos duplicados y oportunidades perdidas por falta de seguimiento.

Aquí es donde entra el impacto de un CRM (un sistema de gestión de relaciones con clientes) como cambio de paradigma. Porque una empresa que crece no solo vende más: **entiende más, responde mejor y gestiona con consistencia.**

### ■ Del Excel al ecosistema digital

Para muchos negocios latinoamericanos, el recorrido es el mismo: empezar con un archivo “clientes.xlsx”, luego pasar a un Google Sheet con leads y contactos, y apoyarse en mensajes para avisar a ventas. Pero cuando el volumen crece, ese sistema colapsa.

Un CRM centraliza la información del cliente (contactos, interacciones, tareas y embudos de venta). No es un fin en sí mismo; la estrategia, los procesos y las personas siguen siendo lo primero. El CRM hace posible que esa estrategia se ejecute con consistencia.

Lo ideal es contar con una solución que conecte marketing, ventas y servicio, que integre automatizaciones y reportes, y que pueda adaptarse al ritmo de la empresa sin grandes inversiones. Sus beneficios más claros: **eficiencia, colaboración y decisiones basadas en datos.**

### ■ El impacto en la región

América Latina vive una aceleración sin precedentes en la adopción de herramientas de gestión comercial. Las empresas que incorporan sistemas CRM reportan incrementos de productividad de hasta un 30%, mejoras de 25% **en retención** y una reducción significativa en los tiempos de seguimiento.



## INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA EMPRENDEDORES

### Alvaro “Cuco” de Venegas

International Change Guide  
Business & People Transformation

[in linkedin.com/in/cucodevenegas](https://www.linkedin.com/in/cucodevenegas)

Innovación «crochet»: Es la que reconfigura componentes existentes para crear un nuevo producto o servicio, incluso si los componentes individuales no son nuevos como creando un bordado o tejido a base de puntos “antiguos” pero con materiales o técnicas nuevas y dónde podemos aplicar esta IT:

■ **Innovación Tecnológica Incremental:** Como de la imprenta de Gutemberg se pasó a la impresora de punto, luego a la de tinta, laser y a la impresión 3D, que ha llegado a normalizar la impresión orientada a objetos.

■ **Innovación Tecnológica Disruptiva:** Un ejemplo de ITD es el blockchain, una tecnología que trabaja la información en bloques de datos y en un registro único, consensado y distribuido en varios nodos de una red.

■ **Innovación Tecnológica Sostenible:** El Internet of Things (IoT), las Smarts Cities, la domótica, la energía solar o el transporte eléctrico son algunas de las ITS que se han potenciado en los últimos años

■ **Innovación Tecnológica Radical:** Combina el poder de la tecnología con un nuevo modelo de negocio. Aquí destaca el I+D CRISPR (Clustered Regularly Interspaced Short Palidromic Repeats) que es una tecnología revolucionaria de edición genética que permitirá buscar y reemplazar fragmentos de ADN, y poder modificar genes para combatir diferentes patologías.

Con este tan amplio espectro, como emprendedor de la más pequeña de las microPYME hasta gestor de grandes empresas que quiera o necesite innovar, queda suficientemente claro que la innovación no siempre depende de la tecnología, que la modernidad no está reñida con lo clásico, y que con tal de generar mejoras, cualquier forma de innovación, sin una adecuada gestión de ese cambio, puede hacer desaparecer el espíritu corporativo, y hacer desaparecer la empresa (por más tecnológica que resulte ser).

**M**uchos experimentos fallidos han devenido en innovación, como el Post-It o la mermelada, sin embargo, los hay que a propósito usan tecnologías varias para llegar a otra, o se intenta generar un nuevo desarrollo, como el microondas o el PDF, a partir de procesos o servicios nuevos o significativamente mejorados para resolver problemas o satisfacer necesidades no cubiertas.

Existe así, la Innovación «blanda», que se refiere a la creación o incorporación de procesos, destinada a las metodologías de gestión [Lean Startup o Scrum, Design Thinking o Agile Design], destinada a la gestión del conocimiento, de la propia empresa y de sus clientes [Trello, CRM, ERP, Redes Sociales o ChatBots], o destinadas a potenciar habilidades y estrategias [Marketing, Comunicacionales, de Teambuilding, Inteligencia Emocional o Gestión del Cambio y Pensamiento Crítico, Nuevos Modelos de Negocio o mejoras en las estructuras organizativas].

Si bien son distintas, ambas suelen ser complementarias y pueden influirse mutuamente. Por ejemplo, la innovación organizativa puede apoyar y potenciar la innovación tecnológica.

Y existe entonces, la Innovación Tecnológica o «dura», que se refiere al uso, desarrollo y potenciación de las tecnologías emergentes, las commodity y hasta las caducas, que habitualmente entran en conflicto con el medioambiente, algunas leyes laborales y hasta la ética de los negocios.

Veamos los aspectos clave de la Innovación Tecnológica (IT) para el emprendimiento:

Enfoque en la tecnología: La IT se centra en productos y procesos nuevos o mejorados que incorporan tecnología “avanzada”

**Foco en la resolución de problemas: Procura encontrar soluciones tecnológicas para necesidades no satisfechas o problemas existentes.**

Tipos de cambio: Esto puede implicar la creación de productos completamente nuevos (como la primera computadora personal) o la mejora de los existentes (un IBM ligeramente mejorado)



## ¿QUÉ SON DATOS PERSONALES, Y PORQUE ES IMPORTANTE RESGUARDARLOS EN TIEMPOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)?

**Emely García**

Abogada especializada en protección de datos personales  
Presidenta del Observatorio DATALAWRD

**M**uchas de nuestras actividades, se encuentran registradas. Esto va de la siguiente manera: para poder contratar servicios de cualquier índole, dígame dotarnos de un número telefónico, corriente eléctrica, cobertura de seguro, tarjeta de crédito, etc., debemos de facilitar nuestros datos para identificarnos por ante la entidad proveedora a los fines de que estos tengan registros de clientes.

Asimismo, si formamos parte de grupos, tales como una comunidad de la iglesia, un partido político o un movimiento defensor de temas sociales, estos deben de tener listados que evidencien nuestra afiliación. Por igual, si hemos sido condenados penalmente, si cometemos una infracción vial, si salimos del país, si pagamos o no impuestos, en fin, de todo existen archivos que constatan lo sucedido.

La circulación de las informaciones es inevitable, pero su manejo inadecuado representa un riesgo para los titulares. Los datos errados sobre nuestra conducta social pueden limitar oportunidades laborales; la exposición de expedientes médicos vulnera la intimidad sobre nuestra salud, y la vigilancia de nuestras actividades en línea deja al descubierto gustos, preferencias e incluso aspectos de nuestra orientación sexual.

En síntesis, la divulgación no autorizada de datos personales por parte de quienes los tratan expone la vida privada de los titulares y vulnera su derecho a la intimidad. Además, puede afectar otros derechos fundamentales, como la igualdad, el honor, la imagen, el libre desarrollo de la personalidad, la integridad, la dignidad humana, e incluso derechos esenciales como la educación, la salud, el trabajo y, en casos extremos, la vida misma. De ahí la importancia de resguardarlos.

Entonces, bajo este panorama, se crean las normativas de protección de informaciones personales que resguardan los “datos personales”, y por vía de consecuencia, el bien jurídico “privacidad” y demás derechos mencionados.

Según los Estándares de Protección de Datos Personales para los Estados Iberoamericanos, se considera dato personal toda información, de cualquier tipo o forma, que permita identificar directa o indirectamente a una persona física. De manera similar, la Ley núm. 172-13 sobre Protección de Datos Personales de la República Dominicana

define el dato personal como cualquier información, ya sea numérica, alfabética, gráfica, fotográfica o acústica, relacionada con personas identificadas o identificables.

Conforme a estos preceptos, a modo de ejemplo se consideran datos de carácter personal: nombre, edad, fecha de nacimiento, nacionalidad, sexo, estado civil, domicilio, correo electrónico, número telefónico, dirección IP, cuentas bancarias, documento de identidad, voz, imagen y datos biométricos como huellas dactilares, iris o muestras de ADN. También se incluyen los datos relativos a creencias políticas, religiosas o raciales, vida sexual, nivel educativo, ocupación, costumbres y matrícula de vehículos, entre otros.

En fin, toda información que permita dilucidar aspectos privados, y que permita elaborar perfiles de todas las índoles de las personas, es dato personal y está protegido.

Entonces, en una época donde los beneficios de la implementación de la inteligencia artificial son incuestionables, también sale a colación los riesgos que trae consigo la IA para la privacidad.

Ejemplo, utilizar dicha herramienta de IA para generar imágenes de personas menores de edad; o en el caso de que la herramienta per se estuviera entrenada con informaciones personales obtenidas en violación a las normativas correspondientes.

Con el uso de la IA se potencia los riesgos que ya hemos venido comentando con respecto a los usos de datos, por lo que, resulta imperativo fortalecer en la Rep. Dom. el marco normativo que cubra la materia. La creciente automatización en el tratamiento de información amplifica los riesgos de vulneración de derechos fundamentales, por ende, se requiere una legislación más robusta, actualizada y orientada a garantizar la privacidad, la transparencia y la responsabilidad en el uso ético de los datos.

# REDISEÑANDO EL FUTURO, AVANZAMOS HOY

**Construcción de Nueva Terminal**

Inicio junio 2025

## Estamos construyendo el futuro de tus viajes

Únete a nosotros mientras construimos nuestra nueva terminal.

Cada cimiento es un paso hacia adelante en la evolución de la experiencia aeroportuaria de República Dominicana.

Viajemos juntos hacia el futuro.



**LA INVERSIÓN INMOBILIARIA  
MÁS SEGURA Y RENTABLE DE PUNTA CANA**



Avda. 1º de Noviembre, 801. Edif. Punta Cana Aqua.  
Of 301, 23000 Punta Cana, República Dominicana



+1 863 431 8581 / +34 868 48 16 04



info@larimarcity.com



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