

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA 
ISSN 2520 - 0100



Luz García

Comunicadora, productora y empresaria

Escalar audiencia sin perder la verdad

Liderar con propósito: la nueva definición del éxito

Interview

Michelle Ortíz

Presidenta de la Asociación Dominicana de Mujeres
Empresarias (ADME) y manager para América Latina y
El Caribe de Spain Business School

**Convertir redes en
oportunidades medibles**

Interview

Gianna Franjul

Viceministra de Desarrollo Industrial,
Ministerio de Industria, Comercio y
Mipymes (MICM)

**Blindar reputación y negocio
con narrativa**

Gente de Éxito

Raquel Arbaje

Primera Dama de la República Dominicana

**Reducir uniones tempranas,
abrir futuro**

Sección Especial

50
Mujeres
FACTOR DE ÉXITO



aes Dominicana

Protegiendo la biodiversidad
e impulsando el futuro energético.



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

809-363-8732

@ecomensajeriard



[editorial]

Liderar con propósito: La nueva métrica del éxito

Hoy, las organizaciones más competitivas entienden que el verdadero liderazgo no se define únicamente por el qué se logra, sino por el cómo se alcanza y qué legado se cimenta en el proceso. En una economía donde el talento es el recurso más escaso y la reputación un activo financiero crítico, liderar con propósito ha dejado de ser una aspiración ética para convertirse en una estrategia de gestión superior.

Esta edición #80 de Factor de Éxito es un manifiesto sobre el impacto real del liderazgo femenino en la República Dominicana. No lo abordamos desde la retórica, sino desde la ejecución en diversas dimensiones: desde la gestión pública de alto nivel hasta la consolidación de industrias creativas, la eficiencia corporativa y el liderazgo que se sostiene en resultados verificables.

Contamos con voces que personifican esta transformación. La Primera Dama, Raquel Arbaje, nos muestra que el servicio público moderno requiere una gestión basada en la cercanía y la eficiencia, donde el propósito se traduce en proyectos que fortalecen el tejido social. Por su parte, Luz García ejemplifica la evolución de la economía creativa; su trayectoria demuestra cómo la visión empresarial, la disciplina y la adaptabilidad pueden convertir una marca personal en una plataforma de influencia y sostenibilidad en los medios.

Líderes como Julissa Báez y Aguié Lendor, junto a figuras del ámbito público y gremial como Gianna Franjul y Michelle Ortiz, confirman una premisa fundamental: el liderazgo femenino no es una cuota; es una ventaja competitiva. Sus gestiones reflejan indicadores que hoy son prioridad en cualquier comité ejecutivo:

- Resiliencia operativa: capacidad de sostener el rumbo y el crecimiento en entornos volátiles.
- Eficiencia en la ejecución: optimización de procesos con enfoque en resultados tangibles.
- Transformación cultural: construcción de entornos donde el mérito y la equidad retienen talento de alto nivel.
- Fortalecimiento reputacional: consolidación de la confianza ante stakeholders, comunidades e inversionistas.

Pero el corazón de esta edición está en un reconocimiento que pone el foco donde debe estar: 50 Mujeres Factor de Éxito 2026. No hablamos sobre ellas: son ellas quienes cuentan su historia en primera persona, con decisiones concretas, aprendizajes y resultados. Este especial no busca solo inspirar; busca dejar evidencia de cómo se construye impacto cuando el liderazgo se convierte en gestión: cómo se lideran equipos, cómo se toman decisiones bajo presión, cómo se sostienen estándares y cómo se eleva el desempeño sin sacrificar valores.

El liderazgo femenino en nuestro país no es una cuestión de género: es una cuestión de desempeño. La República Dominicana está demostrando —con los hechos de las mujeres que protagonizan estas páginas— que cuando se lidera con propósito, las instituciones se legitiman, las empresas ganan solidez y la competitividad se construye con visión de largo plazo.

Liderar con propósito no es renunciar a los resultados; es construirlos de manera que sean imposibles de ignorar y, sobre todo, imposibles de destruir.

Isabel
Cristina
Directora Ejecutiva



contenido

pág. portada
10



Escalar audiencia sin perder la verdad

Luz García
Comunicadora, productora y empresaria


pág. interview
18



Gobernanza gremial que acelera inversión turística

Agüie Lendor
Vicepresidenta Ejecutiva, ASONAHORES

pág. interview
20



Consolidar confianza con agenda técnica

Julissa Báez
Directora ejecutiva de la Asociación Dominicana de Productores de Cemento (ADOCEM)

pág. Gente de Éxito
24



Reducir uniones tempranas, abrir futuro

Raquel Arbaje
Primera Dama de la República Dominicana

pág. Sección Especial
30



50
Mujeres
FACTOR DE ÉXITO

pág. Green Leaders
33



Supra-reciclaje textil para reducir residuos y crear valor en RD

Mildred Veras
CEO de MILÉE COLLECCTION

pág. She Leads
59



Hacer visible lo que sostiene el negocio

Vielka Guzmán
Estratega en Gestión de Intangibles
Consultora boutique (Backstage Shadowing)

pág. She Leads
60



Liderazgo femenino al frente de los Negocios de Asociación Cibao

Rebeca Meléndez
Vicepresidenta ejecutiva de Negocios de Asociación Cibao

directorio

Revista Factor de Éxito República Dominicana
Número 80, 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 Arias

Directora de negocios:
María Concepción Romero

Asesor comercial:
Rosely Matos

Secretaria administrativa:
Eimy Pimentel

Digital content manager:
Gabriela Alfonso
Tina Pérez
Lina Bsarís

Web master:
Juan Rebollo

Digital marketing manager:
Jacqueline León

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

Portada:
Luz García
Comunicadora, productora y empresaria

Articulisitas de esta edición:
Yoneice Pineda
Linandra Javier

📍 **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**
📷 **Instagram:** @RevistaFactordeExito
🐦 **Twitter:** @RevistaFDE
📘 **Facebook:** Revista Factor de Éxito
🌐 **LinkedIn:** Revista Factor de Éxito
🌐 **www.revistafactordeexito.com**

Registro de publicación impresa:
ISSN 2520-0100

Registro de publicación electrónica:
ISSN 2520-0585

Educación accionable

Factor de Éxito participó como media partner oficial en el Summit de Educación Financiera e Inversiones Inmobiliarias, liderado por la mentora financiera Luchy Álvarez, celebrado el 31 de enero en el Laboratorio Rowe, en Gazcue. El evento reunió a decenas de participantes en un entorno enfocado en el aprendizaje práctico y la toma de decisiones financieras conscientes.

Por segundo año consecutivo, el Summit se consolidó como un espacio clave para quienes buscan transformar su relación con el dinero y convertir metas en acciones concretas. En esta edición, ROWE se integró como aliado estratégico, reafirmando su compromiso con iniciativas que promueven el bienestar financiero y el desarrollo sostenible en República Dominicana.

Durante la jornada, los asistentes tuvieron acceso directo a instituciones financieras, expertos en inversiones y desarrolladores inmobiliarios. Recibieron asesoría personalizada,



orientación para saneamiento de deudas, apertura de inversiones y preaprobaciones de financiamiento, en un entorno diseñado para facilitar decisiones informadas y ejecutables.

El programa incluyó dos conferencias centrales. Luchy Álvarez presentó “Transforma tus finanzas: de sueños a inversiones”, donde compartió herramientas prácticas para estructurar metas financieras claras y sostenibles. Por su parte, Nancy De Oleo ofreció “Transforma tu ser: vive tu vida sin deudas y con tranquilidad”, abordando la dimensión emocional del manejo del dinero desde la conciencia y la disciplina.

Además del contenido académico, el Summit propició espacios de networking, stands interactivos y experiencias gastronómicas, fortaleciendo la conexión entre participantes y marcas.

El encuentro reafirmó la importancia de impulsar espacios de educación financiera práctica, cercana y transformadora, orientados a construir un futuro económico sólido y alineado con los objetivos de vida.

Zumaya Cordero



Madre de tres hijas, esposa desde hace 30 años, hija y abuela. Inmigrante en los años 90, cuando vivió en Puerto Rico por motivos de estudio. Hoy directora de operaciones y productora en múltiples vertientes del entretenimiento. Todos estos son roles que ha asumido Zumaya Cordero a lo largo de su vida, combinando con equilibrio su dimensión personal y su liderazgo profesional.

Una de las figuras femeninas que lidera la industria del cine local y el entretenimiento en general, cuenta con 27 años de trayectoria en la cadena internacional de cines Caribbean Cinemas, donde se ha consolidado como una de las productoras más influyentes del país.

Desde esta plataforma ha impulsado proyectos cinematográficos emblemáticos como Qué León,

primera producción dominicana en ingresar a Netflix, además de más de 14 proyectos entre películas, series, documentales y realities que han servido de vitrina comercial para numerosos talentos y cantantes.

Asimismo, se ha destacado como productora de importantes eventos como los Premios Soberano, además de shows y proyectos de temporada para televisión y plataformas digitales, convirtiéndose en una de las principales representantes del talento romanense.

Su humildad, pasión, positivismo y energía son cualidades que la distinguen. Siempre enfocada en alcanzar nuevas metas, transmite un mensaje claro a la nueva generación de mujeres: el éxito no es inmediatez, es proceso, constancia y paciencia.



Sheila Agudelo

General Manager de Basecamp Studios

Liderar creando oportunidades reales, no solo discurso

"El talento femenino no necesita permiso, necesita condiciones justas. Y eso sí podemos garantizarlo desde la estructura."

redefiniendo lo que significa construir una carrera sostenible en la industria audiovisual dominicana.

¿Qué posiciones de decisión ocupan hoy las mujeres en Basecamp Studio y cómo se decide quién lidera proyectos de alto presupuesto?

En Basecamp Studio las mujeres no están "ayudando", están liderando. Hoy ocupamos posiciones clave en producción ejecutiva, coordinación general, desarrollo creativo, conceptualización visual y guion. Somos parte activa de la planificación narrativa, la gestión de recursos y la toma de decisiones estratégicas.

Cuando decidimos quién lidera un proyecto —sobre todo los de alto presupuesto o alta visibilidad— no miramos género, miramos capacidad. Experiencia, criterio creativo, liderazgo y resultados. El liderazgo no se asigna por tradición, se gana por visión y ejecución.

¿Cómo garantizan que mujeres y hombres reciban el mismo reconocimiento profesional y condiciones cuando realizan el mismo rol?

En Basecamp tenemos algo muy claro: mismo rol, mismas condiciones. Las tarifas se establecen según el rol, la complejidad del proyecto, la responsabilidad y la experiencia, sin distinción de género. Cada persona recibe los créditos que corresponden a su trabajo, con criterios claros y estandarizados.

Además, promovemos transparencia en los procesos de negociación y revisión periódica de honorarios. Si identificamos una brecha, se corrige. La equidad no es un discurso, es una práctica constante.



¿Qué políticas existen para prevenir acoso o comentarios sexistas, y cómo acompañan a mujeres que son madres o cuidadoras?

En nuestros rodajes no hay espacio para comentarios sexistas, acoso o dinámicas tóxicas. Tenemos normas claras y una cultura de respeto profesional que no normaliza el maltrato "porque así es la industria".

Sabemos que esta es una industria intensa y demandante. Por eso planificamos con anticipación y procuramos flexibilidad cuando es posible, especialmente para mujeres que son madres o cuidadoras. El talento femenino no necesita permiso, necesita condiciones justas. Y eso sí podemos garantizarlo desde la estructura.

¿Qué indicadores usarían para medir avances reales en equidad y qué necesita cambiar en la industria audiovisual dominicana?

Si tuviera que elegir tres indicadores claros serían:

- Porcentaje de mujeres en roles de liderazgo creativo y técnico.
- Participación femenina en proyectos de alto presupuesto o alta visibilidad.
- Equidad salarial real en roles equivalentes.

En la industria audiovisual dominicana todavía hay trabajo por hacer. Necesitamos más mujeres en dirección y producción ejecutiva con continuidad, más acceso a formación técnica especializada y procesos de contratación basados en mérito real.

El talento está. Lo que necesita es oportunidad, estructura y confianza.

Fundada en 2013, Basecamp Studio se ha consolidado como una de las productoras audiovisuales más reconocidas de República Dominicana, especializada en contenidos digitales, producciones cinematográficas de alto nivel, branded content, documentales y transmisiones en vivo con tecnología de punta. Su enfoque en storytelling de impacto y su capacidad de ejecución la llevaron a ser seleccionada por EFFIE LATAM como la productora más efectiva del país en 2022.

Peromás allá de los reconocimientos, Basecamp representa un modelo de liderazgo femenino que trasciende el discurso: es una empresa donde las mujeres no están "ayudando", están decidiendo. Ocupan posiciones clave en producción ejecutiva, coordinación general, desarrollo creativo, conceptualización visual y guion. Son parte activa de la planificación narrativa, la gestión de recursos y la toma de decisiones estratégicas en proyectos de alto presupuesto y visibilidad.

En una industria históricamente dominada por dinámicas masculinas y jerarquías rígidas, Basecamp ha construido un entorno donde el liderazgo se asigna por visión y ejecución, no por tradición. Donde la equidad salarial y el reconocimiento profesional se revisan con criterios claros. Donde el talento femenino no tiene que elegir entre familia y carrera, sino que encuentra condiciones justas para sostener ambas.

Este es un liderazgo que no se conforma con inspirar: mide, ajusta y avanza. Y en el camino, está

Mujeres con propósito

La Fundación PepsiCo República Dominicana en alianza con PriceSmart, a través de FUNDES, anunció la graduación de una generación más del programa “Mujeres con Propósito”, una iniciativa que impulsa la educación para la empleabilidad y el desarrollo económico de mujeres en Latinoamérica. Al cierre del 2025, el programa alcanzó un hito en la República Dominicana al certificar a 608 mujeres.

En esta última cohorte, se sumó PriceSmart, el mayor operador de Clubes de compra por Membrecía, con presencia en toda la región, como aliado estratégico para lograr mayor impacto. Por medio del programa Women@PriceSmart, se alcanzó la certificación de 75 colaboradoras en roles diversos, desde cajeras hasta gerentes. Esta iniciativa se logra gracias a las becas otorgadas por PepsiCo, la empresa de alimentos y bebidas con fuertes raíces en el agro, a través de su Fundación.

“Mujeres con Propósito” ofrece diversa formación profesional para empoderar a las mujeres, la cual incluye atención al



cliente, networking, economía personal y planificación de vida, fortaleciendo la autonomía financiera y creando oportunidades reales de crecimiento para cientos de mujeres.

PepsiCo, PriceSmart y FUNDES felicitan a esta nueva cohorte por su esfuerzo durante las semanas de capacitación, mientras continuarán apostando por el desarrollo profesional de más personas.

El programa “Mujeres con Propósito” ha formado parte de la agenda de impacto social de PepsiCo en República Dominicana, en línea con su estrategia de sostenibilidad, PepsiCo Positivo. Esta alianza con PriceSmart catapultó el compromiso de promover el empoderamiento económico de más mujeres y el desarrollo en el país. Asimismo, es un claro ejemplo de cómo las alianzas entre empresas y organizaciones pueden fortalecer al talento local dominicano.

Ingeniería sin Brechas



La ingeniera dominicana Maribel Santos Pérez se ha convertido en el rostro de la campaña «Construyendo el futuro sin brechas de género», impulsada por el Colegio de Ingenieros Técnicos de Obras Públicas de Madrid (CITOP) con motivo del Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, celebrado el 11 de febrero.

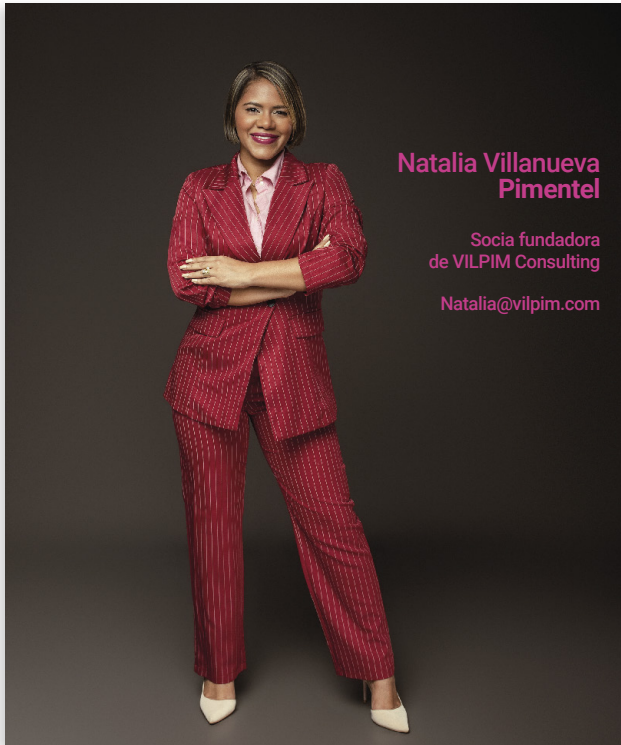
La iniciativa promueve el talento femenino en carreras STEAM y proyecta a profesionales como referentes para nuevas generaciones. El mensaje es claro: imaginar, estudiar y construir son pasos para transformar el mundo.

Santos, Vocal de la Zona de Madrid del CITOP, fue designada en 2024 como Vocal del Comité Nacional Español de Engineers Europe, tras ser propuesta por el colegio por su labor en la divulgación y defensa de la Ingeniería Civil.

En 2019 marcó un hito al convertirse en la primera mujer en ocupar la Vicedecanatura del CITOP Madrid, rompiendo décadas de tradición masculina. Desde esa posición impulsó la inclusión de más mujeres en la estructura directiva.

Graduada en Ingeniería Civil y Topografía por la Universidad Autónoma de Santo Domingo, reside en España desde 2004. Hoy es un referente gremial y comunitario en Madrid, consolidando su presencia en espacios de representación europea de la ingeniería.

Marca personal



Hoy la marca personal es una necesidad, no una moda. Hace una década sonaba exagerado pensar que todos los profesionales tendrían que “destacarse” públicamente, pero el mercado premia a quien comunica con claridad su valor. Eso no significa volverse influencer: no se trata de exhibir la vida privada, sino de presentar quiénes somos de forma estratégica para conectar con la audiencia correcta y cumplir objetivos sin sobreexposición.

La marca personal es lo que otros asocian con nuestro nombre: la experiencia, el criterio y la confianza que generamos. A diferencia de un cargo, nos acompaña toda la vida; es reputación, coherencia y el sello que nos distingue. En el mundo de los negocios, la preparación es indispensable, pero también lo son el carisma, la empatía y la capacidad de relacionarnos.

En la abogacía la exigencia se multiplica: de una recomendación o decisión pueden depender millones, y muchas veces se elige a quien demuestra conocimiento, criterio y humanidad, no solo títulos. El voz a voz, la construcción de relaciones y el desarrollo de negocio desde el primer día requieren una marca personal consistente que hable antes que nosotros y refleje valores.

Para las abogadas, además, es un espacio de liderazgo y visibilidad: permite diferenciarse, ganar credibilidad e inspirar a otras mujeres. Todo empieza con reflexión y autoevaluación: primero quiénes somos, luego qué hacemos. Los clientes conectan con personas; una marca sólida evoluciona, abre puertas y se convierte en legado.

En todo servicio profesional, comunicar con autenticidad potencia la excelencia y amplía oportunidades.



Oficinas físicas y virtuales a la medida de tus necesidades

En el mejor centro corporativo del país

 809.542.2462

  @smartofficenter

[portada]

Luz Margarita Cecilia García Guzmán

Comunicadora, productora y empresaria

Escalar audiencia sin perder la verdad

“Yo siempre he afirmado que el entretenimiento, la noticia, nunca puede estar por encima de la dignidad de las personas ni de la verdad en relación a lo que se dice.”

Durante más de 25 años, Luz García ha demostrado que el liderazgo en medios no se sostiene por exposición, sino por estructura, disciplina y coherencia editorial. De una carrera consolidada en televisión nacional, dio el salto decisivo a construir un activo propio: Noche de Luz, con estudio, equipos y un engranaje humano especializado que respalda cada entrega y cada especial. Su visión de reinención — ediciones temáticas, formatos de temporada y expansión digital— ha consolidado una comunidad sólida: más de 1.6M de seguidores en Instagram y un canal de YouTube con ~394K suscriptores y 2.4K videos. En esta conversación, su historia se alinea con el foco de la edición: liderar con propósito, convertir reputación en valor y sostener crecimiento sin negociar lo esencial: el respeto por las personas y la verdad como línea roja.

Mirando su trayectoria, ¿cuáles han sido tres hitos que definieron su liderazgo y qué decisión clave tomó en cada uno?

Haciendo una introspección en mi trayectoria, mis inicios, mi carrera como tal, podría afirmar que he tenido grandes momentos e hitos a lo largo de más de 25 años, siendo la excelencia, la proyección internacional y la calidad de clase mundial parte de los filtros que han definido mis decisiones y han marcado el éxito que he logrado acumular durante los años.

► **En primer lugar, sin lugar a dudas, un gran hito fue abocarme con mi proyecto propio: Noche de Luz.**

Después de haber sido figura estelar de grandes proyectos televisivos en las cadenas más importantes del país —Telecentro en su época de gloria, Antena Latina, con Jochy, Aguiló, colaborar con Tania Báez en Hola Gente, conducir grandes espectáculos y eventos—, la creación y consolidación de Noche de Luz ha sido el pilar de mi carrera. Hemos construido una marca símbolo de calidad, innovación y reinención; líderes y pioneros en proyección internacional por el prestigio de los invitados, convirtiéndonos en la “Reina de las exclusivas”. Hemos invertido en producción propia y en tener nuestro propio estudio, equipos, guionistas y libretistas. Es un engranaje de talento y recursos que no ha sido tan común en la televisión dominicana.

Este esfuerzo nos ha posicionado como una de las revistas de entretenimiento más sólidas y competitivas en la parrilla nacional; con grandes anunciantes y patrocinadores que se han sostenido y han generado la confianza necesaria para dar continuidad a todo lo que hemos realizado en más de 20 años.

► **En segundo lugar, la reinención e innovación del formato: ediciones especiales y proyectos temáticos con vida propia.**

La producción de especiales ha sido, sin lugar a dudas, un hito que ha marcado la televisión dominicana. Te pongo el caso de Cuerpos Hot, una marca con vida propia dentro de nuestra oferta por más de 10 años, independientemente de Noche de Luz. Tiene su propio posicionamiento y ha sido líder de audiencia en sus entregas, capturando un involucramiento del público sin precedentes. No solo el público lo espera: artistas y figuras nos contactan para ser parte. Se convirtió incluso en parte del argot popular (“estás cuerpo hot”). También puedo citar Bonche Luz en Navidad, que se volvió tradición en los barrios del país, y recientemente

el éxito de Luces de Navidad, con producción local de alta calidad y artistas nacionales e internacionales, liderando audiencia en su día de transmisión. Además, las ediciones especiales de crítica y análisis de Premios Soberano nos catapultaron como el espacio que hacía ese “post mortem” del premio más emblemático del ecosistema artístico dominicano.

► **Como tercer hito: internacionalización y expansión digital como extensión natural de la marca.**

Abrir la oferta de nuestra plataforma a mercados fuera del país (producciones desde Miami, señal para Puerto Rico y la diáspora) y apostar por plataformas digitales y redes sociales como extensión de la marca han sido decisiones marcadas por mi visión de ofrecer algo innovador, distinto y fresco, y por el valor de ser pioneros en tendencias mundiales.

El fortalecimiento de Noche de Luz en medios y redes, y el crecimiento significativo de mi audiencia digital han permitido monetizar, negociar patrocinios y atraer invitados de alto perfil. Estas acciones nos ayudaron a ampliar el alcance, mantener audiencia y migrar a plataformas digitales con el programa y el podcast, consolidando el posicionamiento internacional del nombre de Luz García.





De la TV al ecosistema multiplataforma, ¿cómo asumió esa evolución y qué cambió en la manera de entender a su audiencia?

Siempre me he considerado líder, visionaria y arriesgada. No solo estoy pendiente de tendencias globales, sino que me enfoco en la reinención y en ir un paso adelante. En el caso de Noche de Luz, el salto de TV a multiplataforma lo asumí como una evolución natural. Siempre integramos plataformas digitales, pero de manera orgánica empezamos a desarrollar iniciativas digitales con intención.

La audiencia ya no está en un solo canal: se mueve por picos, por momentos de ocio, pantallas y formatos. Por eso, el cambio no fue solo subir clips o pasar el programa a YouTube: rediseñamos el contenido para nuevas plataformas.

Nuestra tarea dejó de ser medir solo “ratings” o alcance: empezamos a analizar vistas, búsquedas, interacciones, conversión y suscripciones. Eso nos permitió crear Luz García El Podcast, con un contenido distinto, más arriesgado y con lenguaje digital. Y Noche de Luz El Podcast nace como una extensión del programa que abre otra ventana de consumo y otra audiencia que busca profundidad y cercanía.

También migramos de “menciones” a integraciones: marcas vinculadas a segmentos, cápsulas con utilidad y contenidos que generan intención (tráfico e interacciones). Hoy la gente descubre por un clip y luego va al episodio completo; eso nos ha permitido crecer, consolidarnos y estar

en la conversación actual. Noche de Luz sigue teniendo liderazgo en TV, pero cada día aumenta el consumo en YouTube, y estamos preparados para vivir lo mejor de cada mundo.

Talento y cultura: ¿cómo está conformado su equipo y qué práctica concreta elevó el desempeño?

Nuestro equipo es multidisciplinario y balanceado en términos de género, diseñado para las necesidades actuales: producción audiovisual, digital/social, contenidos, comercial, alianzas y operaciones. No es un equipo excesivamente grande, pero sí altamente especializado y flexible, con mucha colaboración entre roles y con años de relación.

Tengo colaboradores que están desde el primer día de Noche de Luz. Trabajamos con un enfoque práctico: rotación de responsabilidades en proyectos especiales, toma de decisiones oportuna y clara. Apuesto a la calidad, pero sin un perfeccionismo poco práctico; fluyo, colaboro y ejecuto.

En la parte salarial, en nuestro caso no existen brechas por género, sino por roles, responsabilidad y resultados; se revisa periódicamente. Existe un espíritu orientado a pertenencia y a crecer juntos, con propósito y metas claras.

Cada proyecto tiene un esquema explícito: contenido editorial, impacto en audiencia y valor para la marca. Todos entienden cómo su trabajo se conecta con el resultado final, y medimos y revisamos juntos: qué funcionó, qué no y qué aprendimos.

En una o dos frases, ¿cuál es su propósito como líder y cuáles son sus no negociables?

Soy una persona muy organizada; trabajar con objetivos claros y con orden es no negociable, porque influye muchísimo en el resultado de lo que la gente ve en cada entrega.

Siempre he tenido el propósito de crear contenido con impacto y verdad: que yo me sienta orgullosa de lo que entrego cada semana y que el equipo también. La integridad editorial, el respeto por las personas y la excelencia — incluso cuando el mercado presiona— son parte de lo que diferencia a Noche de Luz en la televisión dominicana.

Contenidos de alto impacto y gestión de reputación: ¿qué criterios éticos guían sus decisiones editoriales?

Mira, yo siempre he afirmado que el entretenimiento, la noticia, nunca puede estar por encima de la dignidad de las personas ni de la verdad en relación a lo que se dice. Pienso que eso ha sido parte de mi éxito: la credibilidad ganada de manera sostenida por el cuidado, la coherencia y la honestidad en todo lo que hacemos.

La responsabilidad con la que asumo mis proyectos y cada entrega es probada. No se trata solo del ruido: se trata de informar con veracidad, pluralidad y objetividad. Nunca hemos perseguido el amarillismo o la desinformación por ganar audiencia o views. Cuidamos el lenguaje, la edición, las preguntas y cuidamos a los talentos para hacerlos brillar; incluso al tratar un tema polémico, se aborda con profesionalidad, ética y respeto, poniendo por encima el lado humano.

Un indicador de eso son los años en el mercado, la confianza de la gente, de las figuras y de las marcas.

Diversificación y emprendimiento: ¿qué representa para usted acompañar proyectos familiares como Hacienda Luz Marina?

El proyecto familiar Hacienda Luz Marina, dedicado a la producción y comercialización de palmeras decorativas de alta calidad, es uno que me llena de orgullo. Aunque como hermanos participamos y apoyamos a nuestro padre, Arismedy García —empresario reconocido de la región del Cibao—, es un proyecto concebido y trabajado por él: su sueño hecho realidad, la materialización de una visión y un esfuerzo de años.

Combina tradición familiar y calidad horticultural, ofreciendo palmas seleccionadas para jardines, espacios públicos, hoteles, oficinas y proyectos de paisajismo, tanto en República Dominicana como en mercados internacionales.

A través de alianzas estratégicas y una estrategia de posicionamiento con presencia digital activa, buscamos consolidarnos como proveedores de confianza para arquitectos, diseñadores, instituciones y particulares interesados en experiencias verdes de alto impacto visual y funcional.

Sostenibilidad financiera y gobierno operativo: ¿cómo decide invertir, pausar o detener un proyecto?

La sostenibilidad financiera de Noche de Luz no ha sido casualidad. Hemos hecho inversiones juiciosas: por ejemplo, tener nuestro propio estudio nos permite ahorros en gran escala, además de controlar calidad y ejecución. Contar con equipos técnicos de grabación, iluminación, edición y nuestro espacio físico nos da capacidad de construir sets, remodelar, adecuar para proyectos y hasta monetizar.

Todo parte de un pensamiento estratégico claro y decisiones disciplinadas. Invertimos de manera analítica, apoyados en propuestas comerciales, alianzas y patrocinadores. Trabajamos proyectos viables que se sostengan sin comprometer flujo ni capital, y que preserven filtros cualitativos como calidad editorial, credibilidad y permanencia. Sabemos pausar o detener iniciativas a tiempo.

Hay criterios que deben prevalecer: que el proyecto sume credibilidad y reputación, que sea coherente con lo que promovemos y que tenga modelo económico claro. Vemos monetización, costos, capacidad operativa (equipo, tiempo, estructura). Soy vanguardista, pero cautelosa en lo financiero.

Un reto que gestioné bien fue transitar de un modelo centrado en TV a un entorno digital sin diluir la marca ni perder profundidad. Existía el riesgo de caer en la guerra de los views, pero nos mantuvimos priorizando confianza y reputación, de manera gradual y consciente. Eso nos ha permitido seguir creciendo y modernizando la operación sin sacrificar credibilidad ante el público ni ante las marcas.

Hoja de ruta 2026: ¿cuáles son sus tres grandes apuestas?

Consolidar los proyectos existentes con foco en rentabilidad sostenible, sin negociar nuestra línea editorial y credibilidad.

Seguir apostando a las plataformas digitales, manteniéndonos en el foco de las tendencias y escuchando

al público para continuar ofreciendo novedad, fresca y temas de interés.

Crear nuevas experiencias y fortalecer programas temáticos: eventos curados, alianzas estratégicas y contenidos experienciales.

Mi foco hacia 2026 es claro: seguir apostando por el crecimiento de Noche de Luz en la televisión dominicana y en las plataformas digitales, sin perder su alma, demostrando que es posible escalar audiencia, negocio e impacto al mismo tiempo, con un compromiso firme con la calidad y la excelencia.



Factores clave

- ▶ Ecosistema propio: estudio, equipos y operación con estructura profesional.
- ▶ Expansión digital: Instagram 1.6M; YouTube ~394K suscriptores y 2.4K videos.
- ▶ Formatos especiales: proyectos temáticos con identidad y tradición de audiencia.

La trayectoria de Luz García confirma un liderazgo que combina propósito y disciplina operativa: construyó una marca con activos propios, estandarizó formatos especiales y profesionalizó la relación con patrocinadores, a la vez que migró con criterio al entorno digital (podcast, YouTube, integraciones) sin erosionar confianza. Sus métricas —audiencias recurrentes, comunidad digital robusta y capacidad de monetización— dialogan con la tecnología y el valor social: entretener con respeto, informar con pluralidad y sostener empleos calificados. De cara a 2026, su visión es escalar audiencia, negocio e impacto sin renunciar a la excelencia. Esa es la promesa y el legado: crecer con datos, y con dignidad.



Michelle Ortíz

Presidenta de la Asociación Dominicana de Mujeres Empresarias (ADME) y manager para América Latina y El Caribe de Spain Business School.

Convertir redes en oportunidades medibles

“Hoy sin dudas ADME es reconocida como un espacio que impulsa el liderazgo, la innovación y el empresariado femenino dominicano.”

Michelle Ortíz impulsa una visión práctica de liderazgo con propósito: convertir una asociación en una plataforma estratégica de crecimiento real para mujeres empresarias. Su gestión prioriza institucionalización, internacionalización y alianzas para traducir reputación en oportunidades tangibles. Entre los resultados que destaca se encuentran más de 600 becas internacionales gestionadas, una red de más de 30,000 mujeres directivas y empresarias, 45 empresas aliadas con beneficios exclusivos, y programas de formación con impacto directo (incluyendo 500 mujeres capacitadas). La entrevista recorre decisiones, métricas y prácticas que fortalecen competitividad, cultura organizacional y proyección internacional del empresariado femenino en República Dominicana.

¿Cómo ha traducido su liderazgo en ADME en resultados concretos de crecimiento asociativo, innovación en programas de formación, fortalecimiento de la reputación del empresariado femenino dominicano y transformación de la cultura organizacional de la asociación?

Desde ADME nos hemos enfocado en transformar la asociación de un espacio de representación a una plataforma estratégica de crecimiento real para las mujeres empresarias. Esfuerzo que se

ha traducido en resultados concretos a través del fortalecimiento institucional de la asociación, la ampliación de alianzas estratégicas nacionales e internacionales, y la creación de programas que impactan directamente en la competitividad, visibilidad y sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres.

Esto se refleja en un crecimiento de nuestra red de socias, al igual que los beneficios que estas reciben, el posicionamiento de ADME como referente de un espacio de integración, la generación de oportunidades reales de negocios, acceso a mercados y mayor proyección internacional para nuestras empresarias. Hoy sin dudas ADME es reconocida como un espacio que impulsa el liderazgo, la innovación y el empresariado femenino dominicano.

Como mujer líder en educación ejecutiva y empoderamiento empresarial, ¿qué obstáculo personal o profesional superó que hoy la hace una líder más fuerte, y cómo convierte esa experiencia en ventaja competitiva para las mujeres empresarias de RD?

Como mujer líder he superado obstáculos como la subestimación de mi capacidad en espacios tradicionalmente dominados por hombres, la necesidad constante de demostrar resultados antes que ser reconocida y el desafío de equilibrar los roles personales, empresariales e institucionales.

Convertimos esas barreras en una ventaja competitiva al transformar la exigencia en excelencia, la duda en preparación constante, la presión en enfoque estratégico, generando impacto institucional y social. Hoy lidero con una visión integral que combina empatía, disciplina, resultados medibles que nos han permitido construir alianzas sólidas, fortalecer nuestra organización y generar un impacto positivo para las mujeres empresarias, en especial a las que represento.

¿Qué decisión estratégica clave ha tomado desde su liderazgo en ADME que haya generado crecimiento medible para las mujeres empresarias? ¿Qué métrica cambió (afiliación, ventas promedio de asociadas, acceso a capital, empleo generado)?

En ADME hemos priorizado la institucionalización y la internacionalización de la red de socias como ejes de crecimiento; dejamos de ser una asociación centrada en actividades locales a una plataforma regional de negocios, formación y alianzas estratégicas. Entre las decisiones estratégicas estuvo la formalización de alianzas nacionales e internacionales, la creación de programas de formación ejecutiva, programas de bienestar integral para las socias y una mayor apertura de espacios de visibilidad en foros y mercados regionales para nuestras socias.

Entre las métricas, tuvimos un aumento en asistencia y permanencia de las socias en programas de formación, como por ejemplo:

- 500 mujeres empresarias se capacitaron en gestión de proyectos, marketing digital y liderazgo directivo en una prestigiosa escuela española.
- Incrementamos los acuerdos y convenios estratégicos que amplían los beneficios, capacitación y proyección para las empresarias.
- Logramos una mayor visibilidad y posicionamiento a través de la presencia de mujeres empresarias en espacios de toma de decisiones y con la firma de convenios internacionales de hermandad con asociaciones y federaciones de otros países.

Con su experiencia en formación ejecutiva internacional, ¿qué innovación o práctica ha implementado en ADME o Spain Business School para mejorar la competitividad de las empresarias dominicanas y qué resultados ha generado (antes/después)?

Impulsamos una alianza estratégica entre ADME y Spain Business School, donde diseñamos e implementamos programas conjuntos orientados a elevar la competitividad de las empresarias dominicanas bajo estándares académicos europeos y una metodología práctica adaptada al contexto regional.

La innovación principal fue la creación de una ruta de formación ejecutiva híbrida e internacional, que combina clases con expertos globales, casos reales de empresas latinoamericanas y europeas, certificaciones con aval académico internacional y acompañamiento en la aplicación directa de los aprendizajes en los negocios de las participantes. Desarrollamos además una tarjeta de identificación empresarial digital personalizada, la cual también funciona como una herramienta de acceso a beneficios y descuentos exclusivos en distintos comercios y aliados estratégicos de nuestra asociación a nivel nacional.

¿Cómo mide el impacto de su gestión en rentabilidad o eficiencia operativa de ADME? ¿Qué indicador (presupuesto, sostenibilidad financiera, retorno de programas, ahorro en gestión) mejoró desde que asumió la presidencia?

Desde mi liderazgo evalué el impacto en rentabilidad y eficiencia operativa a través de la transformación de la asociación en una plataforma institucional sostenible, con procesos más ágiles, diversificación de ingresos y mayor retorno para las socias. Mi gestión se ha enfocado en pasar de una operación basada en actividades aisladas a un modelo de gestión por resultados, donde cada programa, alianza y evento se mide por su aporte financiero, institucional y de impacto empresarial.

¿Qué ha hecho para fortalecer el pipeline de nuevas empresarias y qué resultado tangible logró (programas de mentoría, número de mujeres ascendidas a roles estratégicos, retención de talento, nuevas empresas creadas por asociadas)?

Hemos fortalecido el pipeline de nuevas empresas al transformar la captación en un proceso estructurado de desarrollo empresarial que acompañamos desde el primer contacto hasta su integración activa en mercados y programas de crecimiento. Hemos logrado una mayor conversión de interesadas a socias activas reflejado en un crecimiento sostenido de participación en programas y eventos, también empresas más profesionalizadas con el aumento de certificaciones, formaciones ejecutivas y adopción de estándares de calidad y sostenibilidad. Logramos más oportunidades comerciales reales con empresas integradas a ferias, ruedas de negocios y participación en programas gubernamentales.

El pipeline dejó de ser solo un proceso de afiliación para convertirse en una ruta de acceso medible, donde cada etapa genera valor, posicionamiento y competitividad para las nuevas socias y mujeres empresarias que se afilian a nosotros.

¿Cómo ha trabajado para elevar la reputación y confianza de las mujeres empresarias dominicanas frente a inversionistas, banca, gobierno y mercado? ¿Qué cambió en percepción o en acceso a oportunidades de negocio?

Hemos trabajado de forma intencional para posicionar a las mujeres empresarias dominicanas como socias confiables, competitivas y preparadas para interactuar con inversionistas, gobierno y mercados internacionales, como una estrategia centrada en elevar los estándares, profesionalizar la gestión empresarial y construir credibilidad institucional que respalda a cada socia en espacios de decisión económica.

Hemos logrado un mayor reconocimiento de nuestras socias como empresas con estructura, proyección y capacidad de escalar; un incremento en la participación y convocatoria; líneas de crédito;

programas de compras públicas y fondos de apoyo. En adición, logramos socias más integradas a ferias, misiones y acuerdos de negocios nacionales e internacionales.

ADME se ha posicionado como el garante de seriedad, preparación y competitividad femenina en el ecosistema económico, abriendo puertas a oportunidades reales y sostenibles de crecimiento.

Si tuviera que mirar su tablero de impacto hoy, ¿qué KPI sencillo le confirma que su liderazgo está generando valor real para las empresarias de RD, y qué decisión tomó que movió ese número (ej: tiempo promedio para acceder a financiamiento, satisfacción de asociadas, alcance de programas)?

Este impacto se evidencia en resultados concretos: más de 600 becas internacionales gestionadas, tres acuerdos activos con organizaciones internacionales y diversas alianzas de responsabilidad social empresarial, que han ampliado las oportunidades de crecimiento, visibilidad y fortalecimiento empresarial para nuestra red.

En términos de conexión y beneficios directos, contamos con un networking consolidado de más de 30,000 mujeres directivas y empresarias, y 45 empresas aliadas que otorgan beneficios exclusivos a nuestras socias, generando valor tangible para sus negocios.

A nivel de bienestar y desarrollo integral, se han realizado siete “Viernes de Bienestar”, una iniciativa mensual que ha impactado a más de 100 mujeres, así como 11 talleres de formación organizados por la institución, a través de los cuales se ha fortalecido a 35 socias con conocimientos y herramientas prácticas para su crecimiento profesional y empresarial.

La decisión clave que movió estos indicadores fue apostar por un modelo de liderazgo enfocado en alianzas estratégicas, programas de alto impacto y una red activa, transformando la organización en una plataforma de oportunidades reales, medibles y sostenibles para las empresas lideradas por mujeres.

Factores clave

- ▶ +600 becas internacionales y 3 acuerdos activos con organizaciones internacionales como motor de crecimiento y visibilidad.
- ▶ Red de +30,000 mujeres y 45 empresas aliadas que convierten reputación en beneficios tangibles y acceso a oportunidades.
- ▶ 500 mujeres capacitadas (gestión de proyectos, marketing digital y liderazgo directivo) con enfoque práctico y estándar internacional.

Desde una mirada editorial, el aporte de Michelle Ortiz se siente en la forma en que aterriza el propósito en gestión y en indicadores: alianzas, formación híbrida internacional, red activa y beneficios verificables que elevan competitividad y confianza. Su enfoque conecta reputación con resultados —becas, acuerdos, comunidad y programas— y suma herramientas como la identificación empresarial digital para ampliar acceso y eficiencia. Ese es el tipo de liderazgo que deja legado: crea infraestructura social para que más mujeres compitan mejor, escalen con estándares y lleguen a mercados con credibilidad. A futuro, el reto será profundizar la medición de impacto en desempeño empresarial, sin perder la cercanía que convierte una red en oportunidades reales.



Gianna Franjul

Viceministra de Desarrollo Industrial, Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM)

Impulsar industria con datos y equidad

“La equidad de género es un factor estratégico de competitividad”

Con una sólida formación jurídica —licenciada en Derecho Cum Laude por la PUCMM, con maestría en Derecho Corporativo y especialidades en Competencia y Comercio Internacional, además de formadora acreditada por la OMPI—, ha enfocado su trayectoria en el diseño de políticas públicas en competencia, defensa comercial e institucionalidad económica.

Su participación en negociaciones internacionales como el Acuerdo de Asociación Económica entre el Caribe y la Unión Europea (EPA) y la implementación del DR-CAFTA en materia de propiedad intelectual, junto a funciones desempeñadas en ONAPI, el CEI-RD, la Comisión Reguladora de Prácticas Desleales en el Comercio y su integración al Consejo Directivo de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, le han permitido contribuir a la construcción de marcos regulatorios más claros, previsibles y alineados con estándares internacionales.

Esa base técnica encuentra hoy un espacio de ejecución directa en el ámbito industrial. Desde el Viceministerio de Desarrollo Industrial del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), lidera una agenda que busca traducir políticas

públicas en resultados medibles y herramientas concretas para el sector productivo.

El sector manufacturero dominicano registró en 2025 un crecimiento de las ventas del 5.4 %, un aumento del empleo del 1 % y una expansión de las exportaciones industriales del 5.8 %. Estos resultados se dieron en paralelo al fortalecimiento de herramientas como Industrias RD y Calidad RD, así como a avances en la transformación digital de la industria local, reflejando una apuesta por decisiones basadas en evidencia y modernización productiva.

Su perfil técnico y experiencia en competencia y comercio exterior dialogan con los desafíos de una industria más competitiva, confiable y resiliente.

¿Cómo ha traducido su liderazgo en el MICM en resultados concretos de crecimiento industrial, innovación en políticas públicas, fortalecimiento de la reputación del sector manufacturero dominicano y transformación de la cultura institucional del ministerio?

Desde el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) nos hemos enfocado en alinear las políticas públicas y los instrumentos de apoyo con las necesidades reales del sector. Como resultado, en 2025 el sector manufacturero dominicano registró un desempeño sólido, con un crecimiento de las ventas de 5.4 %, un aumento del empleo de 1 % y una expansión de las exportaciones industriales de 5.8 %.

Desde el VDI priorizamos la actualización permanente del portal de datos Industrias RD y el mantenimiento de la plataforma Calidad RD. Asimismo, avanzamos en la implementación del Plan de Transformación Digital de la Industria Manufacturera Local y de la Hoja de Ruta para el Cierre de Brechas de Género, instrumentos que han respaldado decisiones estratégicas del empresariado.

Además, en septiembre del año 2025 lanzamos la hoja de ruta de la Plataforma Nacional de Acción por los Plásticos, con la cooperación del Foro Económico Mundial y el apoyo de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD).

Junto al Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA) lanzamos la Política Nacional de la Calidad 2024–2028, y a su vez, el Sello Hecho en RD continúa consolidándose, superando los 1,300 productos autorizados y contribuyendo a elevar estándares y posicionar la industria dominicana.

¿Qué la motiva a seguir liderando en ámbitos tradicionalmente masculinos como el derecho corporativo, la competencia y el desarrollo industrial, y cómo ha convertido la equidad de género en una ventaja competitiva para el MICM y el ecosistema empresarial dominicano?

La capacitación y la educación, junto con nuestras habilidades y experiencia, son los factores que deben evaluarse para el acceso y desempeño en cualquier cargo. Sin embargo, estudios internacionales muestran que la participación femenina en cargos ejecutivos a nivel mundial alcanza aproximadamente el 32 %, cifra que desciende a apenas alrededor del 10 % en los niveles de máxima dirección de las principales empresas globales.

A través del Macro Programa Mujeres en la Industria, desarrollamos estudios que analizan la participación de la mujer y exploran las brechas de género en el sector. Estos estudios muestran avances importantes, pero también revelan un desafío en el reconocimiento de la equidad de género como un factor estratégico de competitividad.

Para abordar esta realidad, publicamos la Hoja de Ruta para el Cierre de Brechas de Género 2025-2028. Además, estamos realizando la tercera edición del Programa Ejecutivo en Liderazgo Femenino junto a la Escuela de Organización Industrial (EOI), beneficiando a 260 mujeres líderes de la industria.

Desde su experiencia, ¿qué impacto en eficiencia o rentabilidad empresarial se ha logrado con marcos regulatorios más claros?

La puesta en marcha y consolidación de las instituciones reguladoras de estas materias en nuestro país ha contribuido a dotar al sector productivo de reglas más transparentes, procedimientos definidos y mayor seguridad jurídica, elementos fundamentales para la toma de decisiones de inversión, la planificación empresarial y el acceso equitativo a los mercados.

Hoy las empresas cuentan con mecanismos de defensa frente a prácticas desleales o anticompetitivas, lo que se traduce en mejores condiciones para operar, innovar y crecer en mercados más abiertos y eficientes.

Mirando hacia el 2026, ¿qué proyectos le entusiasman más impulsar desde el Viceministerio y qué impacto espera que tengan?

El futuro de la industria dominicana debe construirse desde una mirada colaborativa, con participación de los sectores público y privado, la academia, y la cooperación internacional.

Desde el MICM fortalecemos el trabajo conjunto con los gremios industriales, incorporando su visión en el diseño de iniciativas que respondan a las realidades productivas del país, nos permitan identificar de primera mano los desafíos de cada sector y acompañar de forma oportuna el desarrollo de las industrias.

Nos entusiasma impulsar proyectos de alto impacto como el Programa País con la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONU DI), enfocado en sostenibilidad, equidad, calidad y transformación digital. También destaca la implementación de la Plataforma Nacional de Acción por los Plásticos, una alianza público-privada orientada a elevar la circularidad del plástico del 6 % al 52 % para 2040 y reducir los residuos mal gestionados en un 85 %.

Este 2026 seguiremos promoviendo entornos laborales más seguros, una mayor participación del talento femenino y una mejor armonización entre la vida laboral y familiar, consolidando una industria más inclusiva, competitiva y resiliente para todos los dominicanos.

¿Cómo considera que se ha fortalecido la confianza y reputación del MICM? ¿Qué cambio tangible en percepción, relacionamiento o atracción de inversión puede destacar?

Los indicadores de confianza reflejan una mejora sostenida del entorno de negocios. En el tercer trimestre de 2025, el Índice de

Confianza Industrial (ICI) y el Índice de Clima Empresarial (ICE) se mantuvieron por encima del umbral de 50, evidenciando una fase de expansión y expectativas favorables para la industria.

El 90 % de las empresas encuestadas amplió su capacidad instalada, un 38 % realizó inversiones superiores a US\$500,000, y el clima para invertir mostró una recuperación significativa, al pasar de 47.7 a 55.0, lo que evidencia un mayor dinamismo en la actividad productiva y en los planes de expansión empresarial.

¿Cómo ha contribuido su trayectoria profesional en el diseño e implementación de iniciativas del MICM orientadas al fortalecimiento del sector industrial?

Haber tenido el honor de servir a mi país desde diversas posiciones técnicas dentro del Estado dominicano —en su mayoría adscritas al MICM— me ha permitido desarrollar una visión holística y práctica orientada a la toma de decisiones.

En la Comisión de Defensa Comercial (CDC) tuvimos el privilegio de contribuir a establecer sus procesos técnicos y administrativos, dotando al sector productivo de mecanismos de defensa ante prácticas desleales de comercio.

Asimismo, mi paso por el Consejo Directivo de Pro-competencia fortaleció mi compromiso con el análisis de iniciativas vinculadas a la defensa, promoción y abogacía de la competencia. Esta experiencia técnica me ha permitido comprender el papel que desempeña cada instrumento de política comercial para garantizar un intercambio de bienes y servicios justo y alineado con los compromisos internacionales de la República Dominicana.

Factores clave

- ▶ En 2025, la manufactura registró crecimiento de ventas (5.4 %), empleo (1 %) y exportaciones industriales (5.8 %).
- ▶ Calidad y posicionamiento: Política Nacional de la Calidad 2024-2028 y Sello Hecho en RD con +1,300 productos autorizados.
- ▶ Agenda 2026: alianza público-privada para plásticos con meta de circularidad del 6 % al 52 % para 2040 y reducción de residuos mal gestionados en 85 %.

El aporte de Gianna Franjul se refleja en una combinación poco común: rigor técnico, enfoque colaborativo y una clara orientación hacia los indicadores que generan confianza. Sus métricas (ventas, inversión, capacidad instalada) conviven con herramientas de digitalización y calidad que vuelven más predecible la toma de decisiones empresariales y con una agenda social que no se queda en el discurso: brechas de género, seguridad laboral y conciliación.

Ese es el puente: tecnología y reglas claras que elevan la productividad, mientras la equidad se convierte en una ventaja competitiva. Hacia 2026, su norte es simple y potente: una coordinación real para una industria más resiliente, inclusiva y mejor preparada para competir.



Aguíe Lendor

Vicepresidenta Ejecutiva, ASONAHORES

Gobernanza gremial que acelera inversión turística

“Hemos fortalecido la capacidad de incidencia del gremio, profesionalizado los procesos internos y elevado el estándar de representación ante el sector público, los inversionistas y los organismos internacionales.”

Con más de 20 años de trayectoria en comercio internacional, inversión y reforma de políticas públicas, Aguíe Lendor ha trasladado una mirada técnica —propia de quien ha liderado iniciativas para mejorar el clima de inversión y fortalecer marcos regulatorios— al corazón del principal gremio turístico del país. Desde ASONAHORES, su gestión apuesta por planificación, datos, articulación público-privada y un modelo de rendición de cuentas que eleva la capacidad de respuesta institucional y fortalece la confianza de inversionistas y aliados. En una industria que compite por capital, reputación y sostenibilidad, su enfoque conecta con el eje de esta edición: liderar con propósito es convertir cultura, gobernanza y métricas en valor tangible para el negocio y para el país.

¿Cómo ha traducido su liderazgo en Asonahores en resultados concretos de crecimiento sectorial, innovación en gestión gremial, fortalecimiento de la reputación del turismo dominicano y transformación de la cultura organizacional de la asociación?

Mi gestión en Asonahores ha estado orientada a consolidar un liderazgo institucional moderno, técnico y estratégico, alineado con la evolución del turismo dominicano como principal motor económico del país. Hemos fortalecido la capacidad de incidencia del

gremio, profesionalizado los procesos internos y elevado el estándar de representación ante el sector público, los inversionistas y los organismos internacionales.

En términos concretos, hemos impulsado una agenda basada en datos, planificación y articulación público-privada, lo que ha permitido una participación más activa de Asonahores en decisiones clave del sector. A nivel interno, promovimos una cultura organizacional más ágil, colaborativa y orientada a resultados, fortaleciendo los equipos técnicos y modernizando los procesos de gestión.

Esto se ha traducido en una mayor capacidad de respuesta ante coyunturas complejas, una reputación institucional más sólida y un posicionamiento del turismo dominicano como un sector confiable, resiliente y preparado para competir a nivel global.

Como mujer líder en un sector estratégico para RD, ¿qué obstáculo personal o profesional superó que hoy la hace un líder más fuerte, y cómo usa esa experiencia para abrir camino a otras mujeres en turismo y comercio internacional?

Uno de los mayores retos ha sido abrir espacio en mesas de decisión tradicionalmente ocupadas por hombres, especialmente en áreas vinculadas a inversión, negociación y políticas públicas. Superar ese reto implicó prepararme con rigor técnico, asumir posiciones firmes con criterio y demostrar que el liderazgo femenino no solo es posible, sino altamente efectivo.

Esa experiencia me ha llevado a asumir un compromiso activo con la promoción del liderazgo femenino. Desde Asonahores impulsamos una cultura donde el talento y la capacidad son los verdaderos diferenciadores, promoviendo la participación de mujeres en espacios estratégicos, apoyando procesos de mentoría y visibilizando referentes femeninos dentro del sector turismo y del comercio internacional.

¿Qué decisión estratégica clave ha tomado desde su llegada a Asonahores que haya generado crecimiento medible para el sector turístico? ¿Qué métrica cambió (inversión hotelera, llegadas de turistas, ocupación promedio, ingresos por habitación)?

Una de las decisiones más relevantes ha sido fortalecer el rol de Asonahores como interlocutor técnico del sector, con una agenda clara basada en competitividad, sostenibilidad y atracción de inversión.

Esto se ha reflejado en una mayor articulación con el Estado para facilitar condiciones que impulsan la inversión hotelera, la conectividad aérea y la diversificación del producto turístico. Como resultado, el sector ha registrado un crecimiento sostenido en llegada de turistas, niveles históricos de ocupación y una mayor confianza del inversionista local e internacional.

La institucionalidad fortalecida del gremio ha sido clave para acompañar este crecimiento con estabilidad y visión de largo plazo.

Con su experiencia en comercio internacional y resolución de disputas inversionista-Estado, ¿qué innovación o práctica ha implementado en Asonahores para mejorar el clima de inversión turística en RD y qué resultados ha generado (antes/después)?

Desde sus inicios, el propósito de Asonahores ha sido la representación de los distintos actores del sector turístico ante instancias locales e internacionales; promover el desarrollo de la industria turística; y procurar la acción cohesionada entre el Gobierno y el sector privado. En términos de la gestión del clima de inversión, el enfoque ha sido preventivo y técnico, fortaleciendo el diálogo temprano entre inversionistas, autoridades y actores locales; promover reglas claras, previsibilidad y alineación institucional.

He incorporado una visión preventiva y técnica en la relación entre inversión, regulación y sostenibilidad jurídica. Desde Asonahores impulsamos un diálogo más estructurado con autoridades, priorizando la seguridad jurídica, la previsibilidad normativa y la solución temprana de posibles conflictos.

Esto ha permitido reducir fricciones regulatorias, fortalecer la confianza del inversionista y consolidar a la República Dominicana como uno de los destinos más estables y atractivos del Caribe para el desarrollo turístico. El resultado ha sido un clima de inversión más dinámico y una mayor diversificación de proyectos turísticos.

¿Cómo mide el impacto de su gestión en rentabilidad o eficiencia operativa de Asonahores? ¿Qué indicador (presupuesto, afiliación, retorno de servicios, ahorro en gestión de crisis) mejoró desde que asumió?

Me atrevo a decir que positivamente. La gestión parte de un plan estratégico definido, que se traduce cada año en metas operativas concretas por departamento, acompañadas de un presupuesto alineado y de reuniones periódicas de seguimiento y monitoreo que permiten medir avances, corregir y tomar decisiones oportunas. Este enfoque se refleja, además, en el valor tangible que reciben los afiliados a través de los servicios ofrecidos, la ejecución efectiva de proyectos estratégicos y el retorno derivado de nuestros eventos, los cuales generan impacto medible tanto en términos financieros como de posicionamiento institucional y fortalecimiento del sector.

El impacto de la gestión se mide a través de indicadores claros: eficiencia presupuestaria, crecimiento y satisfacción de los afiliados, optimización de procesos internos y capacidad de respuesta institucional.

Desde mi llegada, Asonahores ha fortalecido su estructura financiera, ampliado su base de afiliados y mejorado la calidad de los servicios ofrecidos. También se han optimizado los procesos de gestión de crisis, logrando mayor efectividad con menos recursos, lo que se traduce en una institución más sostenible y estratégica.

¿Qué ha hecho para fortalecer el pipeline femenino en posiciones de liderazgo dentro del sector turismo y qué resultado tangible logró (ascensos, programas de mentoría, retención de talento femenino)?

En el sector turismo existe una necesidad clara: crear oportunidades reales para que más mujeres puedan integrarse, crecer y sostenerse laboralmente. Desde ASONAHORES hemos trabajado para responder a esa realidad con acciones concretas, no solo con discurso.

A través de CEDI-Mujer, hemos apoyado la formación y la inserción laboral de mujeres que necesitaban una puerta de entrada al empleo formal. Facilitamos pasantías y acompañamos su integración a hoteles, logrando que muchas de ellas fueran contratadas y hoy cuentan con un ingreso estable y una proyección de crecimiento. Ver cómo algunas de estas mujeres se destacan y ganan reconocimiento en sus lugares de trabajo confirma que, cuando se abren las oportunidades correctas, el talento responde.

De manera complementaria, con Campo Conecta hemos atendido otra necesidad: que las mujeres rurales puedan participar activamente en la cadena de valor del turismo. Al integrarlas como proveedoras, no solo fortalecemos el sector, sino que también impulsamos su autonomía económica y su liderazgo dentro de sus comunidades.

Nuestro enfoque ha sido claro: crear condiciones para que las mujeres no solo entren al sector, sino que puedan permanecer, crecer y liderar.

¿Cómo ha trabajado para elevar la reputación y confianza del sector hotelero dominicano frente a inversionistas

internacionales, gobierno y consumidores? ¿Qué cambió en percepción o en resultados de marca-país?

Hemos enfocado los esfuerzos en coherencia institucional, transparencia y narrativa país. Asonahores ha asumido un rol proactivo en la comunicación estratégica del turismo dominicano, destacando su solidez, sostenibilidad y capacidad de innovación.

Esto ha fortalecido la marca país, elevando la percepción del destino como confiable, competitivo y alineado con estándares internacionales. La confianza del inversionista y del viajero se refleja hoy en el crecimiento sostenido del sector y en la consolidación de República Dominicana como líder regional.

¿Qué tablero de indicadores o sistema de accountability implementó en Asonahores para medir el impacto de su gestión, y qué KPI clave mostró mejora desde que lidera (ej: tiempo de respuesta a crisis, satisfacción de afiliados, alcance de incidencia)?

Hemos implementado un esquema de seguimiento y rendición de cuentas alineado al plan estratégico institucional y a las metas operativas anuales por área. Monitoreamos el avance de nuestros proyectos, el desempeño de nuestros eventos, el uso eficiente del presupuesto y el servicio y tiempo de respuesta a nuestros afiliados.

Implementamos un sistema de seguimiento basado en indicadores de desempeño institucional, que incluye tiempos de respuesta, efectividad en gestión de crisis, crecimiento de afiliación, impacto de incidencia pública y nivel de satisfacción de los miembros.

Entre los KPI que han mostrado mejoras significativas destacan el tiempo de respuesta ante situaciones críticas, el fortalecimiento del relacionamiento institucional y el incremento en la participación activa de los afiliados. Este enfoque ha permitido una gestión más transparente, medible y orientada a resultados, alineada con las mejores prácticas de gobernanza gremial.

Factores clave

- ▶ Enfoque de gestión “moderno, técnico y estratégico” con agenda basada en datos y articulación público-privada.
- ▶ Prevención y solución temprana de fricciones: seguridad jurídica, previsibilidad normativa y diálogo estructurado.
- ▶ Eficiencia operativa con “metas por departamento”, presupuesto alineado y seguimiento periódico para decisiones oportunas.
- ▶ Pipeline femenino con acciones aplicadas: CEDI-Mujer (pasantías/contratación) y Campo Conecta (integración de proveedoras rurales).

En la gestión de Aguié Lendor se siente una idea poderosa: el propósito se demuestra cuando la institucionalidad produce resultados medibles. Su apuesta por tableros, seguimiento y respuesta más rápida no solo fortalece a ASONAHORES; también eleva el atractivo del destino ante inversionistas que exigen reglas claras, previsibilidad y capacidad de ejecución. En paralelo, su enfoque de inclusión —con programas que conectan empleo formal y cadenas de valor— convierte equidad en productividad. Hacia adelante, el reto será profundizar esta lógica: más datos, más coordinación público-privada y más oportunidades para que el liderazgo femenino siga siendo una ventaja competitiva país.



Julissa Báez

Directora ejecutiva de la Asociación Dominicana de Productores de Cemento (ADOCEM)

Consolidar confianza con agenda técnica

“El liderazgo no tiene género, tiene resultados.”

Con más de 16 años vinculada a la industria y una trayectoria sólida en asuntos corporativos, comunicación, reputación, relaciones gubernamentales y asuntos públicos, Julissa Báez ha llevado la gestión gremial a un terreno más estratégico: agendas claras, información técnica como base y un relacionamiento proactivo con los grupos de interés. En línea con el tema de esta edición —Liderar con propósito: la nueva definición del éxito— su enfoque conecta equidad y creación de valor: reputación que se sostiene con coherencia, sostenibilidad que se traduce en decisiones técnicas, y transformación que se apoya en métricas e innovación. En el contexto de República Dominicana, ADOCEM impulsa conversaciones que combinan competitividad, cultura sectorial y evolución tecnológica (incluyendo el uso de Zoom en iniciativas de capacitación como AULA ADOCEM).

¿Cómo ha traducido su liderazgo en ADOCEM en resultados concretos de crecimiento sectorial, innovación en gestión gremial, fortalecimiento de la reputación de la industria cementera y transformación de la cultura organizacional de la asociación?

“Mi liderazgo en ADOCEM se ha enfocado en mirar más allá del día a día, consolidando una acción gremial con enfoque estratégico, agendas claras, uso sistemático de información técnica y una relación más proactiva y constructiva con nuestros grupos de interés.”

“En ese marco, fortalecimos la cohesión entre los miembros y la capacidad institucional de ADOCEM para incidir de manera efectiva en temas críticos para la industria, mientras tratamos de impulsar una comunicación más abierta y estratégica, que ha contribuido a mejorar la reputación del sector cementero, permitiéndole explicar de forma proactiva su aporte al desarrollo del país, sus inversiones, su impacto económico, sus avances en sostenibilidad y su compromiso con el país.”

¿Qué la motiva a seguir liderando en un sector tradicionalmente masculino como el cemento, y cómo ha convertido la equidad de género en una ventaja competitiva para ADOCEM y sus asociados?

“Lo que realmente me motiva es demostrar, con hechos, que el liderazgo no tiene género, tiene resultados. Siempre he creído en dejar que el trabajo hable por mí. El sector cementero y de la construcción ha sido históricamente masculino, no por exclusión deliberada, sino por la forma en que se desarrolló la industria; sin embargo, hoy enfrenta desafíos cada vez más complejos que requieren miradas distintas, complementarias y más integrales.”

“En ese contexto, las mujeres tenemos una capacidad real y valiosa de aportar nuevas perspectivas, sensibilidad estratégica y visión de largo plazo. Cada vez más las empresas cementeras han entendido que contar con mujeres en posiciones de liderazgo no es solo un tema de equidad, sino una ventaja competitiva concreta, por lo que impulsan políticas de igualdad que les permitan atraer, retener y desarrollar talento femenino en todos los niveles de la organización.”

¿Qué decisión estratégica clave ha tomado en los últimos años que haya generado crecimiento medible para ADOCEM o la industria cementera dominicana? ¿Qué métrica cambió (membresía, inversión sectorial, penetración de mercado)?

“Una decisión estratégica clave asumida por la industria cementera dominicana, desde el ámbito gremial, ha sido apostar de manera decidida por una agenda técnica robusta y plenamente alineada con los principios de sostenibilidad. Esto se ha traducido en tomar la iniciativa, liderar la conversación pública y sectorial, y realizar inversiones concretas orientadas a una producción cada vez más eficiente y con menor impacto al ambiente.”

“Como resultado, la industria ha avanzado de forma progresiva, técnica y medible en su desempeño ambiental, mediante la reducción del factor Clinker, el uso de combustibles alternos, inversiones en eficiencia energética, entre otras acciones.”

Desde que lidera el Comité de Institutos, Asociaciones y Cámaras de FICEM, ¿qué innovación o práctica regional ha implementado en RD y qué resultados ha generado (antes/después)?

“Liderar este comité es especialmente significativo para mí, porque lo interpreto como un reconocimiento al desempeño de ADOCEM como gremio y a la solidez del trabajo realizado.”

Al mismo tiempo, representa una oportunidad para que nuestra experiencia y aprendizajes puedan servir de referencia y aporte concreto a otras entidades gremiales de la región.

Lo que más destaco de la oportunidad de estar tan cercana a la industria regional ha sido el Proyecto de Hoja de Ruta del Cemento hacia una economía baja en carbono. Esta iniciativa ha permitido articular una agenda común entre las empresas productoras de cemento del país, alineando esfuerzos y criterios en torno a la reducción de emisiones de GEI y otros aspectos clave de la sostenibilidad, y fortaleciendo una visión compartida de largo plazo para el sector.

De igual modo, esto nos ha permitido tener una visión más global y aprender de otros países de la región con condiciones similares, en diferentes estados de su camino de desarrollo. Antes, muchos temas se abordaban de manera aislada. Hoy contamos con indicadores comunes, agendas técnicas claras y mayor alineación con estándares regionales.

¿Cómo mide el impacto de su gestión en rentabilidad o eficiencia operativa de ADOCEM? ¿Qué indicador (presupuesto, ahorro, productividad) puede compartir que demuestre ese impacto?

ADOCEM es una organización sin fines de lucro y nuestro reto siempre ha sido lograr optimizar estos recursos limitados para alcanzar visibilidad y relevancia dentro del sector industrial y el país. Creo firmemente que más que rentabilidad debemos medir en los resultados obtenidos: fortalecimiento de ADOCEM como la voz técnica y representativa de la industria cementera dominicana, mayor cohesión entre sus miembros y una agenda común; y, posicionamiento como referente técnico y mejora de la reputación del sector.

¿Qué acciones concretas ha impulsado para desarrollar talento femenino en la industria cementera (programas de mentoría, becas, capacitaciones)? ¿Cuántas mujeres se han beneficiado y en qué posiciones están hoy?

La labor de ADOCEM con relación al impulso al desarrollo femenino ha sido la de buscar motivar e inspirar a romper los esquemas y paradigmas que sobre este tema existen. Para ello he tratado de impulsar acciones orientadas a crear visibilidad del talento femenino en la industria cementera. La industria ha ido evolucionando, dando cada vez mayor apertura al talento femenino en una industria que antes era predominantemente masculina.

Varias mujeres hoy lideran áreas clave en empresas del sector y hay una mayor receptividad a que las mujeres ocupen trabajos tanto técnicos como corporativos.

Mi propósito ha sido trabajar para que la conversación sobre diversidad e inclusión se aborde desde una perspectiva de competitividad y sostenibilidad, integrándola de manera natural a la agenda sectorial.

¿Cómo ha fortalecido la reputación y confianza de ADOCEM ante stakeholders clave (gobierno, comunidades, inversionistas)? ¿Qué cambio tangible en percepción o relacionamiento puede mencionar?

Hemos fortalecido la reputación y la confianza de ADOCEM mediante una estrategia basada en coherencia, transparencia y diálogo permanente. Esto implicó pasar de una comunicación reactiva a una relación más proactiva

con autoridades, reguladores, medios de comunicación, comunidades y aliados estratégicos, sustentando las posiciones del gremio en información técnica verificable y mensajes claros.

Asimismo, hemos reforzado la presencia institucional de ADOCEM en espacios de discusión pública y técnica, explicando de manera consistente el aporte económico y social de la industria, así como sus avances en sostenibilidad, lo que ha permitido construir credibilidad, reducir brechas de percepción y consolidar a ADOCEM como un interlocutor confiable y responsable.

¿Qué KPIs te ayudan a medir el impacto de tu liderazgo en ADOCEM y qué indicador ha mejorado más desde que asumiste el rol?

Después de 16 años vinculada a la industria, hoy puedo mirar esos primeros años con perspectiva y comparar avances que son claramente tangibles. Estos resultados no responden únicamente a mi gestión al frente de la asociación, sino a un trabajo mancomunado y consistente de las empresas que integran ADOCEM.

Los indicadores de desempeño abarcan, entre otros, un mayor nivel de cohesión y participación de los miembros en las agendas gremiales y comités técnicos, así como una capacidad de incidencia institucional más sólida, reflejada en avances concretos en procesos regulatorios y en espacios formales de diálogo con nuestros grupos de interés.

No obstante, el indicador más valioso para mí ha sido, y seguirá siendo, la confianza construida con el Consejo Directivo, evidenciada en su respaldo sostenido y en el apoyo a las decisiones y líneas estratégicas impulsadas desde la gestión, fruto de coherencia, resultados y una comunicación transparente y permanente.

Factores clave

- ▶ 16 años de trayectoria en el sector, con foco en cohesión gremial, agenda técnica y reputación.
- ▶ Evolución de comunicación reactiva a relacionamiento proactivo, basado en “información técnica verificable”.
- ▶ Sostenibilidad como decisión estratégica: reducción del factor clinker, combustibles alternos y eficiencia energética comunes, agendas claras y alineación regional.

Julissa Báez aporta un liderazgo que combina propósito, evidencia y construcción de confianza: pone la técnica al servicio de la reputación y la sostenibilidad al servicio de la competitividad. En un sector esencial para el desarrollo del país, su gestión muestra cómo la incidencia institucional, la coordinación gremial y la transparencia pueden convertirse en ventajas medibles, incluso con recursos limitados. Su mirada también abre espacio para que la equidad se entienda como desempeño y no como discurso: diversidad integrada a la agenda sectorial, con visión de largo plazo.

Liderazgo estratégico en la nueva arquitectura de la recordación

En un mercado donde destacar es cada vez más complejo y el consumidor está expuesto a cientos de impactos diarios, la verdadera ventaja competitiva no está en anunciar más, sino en conectar estratégicamente en los momentos que influyen en la decisión.



Bajo la dirección de Paola Gómez, Gerente General, Manners Comunicaciones ha consolidado un modelo enfocado en la comercialización de espacios publicitarios innovadores que forman parte activa de la vida cotidiana del consumidor dominicano.

Su misión es clara: hacer visible lo que realmente importa — la marca de sus clientes— y convertir esa visibilidad en recordación efectiva (relevancia).

Más que vender espacios, Manners construye presencia inteligente.



Publicidad en autobuses: presencia que se mueve con el consumidor

La publicidad en autobuses del transporte público representa una de las plataformas móviles de mayor alcance y frecuencia en el país. Al recorrer avenidas principales y zonas comerciales diariamente, estos formatos acompañan al consumidor en su rutina —camino al trabajo, la universidad o de regreso a casa— generando exposición constante.

Esa repetición estratégica fortalece el reconocimiento de marca y posiciona productos de consumo masivo en la mente del público. Cuando el consumidor ve de manera recurrente un mensaje en su entorno diario, aumenta la probabilidad de que lo tenga presente al momento de tomar la decisión de compra.

Se trata de un medio que construye familiaridad, consolida presencia y prepara el terreno para la elección futura.

Audio en supermercados: influencia directa en el momento de compra

AudioMARKT

Suena, donde se decide

- JUMBO
- Sirena
- bravo
- Nacional
- Carrefour

En el supermercado ocurre uno de los momentos más determinantes del proceso comercial: decidir qué marca tomar.

Aquí el audio en punto de venta se convierte en una herramienta altamente influyente. A diferencia de otros medios, impacta cuando la intención de compra ya está activa. Permite destacar promociones, comunicar beneficios específicos, presentar productos y estimular decisiones que muchas veces no estaban planificadas.

Diversos estudios de comportamiento del consumidor confirman que una parte significativa de las compras se define dentro del establecimiento. En ese contexto, el audio representa la última conversación antes de que el consumidor elija.

Es una solución estratégica orientada a activar rotación, reforzar campañas y fortalecer la competitividad en categoría.

Adaptarse a un consumidor más selectivo



Manners ha identificado una tendencia clara en República Dominicana: el consumidor está cada vez más expuesto a estímulos publicitarios y se ha vuelto más selectivo en sus decisiones. En ese escenario, los mensajes claros, repetitivos y ubicados en espacios cotidianos resultan más efectivos que los impactos aislados.

Los medios que se ven y se escuchan en la vida real — en la calle y en el punto de venta— generan una conexión distinta frente a la saturación digital.

Por eso la empresa ha fortalecido formatos que combinan presencia visual y auditiva, apostando por propuestas más creativas y estratégicas que trascienden la simple colocación de anuncios.

Relevancia que se convierte en decisión

Con más de una década de experiencia, Manners ha evolucionado hacia un enfoque donde cada solución cumple un rol específico dentro del recorrido de compra del consumidor.

La empresa entiende que hoy los directores de mercadeo evalúan cada inversión bajo criterios de retorno y eficiencia. La conversación vuelve entonces a un principio esencial:

Ser relevante: estar donde está el consumidor, en el momento preciso y con el mensaje correcto.

En esa ecuación, la relevancia deja de ser un complemento y se convierte en un habilitador directo de decisión.

Porque en el marketing actual, no basta con estar presente.

Hay que influir cuando realmente importa.



Centrar a las personas para sostener resultados

“Cuando un equipo entiende el “para qué”, siente apoyo genuino y opera con disciplina, los resultados no solo llegan: se sostienen.”

Delvair Amarilla

Con más de tres décadas de experiencia, ella lidera el retail con una visión humana y transformadora que inspira a todos a su alrededor

En el marco de la edición especial de Liderazgo Femenino de Factor de Éxito, Delvair Amarilla es entrevistada por representar el estándar que hoy define a las ejecutivas que transforman organizaciones con propósito, desempeño y resultados sostenibles. Con una trayectoria consolidada en el sector retail —un entorno tan dinámico como altamente humano—, ha impulsado una gestión reconocida por su cercanía, calidez y disciplina operativa, demostrando que la empatía no compete con la exigencia: la fortalece.

Su liderazgo se distingue por convertir retos de alta presión en avances culturales y operativos, desarrollando equipos comprometidos, elevando la experiencia del cliente y sosteniendo el cumplimiento de indicadores a través de prácticas de alineación, retroalimentación continua y colaboración transversal. En un escenario empresarial donde el éxito se mide tanto por la ejecución como por la capacidad de inspirar y retener talento, su nominación a reconocimientos internacionales refuerza una narrativa clave para esta edición: liderar con humanidad también es una estrategia de crecimiento.

Trayectoria y decisiones que consolidan un liderazgo cercano

Delvair Amarilla identifica su recorrido en retail como una secuencia de hitos que no solo marcaron progreso profesional, sino que definieron su manera de conducir equipos. En etapas de alta presión operativa, comprendió que la disciplina de resultados debía convivir con inteligencia emocional y comunicación transparente. Para ella, la cercanía no debilita la autoridad: la legitima, porque construye confianza y sostiene la ejecución en contextos complejos.

En esa evolución, resalta una convicción que guía su estilo: el liderazgo se mide por la capacidad de desarrollar a otros. Invertir tiempo en el crecimiento del talento, acompañar procesos individuales y reconocer logros no es un gesto accesorio, sino una herramienta que fortalece resiliencia, autonomía y sentido de pertenencia. Su enfoque se consolida en tres pilares: propósito, cercanía y responsabilidad, como fórmula para exigir con claridad sin perder humanidad.

Cultura de alto desempeño: dirección, confianza y propósito compartido

Delva ha promovido una cultura donde el alto desempeño se vive como un sistema claro —no como presión permanente—, conectando resultados con experiencia humana. Entre las prácticas que impulsa, destaca rituales de alineación frecuentes y breves, centrados en prioridades, indicadores y aprendizajes; una dinámica que incrementa transparencia y corresponsabilidad.

A ello se suma una cultura de retroalimentación continua: conversaciones regulares que reconocen avances, detectan oportunidades y definen acciones concretas para ajustar el rumbo sin fricción. También prioriza dar visibilidad al impacto individual dentro del resultado colectivo, celebrando buenas prácticas y conductas alineadas con valores, elevando compromiso y orgullo de pertenencia. En retail, subraya, la colaboración transversal no es opcional: es una condición de eficiencia, agilidad y consistencia.

Desarrollo de equipos multidisciplinares y liderazgo que se refleja en indicadores

Su enfoque parte de una idea central: el talento no solo se gestiona, se construye de manera intencional. En la atracción, prioriza perfiles que combinen competencia técnica con mentalidad colaborativa y adaptabilidad. En la formación, concibe el aprendizaje como un proceso continuo y práctico —acompañamiento cercano, aprendizaje en el terreno y retroalimentación— para fortalecer criterio, autonomía y responsabilidad.

En paralelo, el empoderamiento de líderes internos ocupa un lugar estratégico: identificar potencial, exponerlo gradualmente a retos reales y fortalecer liderazgo situacional, comunicación efectiva y gestión de equipos. Para Delva, el liderazgo humano debe traducirse en resultados medibles; por eso observa productividad operativa, cumplimiento de metas, niveles de servicio, rotación y estabilidad. Cuando la cercanía es consistente —afirma—, se observan mejoras en eficiencia, satisfacción del cliente, reducción de fricción interna y permanencia del talento clave.

Crecimiento consistente: estrategia, ejecución y mejora continua en sincronía

Sostener crecimiento en un entorno exigente requiere, en su visión, una base donde estrategia, ejecución y cultura trabajen alineadas. El primer elemento es la claridad estratégica: cuando el equipo entiende el rumbo y el porqué, decide con rapidez y coherencia, evitando dispersión. El segundo es la excelencia en ejecución: en retail, la operación diaria es donde la estrategia se vuelve realidad, a través de estándares claros, seguimiento de indicadores y responsabilidad compartida.

El tercer componente es la mejora continua, promoviendo una mentalidad de revisión y optimización permanente. Amarilla plantea que operación, indicadores y experiencia del cliente no compiten: se refuerzan. Los indicadores orientan prioridades, la ejecución disciplinada asegura consistencia y la experiencia valida que el desempeño genera valor real. Ese equilibrio —explica— se sostiene con seguimiento cercano, comunicación transparente y espacios para innovar, manteniendo una cultura que exige resultados y, a la vez, aprende y se adapta.

Liderar para inspirar: humildad, convicción y empatía como ventaja estratégica

En un mensaje que resume su filosofía, Delva Amarilla reafirma que el liderazgo que inspira se construye desde la coherencia: humildad, convicción y empatía, disfrutando el trabajo y poniendo a las personas en el centro. Sostiene que cuando los equipos se sienten valorados y felices, la colaboración fluye, el desempeño crece y los objetivos se alcanzan con propósito, impacto y resultados.

Para Factor de Éxito, su testimonio deja una idea esencial: el nuevo estándar de éxito no separa cultura y desempeño. Los integra. Y en esa integración —cuando el “para qué” es claro y la disciplina se vive con humanidad— se construye reputación, estabilidad y crecimiento sostenible.



Raquel Arbaje

Primera Dama de la República Dominicana

Reducir uniones tempranas, abrir futuro

"Eliminar el Despacho de la Primera Dama fue una decisión política que definió los límites del papel de la esposa del presidente, en este caso yo, sin que ello supusiera mi anulación."

Nacida en Santo Domingo, Distrito Nacional, formada en Universidad Iberoamericana (UNIBE) y con una vida profesional iniciada en la gestión de negocios familiares, Raquel Arbaje ha planteado su liderazgo desde una idea poco común en lo público: límites claros, prioridades y transparencia. En una etapa donde “éxito” suele confundirse con visibilidad, su enfoque se mueve hacia resultados verificables y coordinación institucional. Desde la presidencia honorífica del Gabinete de Niñez y Adolescencia (GANA) y en articulación con Consejo Nacional para la Niñez y la Adolescencia (CONANI), acompaña la implementación de la Política de prevención y atención a las uniones tempranas y el embarazo en adolescentes (PPA). Su norte: proteger derechos, sostener programas sociales y medir avances con datos públicos, como los reportes de la Oficina Nacional de Estadística (ONE) sobre embarazo adolescente.

¿Cómo ha traducido su liderazgo como primera dama en resultados concretos de restitución de derechos de niñez y adolescencia, reducción de embarazo adolescente y uniones tempranas, fortalecimiento de la confianza ciudadana en las instituciones, y transformación de la cultura de servicio público en República Dominicana?

Muy al inicio de nuestro gobierno en agosto de 2020, buscando aprender de experiencias exitosas, leí el libro Un papel sin guion: Influencia y liderazgo de las primeras damas a nivel mundial, de Natalie Gonnella-Platts y Katherine Fritz. Tenía claro que no invadiría espacios institucionales, pero tampoco estaba dispuesta a cumplir funciones estereotipadas y que buscaría áreas de trabajo que impactaran la vida de la gente. Eliminar el Despacho de la Primera Dama fue una decisión política que definió los límites del papel de la esposa del presidente, en este caso yo, sin que ello supusiera mi anulación. Dados esos límites, no puedo arrogarme haber colaborado en los aspectos que señala porque corresponden a instancias formales. Si alguna incidencia me pudiera ser atribuida, ten por seguro que obedecer a mi manejo como primera dama y a la transparencia de mi oficina.

Empero, sí puedo hablar de lo que como presidenta honorífica del Gabinete de Niñez y Adolescencia, junto al Consejo Nacional de la Niñez, he hecho para contribuir con la reducción del embarazo en adolescentes y las uniones tempranas, y por la restitución de derechos a los niños, niñas y adolescentes. Debo precisar que el GANA es una entidad multisectorial

de la que forman parte los ministerios e instituciones que, en mayor o menor medida, se ocupan de temas de la niñez. Su coordinación descansa en el Conani.

En noviembre de 2021, el presidente Abinader presentó la Política de prevención y atención a las uniones tempranas y el embarazo adolescente, responsabilizando de su ejecución al GANA y de la coordinación, al Conani. Para garantizar su eficacia, se priorizaron los veinte municipios con mayor tasa de embarazos tempranos. Tras tres años de implementación, los resultados son elocuentes: en el tercer trimestre de 2025, el embarazo en adolescentes se redujo en 30.19 % en comparación con el mismo período de 2022, primer año de ejecución de la PPA. Respecto a la restitución de derechos, el GANA ha colaborado muy de cerca con el Conani y el Ministerio Público para salvaguardar la integridad de los menores en situación de riesgo. También hicimos abogacía en el Congreso para lograr la aprobación de la ley que crea el Sistema Nacional de Atención Integral a la Primera Infancia. Fueron muchas las conversaciones sostenidas con los legisladores hasta persuadirlos de la urgencia de esta ley.

Actualmente estamos en la etapa de diagnóstico para la reforma de la Ley 136-03 que crea el Sistema de Protección y Derechos Fundamentales de Niños, Niñas y Adolescentes. La propuesta inicial incluye una serie muy amplia de derechos que no están incluidos en la ley vigente, como el derecho a la protección digital.

Desde una visión de liderazgo consciente y uso responsable de los recursos, que incluyó el cierre del Despacho de la Primera Dama, ¿qué motivación personal la impulsa a redefinir el rol desde la austeridad y el servicio directo, y cómo convierte esa decisión en ventaja para la equidad y la transparencia en el país?

Soy administradora de empresa de profesión, e hija de padres muy trabajadores que me inculcaron el valor del ahorro, así que establecer prioridades en el gasto se me da casi instintivamente. Además, soy la esposa de un hombre que dirige el país con un acendrado sentido de la justicia distributiva y de la transparencia. El presupuesto de la Oficina de la Primera Dama es de apenas doce millones de pesos al mes para cubrir absolutamente todos los gastos, incluido el salario de un reducido personal. Con ese dinero, administrado centavo a centavo, desarrollamos actividades a través de mi iniciativa Uniendo Voluntades, que convoca la solidaridad del sector privado, y atendemos la mayor cantidad posible de solicitudes de ayuda

de personas vulnerables. Sin falsa modestia, puedo decir que, como administradora de recursos, soy alumna aventajada de mis padres y de Luis Abinader.

¿Qué innovación o práctica ha implementado para mejorar la coordinación interinstitucional en protección de niñez y qué resultado tangible logró (tiempo de respuesta, casos resueltos, satisfacción de beneficiarios, antes/despues)?

En términos estrictos, el GANA no resuelve casos ni tiene beneficiarios de servicios cuya satisfacción sea medible. Su función, como dije antes, es la aplicación de la PPA. Nuestro indicador de resultados son los datos trimestrales de la Oficina Nacional de Estadística sobre el embarazo en adolescentes. Gracias a estos resultados, la PPA ha sido considerada por los organismos internacionales como un modelo replicable.

¿Cómo mide el impacto de su gestión en eficiencia del gasto público del Despacho de la Primera Dama? ¿Qué indicador mejoró desde que asumió (ahorro presupuestario, costo por beneficiario, alcance con menos recursos)?

El presupuesto de la Oficina de la Primera Dama que, dicho sea de paso, depende del Ministerio Administrativo de la Presidencia, maneja un presupuesto equivalente al 14.83 % del asignado en el 2020 al disuelto Despacho de la Primera Dama. Por tanto, no puede hablarse en términos comparativos de mejora del ahorro, costo por beneficiario, etc., porque las distancias son abismales. Sí le puedo asegurar que hacemos magia con el dinero que recibimos.

¿Qué ha hecho para fortalecer el liderazgo femenino en instituciones públicas o abrir oportunidades para mujeres en posiciones de decisión, y qué resultado tangible logró (ascensos, programas de mentoría, retención de talento femenino en gobierno)?

Esos desafíos corresponden al Ministerio de la Mujer y, de manera específica, a cada uno de los ministerios, gran parte de los cuales cuenta con direcciones o departamentos de igualdad y equidad de género. Desde luego, entre las actividades que realizo al margen del GANA y de Uniendo Voluntades están las de apoyo a todas las iniciativas que promuevan el adelanto de la mujer.

¿Cómo ha trabajado para elevar la reputación y confianza ciudadana en el rol de la Primera Dama y en las políticas de niñez? ¿Qué cambió en percepción pública o en acceso de ciudadanos a soluciones directas (NPS, encuestas, casos atendidos)?

Las primeras damas que me antecedieron han gozado todas de una muy merecida buena reputación. Han sido ciudadanas respetables, mujeres comprometidas con las tareas que eligieron desempeñar y con los proyectos que pusieron en marcha. Nunca me he planteado como tarea elevar la reputación y confianza de la población en la función que ahora yo desempeño, porque eso implicaría un juicio crítico a las anteriores que no tengo razones para formular. Cada una de nosotras ha dado lo mejor de sí misma y eso es de agradecer. Respecto a las políticas de niñez, la notoria consolidación institucional del Conani ha fortalecido parejamente la eficacia de su trabajo de protección. La imagen pública de Conani, institución a la que estoy estrechamente vinculada, es cada día mejor. Lo reconocen la población, las asociaciones sin fines de lucro que trabajan con la niñez y las agencias internacionales de cooperación.

Si tuviera que definir su legado en una métrica sencilla, ¿cuál sería y qué acción concreta está ejecutando hoy para moverla (ej: reducción de % de embarazo adolescente en 90 días, municipios con cobertura completa, satisfacción de familias atendidas)?

Estos años como primera dama están llenos de satisfacciones. La principal de ellas es el vínculo social y emocional que tengo con la gente a la que sirvo en circunstancias muy diversas. Lo cierto es que se me dificulta establecer cuál es la principal entre las cosas con las que estoy comprometida. Podría citar la construcción del Pabellón Oncopediátrico en el Instituto Nacional del Cáncer Rosa Emilia Sánchez Pérez de Tavárez (INCART) que funciona, en la práctica, como un hospital para niños con cáncer y no como apéndice hospitalario. O las mejoras infraestructurales y en el equipamiento que he promovido en el Hospital Infantil Robert Reid Cabral. O el programa Parques recreativos: de la industria a la comunidad, que brinda a los niños, niñas y adolescentes de poblaciones deprimidas, pero también a los adultos, espacios acogedores para una sana diversión. O el programa Educando para la vida, que dota a los adolescentes, hembras y varones, de las herramientas necesarias para priorizar la construcción de un proyecto de vida de largo plazo. O la propia reducción de los embarazos, que es ya una tendencia sostenida. Todas estas cosas mencionadas pueden perfectamente ser la arcilla que modele un legado. De todas me enorgullezco y agradezco que la población las aprecie.

Pero si quiere conocer mi verdad más íntima, diría que el legado que aspiro a dejar es que me recuerden siempre como Raquel Arbaje, una mujer que dio todo de sí en favor de los socialmente más desfavorecidos y a la que la cercanía con el poder nunca envaneció porque llegó y se fue de él consciente de que, como dijera Margaret Thatcher, si tienes que decirle a la gente que eres poderoso, entonces no lo eres. Esto, como comprenderá, no cabe en una métrica.

Factores clave

- ▶ La PPA priorizó 20 municipios; en esta entrevista se reporta una reducción de 30.19 % del embarazo adolescente (3T 2025 vs. 3T 2022).
- ▶ Austeridad operativa: presupuesto mensual de RD\$12 millones para cubrir “absolutamente todos los gastos” y atender solicitudes de ayuda con apoyo del sector privado.
- ▶ Eficiencia institucional: la Oficina de la Primera Dama opera con 14.83 % del presupuesto que tuvo el Despacho en 2020.
- ▶ Agenda de legado: oncopediatria en INCART, mejoras hospitalarias, espacios comunitarios y reforma legal con foco en nuevos derechos, incluido el derecho a la protección digital.

En una conversación donde el liderazgo suele medirse por protagonismo, aquí aparece otra vara: decisiones que delimitan, ordenan y rinden cuentas. Su aporte conecta lo humano con lo medible: reducir embarazos tempranos, empujar reformas y sostener programas con recursos limitados, sin perder el vínculo directo con la gente. La “tecnología” en su discurso no es un eslogan, sino un derecho emergente (protección digital) y una disciplina de datos para evaluar avances. Si el éxito hoy se redefine, su mensaje es claro: servir no es ocupar espacio, es crear capacidad institucional para que el cuidado sea política y el futuro, una cifra que baja sostenidamente.



GRUPO UNIVERSAL: UN MODELO DE LIDERAZGO FEMENINO, EQUIDAD Y SOSTENIBILIDAD



Florangel Suero
Directora Gestión Humana en Grupo Universal

En un entorno donde la conversación sobre liderazgo femenino y equidad avanza con fuerza, Grupo Universal se ha consolidado como una organización que no solo adopta estos principios, sino que los integra de manera estructural en su cultura corporativa. Su enfoque parte de una convicción clara: el talento no tiene género, y las oportunidades deben ser accesibles para todas las personas en condiciones de igualdad.

A diferencia de los modelos tradicionales basados en cuotas, la organización ha optado por un sistema de contratación guiado por la correlación entre perfil y puesto. Sin embargo, para garantizar la equidad desde el primer contacto, el Grupo exige que toda terna de selección incluya candidatos de ambos sexos. Esta práctica, transparente y objetiva, ha sido uno de los pilares reconocidos por el Sello Oro Igualando RD, otorgado por el PNUD y el

Ministerio de la Mujer, con el que la empresa fue recertificada tras obtener una calificación sobresaliente de 97 puntos en su primera participación.

El programa Igualando RD, amparado en la norma NORDOM 775 sobre igualdad de género, exige evidencias concretas de políticas, procesos y cultura interna. En ese sentido, Grupo Universal ha demostrado que la igualdad no es un discurso, sino una práctica. La empresa opera con una escala salarial global en la que la compensación depende exclusivamente del grado del puesto. Esto significa que, sin importar quién lo ocupe, hombre o mujer, el salario y los beneficios son exactamente los mismos.

Las políticas de Gestión del Talento, junto con las de Responsabilidad Social Empresarial, Derechos Humanos y Prevención de la Violencia de Género, refuerzan este compromiso. La organización realiza anualmente encuestas de detección de acoso y violencia intrafamiliar, imparte capacitaciones permanentes sobre igualdad de género y utiliza lenguaje inclusivo en todas sus comunicaciones y organigramas. Además, cuenta con canales confidenciales de reporte como “Te Escuchamos”, respaldados por procesos formales de investigación y resolución.

En términos de desarrollo profesional, la empresa promueve la igualdad de oportunidades a través del mecanismo “Reclútate”, que difunde vacantes internas con lenguaje inclusivo e imágenes diversas. Los procesos de promoción se basan exclusivamente en el cumplimiento de los requisitos del puesto, y los evaluadores reciben formación continua en temas de diversidad y no discriminación.

La plataforma de aprendizaje virtual también ofrece capacitaciones sobre violencia de género, transversalización de género, convivencia pacífica y manejo de situaciones sensibles.

El balance vida-trabajo representa otro eje central. La organización ha implementado políticas pioneras, como sala de lactancia en su sede principal, flexibilidad horaria para madres lactantes, permisos extendidos de paternidad — que pasan de dos a diez días— y autorizaciones especiales para que los padres asistan a consultas pediátricas remuneradas durante el primer año de sus hijos. Estas medidas se complementan con capacitaciones y programas de salud preventiva para futuras madres y padres.

Un reflejo poderoso del liderazgo femenino dentro del Grupo es su red de Representantes de Clima, seleccionados por sus propios compañeros. Actualmente, un 77 % de quienes ejercen ese rol son mujeres, lo que evidencia su incidencia natural en la construcción de un ambiente laboral seguro y equitativo.

Finalmente, las evaluaciones externas lo confirman: en la autoevaluación INDICARSE, basada en la ISO 26000, Grupo Universal ha alcanzado puntuaciones de hasta 98 puntos, posicionándose como una organización referente en sostenibilidad, equidad y derechos humanos.

En Grupo Universal, la igualdad no es un objetivo: es un estándar. Un estándar que impulsa el liderazgo femenino y fortalece una cultura donde todas las personas pueden desarrollarse plenamente.

Premium Content

El liderazgo con propósito no se proclama: se ejerce. Se construye en decisiones complejas, en resultados medibles, en la coherencia entre lo que se piensa, se dice y se hace. Esta edición reúne a 50 mujeres que hoy están incidiendo de manera tangible en la economía, las instituciones y el tejido empresarial de la República Dominicana.

Cada perfil se cuenta en primera persona, porque ahí reside su mayor fuerza: en la claridad con la que explican cómo lideran, cómo asumen el riesgo, cómo gestionan equipos y cómo convierten la visión en ejecución. No son relatos ornamentales; son testimonios de estrategia, disciplina y convicción.

Aquí hay presidentas, CEO, emprendedoras, ejecutivas financieras, expertas en sostenibilidad, tecnología, energía, educación y transformación organizacional. Mujeres que toman decisiones bajo presión, que gestionan crisis, que abren mercados y que construyen reputación con resultados sostenibles.

Al leerlas, se percibe algo más profundo que el logro individual: se revela una generación de liderazgo femenino que está redefiniendo estándares, elevando conversaciones y creando valor con impacto real. Estas páginas no solo reconocen trayectorias; documentan un momento histórico en el que el liderazgo femenino dominicano se ejerce con propósito, dirección y consecuencias positivas para el país.







Decidir con claridad para sostener confianza y reputación

Trabajo donde reputación, regulación y opinión pública se cruzan sin aviso, y ahí el criterio pesa más que el volumen. Con más de 20 años asesorando compañías, gremios y multinacionales en República Dominicana y la región, convierto presión mediática en decisiones comunicables que fortalecen equipos y abren oportunidades reales para otras mujeres.

Hoy me defino como una líder que decide desde la claridad: conozco mi identidad y propósito, y no actúo desde la urgencia o la complacencia. Lidero desde la escucha, el criterio y la coherencia entre lo que pienso, digo y hago.

En el último año acompañé organizaciones del sector público y corporativo, y líderes de alta exposición, en momentos donde

la reputación se ponía a prueba en tiempo real. En uno de esos procesos, una estrategia de mensajes, vocerías y gestión consciente de stakeholders redujo hasta en un 60 % la exposición negativa en medios en 90 días, ordenando la narrativa y devolviendo dirección a la conversación pública. En ciclos de 6 a 12 meses, se registró un incremento sostenido en la percepción de confianza, medido con tracking mediático y análisis cualitativo de engagement. También diseñé y facilité programas internos de formación en comunicación estratégica, vocería y manejo de crisis: en 12 meses, más del 30 % de los participantes asumieron nuevas responsabilidades o fueron promovidos, y las organizaciones reportaron mejora en la retención de talento clave. Esa experiencia alimenta mi programa Liderazgo con Voz Propia y mi plataforma Speak Differently.



Lara Guerrero
CEO de MG Public Relations

Convertí comunicación en ventaja competitiva sostenible

Soy psicóloga industrial y me formé en comunicación, protocolo y dirección de RR.HH. He liderado por más de 30 años equipos y funciones críticas —de personas y reputación a seguridad, salud y medioambiente— para que las organizaciones crezcan con propósito y confianza.

En mi trayectoria, la comunicación nunca ha sido un “área de apoyo”: ha sido una palanca de competitividad. Me defino por una visión estratégica, sensibilidad humana y decisiones éticas, con una práctica constante: escuchar, alinear propósito y ejecutar con resultados. En 20 años en multinacionales, dirigí áreas de RR.HH., Comunicaciones, Sostenibilidad y Asuntos Corporativos, y formé a cientos de profesionales que hoy lideran sus sectores. Ahí confirmé algo que guía mi manera de liderar: cuando la coherencia se gestiona con método,

la reputación deja de ser narrativa y se convierte en valor sostenible.

Desde hace 19 años, como CEO de AF Comunicación Estratégica, conduzco una firma con alianzas que nos dan alcance en 49 países, enfocada en clientes que generen impacto social positivo. Un hito definitorio ha sido posicionar el turismo de salud como tema nación junto a la Asociación Dominicana de Turismo de la Salud, con una estrategia basada en alianzas público-privadas, promoción de la calidad y proyección internacional; ese trabajo contribuyó a que la República Dominicana alcance el puesto 19 en el mundo según el Medical Tourism Index. En crisis, priorizo comunicación transparente, oportuna y empática: la anticipación y la preparación protegen la confianza y la sostenibilidad reputacional, especialmente en entornos altamente regulados.



Amelia Reyes Mora
Presidenta y CEO,
AF Comunicación Estratégica



Institucionalidad que convierte consensos en resultados medibles

Creo en un liderazgo que combina integridad, rigor técnico y acuerdos sostenibles. Desde mi nombramiento como Directora Ejecutiva de ANJE (anunciado el 26 de mayo de 2025), he coordinado espacios alineados a su agenda estratégica, con un alcance acumulado de más de 2,000 personas impactadas (dato interno).

Mi forma de decidir parte de la evidencia y la escucha activa, pero se confirma en la ejecución: convocar actores distintos, ordenar prioridades y sostener una cultura colaborativa. En ANJE lidero una agenda que articula sector privado, academia y Estado, y la convierto en espacios de trabajo: Ciudades Inteligentes y Movilidad Sostenible, encuentros sobre Contrataciones Públicas, Seguridad Ciudadana, Cumplimiento regulatorio y digitalización de la Justicia. Además, coordino iniciativas de comunidad como Pádel ANJE (2da edición 2025).

Antes de ANJE trabajé en entornos de escrutinio. Como Subdirectora General en la Dirección General de Contrataciones Públicas (2020–2024) trabajé en supervisión del mercado público, elaboración de políticas y revisión de decisiones en investigaciones y reclamos. Facilité formación en compras sostenibles e inclusivas (compras verdes), coordiné el Campus Virtual e impulsé la certificación MIPYMES mujer para llevar métricas en el SECP. Como Directora de Gabinete Ministerial (2013–2020) coordiné agenda estratégica. He contribuido a agendas nacionales como el Pacto Educativo y el Pacto Eléctrico (Consejo Económico y Social). He sido docente en ICAP Costa Rica y en la Universidad Iberoamericana (UNIBE), y en ANJE promuevo exposición internacional con visitas de socias a la República de China.



Crystal Fiallo
Directora Ejecutiva, ANJE



Natalia Batista
Fundadora y líder de Multiplicity

Tecnología con propósito para escalar talento y confianza

Hace ocho años inicié Multiplicity como una plataforma de evaluación de talento para digitalizar la gestión por competencias que venía desarrollando por más de una década de forma tradicional. Ese paso buscaba eficiencia y escalabilidad, y también me retó a transformarme: pasar de técnica apasionada a empresaria digital.

En Multiplicity, la tecnología es un medio para potenciar la creación de valor. Para mí representa el “cómo” y el “para qué”: innovar conectando y empatizando con los clientes, haciéndolos protagonistas de las innovaciones que responden a sus necesidades y sostienen nuestro crecimiento. Nos diferenciamos por un fuerte propósito de marca. Hace tres años sumamos una plataforma de autodesarrollo disruptiva, Competenciando, y así complementamos nuestra oferta de

valor con una visión más integral del desarrollo.

Convertir y transformar el modelo ha sido retador: tuve que aprender disciplinas más allá de la gestión humana y operar con una manera diferente de pensar y actuar. Aun así, hemos experimentado un crecimiento sostenido en República Dominicana y en mercados internacionales, con el desafío clave de generar confianza en entornos muy exigentes y competitivos como España y México. En esa ruta, priorizo decisiones que aumentan eficiencia y escalabilidad y que facilitan oportunidades más justas basadas en competencias. Para este año lanzaremos nuevos productos y servicios innovadores que complementan los existentes, alineados a mi misión de construir una empresa que la sociedad siempre quiera que exista.

Convertí la moda en plataforma de valor sostenible

Mi trayectoria comenzó en la industria tradicional: portadas, pasarelas y presencia constante en el ecosistema de moda. Más adelante, di el salto a lo digital con un blog pionero que abrió una nueva etapa de influencia, colaboración y construcción de marca personal con propósito.

He trabajado con grandes marcas y trasladé ese aprendizaje a creación propia: lancé una línea de carteras, desarrollé colecciones de jeans bajo mi firma y construí una línea de ropa junto a una multinacional inspirada en

mis hijas. Esa evolución me permitió pasar de comunicar tendencias a diseñar propuestas con identidad y alcance, conectando creatividad con ejecución. Desde mi rol, impulso el talento emergente apoyando diseñadores locales y mantengo una mirada internacional al participar en fashion weeks fuera del país. En cada proyecto, mi eje ha sido el mismo: hacer de la moda un espacio donde la disciplina, la consistencia y la familia sostienen decisiones que generan valor y abren oportunidades para otras mujeres en la industria.



Helen Blandino

Referente de moda e influencer
Creadora de colecciones y líneas de producto



Luchy Alvarez

Mentora financiera y CEO, Rhicole SRL

Estructura financiera que convierte propósito en resultados

He dedicado mi carrera a demostrar que el crecimiento real no depende solo del esfuerzo, sino de la estrategia, la estructura y la calidad de las decisiones. Desde mi experiencia de décadas en el área financiera, incluyendo mi paso por importantes bancos del país, acompaño a personas y organizaciones a construir estabilidad y crecimiento sostenido con claridad.

A lo largo del tiempo identifiqué un patrón: se pueden generar ingresos y aun así carecer de una estructura que sostenga el avance. Esa realidad también fue parte de mi historia. Hasta los 30 años operé con la creencia de que trabajar duro bastaba para lograr seguridad financiera; entender lo contrario me llevó a formarme de manera estratégica y a trabajar

intencionalmente mis inversiones. De ese proceso nació mi metodología basada en tres pilares: educación práctica, transformación de hábitos y acompañamiento estratégico.

Hoy, como CEO de Rhicole SRL y docente universitaria en áreas como Gestión Financiera, Gestión Administrativa, Marketing y Ventas, traduzco ese enfoque en mentorías, talleres personalizados y capacitaciones corporativas. He liderado procesos de transformación en más de 3,000 personas y 50 empresas durante más de 10 años, generando millones de pesos en ingresos sostenibles. Para mí, la equidad genera valor cuando más personas acceden a herramientas claras para decidir mejor, sostener hábitos y crecer con inteligencia.



Equidad que convierte confianza en crecimiento sostenible

Desde 2001 he construido Grabo Estilo con disciplina, reputación y visión comercial, hasta posicionarla como empresa líder en la industria promocional, uniformes, regalos, placas y trofeos, con 7 sucursales en el país. Mi liderazgo une gestión y propósito: crecer con orden, cumplir con excelencia y abrir oportunidades reales para otros.

He sostenido este proyecto con foco en estabilidad empresarial, seriedad y compromiso, entendiendo que la equidad también se ejecuta: se traduce en políticas, cultura y decisiones que elevan estándares y fortalecen equipos. Por eso valoro hitos como la certificación Worldcob Internacional como empresa socialmente responsable, y la obtención del Sello de Igualdad otorgado por el PNUD

y el Ministerio de la Mujer en 2023, renovado en 2024 y 2025.

Mi trayectoria también se ha apoyado en alianzas y representación de marcas exclusivas en República Dominicana —Hugo Boss, Christian Lacroix, Cacharel, Cerruti, Ungaro, entre otras—, resultado de una relación consistente basada en confianza y cumplimiento. He asumido roles gremiales y directivos (FEM 2016–2018; Codopyme 2016–2018) y, en paralelo, he sostenido una vocación de apoyo constante a mujeres, jóvenes, niños y envejecientes, reconocida por múltiples asociaciones. Como escritora, comparto aprendizajes prácticos en “No mires atrás”, un bestseller internacional, porque creo en liderar dejando herramientas.



Sulin Lantigua de Glass

Fundadora-Propietaria de Grabo Estilo (industria promocional); Gerente General de Sucursales y Ventas



Linda Valette

VP de Programas Estratégicos de Negocios, Banreservas

Lidero para transformar vidas desde las finanzas

He construido mi liderazgo en entornos financieros complejos y altamente regulados, donde cada decisión exige rigor técnico, visión estratégica y responsabilidad social. Como mujer en alta dirección, he liderado con la convicción de que el liderazgo femenino no solo gestiona: transforma.

A lo largo de más de dos décadas he dirigido equipos, operaciones e iniciativas de alcance nacional e internacional, incluyendo procesos de expansión de oficinas fuera del país y la gestión de situaciones críticas. En ese recorrido, he buscado convertir la disciplina financiera en eficiencia, sostenibilidad y reputación institucional, entendiendo que la equidad se construye cuando el talento tiene oportunidades reales y los resultados se vuelven medibles.

Uno de los hitos más relevantes de mi gestión ha sido liderar Bancarizar es Patria y Puedo, el programa de educación e inclusión financiera de mayor impacto del país. A través de estas iniciativas, cerca de un millón de dominicanos han sido incluidos a la banca y han fortalecido sus capacidades financieras, promoviendo formalización, decisiones informadas y desarrollo económico. Este logro confirma mi manera de conectar equidad con valor: diseñar soluciones que amplían acceso, elevan capacidades y generan progreso sostenible. He impulsado el desarrollo del talento como eje estratégico, formando equipos de alto desempeño y promoviendo liderazgos femeninos dentro del ámbito laboral y en fundaciones. Creo en un liderazgo que convierte los números en progreso y las decisiones en legado.



Acompañó a las mipymes a crecer con estructura

Trabajo desde la abogacía con una convicción práctica: cuando una empresa se formaliza y fortalece su institucionalidad, gana eficiencia, reduce riesgos y abre nuevas oportunidades. Desde mi firma, Duran Salas & Asocs., he enfocado mi experiencia en el acompañamiento, asesoría y apoyo al sector mipymes, con énfasis en crecimiento sostenible y liderazgo femenino.

Soy abogada, notario público y magister en Derecho Tributario. He construido mi camino combinando rigor técnico con cercanía al negocio real: escucho, traduzco complejidades legales a decisiones ejecutables y acompaño procesos que ayudan

a ordenar, formalizar y proyectar. Mi trabajo se expresa en impactos concretos, aunque no siempre se midan en titulares: mejoras en estructura interna, avances en cumplimiento, mayor claridad en la toma de decisiones y capacidad para sostener el crecimiento. También asumo roles de asesoría, representación gremial y liderazgo social, porque sé que la equidad que genera valor no se declara: se diseña en políticas, se aterriza en procesos y se sostiene con acompañamiento para que más mujeres y más mipymes puedan competir mejor y crecer de forma responsable.



Amarilys Duran Salas
Fundadora y CEO de Duran Salas & Asocs.,
bufete de Abogados



Catherine Espailat

Directora Ejecutiva, Asociación Dominicana de Empresas Fintech (ADOFINTECH)

Lidero el ecosistema fintech con rigor humano y resultados

Desde la psicología y la gestión estratégica, encontré mi punto de impacto en el desarrollo institucional del ecosistema fintech. Como Directora Ejecutiva de ADOFINTECH, conduzco una agenda enfocada en innovación, sostenibilidad e inclusión, conectando prioridades del sector con la transformación digital del país.

Como líder me defino por un enfoque humano basado en resultados: decido con datos, criterio técnico y solidez institucional, siempre evaluando el efecto en las fintech y en la economía nacional. En mi gestión, impulsé la evolución de ADOFINTECH hacia una organización más profesional, confiable y con mayor alcance público, fortaleciendo su reputación y su capacidad de incidencia.

En lo interno, sembré una cultura de aprendizaje y colaboración al profesionalizar áreas clave —comunicaciones, proyectos, eventos y membresía— con procesos claros y roles definidos, elevando la eficiencia

operativa, la consistencia institucional y un Crecimiento Anual Compuesto (CAGR) del índice de avance total (2023→2025): 14.35% anual (mide el ritmo “promedio anual” al que creció el índice global de avance en estos dos intervalos). En lo sectorial, promoví el diálogo y construí puentes con reguladores y supervisores del sistema financiero, aportando experiencias regionales para facilitar consensos y reforzar el rol de ADOFINTECH como motor de modernización digital.

Como aporte estratégico, impulsé la consolidación y difusión de los whitepapers de Insurtech y Créditos Digitales, fruto de mesas técnicas multisectoriales que ordenan un diagnóstico y recomendaciones para avanzar hacia un sistema financiero más inclusivo, innovador y sostenible. Para mí, “equidad que genera valor” se traduce en capacidades construidas y rutas concretas que amplían acceso y competitividad.



Financiar destinos con impacto medible y legado sostenible

Con más de 30 años en la intersección entre banca y desarrollo, me he formado como estratega de destinos y líder ecosistémica. En 2014 fundé la Vicepresidencia de Negocios Turísticos de Banreservas, creando una estructura especializada para financiar el desarrollo turístico con foco en competitividad y sostenibilidad.

Desde esa plataforma, gestiono el 45% de la cartera turística nacional: USD\$1,157 millones aprobados han impulsado USD\$1,744 millones en inversiones, habilitando 7,000 habitaciones y 16,000 empleos, y acelerando polos como Miches, Montecristi y Pedernales con puertos, parques temáticos y oferta de ultra lujo. Represento a la entidad ante ONU Turismo y el WTTC, alineando

estándares globales con nuestra realidad caribeña y apoyando la evolución de la oferta nacional.

En la crisis de 2020, mi liderazgo se midió en decisiones concretas: implementé alivio financiero personalizado para preservar proyectos y sostener la continuidad del sector, contribuyendo a posicionar a República Dominicana como referente en recuperación. Puertas adentro, mi mayor orgullo es el equipo: fortalecimos capacidades con formación en innovación sostenible — con un 90% de desarrollo de talento— para movernos de lo transaccional a la prosperidad comunitaria. Para mí, equidad que genera valor es esto: formar gente, cuidar proyectos, y convertir cada inversión en destinos vivos.



Deyanira Pappaterra
VP Negocios Turísticos,
Banreservas

Justicia y recaudación con integridad y resultados

He construido mi carrera entre la judicatura, la docencia y el Derecho Tributario, con una convicción clara: la transparencia y la equidad fortalecen instituciones y mejoran la vida de las personas. En cada rol, priorizo el análisis riguroso, la ética y decisiones que produzcan resultados verificables.

Mi liderazgo se apoya en la deliberación y el análisis crítico: examino cada expediente con el Derecho, el contexto social y principios éticos, consciente de que cada decisión impacta vidas. Me enfoco en crear entornos de respeto a la Ley y a las personas, promoviendo diálogo abierto y trabajo colaborativo para considerar perspectivas diversas antes de concluir.

Desde mi anterior función como Subdirectora Jurídica de la DGII

(hasta el 22/12/2025), lideré proyectos de alta trascendencia pública para modernizar la administración tributaria: reglamentos del marco orgánico, funcional y de RR.HH.; sistemas predictivos de inteligencia contra el fraude fiscal y homologaciones internacionales; la Defensoría del Contribuyente; el marco legal de la facturación electrónica (Ley Núm. 32-23); y la Unidad de Investigación de Delitos Fiscales del Ministerio Público. En crisis, aprendí a sostener calma y claridad: en 2020, ante la caída de recaudaciones por COVID-19, las modificaciones a la Ley Núm. 46-20 y la liquidación de mora administrativa permitieron recaudar unos 32 mil millones adicionales; con la Ley 51-23, se generó un ingreso aproximado de 10 mil millones, mitigando impactos externos.



Yorlin L. Vásquez Castro
Jueza de la Suprema Corte de Justicia,
Poder Judicial dominicano



Equidad que fortalece gobernanza y acelera capacidades

Creo en la educación, la ética y la inclusión como palancas reales de transformación institucional. Desde esa convicción, he enfocado mi trabajo en impulsar una gobernanza más equilibrada y participativa en el sector energético, integrando la mirada del impacto humano, social e institucional en la toma de decisión.

En mi rol como miembro del Consejo de la Superintendencia de Electricidad de la República Dominicana, y en espacios regionales de articulación regulatoria, he promovido una agenda de modernización institucional con foco en integridad, cooperación y desarrollo de capacidades. Para mí, “equidad que genera valor” significa decisiones que amplían participación y elevan estándares, sin perder rigor técnico ni orientación a resultados.

Entre mis aportes, destaco el impulso de programas de fortalecimiento del liderazgo femenino en el sector energético, que han beneficiado directamente a más de 60 mujeres a nivel técnico. También he acompañado iniciativas formativas lideradas desde la Superintendencia que, en el último año, alcanzaron a más de 11,000 niños y jóvenes a través de un programa educativo vinculado al sector. En el período 2023-2025, lideré la institucionalización de la agenda de género en espacios regulatorios regionales, promoviendo la creación y posicionamiento de una Mesa de Género como mecanismo permanente de cooperación y buenas prácticas en el ámbito energético iberoamericano.



Aura Caraballo Castillo
Miembro del Consejo
de la Superintendencia de Electricidad

Equidad que acelera resultados en la transición energética



Betty Soto Viñas

Viceministra de Innovación y Transición Energética, Ministerio de Energía y Minas

Como viceministra, esposa y madre, sostengo mi liderazgo en la empatía y la colaboración. Tomo decisiones desde la participación activa de mi equipo y promuevo un entorno inclusivo donde todas las voces cuentan, porque esa manera de trabajar mejora la calidad de las soluciones y fortalece la ejecución.

Uno de mis logros más significativos ha sido poner en marcha el programa Cocinas Limpias, promoviendo el uso de tecnologías limpias en sustitución de fogones de leña. En 2025 impactamos a más de 650 familias, mejorando su calidad de vida, aportando a la sostenibilidad ambiental y empoderando a las mujeres, al liberar tiempo para actividades productivas y para su vida familiar. Para mí, la equidad genera valor cuando se traduce en mejoras concretas y medibles en la vida de las personas.

En escenarios complejos, he sido consistente con tres ejes: analizar la situación, sostener un diálogo abierto con las partes interesadas o afectadas, e identificar y acordar acciones que mitiguen los efectos. Esa disciplina no solo restablece la confianza; también protege la reputación después de una crisis. En paralelo, he impulsado la transformación de la estructura de apoyo del viceministerio integrando talentos jóvenes, sin distinción de género y con foco en capacidades y potencial. En apenas un año y pocos meses, ese enfoque se refleja en hitos como más de 650 kits de cocinas limpias entregadas, el lanzamiento del proyecto de alumbrado público eficiente para más de 250,000 puntos a nivel nacional, la primera certificación nacional de un gestor energético y la actualización del factor de emisiones de CO₂ del SENI.



Comunicar con verdad, sostener reputación, crear valor

Mi liderazgo es consciente y estratégico: escucho, evalúo y decido con integridad, con la verdad como bandera. En Cap Cana he trabajado para transformar la comunicación en un activo de gestión, alineando el mensaje institucional con lo que el destino necesita y con la realidad de sus públicos.

Cuando llegué a Cap Cana me encontré con una comunicación cruda. Junto al equipo gerencial diseñé y establecí estrategias y procesos que dieron cabida a un departamento que hoy acciona con recursos propios, fortaleciendo el relacionamiento institucional con públicos internos y externos. Ese trabajo se traduce en posicionamiento nacional e internacional, y en mantener a Cap Cana en la conversación de quienes

buscan un destino de reputación incuestionable, de lujo y diverso, con impacto medido por el impacto mediático, las conversaciones digitales y el posicionamiento corporativo.

En momentos críticos, los procesos ya establecidos han permitido sostener el equilibrio entre sucesos y la normalidad operativa, manteniendo el foco en las bondades del destino por encima de contingencias puntuales. Hoy segmentamos cada necesidad de comunicación en tres frentes —comunicación corporativa, relaciones públicas y comunicación interna— para generar eficiencia, coherencia y reputación sostenible; y para abrir espacios de colaboración y confianza donde el talento del equipo se convierte en resultados.



Ibelca Mencia

Gerente de Comunicaciones y Relaciones Públicas, Cap Cana Ciudad Destino

Branding de lujo con ROI y cultura de alto desempeño



Noribel Medina de Haché

Directora de Mercadeo y Ventas, Cap Cana

He construido mi carrera en la intersección entre identidad aspiracional y ejecución comercial, con un foco claro: branding con ROI. En Cap Cana he sido parte del diseño del ADN de la marca y del equipo que coordina eventos de talla mundial como el PGA Champions Tour y el ATP Challenger, impulsando hitos históricos en ventas.

Mi liderazgo se centra en potenciar las fortalezas de cada persona: identificar habilidades únicas, proveer herramientas y fomentar una creatividad que nace de la confianza. Lídero con integridad y positivismo, transformando retos en aprendizaje y talentos en piezas clave del éxito colectivo. En esa cultura de resiliencia, hemos convertido crisis en hitos; un ejemplo es el Lago Azul como alternativa

al sargazo, mientras sostenemos un crecimiento que ha duplicado nuestra capacidad habitacional en cinco años.

También impulsé un modelo de colaboración poco común en el sector: Cap Cana Real Estate, un equipo de alto desempeño integrado por empresas inmobiliarias que, aunque compiten entre sí, trabajan como un solo cuerpo de especialistas. Este ecosistema, basado en valores éticos, comercializa el 90% de las propiedades de Cap Cana y supera los USD 150 millones en ventas anuales. Ahí se concreta mi visión de equidad que genera valor: elevar estándares, ordenar la competencia con ética y crear condiciones para que más talento aporte, crezca y gane.



Propósito, datos y escenario para crear legado

Transformo propósito en ejecución medible, con foco en personas y negocio. Mi liderazgo se apoya en datos y visión de largo plazo para diseñar mentorías, escenarios y experiencias que convierten ideas valiosas en marcas claras, monetizables y coherentes con el legado que buscan construir.

Con más de 10 años como relacionista público y formación en Comunicación Digital, entendí que el liderazgo se prueba cuando convierte talento en oportunidades reales. Desde Laboratorio de Mentores he priorizado un enfoque de datos, propósito y visión de largo plazo para acompañar decisiones de marca, comunicación y posicionamiento. En cuatro años hemos acompañado a más de 2,500 emprendedores, líderes y profesionales, con una tasa de retención superior al 80% en nuestros programas formativos.

He sostenido una idea simple: la equidad genera valor cuando se traduce en acceso, claridad y ejecución. Con mentoría estratégica y escenarios de posicionamiento, más del 60% de los mentores y marcas acompañadas logró crecimiento económico o expansión de oportunidades en su primer año. Con Launch Lab enfrenté un problema recurrente: marcas con alto valor que no logran monetizar su conocimiento, offline y online; por eso trabajamos claridad estratégica, posicionamiento y ejecución guiada. Y con Legacy On Stage lidero una plataforma presencial que da espacio y visibilidad a voces de impacto, conectándolas con audiencias estratégicas para facilitar oportunidades de posicionamiento, alianzas y proyección profesional. Esa es mi forma de liderar con propósito: convertir ideas en experiencias que dejan huella.



Jennifer Arias
Fundadora, Laboratorio de Mentores

Sostenibilidad que se convierte en gobernanza y competitividad



Yomayra Martín
Fundadora, GreEnergy Dominicana |
Asesora en sostenibilidad y gobernanza

Desde el derecho y la economía, he enfocado mi liderazgo en convertir la sostenibilidad en decisiones estratégicas para el sector energético y de infraestructura. Trabajo con evidencia, consenso y ejecución: conecto sector público, empresas y multilaterales para traducir metas climáticas en gobernanza, cumplimiento y competitividad.

Con más de 17 años de experiencia he trabajado en transición energética y desarrollo sostenible desde CDEEE, AES Dominicana, la Superintendencia de Electricidad, el Ministerio de Energía y Minas y el Consejo Económico y Social (Pacto Eléctrico). Desde GreEnergy Dominicana acompañé a empresas e instituciones públicas en sostenibilidad corporativa, transición energética y estrategia ESG. Entre 2023 y 2025 lideré la integración de criterios ASG en el diseño del Programa de Rehabilitación y

Ampliación del Puerto de Manzanillo: se estructuró la primera sección institucional de gestión ambiental y social de APORDOM, se creó un Comité de Sostenibilidad y se implementó un sistema de seguimiento de incidencias ambientales y sociales alineado a estándares del BID.

Hoy apoyo al MEM en cooperación internacional sobre electrificación rural y acción climática, y asesoro a ETED para transversalizar sostenibilidad y apoyar su reglamentación interna ASG. He acompañado procesos con el Banco Mundial y el BID, y coordiné la pre-plenaria de la Mesa de Distribución del Pacto Eléctrico con trazabilidad de acuerdos y disensos. Además, impulsé GreEnergy Academy (2020), programas y alianzas con UNIBE, INTEC y PUCMM, y promuevo mentoría y visibilización del talento femenino desde Mujeres en Energía y Women Energy Network.



Equidad que se traduce en inclusión y resultados

Me defino como una líder consciente del impacto de cada decisión, cercana a las personas y firme en la estrategia. Combino escucha activa, análisis de datos y acción oportuna para que la rentabilidad avance junto al propósito, con el cliente y la comunidad siempre en el centro.

Inicié mi trayectoria en el Banco Central de la República Dominicana (1985–1993), en áreas como asuntos económicos y el departamento internacional, donde aprendí a leer el contexto con precisión. En 1993 asumí la Dirección Ejecutiva de ADOPEM y durante una década lideré iniciativas para empoderar económicamente a las mujeres a través de acceso a servicios financieros y programas educativos. Desde 2003, como Presidenta Ejecutiva del Banco de Ahorro y Crédito Adopem, S.A., impulsé la expansión de servicios

hacia comunidades rurales y sectores marginados, fortaleciendo a las MIPYMES.

Entre 2023 y 2025 orientamos nuestra transformación digital: digitalizamos procesos estratégicos, evolucionamos la atención al cliente con soporte tecnológico y capacitamos a los equipos en competencias digitales. Consolidamos un acompañamiento integral que combina crédito, educación financiera y banca relacional; hoy el 65% de nuestra cartera está compuesta por mujeres. A la par, más del 70% de las posiciones de supervisión y gerencia provienen de promoción interna y aumentamos en 30% las capacitaciones, con un promedio de 10 horas adicionales por colaborador al año. En escenarios de incertidumbre económica, prioricé transparencia, cercanía, gestión de riesgo y adaptación de productos para sostener la confianza del mercado y la cultura de corresponsabilidad.



Mercedes Canalda de Beras-Goico
Presidenta Ejecutiva, Banco de Ahorro y Crédito Adopem, S.A.



Thania Gómez Muñoz

Socia Líder de Servicios Legales para República Dominicana, Panamá y Centroamérica, Deloitte

Integridad y datos para crear valor sostenible

He ejercido por más de 20 años entre España y República Dominicana, y esa doble mirada me permite unir herramientas legales con estrategia empresarial para ayudar a los clientes a alcanzar sus objetivos. Conduzco equipos con empatía y exigencia, enfocada en la excelencia y en una experiencia del cliente consistente.

He trabajado en transacciones de inversión, fusiones y adquisiciones, estructuración contractual y financiera, gobierno corporativo y due diligence, con experiencia en España, República Dominicana y otros mercados europeos, además de Panamá, Costa Rica y Haití. He liderado M&A en energía, real estate y turismo, y he asesorado préstamos sindicados por USD 40 MM y USD 585 MM. En infraestructura, negocié contratos para el primer teleférico público del país y su segunda línea, y el EPC del primer

gasoducto nacional, incluyendo una disputa arbitral asociada.

Desde 2013, en República Dominicana, he posicionado firmas y cuadruplicado el crecimiento de servicios legales en los períodos que lideré. Hoy, como socia líder de Servicios Legales de Deloitte en RD (5 meses), desplegamos una oferta integrada por verticales y un modelo comercial con pipeline y seguimiento semanal. Estandarizamos guías y tableros para elevar conversión y tasa de ganancia [métrica/resultado por confirmar], junto a un plan de carrera tangible —matriz de competencias, mentoring y rutas de especialización— que convierte la equidad en valor y fortalece retención y promociones. Ante conflictos de interés o presiones comerciales, actúo con transparencia, gobernanza ágil y gestión de riesgos para cuidar relaciones clave y cultura.



Incidir con rigor para abrir oportunidades reales

Presidir ANMEPRO en este momento histórico ha sido, ante todo, un ejercicio de coherencia. En lo personal me he confrontado con el desafío de equilibrar lo profesional con lo privado, y en lo institucional he enfocado mi energía en convertir un legado de décadas en una plataforma de incidencia técnica.

Mi gestión comenzó con una meta clara: profesionalizar la casa para ganar autoridad. Entre 2021 y 2024 logramos duplicar la membresía activa, construyendo la masa crítica necesaria para que nuestra voz tuviera peso propio. Esa solidez institucional, sumada a mi rol activo en la Confederación de la Micro, Pequeña y Medianas Empresas (CODOPYME), nos permitió posicionar a ANMEPRO como la única voz femenina en el proyecto presidencial Meta 2036 y asegurar

nuestro asiento en el Consejo Económico y Social (CES).

En esos espacios he dado la milla extra para demostrar que las políticas de género no son líneas transversales abstractas, sino decisiones de alto impacto que requieren rigor. Bajo esa visión, lideramos la iniciativa para la reducción del acoso y la violencia sexual en los espacios de trabajo, buscando transformar la cultura organizacional desde la raíz. Me defino como una líder estratégica y disruptiva: no se trata de ocupar espacios, sino de redefinirlos, articulando la excelencia de nuestras socias como motor de inteligencia colectiva. Mi compromiso es dejar un gremio institucionalizado y fuerte, para que las próximas líderes encuentren menos obstáculos y más oportunidades reales de decidir el futuro del país.



Verónica Núñez Cáceres
Presidenta, Asociación Nacional de Mujeres Empresarias, Profesionales y Emprendedoras (ANMEPRO)



Ninoska Suárez de Córdoba

Vicepresidenta de Mercadeo, Asociación Cibao de Ahorros y Préstamos

Cuando la marca se vuelve estrategia, se mide

Desde la Vicepresidencia de Mercadeo en Asociación Cibao de Ahorros y Préstamos he liderado una transformación de marca que debía reflejar evolución real: cercanía e innovación. En junio de 2025 presentamos la nueva identidad y el lema “Juntos lo hacemos realidad” como inicio de una nueva etapa.

El reto no era “vernós diferentes”, sino expresar quiénes ya estábamos siendo. Asumí el cambio de identidad corporativa de Asociación Cibao como un proyecto de negocio: alinear cultura, estrategia y experiencia del cliente. Tras más de dos años de trabajo transversal, presentamos la nueva identidad en junio de 2025 y el lema “Juntos lo hacemos realidad”. Impulsé el lanzamiento de Apple Pay en República Dominicana, promociones

como La Casa del Ahorro y soluciones financieras para cada etapa de vida. También integré analítica avanzada, modelos predictivos y automatización en marketing, para operar con mayor eficiencia y foco en resultados.

Quise que la transformación fuera medible: entre junio y diciembre de 2025 pasamos del puesto 6 al 5 en Top of Mind del sector financiero en Santo Domingo y Santiago. Este recorrido ha sido reconocido regionalmente: dos años consecutivos entre los 30 Innovadores del Marketing, además de 50 Mujeres de Éxito, Marketer of the year by Cannes Dominicana y un premio Effie. Para mí, equidad que genera valor se construye con decisiones que conectan estrategia y personas, y convierten los resultados en consecuencia.



Propósito y resultados para elevar la competitividad país

Creo en el liderazgo que escucha y decide con información, sin perder la dimensión humana. Mi trayectoria jurídica —con formación local e internacional y experiencia en sectores como inversión, turismo, telecomunicaciones, competencia y propiedad intelectual— me ha enseñado a convertir complejidad en soluciones ejecutables.

En ProDominicana he impulsado una gestión enfocada en resultados y en el fortalecimiento del clima de inversión. Entre 2020 y 2025 la institución alcanzó cifras históricas en exportaciones e inversión extranjera directa, con un crecimiento sostenido y una mayor diversificación de mercados; estos avances se sostienen en la articulación público-privada, la promoción constante del país y un acompañamiento al inversionista que prioriza el aftercare.

Puertas adentro, promuevo la profesionalización y el fortalecimiento técnico de los equipos: reconozco el talento, el esfuerzo y los resultados, y exijo estándares claros. En un entorno global convulso, he liderado con serenidad y firmeza para asegurar continuidad operativa y acelerar la transformación digital. Mi experiencia previa —en ANJE, donde fui Directora Ejecutiva y luego presidenta, y en el Ayuntamiento del Distrito Nacional como Directora Jurídica, Secretaria General y Secretaria Técnica— refuerza una convicción: las instituciones fuertes abren oportunidades. Por eso integro la equidad como eje estratégico, brindando soporte activo a mujeres emprendedoras para que accedan a herramientas y acompañamiento que se traduzcan en progreso real.



Biviana Riveiro Disla

Directora Ejecutiva del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (ProDominicana)



Rayvelis Roa

Especialista de Comunicación Estratégica

Comunicación estratégica para sostener reputación y liderazgo

Acompaño a líderes e instituciones a gestionar reputación y sostener liderazgo en contextos cambiantes, entendiendo la comunicación como un activo crítico para la gobernanza, la competitividad institucional y el impacto sostenible. Desde el MIREX, he trabajado en escenarios de alta sensibilidad reputacional, con foco en estrategia, vocerías y narrativas.

Como Directora de Comunicación del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX), he liderado la planificación y ejecución de la comunicación institucional en ámbitos nacionales, regionales e internacionales. En ese marco, coordiné la comunicación de la Presidencia Pro Tempore del SICA (2022) y de la Secretaría Pro Tempore de la XXVIII Cumbre Iberoamericana (2021–2023), gestionando narrativas estratégicas, vocerías de alto nivel y exposición mediática con estándares de

coherencia y oportunidad en entornos exigentes. Mi foco ha sido sostener confianza: transformar complejidad en mensajes claros, proteger reputación y asegurar alineación institucional como parte del desempeño.

De forma complementaria, impulso articulación y visibilidad para más mujeres a través de redes y espacios de liderazgo. Promuevo Dominican Sisters, una comunidad que integra a más de 500 mujeres de la diáspora, y colaboro con organizaciones como ANMEPRO, WINS Dominicana y la Red de Mujeres en Energía Renovable, impactando a cientos de mujeres en proyectos y eventos. Desde mi rol como speaker nacional e internacional, comparto herramientas prácticas sobre liderazgo, comunicación estratégica, equidad y marca personal, elevando capacidades para que más mujeres crezcan con propósito y resultados.



Equidad que se traduce en competitividad real

Creo profundamente en la mujer y en su capacidad de transformar industrias, comunidades y países cuando decide liderar con propósito. Mi historia no se ha construido desde la comodidad, sino desde la convicción: la convicción de que la industria nacional merece ser defendida, de que el sector productivo necesita voz y de que el liderazgo femenino no es una cuota, sino una fuerza estratégica capaz de generar desarrollo sostenible.

Me defino como una líder que combina firmeza con sensibilidad. Tomo decisiones basadas en formación, datos y visión estratégica, pero también en intuición, empatía y habilidades blandas que construyen

confianza y articulan voluntades. Creo profundamente en la educación como motor de movilidad y transformación; por eso impulso la profesionalización, la capacitación técnica y el crecimiento continuo de los equipos y de las mujeres que acompañan mi camino.

Creo en el comercio que conecta países, en las MIPYMES que sostienen nuestra economía y en la innovación como herramienta de competitividad. Liderar con propósito, para mí, es generar impacto real en la sociedad, fortalecer instituciones y abrir espacios para que más mujeres lideren con seguridad, preparación y determinación. Ese es el éxito que defiendo y practico cada día.



Isabel Puig

Directora Ejecutiva de CODOPYME (Confederación Dominicana de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa)



Cesarina Beauchamp

Vicepresidenta Ejecutiva
+ Sky High Dominicana

Conecto mercados con estrategia y cercanía humana

Lidero la estrategia comercial, las rutas, la experiencia del cliente y la innovación en Sky High Dominicana. Mi forma de dirigir integra visión estratégica, sensibilidad humana y disciplina de ejecución, combinando datos y diálogo para tomar decisiones oportunas que sostengan la conectividad regional y el crecimiento sostenible de la aerolínea en el Caribe.

Uno de mis focos ha sido ampliar el alcance comercial con decisiones que se puedan sostener en el tiempo. Por eso lideré negociaciones estratégicas con sistemas internacionales que hoy nos permiten una distribución de ventas a nivel global, elevando la competitividad de Sky High Dominicana y su posicionamiento en el Caribe. Cuando hablo de equidad que genera valor, lo traduzco en ejecución: decisiones basadas en datos, diálogo y oportunidad, y un liderazgo que fortalece el liderazgo

femenino dentro de la organización para que el talento se convierta en resultados consistentes.

En paralelo, impulsé una agenda de desarrollo de talento basada en formación continua. Recibimos capacitación especializada con la IATA y mantenemos un acuerdo académico con la PUCMM para programas de formación y actualización profesional. Nuestro equipo técnico cumple planes rigurosos con instituciones educativas internacionales, y procuro que las áreas de tecnología, comercial y ventas se mantengan al día frente a las exigencias del mercado. En situaciones complejas priorizo la transparencia, la coordinación y el acompañamiento cercano para proteger la operación y la cultura organizacional, mientras promovemos iniciativas de innovación orientadas a la eficiencia y a una preparación institucional sólida hacia el futuro.

Diplomacia cercana que convierte desafíos en avances

Si tuviera que definir mi estilo de liderazgo, diría que es humano y cercano, ejercido desde la humildad, la autenticidad y la empatía, con capacidad de conectar con los demás y generar confianza. Dentro de mi carrera diplomática, eso me ha permitido alcanzar importantes resultados que, en muchos momentos, se consideraban difíciles o imposibles.

Lidero desde el ejemplo, con alto sentido de la responsabilidad, la integridad y la ética, guiada por una búsqueda constante de excelencia en todo lo que hago. Me caracterizan también la perseverancia, la resiliencia y la creatividad. Todos sabemos que en el servicio público los recursos son limitados, y es

precisamente ahí donde la resiliencia y la creatividad nos ayudan a encontrar caminos innovadores que nos permitan enaltecer a nuestro país y hacer que las cosas sucedan.

El liderazgo femenino se abre paso cada vez más. Hemos demostrado con hechos que el liderazgo y la excelencia no tienen género, y que cuando la formación académica y la capacidad se combinan con esfuerzo y perseverancia, se abren caminos. Con mi trayectoria deseo motivar a niñas, jóvenes y mujeres, recordándoles que sí se puede, que nuestra condición no nos limita, y que es nuestra capacidad, formación académica, mérito y entrega constante lo que construye nuestro camino y nos posiciona en el lugar que nos corresponde.



Angie Martínez
Embajadora Extraordinaria y Plenipotenciaria de la República Dominicana en Corea



Rita Pla
Gerente General, AFP Crecer

Propósito medible: transformar cuidando a las personas

Lidero de forma transformadora, cercana y enfocada en resultados sostenibles. Decido con datos, pero escucho activamente el impacto humano detrás de cada número. Para mí, liderar es inspirar desde el ejemplo, sostener la confianza y convertir la responsabilidad en crecimiento continuo para colaboradores y afiliados.

Al asumir la Gerencia General de AFP Crecer impulsé una transformación centrada en la digitalización, la evolución del modelo comercial, la cercanía y la educación previsional.

En nuestro 25 aniversario superamos 1.56 millones de afiliados, alcanzamos más de 92% de satisfacción y devolvimos más de RD\$5,000 millones en beneficios: tranquilidad y respaldo para miles de familias dominicanas.

Esa es mi forma de entender la equidad que genera valor: decisiones que amplían acceso, mejoran experiencia y entregan resultados verificables.

Con iniciativas como Te Estamos Buscando, logramos contactar 1,124 familias con derechos pendientes, entregando RD\$189.2 millones que les correspondían (39% en pensiones por sobrevivencia y 61% en devoluciones a herederos). También lanzamos El Señor Fondos, el primer cuenta infantil sobre pensiones en el país, porque creo que comprender el sistema es el primer paso para confiar en él.

Hacia adentro, fortalecimos la cultura con programas de desarrollo y bienestar, comenzando por conversaciones honestas y frecuentes sobre expectativas, propósito y evolución profesional: el crecimiento de un equipo es una decisión diaria.



Propósito, reputación y desempeño: la confianza como resultado

He construido mi trayectoria en comunicación corporativa, reputación de marca y banca responsable entendiendo que, en entornos altamente regulados, la confianza no se declara: se demuestra. Mi foco ha sido integrar propósito y desempeño para fortalecer la competitividad institucional, con decisiones que protegen la credibilidad y elevan la relación con los grupos de interés.

Desde mi rol en Banco Caribe, lidero la estrategia integral de comunicación corporativa, reputación institucional y banca responsable, asegurando coherencia entre propósito, negocio y percepción. En la práctica, esto significa convertir la comunicación en un habilitador del negocio: asesorando a la Presidencia Ejecutiva y al Comité Ejecutivo en escenarios de alta exposición, anticipando

y gestionando riesgos reputacionales, y sosteniendo una narrativa institucional que respalde la toma de decisiones y el relacionamiento de alto nivel. El impacto se mide en consistencia, confianza y capacidad de ejecución.

He diseñado y ejecutado la estrategia de Banca Responsable integrando sostenibilidad, inclusión financiera y educación, articulando alianzas con reguladores, gremios, medios y academia. Ahí conecto “equidad que genera valor” con acciones concretas: equipos multidisciplinarios con KPIs y presupuesto, decisiones orientadas a resultados y una gestión de stakeholders que transforma tensiones en avance y abre oportunidades para construir valor sostenible para accionistas, colaboradores y la sociedad.



Sol Disla

Directora de Comunicación Corporativa, Reputación de Marca y Banca Responsable, Banco Caribe

Marketing que convierte confianza en valor sostenible

Desde mercadeo y desarrollo corporativo en MAPFRE Dominicana, he aprendido que liderar con propósito es convertir la comunicación en decisiones de negocio: construir confianza, fortalecer reputación y generar crecimiento sostenible. Mi estilo es participativo: escucho, pongo datos sobre la mesa y buscamos consensos que permitan avanzar con autonomía.

Uno de mis hitos fue liderar el rebranding de ARS PALIC a MAPFRE Salud ARS en 2020. En aproximadamente cinco meses logramos que más del 80% del público objetivo estuviera informado del cambio, preservando la asociación con confianza y trayectoria, y fortaleciendo la marca bajo una identidad moderna y alineada a estándares internacionales. Más recientemente, he acompañado el rebranding corporativo de MAPFRE

Dominicana para modernizar su identidad visual y reforzar su posicionamiento institucional.

Esa coherencia también se refleja en reputación e impacto social. MAPFRE Dominicana alcanzó la segunda posición en la categoría de AFP y Aseguradoras del ranking MERCÓ y, en 2025, fuimos reconocidos por ProDominicana en “Sector Financiero” dentro del Reconocimiento a la Inversión en República Dominicana 2025. Con “Alerta Rosada”, un programa sostenido por 11 años, en 2025 beneficiamos a 13,374 mujeres en jornadas de prevención, 33% más que el año anterior; esta práctica fue distinguida como “Práctica Prometedora 2025”. Presidir la Junta Directiva de Operación Sonrisa reafirma mi convicción: cuando elevamos equipos y reducimos barreras, la equidad genera valor real.



Natacha Quiterio

2da. Vicepresidenta de Mercadeo y Desarrollo Corporativo – MAPFRE Dominicana



Liderazgo técnico con propósito y firmeza

Me defino como una líder comprometida con el desarrollo institucional, la sostenibilidad y la competitividad del país, convencida de que el liderazgo femenino aporta una visión integradora y estratégica a la toma de decisiones. Mi manera de liderar se apoya en el diálogo constructivo y el análisis técnico, con una defensa firme de principios, incluso en escenarios de alta complejidad.

Desde cada rol que he asumido, he buscado que las decisiones se traduzcan en impacto: fortalecer la articulación público-privada, impulsar marcos regulatorios modernos y construir consensos que viabilicen crecimiento económico con responsabilidad social. Para mí, “equidad que genera valor” ocurre cuando las reglas, los incentivos y

los acuerdos se diseñan para ampliar oportunidades y elevar la calidad de la gestión, sin perder rigor ni resultados; cuando una visión integradora mejora cómo se decide y cómo se ejecuta.

Uno de los logros más relevantes de mi trayectoria ha sido liderar procesos de incidencia y representación del sector industrial y comercial dominicano durante mi gestión al frente de organizaciones empresariales nacionales, convirtiendo retos en avances a través de posiciones técnicas, conversaciones productivas y acuerdos sostenibles. Ese trabajo se refleja en la gestión vinculada a modernización regulatoria, confianza y competitividad, asociado a mejores condiciones para el crecimiento responsable.



Circe Almánzar

Socia Gerente de Circe Almánzar Public Affairs



Indira Isabelle Lorenzo

Directora de Sostenibilidad, Grupo MARTÍ y Fundación Tropigás

Sostenibilidad que conecta energía, movilidad y valor compartido

He dedicado más de quince años a impulsar, en el Caribe, la convergencia entre energía, movilidad y gestión ambiental con un enfoque práctico: decidir con visión estratégica y ejecutar con disciplina. Desde la sostenibilidad, mi trabajo es convertir metas ambiciosas en iniciativas que se sostienen en el tiempo y generan resultados para la organización y su entorno.

Como Directora de Sostenibilidad del Grupo MARTÍ y la Fundación Tropigás, diseño y lidero iniciativas de triple impacto que integran recuperación ambiental, inclusión social y resiliencia económica, conectando prioridades del negocio con soluciones medibles. He trabajado en marcos corporativos de descarbonización y eficiencia energética, y en alianzas público-privadas que están redefiniendo

la agenda de sostenibilidad en la República Dominicana, con foco en ejecutar, aprender y escalar.

También he co-liderado procesos de innovación en sostenibilidad reconocidos a nivel nacional y, recientemente, coordiné la Mesa de Trabajo de Agua para el Proyecto de Taxonomía Verde de la Superintendencia del Mercado de Valores, un paso clave para acelerar la transición hacia un sistema financiero sostenible. En paralelo, acompaño y mentoreo profesionales emergentes de múltiples disciplinas, porque la equidad que genera valor se construye elevando capacidades: equipos más preparados, decisiones mejor informadas y oportunidades reales para más mujeres en espacios de impacto.



Escuchar, adaptarme y convertir crisis en crecimiento

Me defino como una líder cercana y humana. Escuchar —con las puertas abiertas— me permite ejercer inteligencia emocional, comprender lo que impacta a las personas y tomar decisiones que elevan el desempeño. También elijo adaptarme a los cambios, porque la productividad y los resultados rara vez nacen desde la comodidad.

En mi rol, liderar significa crear condiciones para que otros crezcan y para que la organización responda mejor a su realidad. Escuchar me ayuda a gestionar equipos con criterio y a reconocer, a tiempo, cómo lo emocional influye en la calidad del trabajo. Esa sensibilidad se vuelve una ventaja: permite alinear expectativas, fortalecer cultura y sostener la ejecución.

En COPARDOM trabajé en el fortalecimiento financiero y de

gobernanza durante un periodo de dos años, con avances que respaldan el rumbo institucional. Y en mi empresa, convierto la equidad en valor cuando retener talento deja de ser discurso y se vuelve decisión: planes complementarios de salud, seguro de vida, bono escolar y vacacional, horario flexible y formación profesional. Además, promovemos oportunidades internas: si alguien tiene las habilidades para una vacante, se impulsa su crecimiento.

En 2007 enfrenté un reto crítico con la entrada en vigencia del Seguro Familiar de Salud. Para los corredores, parecía una amenaza. Decidí prepararnos en seguridad social para asesorar mejor a los clientes y transformamos la incertidumbre en oportunidad: crecimos la cartera en un 100%.



Laura Peña Izquierdo

VP Ejecutiva de Peña Izquierdo
Presidente Copardom

Gobernanza hídrica con impacto medible y alianzas



Patricia Abreu

Directora Ejecutiva de Fondo Agua
Santo Domingo

He construido mi carrera con una convicción clara: gestionar el agua es una oportunidad para transformar territorios y vidas. Desde el Banco Mundial y el Ministerio de Medio Ambiente, aprendí a tomar decisiones públicas con rigor técnico, alineando cooperación internacional con la Agenda 2030 y la Estrategia Nacional de Desarrollo.

Mi recorrido combina ingeniería civil e ingeniería ambiental, investigación publicada y una práctica profesional enfocada en resultados. Tras cuatro años en proyectos ambientales del Banco Mundial, en 2004 inicié mi trayectoria en el Estado dominicano. Como Directora de Normas e Investigaciones Ambientales y luego Viceministra para la Cooperación y Asuntos Internacionales (2008–2020), conduje la alineación de iniciativas de cooperación internacional con prioridades institucionales, movilizándolo fondos de

organismos multilaterales y agencias para fortalecer áreas programáticas del Ministerio. También encabezé equipos de negociación de acuerdos multilaterales ambientales y representé al Estado dominicano en casos de arbitraje que resultaron exitosos.

Desde finales de 2020, al asumir la Dirección Ejecutiva de Fondo Agua Santo Domingo, amplí esa visión conectando sector privado y comunidades en una agenda compartida. Desde 2021 he coordinado un modelo de restauración y gobernanza hídrica que restauró más de 1,350 hectáreas y aporta una recarga estimada de 1.4 millones de m³ de agua al año. Ahí la equidad genera valor: desarrollar talento —especialmente de mujeres jóvenes—, fortalecer equipos y sostener decisiones transparentes que convierten tensiones sociales, económicas y ambientales en avances concretos.



Minería que construye valor compartido, con confianza

Asumí la presidencia de Barrick Pueblo Viejo con una convicción clara: el éxito no se mide solo por lo que se extrae, sino por lo que se construye alrededor. Ser la mujer más joven en ocupar esta posición me retó a liderar con rigor, empatía y resultados.

Vengo de 16 años de formación en el mundo legal y corporativo en Jiménez Peña, y mi entrada a Barrick como gerente Legal marcó un giro: en pocos meses, crecí hacia la Dirección Ejecutiva de Asuntos Gubernamentales para Centroamérica y el Caribe, y hoy conduzco una operación clave para la región. Antes incluso de este rol, mi liderazgo se probó en una de las conversaciones más complejas: participé como pieza clave en la comisión de alto nivel que alcanzó el acuerdo histórico de reasentamiento

para la expansión de la mina, con una inversión social superior a RD\$20,000 millones. Para mí, la equidad que genera valor ocurre cuando el diálogo transparente desbloquea decisiones difíciles, evita conflictos y protege la estabilidad del país.

Dirijo con “puertas abiertas” y confianza radical: estructuras claras y “dejar ser” a especialistas de clase mundial. Gestionamos una fuerza laboral de más de 7,000 colaboradores entre directos y contratistas, y sostenemos un motor económico que ha aportado más de US\$3,600 millones en impuestos al fisco. Como Global Shaper y miembro de la directiva de ANJE, impulso mentoría y visibilidad para que más mujeres y jóvenes rompan techos en STEM y liderazgo: mi legado es dejar el camino más allanado que como lo encontré.



Gisselle Valera
Presidenta, Barrick Pueblo Viejo



Jatna Tavárez
Presidente de Producciones Jatna

Comunicar con propósito es producir valor social

He aprendido que la equidad se construye cuando la comunicación abre oportunidades reales. En mis 40 años en medios, he sostenido una trayectoria basada en rigor, persistencia y un enfoque social, convirtiendo cada proyecto en una plataforma para conectar audiencias, instituciones y causas con resultados medibles.

Desde Producciones Jatna, he trabajado como presentadora, productora y maestra de ceremonias con una idea constante: dar contenido que aporte y eleve estándares. He conducido eventos internacionales y nacionales en escenarios de alta visibilidad —cumbres, congresos, ferias y producciones culturales— cuidando narrativa, precisión y reputación. Obtener la exclusiva mundial de la filmación de En el tiempo de las mariposas y documentar

el encuentro de las Hermanas Mirabal con el elenco en Veracruz fue un hito que confirmó el valor de contar historias con responsabilidad y alcance.

Mi compromiso con equidad que genera valor se expresa cuando la visibilidad se convierte en bienestar. Como primera Embajadora Nacional de UNICEF, participé en campañas y espacios que ponen a la niñez y la adolescencia en el centro. Acompañé Nado por los cinco continentes, cuyo cierre ante las Naciones Unidas llevó un mensaje global sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Desde 2013, soy embajadora de Sanar Una Nación, alianza que aporta en cinco años 100 millones de dólares en medicamentos y alimentos fortificados. Y en radio, con Aquí entre Nos, sostengo conversaciones que informan y movilizan.



Reputación y sostenibilidad con impacto medible

Lídero con una visión transformadora, colaborativa y anclada en valores. Tomo decisiones que buscan coherencia ética, movilizan equipos multidisciplinares y sostienen el desempeño con meritocracia y confianza, para multiplicar resultados con impacto y fortalecer la innovación desde la integridad.

Desde mi rol en Grupo Universal, he impulsado la integración de criterios ASG al negocio y la gestión estratégica de intangibles como reputación y sostenibilidad. Ese enfoque —convertir propósito en decisiones y decisiones en resultados— llevó al Grupo Universal a ocupar el primer lugar en el ranking MERCÓ del sector financiero en “Mejor Reputación” y “Responsabilidad ESG” en 2024 y 2025. Para mí, la equidad que genera valor se materializa cuando los criterios éticos, la transparencia y el desempeño se convierten en la base de cómo lideramos, evaluamos y avanzamos.

En situaciones complejas, he aprendido que la reputación se protege con hechos: integridad de la información, participación de las personas clave y foco humano sin perder firmeza institucional. En una crisis que exigió rapidez, sensibilidad y prudencia, alineamos criterios, evaluamos escenarios y comunicamos con claridad para reducir incertidumbre; el resultado fue fortalecer la confianza interna y consolidar una cultura donde integridad y trabajo en equipo son innegociables.

También he liderado la transformación hacia un modelo de triple impacto basado en el Sello B: diagnosticamos más de 50 brechas, rediseñamos procesos con equipos diversos y establecimos indicadores de mejora continua. Con ello, incrementamos en más de 40% el puntaje inicial en la Evaluación de Impacto B, estandarizamos políticas para el 100% de la plantilla y aumentamos en 10% la trazabilidad de métricas ambientales.



Christy Luciano

Vicepresidenta de Comunicación Corporativa y Sostenibilidad, Grupo Universal



Mariel Bera

Vicepresidenta de Relaciones Corporativas y Banca Responsable – Banco Popular Dominicano

Sostener el propósito con resultados que permanecen

Creo en un liderazgo guiado por la fe, la disciplina, la empatía y el trabajo honesto. Decido con datos y visión de largo plazo, cuidando siempre la ética y el impacto social. En mi rol, busco construir consensos y potenciar a otros, porque el valor sostenible se crea en equipo.

Desde el 2014, como vicepresidenta de área, lidero un equipo multidisciplinario comprometido con los valores institucionales y con la excelencia operativa. He orientado mi gestión en tres ejes: estrategia y sostenibilidad, reputación y confianza, y desarrollo de equipos; porque entiendo que la coherencia es la base de cualquier resultado que se sostenga en el tiempo. Impulso el Modelo Popular de Actuación

Sostenible, integrando de manera transversal pilares como Educación Financiera, Inversión Sostenible, Medioambiente y Cambio Climático, junto con criterios ASG, para que la sostenibilidad no sea un “programa”, sino una forma de operar y decidir.

Para mí, la equidad que genera valor se demuestra cuando las oportunidades se convierten en capacidades reales y medibles. En esa línea, destaco la formación de más de 630 jóvenes a través del programa de becas Excelencia Popular y la siembra de más de 1.3 millones de árboles, como expresión tangible de una visión que busca fortalecer confianza y reputación con resultados consistentes y de largo plazo.



Propósito que se traduce en gestión y resultados

Desde mi rol en el Banco Popular Dominicano, el cual fue galardonado con el Premio a la Excelencia Alejandro E. Grullón E, he desarrollado un liderazgo basado en servir con propósito y generar un impacto sostenible que nace de la colaboración, la coherencia y la autenticidad. Mi trayectoria también se fortaleció desde la presidencia número cuarenta y seis de ANJE, donde procuré abrir camino para que más mujeres ocupen espacios de decisión con determinación y confianza.

Durante mi gestión en ANJE impulsé una agenda enfocada en el desarrollo del talento joven, sustentada en estudios que revelan que solo un doce por ciento de los estudiantes

dominicanos elige carreras de alta empleabilidad como las STEAM. Este reto me motivó a promover iniciativas que conectan el aula con la empresa mediante alianzas entre sectores, programas de formación dual y mentorías femeninas. Dicho esfuerzo fortaleció la competitividad institucional y reiteró el valor del liderazgo orientado a resultados.

A lo largo de mi carrera he trabajado para desarrollar equipos que crecen, ascienden y permanecen gracias a una cultura que premia la integridad. Aspiro a que mi trayectoria inspire a otras mujeres a liderar con propósito y a demostrar que el liderazgo femenino impulsa el progreso sostenible del país.



Claudia Finke

Gerente de División del Área de Negocios Corporativos, Banco Popular Dominicano

Coherencia, rigor y narrativa país con impacto real

Mi visión de liderazgo femenino ha evolucionado hasta convertirse en una práctica diaria: construir desde la coherencia entre lo que comunico y lo que ejecuto. En mi trabajo, la firmeza convive con la empatía, y la estrategia se sostiene en disciplina y sensibilidad para tomar decisiones que importan.

Durante más de 15 años, mi trayectoria nace y crece desde el periodismo bilingüe, cubriendo temas políticos, sociales y sanitarios en contextos de alta complejidad. Ahí aprendí que informar con responsabilidad también es liderar: requiere rigor, serenidad y ética, incluso bajo presión. Esa experiencia definió mi forma de decidir: impacto, sostenibilidad y legado. No me interesa solo producir contenido; me interesa crear plataformas que trasciendan y eleven nuestras narrativas como país.

En 2023 lideré el documental Orgullo de Quisqueya, reconocido por el Senado del Estado de Nueva York y distinguido con la Medalla al Servicio Voluntario del presidente de Estados Unidos, como un punto de inflexión profesional. Desde entonces, mi foco ha sido contar historias que elevan identidad e inspiran más allá de fronteras: creé la serie Quisqueyanos Valientes, produzco Folklore sobre el carnaval dominicano y preparo estrenos para 2026, incluyendo un largometraje basado en hechos reales sobre la vida de Marileidy Paulino y Orgullo de Quisqueya Vol. II. En cada proyecto, desarrollo talento con mentoría práctica y delegación estratégica, abriendo oportunidades y elevando equipos: equidad que genera valor en resultados y legado.



Jessica Hasbun

Periodista y productora – Noticias SIN I
Productora – Postopia & Orgullo de Quisqueya



Transformar complejidad en legitimidad y valor sostenible

Lidero desde la estrategia y el rigor, con visión de largo plazo en entornos de alta complejidad. Para mí, el propósito se vuelve resultado cuando convierto incertidumbre en estructura, crisis en confianza y sostenibilidad en una ventaja competitiva medible para las organizaciones y su entorno.

He desarrollado más de 30 años de experiencia como abogada especializada en inversión extranjera, liderando procesos complejos en sectores clave de la economía dominicana: minería, infraestructura, energía, comercio exterior y grandes eventos internacionales. En mi trayectoria he participado en transacciones pioneras, estructurando operaciones de alto impacto económico y acompañando proyectos estratégicos que han marcado precedentes en el país.

Entre 2022 y 2023 encabezé la estabilización integral de una operación

minera en medio de una crisis regulatoria y laboral de alto perfil. En 12 meses restablecí la continuidad operativa tras una suspensión regulatoria y una huelga prolongada, y logramos el reconocimiento como la primera empresa minera carbono-neutral del país, fortaleciendo reputación ante comunidades, reguladores e inversionistas. En paralelo, lideré gestión de crisis —incluida la coordinación institucional durante el rescate de mineros atrapados bajo tierra— y procesos de negociación complejos.

También asumí la dirección ejecutiva del Mundial Femenino Sub-17 de la FIFA en la República Dominicana, articulando actores públicos y privados bajo estándares globales. Hoy, desde Clean Rivers Foundation, impulso alianzas público-privadas, educación ambiental y soluciones estructurales para la recuperación de ríos urbanos, con modelos de financiamiento sostenible.



Elizabeth Mena Fernández
CEO, Clean Rivers Foundation



Theresa Sullivan

Gerente General,
Gestiones Turísticas, SRL (Gestur)

Institucionalizar para crecer: excelencia que se sostiene

No creo en el éxito como una meta aislada; lo veo como la consecuencia de una visión sostenida en el tiempo. Hace más de 22 años fundé Gestur con la convicción de que en República Dominicana era posible construir una agencia de viajes con estándares internacionales, estructura sólida y cultura basada en valores.

Con los años entendí que liderar no es solo crecer, sino profesionalizar. Mientras muchos optaban por la informalidad, yo aposté por la institucionalidad: implementé procesos que nos llevaron a obtener las certificaciones ISO 9001 en Gestión de Calidad e ISO 27001 en Seguridad de la Información, convirtiéndonos en la primera agencia de viajes en el país en alcanzar ambos estándares. Más que un logro técnico, fue una transformación cultural: disciplina, trazabilidad, medición constante y mejora continua que elevó nuestra operación y fortaleció la confianza de nuestros clientes corporativos.

Hoy me defino como una líder estratégica y humana a la vez. Tomo decisiones con análisis y estructura, pero también con intuición y responsabilidad ética: firmeza con empatía, claridad sin perder sensibilidad, exigir excelencia sin dejar de acompañar. He atravesado momentos de incertidumbre en la industria turística y elegí fortalecer la estructura, comunicar con transparencia y diversificar estratégicamente, porque el liderazgo real se prueba bajo presión.

También he impulsado el desarrollo de talento femenino dentro de mi organización, promoviendo formación, liderazgo y oportunidades reales de evolución profesional: ver a colaboradoras convertirse en líderes seguras y preparadas es una de mis métricas más significativas de impacto. Y desde la presidencia del capítulo de Entrepreneurs' Organization en República Dominicana, promuevo conexión, aprendizaje continuo e intercambio honesto, convencida de que cuando el liderazgo encuentra espacios de confianza, el impacto se multiplica.



Liderar el lujo es elevar personas y servicio

Durante 19 años he crecido en la hotelería entre el Caribe y México, aprendiendo que la excelencia no se impone: se construye con cultura, disciplina y equipos sólidos. Mi liderazgo nace de escuchar, formar talento y responder con precisión a lo que el cliente valora.

Inicié en Marriott en 2007 como Coordinadora de Recursos Humanos en Courtyard Santo Domingo y, desde entonces, mi carrera ha estado guiada por la gestión de personas como palanca de resultados. En 2013 asumí la Gerencia de Recursos Humanos en Courtyard Aeropuerto Ciudad de México y, en 2015, regresé a República Dominicana como Directora inaugural de Recursos Humanos del Renaissance Jaragua Santo Domingo. En 2016 fui promovida a Gerente General del Courtyard Santo Domingo, y en septiembre de 2022

asumí mi segundo nombramiento como Gerente General del JW Marriott Santo Domingo, la única propiedad de lujo en el mercado de la ciudad.

Hoy lidero innovación y renovación para fortalecer el posicionamiento del hotel como referente regional, apoyándome en prácticas de desarrollo que elevan desempeño y colaboración. Esa visión también se traduce en impacto gremial: soy presidenta de la Asociación de Hoteles de Santo Domingo desde 2020 y miembro del Consejo de Responsabilidad Social de Marriott para el Caribe. Creo en una equidad que genera valor cuando se traduce en oportunidades reales de crecimiento, equipos más fuertes y experiencias memorables para nuestros huéspedes, respaldadas por indicadores internos de satisfacción.



Yudit García

General Manager
JW Marriott Santo Domingo



Vivian Acra

CEO, Marsh McLennan
República Dominicana

Liderar con propósito, integridad y visión estratégica

Me defino como una líder que toma decisiones colaborativas pero firmes, sustentadas en un análisis riguroso de riesgos y en la confianza en mi equipo. Para mí, el éxito no se limita al resultado financiero: se valida en el impacto positivo que generamos en las personas y en la sociedad, conectando riesgo, sostenibilidad e innovación.

Desde Marsh República Dominicana he trabajado para elevar estándares de reputación y experiencia del cliente. Uno de mis mayores orgullos ha sido posicionar a la organización como la empresa con mejor reputación corporativa dentro de la industria de corredores de seguro del país, reflejo directo de la confianza construida. Ese resultado proviene de estrategias concretas para fortalecer nuestra cultura organizacional y mejorar la experiencia, logrando que nuestros indicadores clave de satisfacción y retención se ubiquen entre los más altos de Latinoamérica.

También he impulsado el crecimiento del talento como una decisión estratégica de negocio. A través de programas para atraer recién graduados y nuestro Young Talent, integramos jóvenes con potencial y les damos una visión integral al interactuar con diversas áreas y líderes a nivel local y regional. Gracias a este enfoque, varios colaboradores han ascendido a posiciones de liderazgo, fortaleciendo la continuidad del negocio con profesionales comprometidos y capacitados. En entornos de alta volatilidad, mi brújula ha sido la integridad: transparencia, comunicación abierta con stakeholders y decisiones que protegen la confianza. Ahí es donde confirmo que la equidad genera valor: cuando desarrollar personas y sostener reputación mejora, de forma tangible, la resiliencia del negocio.



Gobernar con evidencia y convertir política pública en resultados

He asumido el liderazgo como una responsabilidad transformadora: convertir derechos en protección real y traducir decisiones públicas en cambios concretos. Mi estilo es orientado a resultados, con enfoque humano, basado en evidencia, planificación estratégica y trabajo colaborativo, con presencia activa en el territorio para asegurar ejecución y cercanía.

Mi vocación se consolidó en el ámbito legislativo, como diputada por la Circunscripción 5 del Distrito Nacional, donde impulsé iniciativas vinculadas a protección social, derechos de las mujeres y fortalecimiento institucional. Esa experiencia definió una convicción práctica: el éxito del servicio público se mide por instituciones que responden y por políticas que llegan, con trazabilidad, eficiencia y transparencia.

Uno de los logros más significativos que he liderado fue la consolidación

y fortalecimiento de Supérate como principal estrategia de protección social del país. Entre 2020 y 2025 fortalecimos los mecanismos de focalización y acompañamiento, alcanzando a más de 1.5 millones de hogares. En ese período, la pobreza monetaria se redujo de 29% en 2020 a 17.3% en 2025, y 380,000 personas culminaron su proceso dentro de los programas de subsidio tras superar su condición de vulnerabilidad.

También impulsamos la inclusión financiera con cerca de 700,000 personas bancarizadas digitalmente mediante pagos electrónicos y cuentas formales. En 2025 lideré la fusión entre ADESS y Supérate para reducir duplicidades, optimizar procesos, fortalecer controles internos y elevar la calidad del gasto público, ampliando la trazabilidad y la transparencia. Esa es mi forma de entender la equidad que genera valor: decisiones que protegen, pero también ordenan, eficientizan y abren autonomía.



Gloria Reyes
Ministra de la Mujer, República Dominicana

Lidero desde la empatía con claridad estratégica



Bredygy Disla
Directora de Asuntos Públicos, AES Dominicana | VP, Fundación AESDOM

Creo en un liderazgo femenino basado en la escucha consciente y la cercanía; lidero desde el amor, con integridad y capacidad real de movilizar a otros hacia un propósito común. Mi estilo es un pensamiento sistémico —desde mi formación en sostenibilidad, negocios y psicología— con una sensibilidad humana que prioriza bienestar y coherencia ética.

A lo largo de mi trayectoria he buscado que la equidad genere valor en lo cotidiano: decisiones participativas, conversaciones difíciles sostenidas con serenidad y un enfoque reputacional que protege la licencia social para operar. En comunidades donde AES y sus empresas relacionadas tienen presencia —dos plantas de gas natural, dos gasoductos, cuatro parques de energía renovable y una operación a base de carbón mineral— he contribuido a transformar el marco de conversación, reduciendo quejas e inconformidades hacia la compañía en un promedio anual de -3%. También

he tenido bajo mi responsabilidad la organización de 11 vistas públicas locales y dos internacionales en Panamá para la permisología de nuevos proyectos, todas realizadas con éxito.

En comunicación y reputación, he impulsado un giro medible: llevar el ranking de noticias sobre la empresa desde un 95% de cobertura negativa reportada desde 2003, hasta promedios de 98% de noticias positivas de forma consistente en la última década. Y cuando toca gestionar alta sensibilidad, actúo con transparencia y rigor: diagnóstico rápido de riesgos, mensajes unificados con datos verificables y coordinación de vocerías para preservar confianza. Esa misma lógica guía mi apuesta por la transición energética: traducir lo técnico a un relato comprensible, integrar comunicación, sostenibilidad y asuntos públicos, y fortalecer el relacionamiento con stakeholders para acompañar inversiones e infraestructura con legitimidad.



Coherencia y talento como motores del cambio

Ejercer una función pública es, para mí, un compromiso que trasciende el cargo. La visibilidad no es un privilegio vacío: es una oportunidad para generar valor colectivo desde la coherencia, el conocimiento y la responsabilidad.

Con 21 años de experiencia en regulación financiera, mercado de valores, gobierno corporativo y prevención del lavado de activos, he trabajado en la construcción de culturas de cumplimiento y en el fortalecimiento institucional desde distintos frentes. Fui coordinadora del sistema nacional contra el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo entre 2020 y octubre de 2022, representando al país ante instancias internacionales como GAFI, la OEA y el Grupo Egmont, donde

ejercí la vicepresidencia de un grupo de trabajo. Hoy, desde el Consejo Directivo de ProCompetencia, continúo aportando a la consolidación de marcos regulatorios que promuevan transparencia, competencia efectiva y confianza en los mercados.

Creo en una equidad anclada al talento. Por eso impulso la democratización del conocimiento, la mentoría y el acceso real a posiciones de liderazgo. La credibilidad se construye desde el autoconocimiento, valores no negociables y apertura al aprendizaje continuo. La resiliencia —junto a la confianza en Dios, en los demás y en mí— ha sido clave para transformar cada reto en una plataforma de crecimiento sostenible.



María Elisa Holguín

Miembro del Consejo Directivo de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (ProCompetencia)

Estrategia pública con propósito y resultados sostenibles

Soy economista egresada de la PUCMM, con maestría en Finanzas Corporativas (INTEC), y 24 años de experiencia ejecutiva en economía y planificación estratégica, con énfasis en turismo sostenible, innovación, comercio internacional y finanzas. Mi trabajo se ha enfocado en convertir visión en rutas de ejecución que mejoren capacidades institucionales y generen valor medible.

He liderado desde espacios donde la estrategia no es un documento: es una decisión diaria. Hoy, en Promipyme, dirijo planificación estratégica, desarrollo y gestión internacional (diciembre 2023–actual), con foco en articular prioridades, fortalecer capacidades y construir alianzas que amplíen oportunidades para las MIPYMES. Paramí, “equidad que genera valor” se prueba cuando las políticas y los planes se traducen en acceso, productividad y mejor desempeño del

ecosistema emprendedor: [métrica/ resultado por confirmar].

Antes, desde la academia, fui Directora Académica de la carrera de Turismo en UNIBE (abril 2021–mayo 2025), conectando formación con realidad sectorial y estándares de competitividad. Y en el ámbito país, contribuí a impulsar agenda y coordinación: fui Directora Ejecutiva Adjunta de ProDominicana (2017–2020) y, previamente, Coordinadora Sectorial en el Consejo Nacional de Competitividad (2008–2017), donde supervisé el capítulo de Turismo e Innovación del PNCS y apoyé el desarrollo del modelo de clústeres turísticos. Esa combinación—gestión pública, sector y conocimiento—me ha permitido sostener decisiones que abren camino, elevan equipos y convierten retos en avance con impacto verificable.



Tamara Vásquez Sosa

Directora de Planificación Estratégica, desarrollo y gestión internacional del Consejo Nacional de Promipyme

Cultura de servicio que convierte personas en resultados

En República Dominicana he visto cómo, tras la pandemia, transformar dejó de ser opcional y pasó a ser supervivencia. Por eso mi trabajo como consultora, coach, mentora y formadora en Experiencia del Cliente, Liderazgo de Servicio, Innovación y Transformación Digital se enfoca en una idea práctica: poner a las personas en el centro para sostener el negocio con calidad, coherencia y ejecución.

Acompaño a profesionales, PyMEs y corporaciones desde un enfoque estratégico que llamo Triángulo C3: Calidad, Cultura y Capital Humano. Lo implemento aterrizando filosofía y propósito en procesos medibles y documentados, porque sin base de calidad es difícil que la tecnología—incluida la IA—genere valor real. Cuando la organización entiende el “por qué” y lo traduce en estándares, protocolos y formación continua, la experiencia del

colaborador se fortalece y la experiencia del cliente se vuelve consistente. Ese es mi punto de equidad que genera valor: desarrollar liderazgo y capacidades en mandos medios para elevar la entrega del equipo completo y abrir oportunidades de crecimiento para más personas.

He comprobado que el liderazgo de servicio se construye con ejemplo y con tres “C” que sostienen la cultura: conciencia, capacitación y coherencia. También he visto que el mayor desafío es dejar de centralizar: abrirse a acompañamiento, definir estrategia centrada en el cliente y sostener un plan de desarrollo de talento. La IA, bien usada, democratiza conocimiento y personaliza el aprendizaje; pero la diferencia sigue estando en el trato humano—personas tratando con personas—y en una integridad que se nota en el día a día.



Arlette Almánzar

Fundadora y CEO
Academia Excelsa en Experiencias CX

Talento que crece, resultados que se sostienen

Lidero desde la convicción de que el éxito empresarial se construye con personas que evolucionan. Por eso, mi foco ha sido crear entornos donde el desarrollo individual y los objetivos del negocio avancen juntos, con decisiones rigurosas, escucha activa y visión de largo plazo.

Liderar, para mí, es habilitar espacios donde el talento humano puede crecer mientras la empresa logra resultados y consolida un crecimiento sostenible. Me defino como una líder cercana, estratégica y orientada a resultados: analizo con rigor, escucho antes de decidir y priorizo lo que fortalece la cultura, la colaboración y la ejecución. En Gestión Humana, traduzco la equidad que genera valor en prácticas concretas: oportunidades reales, procesos claros, desarrollo y movilidad interna que elevan el desempeño sin sacrificar el propósito.

En los últimos tres años, lideramos una transformación profunda dentro de la organización, con mejoras medibles:

aumentamos la productividad y elevamos el índice de satisfacción interna por encima del 90%. Ese avance fue posible al consolidar procesos más ágiles y colaborativos, que optimizaron la forma en que los equipos trabajan y se relacionan. En paralelo, impulsé un programa estructurado de desarrollo de talento, con escuelas técnicas in house, alianzas con politécnicos e iniciativas de primer empleo. Como resultado, cerca del 20% de las posiciones técnicas han sido cubiertas mediante promoción interna, abriendo rutas de crecimiento y fortaleciendo la cultura deseada.

En escenarios complejos que impactan reputación y marca empleadora, he priorizado una comunicación transparente e inclusiva, con decisiones alineadas a principios y valores. Ese enfoque sostuvo la confianza y permitió mantener indicadores de clima y cultura por encima de estándares observados en muchas empresas de República Dominicana, mientras avanzábamos en una transformación cultural basada en alineación estratégica, liderazgo humano y participación activa.



Lissa Álvarez Velázquez

Director Gestión Humana, Planeta Azul

MILÉE

COLLECTION

Supra-reciclaje textil para reducir residuos y crear valor en RD

RETO / MATERIALIDAD

En República Dominicana enfrentamos un reto estructural: no producimos textiles a escala industrial, pero sí importamos grandes volúmenes de prendas y uniformes. Cuando estos pierden su uso, el país carece de infraestructura sólida para su reciclaje. El resultado: excedentes textiles acumulándose en vertederos.

Desde **MILÉE COLLECTION**, entendemos que la solución no es producir más, sino maximizar al 100% lo que ya entra al país. El supra-reciclaje (upcycling) es hoy la respuesta más efectiva porque no depende de procesos industriales complejos, reduce residuos de inmediato y convierte el desperdicio en valor económico y creativo. Nuestra visión es clara: si no tenemos una textilera tradicional, podemos convertirnos en una textilera de materiales recuperados, donde los excedentes se clasifican, rediseñan y vuelven al mercado con mayor valor.

ACCIÓN

Operamos bajo un modelo circular con cuatro etapas: Acopio: Recuperamos jeans y uniformes corporativos discontinuados a través de nuestro centro de acopio y alianzas institucionales. Clasificación técnica: Evaluamos cada pieza por tipo de tejido, desgaste y potencial de transformación para optimizar su rendimiento. Diseño circular: Diseñamos a partir del material disponible, aplicando patronaje adaptativo y construcción modular para maximizar cada centímetro textil. Producción: Desarmamos, reconstruimos y reconfiguramos las piezas mediante técnicas de patchwork

estructural y ensamblaje estratégico. Este proceso es liderado por la dirección creativa de Mildred Veras y ejecutado en colaboración directa con todo el personal de mi taller en Milée, y en ocasiones puntuales se integra mano de obra de mujeres en vulnerabilidad para fomentar el impacto social de la marca y generar inclusión económica a las mismas.

MÉTRICAS CLAVE

1,252 jeans recuperados para nuevas colecciones.

1,259 uniformes corporativos reincorporados como textiles promocionales.

3,137 libras de residuos textiles desviados de vertederos.

+9 millones de litros de agua evitados, considerando el impacto hídrico promedio del denim.

GOBERNANZA Y CADENA DE VALOR

Nuestra operación se apoya en un sistema de acopio propio y alianzas institucionales para recuperar uniformes corporativos discontinuados, además de un proceso interno de clasificación técnica que permite trazabilidad por tipo de tejido y potencial de transformación. La cadena de valor se fortalece con la colaboración del equipo del taller y, en ocasiones puntuales, con la integración



de mujeres en condición de vulnerabilidad para ampliar el impacto social e impulsar inclusión económica.

APRENDIZAJES REPLICABLES

La sostenibilidad escala desde la logística del material, no solo desde el diseño.

La clasificación técnica mejora eficiencia y reduce desperdicio en producción.

Planificar colecciones según inventario recuperado habilita consistencia y control.

PRÓXIMO HITO

En los próximos 6-12 meses, estandarizar el sistema de acopio y reutilización para crear dos líneas de valor: materia prima para nuestras colecciones y venta de material recuperado "raw" para otros diseñadores y talleres, evolucionando hacia un ecosistema de recuperación textil en República Dominicana.

Green Leaders: Sección editorial multicanal para empresas que desean dar a conocer avances reales en sostenibilidad: iniciativas, metas, métricas y aprendizajes. Historias claras, verificables y útiles para otras organizaciones.




RESOLTO

Cuando las luces se encienden y el primer acorde rompe el silencio, el público ve a un artista en escena. Pero detrás de ese instante —milimétricamente coreografiado— existe un universo de decisiones, coordinación, técnica y liderazgo que sostiene lo imposible: un concierto a gran escala, una premiación impecable, un festival que funciona como una ciudad temporal, o una noche íntima en teatro donde cada detalle cuenta. Ese universo tiene nombre: producción. Y cada vez con más fuerza, también tiene rostro de mujer.

Durante años, la industria del entretenimiento ha sido liderada, en su mayoría, por hombres. No solo desde los escenarios y las tarimas, sino especialmente en los espacios de mando: dirección técnica, producción general, stage management, rigging, audio, iluminación, logística, transporte, seguridad, coordinación de camerinos, hospitality y manejo de equipos. Sin embargo, el cambio ya está en marcha. Y no es un cambio simbólico: es un cambio real, visible y medible.

Ellas hacen que el show suceda

Mujeres al frente de la producción que mueve la industria del entretenimiento

Hoy, las mujeres están ocupando roles estratégicos en el corazón operativo de los espectáculos. Están liderando crews, diseñando planes de montaje, negociando cronogramas imposibles, tomando decisiones en tiempo real bajo presión y construyendo equipos más eficientes, diversos y creativos. La evolución no ocurre porque “se les está dando espacio”; ocurre porque han demostrado —una y otra vez— que su liderazgo aporta valor tangible: orden, visión, sensibilidad en la gestión humana, capacidad de anticipación y una disciplina operativa que eleva el estándar.

● El liderazgo invisible que sostiene lo extraordinario

En producción, el éxito casi nunca se nota. Cuando todo sale bien, parece “natural”. Y esa es, precisamente, la señal de una gran productora, una gran stage manager o una gran jefa de crew: convertir lo complejo en algo que fluye. La diferencia es que, cuando ese liderazgo está en manos de mujeres, además de excelencia técnica, muchas veces



hay un componente que transforma el ambiente: un estilo de gestión que integra, cuida y exige al mismo tiempo.

En espectáculos, el margen de error es mínimo. Los tiempos son estrictos, los presupuestos se tensan, los imprevistos aparecen. Y ahí, en el lugar donde se toman las decisiones sin aplausos, el liderazgo femenino ha sido un factor determinante para elevar procesos, profesionalizar equipos y fortalecer la cultura laboral dentro de una industria que históricamente ha sido dura, competitiva y poco amable con la inclusión.

● **La inclusión no es tendencia: es futuro**

El crecimiento de mujeres en la industria no es una moda. Es una necesidad de evolución. Los grandes eventos requieren equipos diversos por una razón simple: la diversidad mejora la toma de decisiones. Aporta más perspectivas, reduce sesgos operativos, impulsa innovación y eleva la capacidad de respuesta. Y cuando hablamos de festivales, conciertos multitudinarios o premiaciones internacionales, esa capacidad de respuesta es la diferencia entre un éxito y un problema.

Por eso, hablar del rol de la mujer en entretenimiento no debe limitarse a visibilidad en tarima o frente a cámaras. Debe enfocarse en el terreno donde se construye el



espectáculo: el crew, el staff, la producción. Porque ahí está el verdadero motor de esta industria.

● **Resoltord: portavoces y propulsores del crew femenino**

En Resoltord (Resoltord RD) asumimos un compromiso claro: ser portavoces y propulsores de equipos de crew staff compuestos por mujeres. No como un gesto superficial, sino como una apuesta estratégica por el talento. Creemos que impulsar la participación femenina en producción técnica y operativa no solo abre oportunidades: eleva la industria.

Nuestra visión es concreta: crear más espacios donde las mujeres no solo participen, sino lideren. Donde se formen, se certifiquen, se integren a equipos de alto rendimiento y puedan crecer en roles que tradicionalmente les fueron negados o limitados. Desde la coordinación de producción hasta áreas técnicas especializadas, el talento está. Lo que ha faltado, muchas veces, es acceso, confianza, oportunidad y representación.

En Resoltord, trabajamos para que esa ecuación cambie.



● **Cuando ellas suben, la industria sube**

El entretenimiento es emoción, cultura y economía. Mueve turismo, marca país, genera empleo y crea memoria colectiva. Pero para que exista, necesita una base profesional sólida. Y esa base se fortalece cuando más mujeres entran, permanecen y ascienden en la industria.

Porque cada mujer que lidera un montaje abre camino para otra.

Cada crew manager que se gana su lugar cambia el estándar.

Cada técnica que entra a un show y entrega excelencia amplía lo posible.

El futuro de la producción en conciertos, teatro, premiaciones y festivales será cada vez más colaborativo, profesional y diverso. Y en ese futuro, las mujeres no serán "la excepción": serán parte esencial del método.

En un sector donde la grandeza se mide en decibeles, pantallas y multitudes, hay un dato que merece ser celebrado con la misma fuerza:

Ellas hacen que el show suceda. Y cada vez más, lo están dirigiendo.

EL PODER DE UNA VISIÓN: EL LIDERAZGO FEMENINO QUE MUEVE A REID & COMPAÑÍA Y AUTOCAMIONES

Premium Content



En el panorama empresarial de la República Dominicana, pocas historias son tan inspiradoras como la de Reid & Compañía y Autocamiones. Lo que comenzó hace más de 78 años como un referente del sector automotriz, hoy se alza como un bastón de liderazgo femenino, donde la tradición familiar y la modernidad estratégica se encuentran para marcar el rumbo de marcas como Chrysler, Jeep, Dodge, RAM, Maserati e Isuzu.

● Las cabezas de la organización: Legado y ejecución

La Sra. Georgia Anne Reid y la Sra. Clara Reid de Frankenberg lideran Autocamiones y Reid & Compañía, continuando el legado del Dr. Donald J. Reid Cabral, uno de los fundadores de las empresas. Su gestión conjunta asegura la permanencia de los valores fundacionales y el liderazgo estratégico del grupo en el sector comercial y de carga.

Como motor ejecutivo de ambas corporaciones, la CEO Diana Ramos desempeña un rol transformador. Su capacidad para unificar la operación de ambas empresas bajo una estrategia de eficiencia y crecimiento ha sido el catalizador que mantiene a estas organizaciones a la vanguardia de un mercado altamente competitivo.

● Un gabinete de expertas en Áreas Críticas

La solidez operativa de estas empresas se sustenta en un equipo gerencial compuesto por mujeres de altísimo perfil profesional:

● **Desarrollo Humano:** La Sra. Clara Santa Cruz, Directora de Desarrollo Humano, lidera la estrategia de formación y bienestar, asegurando que el capital humano sea el activo más cuidado.



- **Dirección Financiera:** La Sra. Karen Frómeta, Gerente Senior Financiera, maneja con precisión los recursos, garantizando la salud económica necesaria para la expansión y estabilidad.

- **Gerencia de Proyectos y Mercadeo:** La Sra. Sophia Reid Frankenberg, Gerente Senior de Proyectos y Mercadeo, es la mente detrás de la innovación y el posicionamiento de marca, conectando las necesidades de los nuevos tiempos con la esencia de las empresas.

- **Equidad en todos los niveles: Del Taller de la Gerencia**

Lo más destacable de este modelo de gestión es que el liderazgo femenino no se detiene en la alta dirección; permea cada rincón de las empresas. Estas organizaciones han roto barreras tradicionales al colocar a mujeres en posiciones operativas y técnicas, incluyendo supervisoras de taller que lideran equipos mecánicos con maestría.

Asimismo, departamentos neurálgicos como las Gerencias de Cumplimiento, Créditos y Cobros, Compras, Mercadeo, y Procesos y Calidad están encabezados por mujeres, asegurando una atención al detalle y una ética de trabajo que define el estándar de servicio de Reid & Compañía y Autocamiones.

- **Un modelo de gestión integral**

Bajo el liderazgo de figuras como Clara Reid de Frankenberg, Georgia Anne Reid y Diana Ramos, las empresas han demostrado que la excelencia no tiene género, pero sí tiene una sensibilidad particular: la de liderar con propósito. Reid & Compañía y Autocamiones no solo entregan llaves de vehículos; entregan el respaldo de una organización que cree en el talento, la equidad y el desarrollo de la República Dominicana.



Hacer visible lo que sostiene el negocio

“Lo que no se ve —la confianza, la percepción y la estrategia de fondo— es lo que finalmente determina el éxito y la trascendencia de un líder.”

Vielka Guzmán

Estratega en Gestión de Intangibles,
Consultora boutique (Backstage Shadowing)

Con 25 años de trayectoria en el mundo corporativo y roles de decisión en multinacionales, Vielka Guzmán ha convertido la gestión de intangibles en una disciplina práctica para líderes que necesitan sostener reputación, legitimidad y crecimiento en entornos complejos. Su recorrido incluye una década liderando Asuntos Públicos y Comunicación en The Coca-Cola Company para la región Caribe, la Dirección de Valor Compartido en CEPM (Grupo InterEnergy) y cinco años en Barrick Pueblo Viejo, experiencias que la entrenaron en el “detrás de cámaras” donde se negocian percepciones, se alinean intereses y se blindan riesgos.

Al cumplir 50 años, dio el paso a la independencia profesional y trasladó ese conocimiento del ecosistema corporativo a una consultoría boutique especializada en Gestión de Intangibles, con un modelo propio de acompañamiento: “Backstage Shadowing”, diseñado para trabajar junto a líderes y organizaciones de alto nivel en tiempo real, fortaleciendo decisiones, narrativa y posicionamiento sin ruido, con método y estrategia.

Su filosofía se sintetiza en tres ejes que hoy definen su propuesta de liderazgo y su aporte a She Leads: Empresarias & Ejecutivas: Voz, Valor y Visibilidad. Voz, para construir una narrativa auténtica, coherente y con autoridad; Valor, para gestionar la reputación como un activo crítico de sostenibilidad del negocio; y Visibilidad, para lograr una presencia estratégica e intencional ante grupos

de interés clave. En conjunto, estos pilares convierten la comunicación en un sistema de dirección: no como piezas sueltas, sino como una arquitectura que sostiene confianza, alinea expectativas y habilita influencia.

El impacto de su trabajo se amplifica con alcance regional y alianzas estratégicas. Como consultora asociada de CCA Business Strategy (Costa Rica), firma especializada en asuntos públicos y riesgos regulatorios, ha liderado mapeo de riesgos y gestión de asuntos públicos en el Caribe para marcas globales en sectores como salud, medios de pago y alimentos. Ese recorrido le permite operar con perspectiva multinivel —empresa, Estado, comunidades y reguladores— y acompañar a líderes que necesitan convertir complejidad en decisiones consistentes y sostenibles.

Vielka representa el liderazgo que transforma porque entiende que el crecimiento real no depende solo de resultados visibles, sino de lo que los hace posibles: legitimidad, reputación, coherencia y estrategia de fondo. Su propuesta eleva el estándar de liderazgo femenino en la región al demostrar que lo intangible puede y debe gestionarse con intención: “convertir la comunicación en un activo estratégico que fortalezca lo que no se ve, pero lo sostiene todo”. En el ecosistema She Leads, su historia funciona como una guía aplicable: liderar desde la claridad, blindar valor con reputación y construir visibilidad con propósito.

Liderazgo femenino al frente de los Negocios de Asociación Cibao

Rebeca Meléndez

Vicepresidenta ejecutiva de Negocios

En los últimos años, Asociación Cibao vive una transformación que se refleja tanto en la fortaleza de sus resultados como en una cultura más conectada, cercana y orientada al cliente. Este proceso ha sido el resultado de una visión institucional clara, impulsada desde la alta dirección y articulada por el equipo del área de Negocios, bajo la coordinación de la vicepresidenta ejecutiva, Rebeca Meléndez, quien ha contribuido a fortalecer la ejecución de este rumbo estratégico.

De acuerdo con la ejecutiva, el área de Negocios ha evolucionado hacia un modelo más especializado, segmentado y alineado con las necesidades de un mercado diverso. La reorganización de equipos comerciales y de apoyo, junto con la modernización de la propuesta de valor, ha permitido ofrecer soluciones más pertinentes para personas y empresas. Esta transformación no responde solo al liderazgo de una persona, sino a un trabajo conjunto donde la estrategia institucional, las capacidades técnicas y el compromiso del equipo convergen para generar un impacto sostenible.

La visión de poner a las personas en el centro ha sido un eje transversal. La mejora continua de la experiencia, la incorporación de nuevas modalidades de productos y la profundización de las relaciones han fortalecido el posicionamiento del área como un componente estratégico dentro de la Asociación Cibao. Este enfoque reafirma que la eficiencia y la calidez pueden coexistir cuando el propósito institucional es claro.

En la práctica, esto significa que cada asociado recibe soluciones más oportunas, un trato más cercano y una experiencia diseñada para acompañar sus metas en cada etapa de la vida.

Dentro de este proceso, la labor de Meléndez se enfoca en promover un liderazgo basado en la escucha, la coherencia y la corresponsabilidad, fomentando entornos colaborativos donde cada integrante entiende su aporte y su impacto. Ella destaca, sobre todo, la ética, el compromiso y la adaptabilidad del equipo, rasgos que se han convertido en sello distintivo del área de Negocios.

Los desafíos del entorno como la transformación digital, expectativas cambiantes y un marco regulatorio más exigente han requerido mayor innovación y agilidad. En respuesta, el área ha fortalecido la omnicanalidad, ampliado su alcance y contribuido activamente a la visión institucional de una Asociación Cibao multisegmento y multiservicios, capaz de acompañar a una sociedad en evolución.

Para Meléndez, formar parte de este proceso no solo implica aportar liderazgo, sino también aprender, asumir nuevos retos y seguir construyendo junto al equipo. Su motivación se alinea con la misión institucional: crear valor sostenible y fortalecer relaciones de confianza para garantizar un crecimiento que perdure y beneficie a las personas, las familias, las empresas y al país.

En sus palabras, si algo ella ha aprendido de este proceso es "la reafirmación de que la preparación, la coherencia y la capacidad de escuchar son claves para tomar decisiones firmes y generar impacto sostenible. Que el liderazgo no se impone, se construye con credibilidad, resultados y propósito". Pues como mujer, asumir espacios de decisión también implica abrir camino, demostrar que la diversidad en la alta dirección fortalece las organizaciones y genera impacto positivo.

Más que emprender: liderar el propio modelo de crecimiento

Luz González

Mentora estratégica de negocios
CEO Real Founders

Luz González es una emprendedora y estratega de crecimiento que ha convertido la experiencia de acompañar founders en un modelo escalable con impacto medible. Economista de formación, con un Máster Executive en Responsabilidad Social Corporativa con especialidad en Innovación Social, su trabajo se ha enfocado en un punto crítico del emprendimiento actual: crear negocios digitales sostenibles sin desconectar la ejecución de la identidad y el bienestar del líder.

Desde 2011 acompaña a founders, marcas, startups y organizaciones que buscan “diseñar su propio modelo de crecimiento” y no simplemente encajar en el guion tradicional del éxito. Su foco principal está en founders de marcas personales con modelos digitales escalables dentro de la industria del conocimiento, que ya han probado tracción y necesitan el “siguiente nivel” con más alineación interna, claridad y consistencia.

Esa trayectoria se respalda en hitos verificables: participó en el equipo organizador de Startup Weekend Santo Domingo (Techstars) y fundó CoworkingDo, primer espacio colaborativo dedicado a startups en República Dominicana, donde se ejecutó uno de los primeros procesos de preaceleración del país apoyando a más de 20 startups. Ha sido consultora y mentora en programas de incubación y aceleración (incluyendo iniciativas corporativas y bancarias), entrenando founders para pitch de inversión y acompañando procesos de validación y escalamiento.

En 2025 formaliza su propuesta como empresa: Real Founders, un ecosistema que integra mentoría estratégica,

coaching para founders y programas de incubación/aceleración. Sus resultados reportados incluyen una incubadora con 2 cohortes y 12 fundadores, y un servicio de acompañamiento tipo “equipo gerencial estratégico” con 4 clientes. A la fecha, su impacto agregado declara 20 programas diseñados/implementados/liderados, más de 900 estudiantes o miembros en programas creados para fortalecer emprendimientos (especialmente de mujeres), más de 1,000 negocios acompañados directamente y más de 7,000 emprendedores impactados a través de programas, conferencias e iniciativas.

Su diferenciador es metodológico: el Founders Canvas, framework propietario

que redefine el diseño de negocios poniendo al founder como “fuente” del sistema e integrando identidad, visión, estructura, estrategia, bienestar y ejecución alineada. Esta filosofía también se refleja en su libro “El Reality Check: la nueva forma de fundar negocios” y en experiencias presenciales como el evento “El Reality Check”, realizado con 100 emprendedores.

En el ecosistema de ADN Emprendedor, Luz representa tracción real aplicada a una tesis clara: el negocio sostenible no es solo estrategia; es diseño consciente, ejecución constante y un founder capaz de sostener el crecimiento sin perder el centro.



LIDERAR CON PROPÓSITO: LA NUEVA DEFINICIÓN DEL ÉXITO EQUIDAD QUE GENERA VALOR

Yoneice Pineda

CEO de Espacioalma.com | Presidenta de AMPI

Durante mucho tiempo me hablaron del éxito como si fuera una sola cosa: números. Facturación, expansión, márgenes. Y sí, importan. Pero con los años —y con el privilegio de acompañar empresas, comunidades y organizaciones tanto en República Dominicana como en Europa— entendí que esa fórmula, por sí sola, se queda corta.

Una empresa puede crecer y, aun así, perder lo esencial: su gente, su cultura, su reputación y su capacidad de innovar. Cuando eso ocurre, el crecimiento se vuelve frágil. Por eso, para mí, la equidad no es un gesto para “verse bien”. Es una decisión estratégica. Una forma de competir mejor.

Cuando las mujeres deciden, el negocio mejora

No lo digo desde lo inspiracional, sino desde lo observable. Cuando el liderazgo femenino participa de verdad en la toma de decisiones —no solo en la foto o en el organigrama— cambian cosas muy concretas: cómo se retiene talento, cómo se diseña un producto, cómo se gestiona una crisis y cómo se construye confianza con el mercado.

Y lo más importante: se puede medir. Hoy “hablar de igualdad” ya no alcanza. Las organizaciones necesitan evidencias, procesos e indicadores. Porque el liderazgo no se demuestra por lo que se declara; se demuestra por lo que transforma.

● Tres historias que me gustan porque se sostienen en resultados

● 1) Cultura que retiene talento (y eso impacta productividad).

En una empresa de servicios financieros, integrar mujeres en puestos directivos vino acompañado de flexibilidad real y ajustes culturales. El resultado fue claro: la rotación bajó de 38% anual a 17% en 12 meses, con +22% en productividad y +30% en satisfacción del equipo. Cuando las personas se sienten valoradas, se comprometen más. Y eso también es rentabilidad.

● 2) Innovación con diversidad (porque mirar distinto abre oportunidades).

Una pyme tecnológica creó un comité femenino con influencia en decisiones de producto. No fue “una voz más”: amplió el radar del negocio. Aparecieron nuevas líneas dirigidas a mujeres consumidoras, crecieron +40% las ventas en ese segmento y se abrieron dos mercados regionales. La diversidad, cuando tiene peso real, mejora el portafolio.

● 3) Reputación que abre puertas (y puertas que traen capital).

Una empresa agroindustrial implementó políticas de equidad salarial y visibilizó liderazgo femenino. El impacto fue reputacional y estratégico: nuevos

acuerdos internacionales y acceso a fondos alineados con criterios ESG. En un mercado donde la confianza vale, la equidad no es cosmética: es acceso.

● Liderar con propósito no es “ser buena persona”. Es liderar mejor.

He comprobado que cuando el liderazgo incorpora humanidad, el negocio no se debilita: se fortalece. Muchas mujeres líderes solemos aportar capacidades que hoy son ventaja competitiva: escucha activa (evita errores caros), colaboración (acelera implementación), decisiones con impacto (construyen confianza) y visión de largo plazo (sostiene el crecimiento).

● Mini-playbook: cinco pasos para empezar mañana

Medir primero: brecha salarial, participación femenina por niveles, rotación y promociones.

Poner mujeres donde se decide: voz y voto en comités estratégicos (producto, finanzas, operaciones, talento).

Flexibilidad inteligente: modelos híbridos, metas claras, evaluación por resultados.

Mentoría interna: mujeres líderes acompañando nuevas generaciones con transferencia real de habilidades.

Comunicar avances con datos: reputación bien gestionada, con logros y próximos pasos.

● La nueva definición del éxito, para mí

Hoy el éxito empresarial no es solo crecer. Es crecer dejando huella positiva. Es construir organizaciones más humanas y, precisamente por eso, más fuertes y resilientes. Yo elijo un liderazgo que no separa propósito de resultados, porque he visto que cuando la equidad se toma en serio, el negocio mejora.

La equidad no es simbólica. Es estrategia. Y cuando se ejecuta con intención, genera valor. Ese es el futuro del negocio. Y ese es el liderazgo que elijo cada día.



SER MUJER Y LÍDER HOY

Linandra Javier

Psicóloga clínica, especializada en intervención en crisis y traumas, con formación en manejo de estrés y ansiedad

in @linandrajavier

Hablar de liderazgo es hablar de decisiones, de visión y de la capacidad de sostener procesos incluso cuando aparecen preguntas sin respuesta. Ser líder va mucho más allá de ocupar un cargo; es convertirse en un guía. Y liderar hoy siendo mujer implica hacerlo en un mundo complejo, cambiante y atravesado por estructuras, expectativas y roles que no siempre fueron pensados desde la equidad.

El liderazgo tiene múltiples vertientes, pero cuando hablamos del liderazgo ejercido por mujeres en el mundo empresarial no hablamos de una etiqueta decorativa o de fácil acceso. Hablamos de trayectorias construidas a partir de romper esquemas tradicionales, enfrentar miedos propios, cuestionar estructuras obsoletas, desafiar tabúes culturales y transformar modelos que ya no responden a las necesidades actuales de las organizaciones para construir empresas, equipos y proyectos sostenibles. Trayectorias que no siempre han sido lineales, pero sí profundamente formativas.

Durante mucho tiempo, el concepto de liderazgo estuvo asociado casi exclusivamente a modelos masculinos de autoridad y jerarquía. No porque las mujeres no lideraran, sino porque sus formas de hacerlo no eran reconocidas como tales. Decir “liderazgo femenino” hoy no es separar ni excluir, es visibilizar una conquista que se ha ganado a pulso. Y aunque admiro profundamente a muchos hombres y su manera de liderar, es importante reconocer que existen visiones distintas, formas diferentes de ejercer el poder y de comprender el impacto.

Aspiramos a entornos donde mujeres y hombres no compitan por el liderazgo, sino que lo construyan desde la equidad. Porque cuando eso ocurre, las organizaciones funcionan mejor. No es una opinión, es un dato. Estudios internacionales han demostrado que las empresas con mayor diversidad de género en posiciones directivas tienen alrededor de un 20 % más de probabilidades de obtener mejores resultados financieros que aquellas con equipos homogéneos. Sin embargo, a nivel global, solo una de cada cinco posiciones de alta dirección sigue estando ocupada por mujeres. La brecha no es solo un tema social, es una oportunidad estratégica que muchas organizaciones aún no están aprovechando.

Desde la psicología, el liderazgo no se entiende como algo con lo que se nace, sino como una capacidad que se desarrolla. El tipo de líder que una persona llega a ser está profundamente influido por su historia, formación, experiencias y la manera en que aprende a responder ante la presión y la incertidumbre. En ese proceso, muchas mujeres han desarrollado habilidades particularmente valiosas para los entornos empresariales actuales: alta capacidad de adaptación, gestión emocional en contextos exigentes, visión a largo plazo y una marcada tendencia a construir equipos desde la colaboración más que desde la imposición.

Esto no implica superioridad, sino diferencia. Y es precisamente esa diferencia la que enriquece a las organizaciones. Liderar hoy requiere integrar resultados con humanidad, estrategia con propósito y autoridad con coherencia. Requiere líderes capaces de sostener procesos sin perder de vista a las personas que los hacen posibles.

Ser mujer líder en el mundo actual implica abrir camino, pero también sostenerlo. Implica cuestionar modelos antiguos sin perder la capacidad de construir nuevos. Implica entender que liderar no es endurecerse, sino tener la fortaleza de ser coherente, incluso cuando eso incomoda.

El liderazgo del presente no se mide solo por cifras o posiciones alcanzadas, sino por la capacidad de generar impacto real y sostenible en las personas y en las organizaciones. Y en ese escenario, muchas mujeres lideran desde la conciencia, la preparación y el propósito, no porque quieran ocupar un lugar, sino porque están preparadas para transformarlo.

Porque el verdadero liderazgo no se impone: se ejerce. Y se reconoce en la huella que deja.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

MARZO
2026

10 ANIVERSARIO
FACTOR DE ÉXITO

LÍDERES
del Turismo



DEL VISITANTE AL INVERSOR:

LA APUESTA TURÍSTICA QUE TRANSFORMA AL PAÍS

En el año de nuestro 10° aniversario en República Dominicana, Factor de Éxito dedica su edición #81 a la conversación estratégica que define la competitividad del país en 2026: cómo el turismo evoluciona de industria receptora a plataforma integral de inversión, negocios y desarrollo con impacto ciudadano medible.

**CUPOS LIMITADOS:
RESERVA TU PRESENCIA HOY**



Más información



**Desde la primera idea,
hasta el último aplauso.**

